



听风 **Eachpal**
Smart & Fashion

听风 **Eachpal**
Smart & Fashion



THE
SMART SOLUTION
智能开关
Orange Book



听风平安卫士公众号

Tel : 86 21-5433-1792
Mail : sales@eachpal.Com

传统企业的优势

1. 品牌优势

大众消费者在选择一个产品的过程中，当面对一个没听过的新品牌和一个老品牌时，一般都会毫不犹豫地选择后者。一个已经有线下客户群体的品牌，积累到一定知名度，很大程度就减少了消费者的信任成本，这就是传统企业的品牌优势。同时，品牌的力量还能快速汇聚一批忠诚的消费群体，一旦获得消费者认可，购买转化率就会提升许多，同时也可以减少很多的宣传费用。

2. 供应链与销售渠道优势

传统企业拥有自己的工厂、车间、生产流水线，可以把控整个产品的生产，可控制质量、库存。这些都是需要长时间合作建立起来的共赢发展的关系。

传统企业最大的痛点是什么？



1. 自身产品

品质有保证、信誉较好的品牌和卖场，虽因其产品质量获得消费者的认可，却也为其发展带来了一定的禁锢。产品质量优良，成本必然不低，再加上行业价值链体系长、销售环节多，故到达消费者层面时，产品价格居高不下，虽然各种促销活动不断涌现，但在价格上依然让消费者感觉品牌商家没有做出任何实质性的变化；再者，作为非快速消费品的家电产品，消费者重复消费意愿较低，厂家更多倾向于营造品牌概念，使得大多品牌产品风格雷同、同质化现象普遍。

2. 持续性&互动

传统产品市场竞争激烈、一次性消费成主流、价值链体系长、销售环节多、产品同质化严重等痛点不断显现。随着80、90后新生代消费群体的成长，年轻人崇尚个性、展现自我的要求更加强烈，个性化设计以及品牌互动的合理利用，成为选购产品的基本需求。智能型产品顺势成为一种时尚生活的标志，从而受到颇多消费者的喜爱和追捧。

3. 互/物联网+时代变化

传统企业要发展，要在思维上转变，积极建设物联网生态圈，同时运用互联网进行市场营销，通过搭建企业自己的网站、微信、微博等，建立起自身的互联网圈子，同时利用物联网增加产品的功能性，利用大数据分析实现更多发展模式，从而拓宽企业发展渠道。

传统开关与智能开关1.0的主要区别

随着科技的发展，传统开关的智能化，智能开关也势必会成为用户的必需品。在以后的家庭自动化的进程中，其实开关和插座一样，都是必备的基础产品，在一套的智能家居系统里面，不可能少了智能开关这一个基础产品。

1. 墙壁开关不能移动控制；如果用墙壁开关装修，我们要开灯或者关灯，都要到墙壁开关的位置，才能开灯。如果采用遥控开关（智能开关中的一类产品），在家的任何位置，用户可在自己需要的任何地方开灯，对老人，孕妇，小孩特别实用。
2. 实现联动和互动控制方便，墙壁开关的工程复杂程度，和总体成本都要高。墙壁开关要实现双控功能，必须安装两个开关联动，就是进门一个开关和床头一个开关。联动双控开关的布线比较复杂，一般人是不大会接线的。但采用遥控开关（智能开关中的一类产品），在进门的地方安装一个遥控开关接

收器即可实现，使用时，接收器可独立开关灯，遥控器也可独立开关灯，接收器和遥控器也可互动开关灯。相比之下，墙壁开关的布线，耗材都遥控开关多。

3. 墙壁开关的安全性要差，墙壁开关长久使用就会磨损，产生电弧（俗称电火花），要开关灯时，需要靠近高压电源。但智能开关（遥控开关）都是采用高低设计，低压控制高压，人不用靠近高压开关灯，而且没有电弧。
4. 在多联互动控制的布线方便，墙壁开关布线要复杂很多，接线端口也多，因此后期的维护和排查也会比较的困难。而采用智能开关，由于布线简单，后期排查就简单了。

全面升级2.0版智能开关特点



1. 自动报警技术

当有陌生人进入时会发出报警，将闯入信息通过app或短信告知用户，并启动预设报警方案。



2. 定时开关

与智能开关相连的电器设备，可通过app设定其开启或关闭的时间，适用于各种需要按时自动开启及关闭的用电设备。



3. 节能

扫描房间内是否有人为活动，当房间内没有人为活动时，自动关闭预设电器，省电节能。

研发团队

听风技术团队，属于上海无寻网络科技有限公司，由北信源，天音通讯及京东3家上市公司投资赞助。公司致力于为不同跨界厂商提供物联网技术增加传统产品的功能性。To B端用户使用的APP和大数据后台均由团队开发成熟并获得实际应用。该大数据平台可最终建立起一个跨行业的、以人身和财产安全为中心的跨界生态系统。

核心技术优势

● 定制化解决方案

听风技术团队拥有丰富的软硬件开发经验，对具有高端产品功能需求的家电或开关类企业，提供快速定制化解决方案，创造更具有竞争力的行业产品。

● 创建智能一体化管理

通过对开关的技术拆解，物联化管理，自主研发出一套基于开关控制、房间扫描的一体化管理方案。通过app的简单操作，即可完成智能化控制与防务财产安全保护。

通过对用户行为获得的数据进行分析，可以让企业更加详细、清楚地了解用户的行为习惯，结合到自己的布局变化。让企业的营销更加精准、有效，提高业务转化率，从而提升企业的收益。



近些年我国开关行业发展历程及趋势

一、行业近年来发展状况

电子电源行业是中国电子信息产业中重要组成部份，也是具有较强国际竞争力的细分行业，**即使在全球金融危机冲击下的2009年，全行业产值仍然达到1061亿元，保持5%以上的增长率**。2010年随着国家一系列宏观刺激政策的落实及全球经济趋于稳定之后，我国电子信息产业很快恢复了发展势头，中国电源行业更是借势而上，**产值规模达到1172亿元，增速超过10%**。

开关电源是电子电源的主要大类产品，由于其小型化、重量轻、功率密度/转换效率高、输入电压范围广、热消耗较少等众多优点，并得益于电子产品轻薄短小的需求趋势，其发展迅速，迅速取代线性电源普及于各种电子产品领域，根据中国电源学会收集整理的数据，2008年全国开关电源(主要包含消费类开关电源、工业类开关电源、通信电源、PC电源，下同)产值达到**855亿元，2009年达931亿元，增长8.8%；2010年达到1027亿元，增长10.3%**。

按开关电源应用领域细分，占据全行业产出份额第一的是工业类开关电源，**2010年达到全行业产值的比重为56%，居第二位的是消费类开关电源，占32%，通信开关电源占6%，PC开关电源占3%**。

二、市场特点

由于开关电源行业以定制为主，企业的销售与订单紧密结合，销售行为发生在产品制造之前。同时，企业也研发标准产品，向市场和客户进行推广，积极拓展电子行业客户，展示公司研发设计能力、生产规模和质量管理能力成为销售的重要手段。目前，开关电源行业拓

展销售渠道的方式主要有参加行业展会、在专业平面媒体和行业网站推广以及客户相互推荐等，而拥有优质的客户资源是企业实力最直接的体现。

三、开关电源行业发展趋势分析

A.绿色化

绿色化的开关电源产品将得到广泛应用。绿色开关电源产品具体是指显著的节省电能和不对用电网络产生污染。21世纪的节点和环保要求，将使多种智能开关电源技术得到广泛应用，使电源供给结构由集中式向分布式发展。

B.小型化

小型的高频开关电源及其技术成为现代供电系统的主流。电源的小型化、减轻重量对便携式电子设备(如移动电话，数码相机等)尤为重要。因此，提高开关电源的功率密度和电源转换效率，使之小型化、轻量化、是人们不断努力追求的目标。高频化、软开关技术作为电源小型化的主要技术手段之一，近年来是国际电力电子界研究的热点之一。

C.数字化

数字化电源将开关电源的高效与数字芯片的智能控制相结合，并运用适当算法对电压、电流进行调整。数字电源与模拟电源相比，对电流检测误差可以进行精确的数字校正，电压检测更精确；可以实现快速，灵活的控制设计。

D.集成化

为了提高系统的可靠性，整机厂家与元器件厂家合作开发“用户专用”功率模块成为一种趋势。也就是将一台整机的几乎所有硬件都已芯片的形式安装到一个模块中，使大量元器件之间不再有传统的引线相连，把寄生参数降到最小，从而把电源元器件和功率器件承受的电应力降至最低，达到提高系统设备可靠性的目的。

国家政策推动企业转型

2015年7月4日，国务院印发《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》指出把互联网的创新成果与经济社会各领域深度融合，推动技术进步、效率提升和组织变革，提升实体经济创新力和生产力，形成更广泛的以互联网为基础设施和创新要素的经济社会发展新形态。在全球新一轮科技革命和产业变革中，互联网与各领域的融合发展具有广阔前景和无限潜力，已成为不可阻挡的时代潮流，正对各国经济社会发展产生着战略性和全局性的影响。

2017年1月，工信部发布《物联网发展规划(2016-2020年)》，提出到2020年，物联网总体产业规模突破1.5万亿元，公众网络M2M连

接数突破17亿个。今年的“政府工作报告”中，李克强总理再次表示，要深入实施《中国制造2025》，加快大数据、云计算、物联网应用的发展。



智能科技行业结合传统行业是生存之道！

1. 从互联网时代到物联网时代

由智能手机为代表的移动互联网开端，真正的物联网时代将盛行，实现“每个个体、时刻联网、各取所需、实时互动”的状态，也是一个“以人为本”的互联网思维指引下的新商业文明时代。

2. 传统产业嫁接物联网思维，通过基于大数据的方法进行用户细分

传统行业升级改造，除了技术和材料的进步，用物联网思维改造是必经之路。而且，相比面向C端的消费市场来说，B2B的市场容量更大。

基于大数据可以找出更好的细分维度，并对用户做更好区隔，以辅助产品运营人员做更加准确的用户细分，并洞察每个细分人群的兴趣爱好和消费倾向，对每类用户分别进行有针对性的策划和运营活动。

通过利用基于大数据进行有针对性的用户画像，并通过用户画像数据、用户行为和偏爱，结合个性化推荐算法实现根据用户不同的兴趣和需求推荐不同的商品或者产品，通过算法真正的实现“投其所好”，以实现推广资源效率和效果最大化。

