

中国房企产品智能化深度研究



克而瑞
研究中心

出品单位： 克而瑞研究中心

总 编： 丁祖昱 张 燕
主 编： 孟 音 林 波
撰 稿： 朱一鸣 马 娟
监 制： 杨 婕 陆 笑

版权声明

本刊物内容为易居企业集团克而瑞研究中心所有，未经许可，不得转载！本刊中部分专家及机构观点，源自公开报道，仅为分享所用，不代表我司观点。

免责声明

本刊中的数据、观点等引用请注明“由易居·克而瑞研究中心提供”。由于统计时间和口径的差异，可能出现与相关政府部门最终公布的数据不一致的情形，则最终以政府部门权威数据为准。文章内容仅供参考，不构成投资建议。投资者据此操作，风险自担。

从房企“制造”到房企“智造” ——中国房企“产品智能化”深度研究

研究员 / 朱一鸣、马娟

前言：

中国房地产行业在经过 20 年的快速发展后逐步趋稳，发展模式也有传统的粗放型开发逐步走向精细化产品打造。新市场、新需求下，好的产品、好的产品力成为当下许多房企战略转型、业务升级的重要方向和规模增长、弯道超车的利器。随着人工智能、5G 智联和物联网等技术的不断突破，智能家居、智慧社区和智慧建筑频频应用到房地产开发中，掀起了一股房企产品智能化发展热潮。

一、房企产品智能化布局背景和动因分析

从早期中国金茂的科技住宅、当代置业的绿色住宅到上海万科提出的万科智造、碧桂园机器人和智能科技的战略投入、美的置业的智慧地产定位，再到日前绿地集团与华为、城云国际和涂鸦智能等科技智能公司频频开展的智慧城市、智慧社区及智慧住宅的战略合作，科技、智慧、智能和绿色成为当下房企产品升级的主旋律和趋势，产品智能化对房企影响在逐步扩大。总体而言，房企发力产品智能化背景与动因如下：

首先，顺时代需要。伴随国民经济水平的稳步提升和城镇化的不断深入，人民美好生活需求不断增长，中国迈向满足人民美好生活的新征程。从增量开发到存量经营的过程中，国家层面和各级政府不断颁布和落实“楼盘精装化”政策，住宅不再仅是人们居住空间场所，更是美好生活的载体，人民居住体验升级的需求也随之空前高涨。

其次，差异化竞争。房地产行业规模增速放缓，各地限价、限购等政策频出，调控力度不断加大，



房企拿地便挣钱的传统模式被颠覆，规模和利润持续上涨面临诸多挑战。同时，行业头部力量加速强化，房企间竞争白热化日益突出。面对时代发展和行业变革，单纯规模扩张已经较难支撑房企可持续增长，房企美好生活服务商转型势在必行。由此，产品创新与运营将成为房企未来发展重点和核心竞争力，而依托政策支持和科技支撑的智能化为房企增强产品力、转型美好生活服务商打开了切入口。

第四、掘金新利润点。2012年，十三五规划将智慧城市列为重要发展领域之一；十九大报告中提出“加快建设制造强国，推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合”。今年，人工智能再次被写入政府工作报告中，“智能+”首次出现在总理报告中。随着智慧城市、智慧住宅、智慧社区和智能家居政策红利的进一步释放和支持资金的大量投入，房企产品智能化将迎来新的发展阶段。

第四、提升物管水平。传统物业管理存在人员成本较高、管理效率偏低和服务质量不佳等问题，而智能家居和智慧社区在物业上的延伸应用可以高效整合不同小区间零散化的物业管理，大幅提升整体运营管理效率和业主满意度，缩减人工成本和降低管理难度等。目前，智能停车管理和智慧安防是向传统物业延伸较多的两个应用内容。如传统社区管理时，业主或者访客需要自带门卡、钥匙或者由物业向业主核实信息后在放行，过程不仅耗时耗力，且影响体验感。应用新型智慧社区管理硬件和系统后，业主或者访客可以通过人脸或者指纹识别、二维码等出入园区，效率高且大幅降低了人员成本投入。且房企还可以在智慧社区应用上添加如物业缴费、通知公告和办事指南等多项增值或便民服务，增加与业主间的粘性，提升产品和物业口碑。

二、房企产品智能化三大应用方向及现状

目前，房企住宅产品智能化布局主要包括智慧社区、智能家居和智能建筑三大应用。在国家智慧城市不断推进中，智慧社区受到各大房企的重视，且较智能家居应用范围更广。智能家居方面主要以智能门锁、智能灯控、窗帘和空调等组成的多种场景应用为主。此外，房企智慧社区和智能家居应用操作目前基本都可以实现远程操作，并多集成在同一控制面板或者APP完成操作。智能化浪潮下，多数房企经过不断迭代与升级后已形成相对稳定的智能化应用体系。但整体而言，房企对于住宅产品智能化的布局尚处摸索和尝试阶段，仅少数房企如中国金茂、美的置业和蓝光发展等能实现批量复制或者交付。

本节报告中，笔者先从智慧社区的应用方面，与大家进行详细分享。总体来看，智慧安防、智能车辆管理成为智慧社区的刚需应用。作为智慧城市的关键组成部分，智慧社区近几年方兴未艾、热度节节高涨，房企纷纷推出各种智慧社区解决方案，抢滩布局。目前，智慧社区还没有统一的概念和标准，归纳来说，智慧社区是社区管理的一种新理念，指集成运用新一代信息技术如物联网、云计算和移动互联网等，覆盖智能建筑、智能家居、视频监控、健康医疗、物业管理、数字生活和能耗管理等诸多领域，融合构建社区的人文、生活、经济环境，为社区居民提供一个安全、舒适、便利的现代化、智慧化生活环境，从而形成基于海量信息和智能处理的新型社区管理模式，以及面向未来的全新社区形态。与传统社区和物业相比，智能社区在服务范围、管理方式、人员配置和盈利模式都有明显优势，大大提升了房企物业管理品质及效率，强化了与业主的互动性和粘性。

表：智慧社区和传统社区对比

主要内容	智慧社区	传统社区
服务范围	在传统社区基础上，通过物联网 + 互联网 + 平台整合各类资源和服务，拓宽了服务维度	主要对房屋建筑、公共设施、交通、园区环境及住户或访客出行管理
管理方式	运用信息化系统，实现技防	人防管理为主
人员配置	人员配置减少，技能要求高	人员劳动密集，技能要求低
盈利模式	物业收入、增值服务和智慧社区入口带来的多项盈利	物业收入
管理效率	统一信息平台管理，效率更高	依靠密集人员，效率较低
成本投入	主要在智能设备、系统和平台搭建、运营和维护	人力成本占比较大

数据来源：CRIC 整理

大多数房企特别是物业公司在智慧社区上尝试和应用较多，但对智能社区的投入却不尽相同。其中，碧桂园通过构建智能社区，链接智慧家居，全方位提升业主的居住体验，在行业内率先布局 AI+ 人工智能社区，目前与腾讯、海康、阿里、华为等多家企业开展战略合作，共同研发社区场景下的算法模型和智能化平台。雅生活则在进行物业标准的业务信息化，业务移动化，操作智能化，作业机械化建设的同时，通过科技构建智慧化社区，同时侧重从万物智联社区、服务横向延展、系统垂直管理三方面出击，持续优化雅管家房地产全链条数字化服务，带给业主舒适便捷的智能化生活体验。

应用范围上，智慧社区一般涵盖周界防范和智能监控等安防系统、智能门禁系统（主要指园区和楼栋入户，包含人脸识别、刷卡、指纹等）、停车管理系统、电子巡更系统、智能梯控、楼宇对讲系统、社区服务 APP、社区智能快递柜、智能广播、社区 WIFI 覆盖及智能雾森系统等，且已基本实现远程操作。另外，部分房企智慧社区还个性化设置智能跑道、园区背景音乐调控模块，满足不同业主需求。其中，



周界防范和智能监控等智慧安防、智能车辆管理成为目前房企智能化智慧社区应用最基础、最常见的模块。从我们调研结果中也可以看出这点。

调研的房企智能化项目中，智慧安防系统和智能停车系统应用率极高，这主要是由于一方面园区安防和人员、车辆进出管理是房企物业必不可少的工作，且普遍投入大、效率低，应用智能化的必要性较大；另一方面园区安防和人员、车辆出入管理也是房企布局智能化最易介入和效果最易突显的部分。智慧安防上，多数房企已经形成从周界防盗报警系统、园区监控、单元门监控到室内智能监控的全覆盖确保业主社区和室内安全，少数房企智慧安防系统还可以与当地政府部门联动。房企智能停车管理目前多采用智能感应技术快速记录、识别车牌号码和自动通行，便捷进出小区或车库外。部分房企和项目还提供“自助访客预约系统”，业主通过 APP 登记亲友的访问时间和信息，系统自动生成二维码或临时密码方便亲友及车辆自由进出。另外，一些房企项目智能车辆管理系统还可在车辆进入车库后，通过灯光指引业主停到规定车位，节省业主时间。

除此之外，人脸识别也是房企智慧社区应用较多的部分，应用比例接近 8 成，并分为有静态识别和动态识别 2 种类型。其中，静态识别需要在特定的区域或范围内进行识别，对识别对象状态、距离、角度及位置要求较高，硬件成本相对便宜，也是目前房企较为常用的人脸识别设备和系统。动态人脸识别不需要停驻等待，人以自然形态走过去，摄像头会进行信息的抓拍和采集，发出相应的指令，进行动态人脸识别，对识别对象距离、角度等要求相对较低，但购置价格相应较高，仅少数房企选择使用。如蓝光发展成都雍锦世家项目园区大门进出便采用了动态人脸识别设备及系统。

另外，不少房企还采用智能梯控提升物业管理效率，提高社区的安全性及节能性。如业主可以通过室内控制面板、手机 APP、蓝牙连接和刷卡等方式提前预约电梯，电梯接收信号会到达业主所在位置后会自动接送业主至相关楼层，多数房企项目智能梯控设置业主仅能至其居住楼层，以确保个人隐私性和安全性，个别房企项目智能梯控还可联动楼道门禁系统，在业主进入楼栋后电梯自动抵达等待，并将业主送至相应的楼层，做到人到梯开，梯开入户。目前，多数智能梯控会与社区安防连通，一旦有紧急情况发生便可以及时通知物业和相关方，避免事故发生。少数房企智能化也在园区 WIFI 全覆盖、园区背景音乐和智能跑道上进行了个性化尝试和应用。

而房企住宅产品智能化布局的智能家居与智能建筑方面，考虑到本次调研所考察项目不少为在售项

目样板间，也有不少为业主私宅，本着客观性及保护业主隐私，在智能家居与智能建筑方面，本篇报告可公开部分不予过多详细分析。简言之，在智能家居方面，智能温度、灯光、新风和智能门锁应用广泛；在智能建筑打造上，房企产品大多聚焦绿色节能和科技智能。从应用现状来讲，多数房企布局尚处试水阶段。

三、房企产品智能化布局态度和发展模式

据不完全统计，目前 TOP100 房企中至少有 50 家房企已经开始布局或者全面落地项目智能化，但房企在对待智能化的态度上却大相径庭。这其中，有的房企把产品智能化当做未来增加产品溢价，产品差异化竞争的不二法宝，并提升至战略高度，如美的置业、蓝光发展；此外，也不乏一些房企随波逐流，简单涉猎产品智能化布局。在发展模式上，与第三方科技智能公司合作成为当下房企智能化发展主流。

不同房企产品智能化态度的差异也使其在智能化发展模式上大不相同，但总体而言，可以分为：自建平台发展和与第三方科技智能公司合作两种模式。自建平台发展智能化的房企基本都是整合多项智能化资源，研发和搭建自身智能化平台或系统，打造智慧社区整体解决方案。以美的置业和蓝光发展为例，其中，美的置业依靠美的集团强大的智造基因和供应链整合优势，目前已经形成一套完整体系 - 智慧健康社区，以“智慧、健康、绿色、全龄化关怀”作为产品打造理念，运用人工智能、大数据、云计算、新能源、新材料和新技术等，打造智慧健康社区。此外，美的置业还对其他开发商提供智能社区方案，目前已经与万科地产、碧桂园和远洋集团等规模房企达成智能化合作。

而蓝光发展则通过自建团队，搭建蓝光发展 AIoT 智能人居平台（2018 年 9 月上线）和蓝光 AIoT 技术接入标准，通过地产、物业、精装等业务智能化进程同步构建蓝光 AIoT 智能人居平台，以智能人居平台和蔚蓝实验室为载体实现智慧社区住宅的应用输出，并通过蓝光魔镜上连接服务和产业链整合。

由于自建平台或系统投入较大，并且有一定技术门槛，所以绝大多数房企旨在智能布局上是与第三方智能科技或者零售公司进战略合作，以科技公司的技术、产品推动地产项目智能化应用，实现共赢和高效布局。例如，首创置业是与京东（京鱼座、京东微联）共同合作开发社区智慧系统，打造出首创智



慧家 APP，并成立实验室研发智慧系统和产品，目前已与西门子、施耐德等 10 多家电合作。金地集团则是联合华为 HiLink 互联平台和智慧享联科技公司打造智慧社区，并研发出“智享 +home”智能家居系统，通过移动设备登录“Life 智享家 App”即可实现智能家居远程控制及物业服务，并在内部通过对项目进行评级判断后，按照相应级别配置和落地项目智能家居和智慧社区。

四、房企产品智能化项目特征

由于不同客群、区域和项目定位对智能社区和智能产品的接受度和普及度不同，房企住宅产品智能化呈现明显特征差异。总的来说，年轻客群较对房企住宅产品智能化兴趣和意向度都较高。经济较为发达、当地居住需求较高的华东、华南等热点一二线城市更易推广住宅产品智能化。另外，智能化不再仅是豪宅所有，智能化也成为很多改善甚至刚需项目的标配。

在以往经验中，智能人居、智慧体验等多是豪宅和高端住宅的标签，与一般的普通住宅往往不相关。但随着居民消费生活水平的逐渐攀升，居住体验要求的不断上涨，智能化被越来越多地应用到当下住宅产品，智能化不再仅是豪宅独有，也成为很多改善甚至刚需产品的标配。如智能安防、智慧车辆管理、智能门锁、灯光和窗帘等都已成为很多房企新推或在售项目的重要卖点。

我们此次调研的智能化项目中，有一半以上为刚需或者改善产品，部分项目智能化应用度全面，且主打智能化卖点。以中梁控股的杭州云都汇项目为例，该项目是中梁控股首个智能化精装产品，也是同期开盘的杭州主城区首个住宅项目，因所属转塘经济园区，毗邻云栖小镇，加之拿地条件限制，只能做 89 m²小户型，为增加产品溢价，整个项目聚焦周围科技园年轻客群，打造了六大园区科技系统和 12 项智能家居系统作为项目重要卖点之一。据项目销售人员介绍，来访客户中约有 10% 是为智能化而来。另外，碧桂园打造的改善项目—广州云顶，主打生态科技住宅，项目在智慧社区和智能家居上投入较多，打造“四元八维”云科技系统，前期产品发布会和公众号会着重推智能化。龙光集团也以“玖系”产品线为起点，开始住宅产品智能化的打造。

五、房企产品智能化案例解读

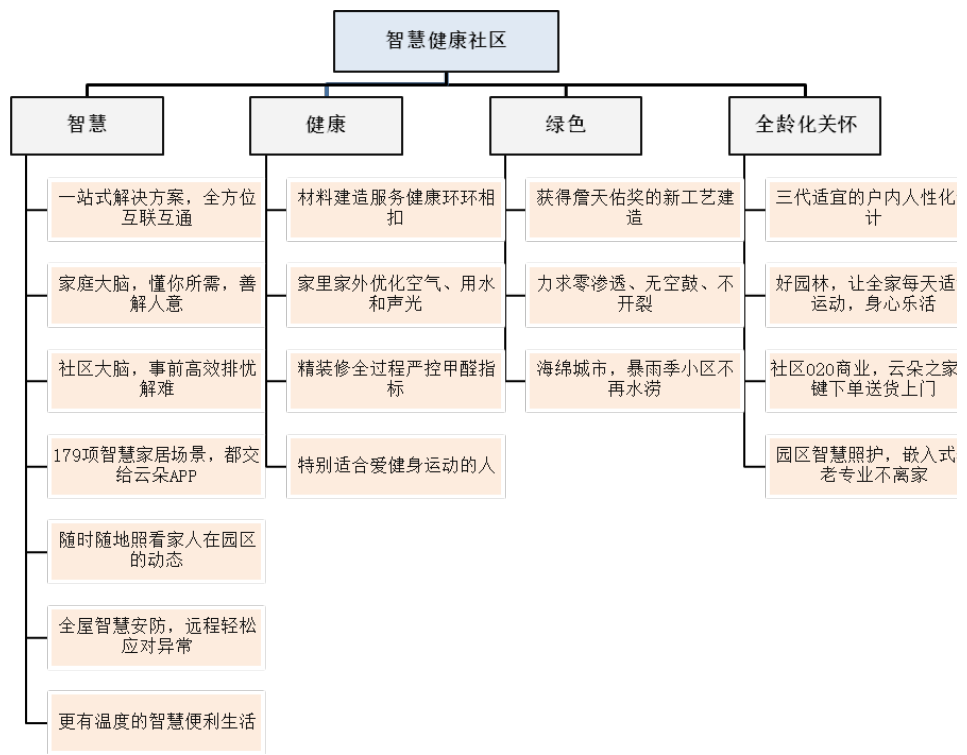
“地产 + 智能化”的浪潮下，品牌规模房企纷纷抢滩布局，推动智能家居和智慧社区的广泛落地。其中，中国金茂、美的置业、蓝光发展和首创置业经过前期品牌积淀和项目实践经验后，形成了独特的住宅智能化产品或发展模式，成为行业产品智能化发展的佼佼者。本节报告中，笔者率先选取已将智能化作为公司重点战略进行发展的美的置业、蓝光发展两家企业进行分析：

>>美的置业：智慧地产的先行者

经过不断迭代更新，美的置业已经形成了一套成熟的智慧健康社区体系应用到智慧地产项目。其中，美的置业以“智慧、健康、绿色、全龄化关怀”作为产品打造理念，运用人工智能、大数据、云计算、新能源、新材料和新技术等，打造智慧健康社区。美的置业智慧健康社区体系包括 179 项智慧家居场景，涵盖智能控制、营养、空气、水健康、安防等多个方面，并通过云朵 APP 集成或者语音精灵操作，实现一键控制，通过跨产业技术资源整合，全场景打通室内室外。



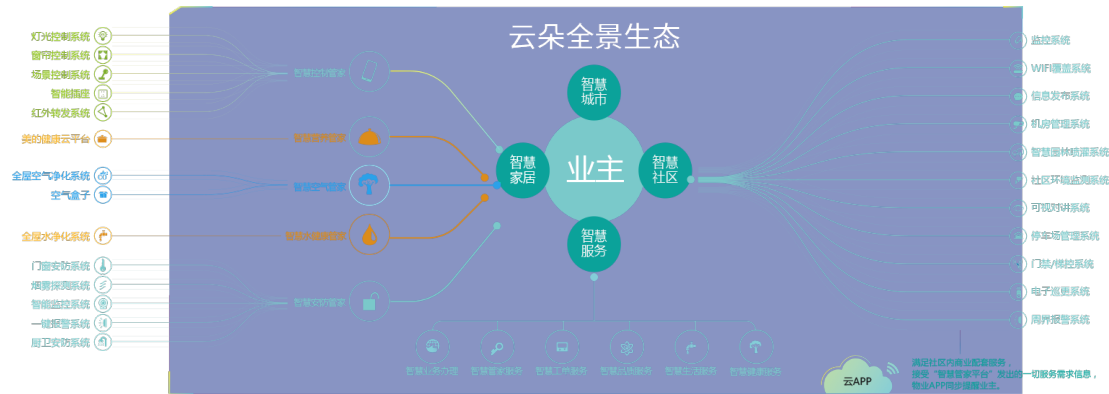
表：智慧社区和传统社区对比



资料来源：美的置业招股书、CRIC 整理

目前，美的置业形成了智慧控制管家、智慧营养管家、智慧水健康管家、智慧空气管家和智慧安防管家五大智慧管理系统，通过对智慧家居的系统控制，提高居住体验和品质。如在智慧安防上，美的置业设立八大安防体系包含周界防盗报警系统、道闸系统、云视频监测系统、单元门监测系统、电子巡更系统、视频监控联动系统、智能一卡通系统、电梯五方通话系统。在项目园区，美的置业配备 11 大智慧系统，业主可通过云朵 APP 远程查看长辈孩子居家活动情况，并在出现紧急情况后自动连通物业赶往处理。

图：美的置业智慧生系统化解方案



资料来源：企业官网及官微、年报、CRIC 整理

图：美的置业智慧家居示意图



资料来源：美的招股书、CRIC 整理

成熟的智慧健康社区体系不仅让美的置业实现了产品标准化的快速复制，也使美的置业在智能住宅产品打造上形成了较强的技术壁垒和品牌优势，大大提升了行业竞争力。一方面，美的置业延续了美的一直以来的自主研发、创新能力和智造基因，美的集团丰富的智能家居资源也为美的置业持续发展住宅产品智能化提供了资源。另一方面，美的置业智能化推进过程中形成了从前端规划到运维一整套的标准化流程，支撑智能住宅产品的持续扩张。而且智慧家居和智能家居的落地、安装、维修和服务全部都由旗下美家智能科技公司统一输出，并承担后期运营维护，且智慧家居和智慧社区两部分可以在美的置业自主研发的云朵社区 APP 集成操作，互通性强，大幅降低了企业运营难度，增强了业主应用积极性和



便捷性。

另外，美的置业除了落地自己住宅智能化项目外，还对外提供智慧社区方案，目前已经与万科地产、碧桂园和远洋集团等规模房企达成智能化合作，拓宽了收入来源，增加了企业利润。根据美的置业规划，今年包含外接项目美的置业智慧社区将在全国 55 个城市落地，建成智慧家居展厅约 500 套，智慧家居落地项目超 200 个，智慧家居交付量达 3 万套。公司提出在未来 3 年将实现交付 10 万套智慧家居。随着美的置业智能化布局的不断深入，对外输出智慧生活方案获得更多收益。

>> 蓝光发展：建设 AIoT 智能人居平台

蓝光发展 AIoT 智能人居平台是覆盖智能人居行业资源引入、平台设计研发，产品商业应用全链路的智能化与物联网 AIoT 产业平台。通过地产、物业、精装等业务智能化进程同步构建蓝光 AIoT 智能人居平台，引入资源构建蓝光智能化产业生态，以智能人居平台和蔚蓝实验室为载体实现智慧社区住宅 / 社区、AIoT 智能硬件和智能服务商产业应用输出，并通过蓝光魔镜上连接服务和产业链整合。在经营模式上，蓝光 AIoT 智能人居平台由智能人居行业研究、科技研发、产品输出、项目应用构成。通过蔚蓝实验室引入资源定义标准，研发大 / 小蓝精灵智能硬件产品和智能人居平台软件产品，引入集成服务商并技术授权，应用到地产项目中，并最终通过智能人居社区新零售服务用户，为企业增收。此外，蓝光发展计划 AIoT 智能人居平台 3 年内覆盖超过 1000 多个地产 / 物业项目，服务 5000 万以上业主，营业额达到 10.8 亿元。

蓝光智能平台目前实现了对室内家居、物业管理、社区安防、增值服务等多个生活居住场景的集纳与掌控，涵盖智能健康系统、智能环境系统、智能安防系统、智能能源系统、智能灯控系统、智能家电系统等多个系统，聚焦用户居家生活的智能场景矩阵。如在社区，蓝光发展智能项目配有周界防范（电子围栏）系统、儿童区看护、人车访客系统、动感人脸识别和背景音乐系统等，确保业主安全，便捷出行。室内设有红外人体探测器、智能净水系统、烟感报警器、环境监测器以及智能空调、灯光联动控制组合的多个智能生活场景如会客、休闲，提升业主居住体验。另外，蓝光发展还在智能平台上叠加和连接了基础服务（物业管理、健康管家、健康档案等）和增值服务（保险、理财、装修、教育等）。

图：蓝光发展住宅全屋智能解决方案



在智能化操作上，蓝光发展智慧社区和智能家居除了可以在同一 APP 集成操作，同时客厅的智能魔镜将各个智能生活和渠道资源使用场景连接起来，是蓝光发展智能硬件和系统控制的中枢，且与社区物业相连，统筹控制所有智能化操作。同时，魔镜系统可以不断升级和开放端口给新生需求，目前已经迭代至 12 代。另外，蓝光智能魔镜融合物联网技术，涵盖气温监测、安防系统、物业实时公告、智慧环境监测、智慧服务等 9 大模块，除了基础的灯光、窗帘控制外功能，还可以显示天气预报、可视对讲、儿童区监控、一键呼梯，室内氧气、温湿度感应调节及健康档案建立等。与其他房企魔镜相比，不仅功能齐全，而且颜值和科技感突出。另外，蓝光智能魔镜要求必须安装在客厅，调动业主使用积极性，增加智能使用频率。

图：蓝光发展智能魔镜示意图



资料来源：企业官网及官微、CRIC 整理

对于智能化，蓝光发展认为最核心的价值是连接，即通过开放平台连接更多的服务系统和产业链，提升智慧人居体验，为企业创造价值。未来，蓝光发展智能化发展依然以平台化思维进行，并主要通过以下三种模式：

第一种是蓝光旗下自身的科技类公司独立研发成果运用与产品中；

第二种是以入股的形式与智能物联行业标杆企业联合打造智能化产品；

第三种则与外部供应商合作，共同进行智能化产品研发，包括智能厨卫、智能家居等探索，并开展相关的客户研究和课题研讨，利用共建平台的理念，快速推动智能化产品落地。

六、房企产品智能化发展存在问题和未来前景

1、存在问题：市场、技术和房企面临诸多难题

智能化浪潮席卷和居民居住体验升级下，房企纷纷布局产品智能化。其中或是集团战略支撑前行，或是单个项目积极尝试，绿色住宅、科技住宅、智慧住宅项目如雨后春笋频出，百家争鸣局面显现。住宅智能化在给房企未来发展拓宽了思路和空间的同时，目前发展也面临诸多问题和困境，首当其冲两个

难点在市场与技术上。市场层面上，行业标准缺失、互通性差等原因制约智能行业发展；技术层面上，智能化应用存在潜在技术漏洞和安全风险，也让房企产品智能化发展道路更为长路漫漫。

除了意料之中的市场本身和技术风险，房企在产品智能化布局上也面临诸多难题，主要体现在准入门槛高，对企业长期运营和整合能力要求高。首先，智能化涉及技术多且要求高，需要较强的技术、智能产品和资源整合实力，很多房企不具备这样的能力，因而不是所有的房企都有机会进入并做大做强。其次，住宅产品智能化需要投入大量技术研发、专业人员和资金，会导致房企增加较多研发和运营成本，中短期对整体盈利能力或将产生一定影响。另外，智能化项目落地和批量复制会面临一系列问题，从前期产品智能化方案设计和研发、施工、安装、调试和售后服务产业链条较长，对房企自身运营和跨行业合作能力要求较高。

与此同时，目前智能产品客户体验度不及房企预期，部分智能产品使用频率低，智能产品运维和维修要求及时性高，需要房企投入较多的精力和服务，这些问题将来可能会倒逼房企减少对住宅智能投入。另外，房企内部资源和技术的互通性和共享性也是房企产品智能化发展的一大绊脚石。目前，多数房企产品智能化打造是采用第三方提供的整体智慧社区方案，与本身物业系统或管理平台存在一定技术互通和资源共享问题。即便是房企本身自主研发智能体系，但由于企业不同板块间利益分配和管理架构等问题也面临相同困境。



2、未来前景：住宅、长租公寓等智能化应用潜力巨大

随着 5G 即将大范围商用的时间进入倒计时，以及置业者正在从 60 后、70 后、80 后向着 90 后和 00 后转移，消费者对于对智能化产品接受程度和需求进一步提高。克而瑞研究中心联合乐居财经一项关于“房企产品智能化问卷调查”结果显示：8.92% 的消费者认为，智能家居和社区对自己购房的影响很大；35.35% 的消费者则认为，对其购房决策影响程度较大；而认为影响程度为中等的有 45.54%，轻度影响的有 7.96%；仅有 2.23% 的消费者表示选择购房时，不在意智能化。由此可见，随着人居体验需求的升级，未来消费者对于住宅智能化“买单”的趋势将日益上升。

这其中，长租公寓、酒店或成智能化应用的强势阵地。长租公寓、酒店作为不少房企商业利润的重要支撑和居民除普通住宅外的重要居住延伸场所，消费升级大背景下，其市场需求潜力巨大。以长租公寓为例，有机构预估，2030 年我国租赁人口将达 2.7 亿元，整体市场规模超过 4.2 万亿元。近几年，智能化在长租公寓和酒店领域的应用不断增加，智能公寓和智能酒店产品也频现市场，通过应用和整合各种智能设备及系统，推动企业管理向着智能化和高效化迈进。如绿地控股的铂派公寓、旭辉的博乐诗服务公寓以及朗诗的朗诗寓等。

目前，我国长租公寓和酒店客户主要以相对年轻、且具有一定经济基础的客群为主，这部分客群对产品品质、配套服务以及个性化居住体验有较高要求。智能化的应用一方面可以强化记住人群的家居生活体验，提升了住宿的便捷、舒适和安全性，增强了客户的好感度、粘性和入住率，为企业后续运营提供了可拓展性。另一方面，智能化的投入可以简化入住和签约、支付和租期内缴费等流程，进而大幅提升企业管理效率、缩减运营成本，扩宽企业收入来源，保障品牌的持续发展。因而，长租公寓和酒店未来或将成为房企除了住宅外智能化应用和推广的主要阵地。

此外，更为值得关注的是后地产时代，智能生活场景大数据挖掘价值洼地，也是充满了想想空间，可重点进行关注。

说明：本篇内容有删减，根据《中国房企产品智能化深度研究》报告进行编撰。

《中国房企产品智能化深度研究》目录导览

一、房企产品智能化布局背景和动因

- 1、顺时代需要，转型美好生活服务商
- 2、差异化竞争，增加产品附加值
- 3、向物业延伸，提升管理效率
- 4、输出标准化，掘金新的利润点

二、房企产品智能化三大应用方向及现状

- 1、智慧社区：智慧安防、智能车辆管理成刚需应用
- 2、智能家居：智能温度、灯光、新风和智能门锁应用广泛
- 3、智能建筑：聚焦绿色节能和科技智能
- 4、应用现状：多数房企布局尚处试水阶段
 - (1) 少数智能单品组合应用，噱头性和概念性较强
 - (2) 单项目整体性落地，由供应商提供解决方案
 - (3) 形成稳定应用平台或系统，批量复制和落地项目

三、房企产品智能化布局态度和发展模式

- 1、房企布局智能化态度：美的置业、蓝光发展提至集团战略高度
- 2、房企智能化发展模式：与科技智能公司跨界合作成趋势

四、房企产品智能化项目特征

- 1、客群：房企智能化产品更易吸引年轻消费者
- 2、区域：经济发展较快的热点一二线城市智能化应用和推广较多
- 3、定位：智能化不再仅是豪宅标签，也成为很多改善项目标配

五、房企产品智能化案例解读

- 1、中国金茂：科技人居住宅典范
 - (1) 聚焦绿色和科技，探索未来人居新模式