提高居住品质　全屋智能时代即将到来

► 本报记者 李洋

3月以来，有关“全屋智能”的新品发布会不断。16日，在2022华为全屋智能及全场景新品春季发布会上，华为推出了新一代全屋智能解决方案，全屋WiFi、智能门锁、智能便携音箱等多款智能终端新品同步亮相；17日，云米科技召开春季发布会，发布Space Pro云米AI全域风空调、Royal Pro coKiingAI双屏冰箱、Royal Pro coKiingAI双筒洗衣机等十几款家电新品，同时，会上公布了一站式全屋智能解决方案“1=N44”，以及根据户型大小定制的全屋智能套系方案……

如何理解“全屋智能”概念？全屋智能的实现，涉及哪些产业链环节？这个领域的市场现状如何？未来前景怎样？

市场体量将迎来快速增长

虽然“家”的定义对于每个人而言都不尽相同，但随着科技的进步，人们都希望自己的房屋整体变得更方便、智能、舒适和温馨。

“随着‘80后’‘90后’群体成为消费的主力军，智能化家居已经成为家庭生活中不可或缺的重要内容。但是，智能化家居不应仅是狭义的定义产品的性能，而是应该贯穿整个家居行业从生产到交易服务的所有环节。”中国文化管理协会乡村振兴建设委员会副秘书长袁帅对记者说。

近年来，全屋智能的概念逐渐在家装领域流行。袁帅认为，所谓全屋智能，是指整体的智能家居系统，包括照明、安防、影音、家电等于一体的智能化家居解决方案。随着5G通信技术、人工智能的快速应用与普及，万物互联互通已成为经济社会的发展趋势，未来在5G+AIoT赋能下，更大范畴的底层互联协议有望诞生，全屋智能家居系统将成为发展的必然趋势。

根据IDC《2022年中国智能家居市场十大预测》，智能家居增长势能向全屋智能解决方案倾斜，全屋智能解决方案市场将迎来快速发展。IDC预计，2022年，2%的智能家居设备将服务于全屋智能解决方案。目前中国全屋智能解决方案市场处于场景增长导向阶段，市场体量将迎来快速增长。

更具互联性及交互性

华为在3月16日举行的全屋智能及全场景新品春季发布会上宣布，全屋智能解决方案“1+2+N”再升级。其中，“1”是华为全屋智能主机SE，实现了主机系列化，帮助全屋智能用户实现智能主机一家一套，全屋连接。“2”指的是2套核心方案，包括一套交互方案、一套网络方案，交互方案包含全屋面板家族和智慧生活APP，网络方案指的是plc全屋互联和全屋Wi-Fi。“N”是指N个子系统全面升级，分散的子系统被整合成了4个全屋子系统和6个空间子系，整体实现了全屋互联化、交互集中化、交互自然化，做到以人为本的同时向主动智能进化。在鸿蒙智联生态下，目前华为已与1900多个伙伴合作了4500多个智能单品。

作为小米生态链旗下一家公司，云米科技发布的全新升级的一站式全屋智能解决方案“1=N44”中，1代表“一站式全屋智能解决方案”，即家是一个整体；N是指共计60+大类的智能“全家桶”产品阵容；44则是指云米HomeMap家庭元空间拥有的4大能力：无感组网、主动智能、空间感知、自然交互，以及云米为用户提供的包括方案设计、OTA持续升级智能体验、Plus会员、增值服务在内的4种服务。

“相比智慧家居，全屋智能的重要特征是互联性及交互性。单品智慧家居时代，产品主要是‘点对点’控制，家居间的互联性、兼容性较差，难以实现联动智能；全屋智能则是通过实现全屋互联化、交互集中化，带给用户‘无感’智能体验。”易观分析品牌零售行业高级分析师王方对记者说。

王方表示，全屋智能是更加系统化、智能化、集成化的智能家居解决方案，集智能照明、影音、家电控制、安防等于一体，在实现全屋智能后，不仅单个家居产品可实现智能操作，而且各智能单品之间可以相互连接，实现沉浸式、个性化的全场景智慧体验。

针对全屋智能未来发展，IDC报告指出，全屋智能市场发展将呈现3个趋势：一是智能家居中控屏作为又一人机交互端口型设备极具市场潜力；二是人机交互多元化作为自然交互的基础是全屋智能的重要发展方向；三是渠道建设和用户引流是现阶段市场拓展的关键举措。

完整产业链图谱愈发清晰

“实现全屋智能，涉及的产业链繁杂。目前，完整的产业链图谱已愈发清晰。”王方对记者表示，产业链上游包括芯片等元器件供应商、中间件供应商，以及软件技术供应商；中游为品牌商、制造商及向家装公司、房地产公司等提供整体智能家居解决方案的供应商等；下游则包括普通消费者、家装公司等。

围绕产业链，在市场的碰撞中，也逐渐划分成了这几类势力：一是从手机行业跨界入局，如华为、小米等；二是从互联网领域入局，如阿里、小度等；三是从AIoT系统平台端和技术端切入，如涂鸦、艾拉、雅观等；四是从安防领域入局，如萤石、大华等；五是从家电领域入局，如美的、海尔、海信等；此外还有全屋智能的专业品牌和新生力量，如欧瑞博、鸿雁、绿米、LifeSmart云起、如影、控客、聪普、克伦威尔、UIOT、HDL等。

但值得注意的是，全屋智能行业截至目前尚未彻底实现智能家居系统一体化。

“目前的全屋智能大多是多个智能家居单品组合在一起，并使其共同联网，实现智能化。但因为系统兼容性差等问题，不能给用户带来互联互通的体验，感觉仍是一个个可以联网的智能单品，离真正的‘无感’体验还有相当一段路要走。”王方说。

袁帅认为，目前，全屋智能家居系统迫切需要解决的是行业标准的统一，这是实现智能家居各品牌产品互联互通的前提条件。在行业标准实现统一后的未来，产品端、云端、控制端一体化的开发将成为智能家居企业的标配产品，为用户带来家居生活的便利。

金融科技专家、阿里云MVP马超坦言：“由于目前AI的计算结果正确率还达不到智能家居的要求，而且AI模型的可解释性不强，因此所谓的全屋智能更应该叫全屋协同，智能性的确还不强。”

“AIoT万物互联方面关键还是要靠芯片的突破，不过好在这方面对于芯片算力要求不高，只对耗电、稳定性方面要求较强，如果未来在低制程芯片方面有所突破，前景还是没问题的。”马超表示。

虽然目前全屋智能在国内仍处于初级阶段，市场渗透率低，消费者反应较冷清，市场上成熟的全屋智能项目也不多见，“但随着技术的发展，相关生态系统的完善及消费者对智能家居市场认知度的提升，全屋智能解决方案将步入发展快车道。”王方说。

制造业单项冠军培育遴选和复核评价工作启动

本报讯 工业和信息化部办公厅、中国工业经济联合会日前联合下发《关于开展2022年制造业单项冠军企业（产品）培育遴选和复核评价工作的通知》。2022年制造业单项冠军企业（产品）培育遴选和复核评价工作正式启动。

《通知》指出，制造业单项冠军包括单项冠军示范企业和单项冠军产品两类。须满足以下5个条件。一是坚持专业化发展。企业长期专注并深耕于产业链某一环节或某一产品领域。从事相关领域达10年及以上，属于新产品的应达到3年及以上。二是市场份额全球领先。企业申请产品的市场占有率位居全球前3。产品类别原则上按照《统计用产品分类目录》8位或10位代码，难以准确归入的应符合行业普遍认可的惯例。三是创新能力强。企业生产技术、工艺国际领先，重视研发投入，拥有核心自主知识产权，主导或参与制定相关领域技术标准。四是质量效益高。企业申请产品质量精良，关键性能指标处于国际同类产品领先水平。经营业绩优秀，盈利能力超过行业企业的总体水平。重视并实施国际化经营和品牌战略，全球市场前景好，建立完善的品牌培育管理体系并取得良好成效。五是具有独立法人资格，具有健全的财务、知识产权、技术标准、质量保证和安全生产等管理制度。近3年无环境、质量、安全等违法记录，企业申请产品能耗达到能耗限额标准先进值，安全生产水平达到行业先进水平。

《通知》同时指出，企业依据自身条件在单项冠军示范企业和单项冠军产品中择一申请。申请单项冠军示范企业的，相应产品的销售收入须占企业主营业务收入的70%及以上。申请单项冠军产品的，只能申请一个产品。

《通知》列出了制造业单项冠军培育遴选重点领域，包括新一代信息技术、装备制造、新材料、新能源汽车和智能网联汽车、新能源、节能环保、航空航天与海洋装备等8大类、86项。

《通知》要求，完善梯度培育体系。各地方、中央企业应建立优质企业培育库，对已入选的单项冠军和有潜力的企业进行入库培育，建立联系制度，加强精准服务。支持专精特新“小巨人”企业成长为单项冠军。年销售收入4亿元以下企业，如申请单项冠军，应为已入选的专精特新“小巨人”企业。

同时，根据《关于加快培育发展制造业优质企业的指导意见》《制造业单项冠军企业培育提升专项行动实施方案》，依据动态管理的要求，每3年对入选单项冠军进行一次评估复核。对符合条件的企业（产品）在公布的名单中予以保留，对不符合条件或未提交复核申请材料的企业（产品）从名单中予以撤销。 赵晓川

受此轮新冠肺炎疫情的影响，连日来，作为民营经济重镇的福建省泉州市，发动各方力量，在做好各项防疫措施的前提下，加紧生产各类生活必需物资，保民生、保供应。图为工人在泉州晋江一家口罩生产企业作业。

新华社发 周义/摄

2035年家庭医生签约服务覆盖率力争达75%以上

本报讯 国家卫健委等六部门近日联合印发《关于推进家庭医生签约服务高质量发展的指导意见》。

《意见》提出，在确保服务质量和签约居民获得感、满意度的前提下，循序渐进积极扩大签约服务覆盖率，逐步建成以家庭医生为健康守门人的家庭医生制度。从2022年开始，各地在现有服务水平基础上，全人群和重点人群签约服务覆盖率每年提升1-3个百分点，到2035年，签约服务覆盖率达到75%以上，基本实现家庭全覆盖，重点人群签约服务覆盖率达到85%以上，满意度达到85%左右。

《意见》提出，进一步扩大家庭医生的来源渠道，旨在吸收更多医师加入家庭医生队伍，为居民提供签约服务。明确家庭医生既可以是全科医生，又可以是在医疗卫生机构执业的其他类别临床医师（含中医类别）、乡村医生及退休临床医师，并积极引导符合条件的二、三级医院医师加入家庭医生队伍。支持社会力量开展签约服务，满足居民个性化、多元化健康需求。同时，还要求加快全科医生培养速度，加强家庭医生基本医疗、基本公卫和健康管理能力培训，持续提高家庭医生队伍服务水平。

《意见》要求，基层医疗卫生机构要进一步提升基本医疗和公共卫生服务能力，提高健康管理质量，尤其是要增强家庭医生在常见病、多发病诊疗及慢性病管理方面的能力。要按照积极应对人口老龄化等国家战略要求，对行动不便、失能失智的老年人、残疾人等确有需求的重点人群，结合实际提供上门治疗、随访管理、康复、护理、安宁疗护和家庭病床等服务。对于一般人群，要结合签约居民基本健康情况，积极为其提供健康咨询、健康指导等服务。

今后，家庭医生签约服务将进一步改进服务方式。一是签约周期将更加灵活，协议服务期从此前固定的1年期调整为1年、2年或3年；二是签约服务主体从家庭医生团队变为团队或个人，家庭医生既可以组建团队提供签约服务，也可以个人作为主体提供签约服务；三是更加强调全专结合，签约服务将更加注重全科和专科的协作，促进基层医防融合，增强签约服务的连续性、协同性和综合性；四是更加注重发挥互联网作用，鼓励各地完善家庭医生签约服务相关信息系统，方便家庭医生与签约居民建立联系，实现线上为居民提供健康咨询、慢病随访、双向转诊等服务。

《意见》明确了签约服务费内涵，并强调签约服务费由医保基金、基本公共卫生服务经费和签约居民个人付费等分担，且原则上不低于70%的签约服务费用于参与签约服务人员的薪酬分配，以提高家庭医生的积极性。 方山

行业动态

1-2月电信业务收入累计完成2586亿元

本报讯 近日，工业和信息化部发布2022年1-2月份通信业经济运行情况。整体看来，1-2月份通信业运行向好，电信业务收入累计完成2586亿元，同比增长9%；互联网宽带业务收入为387亿元，同比增长8.5%；5G移动电话用户达3.84亿户，比上年末净增2905万户，占移动电话用户总数的23.3%；新建5G基站8.1万个。

其中，新兴业务收入增速突出。三家基础电信企业积极发展IPTV、互联网数据中心、大数据、云计算、物联网等新兴业务，1-2月份共完成新兴业务收入508亿元，同比增长34.1%，在电信业务收入中占比为19.6%，拉动电信业务收入增长5.5个百分点。特别值得关注的是，云计算和大数据收入同比增速分别达124.6%和58%，数据中心业务收入同比增长20.6%，物联网业务收入同比增长21.9%。

此外，语音业务收入持续回落。1-2月份，三家基础电信企业完成固定语音和移动语音业务收入32.9亿元和176亿元，同比分别下降13.5%和5.5%，在电信业务收入中总占比8.1%，占比同比下降1.4个百分点。 刘洁

我国北斗铁路行业综合应用示范工程通过验收

新华社北京3月19日电（记者赵旭 丁静） 记者19日从中铁第五勘察设计院集团有限公司获悉，中国北斗卫星导航系统重大专项——北斗铁路行业综合应用示范工程日前圆满完成各项任务。

据介绍，北斗铁路行业综合应用示范工程是国家北斗重大专项面向铁路行业的首批综合应用示范项目——围绕建设1个大数据中心，构建1个时空信息云平台，融合大数据、GIS、物联网、5G、云计算、BIM技术，面向铁路勘察设计、施工及运维三大阶段，在铁路工程测量、自动化监测系统、智慧工地系统、位置感知预警防护系统、铁路工务巡检、轨道测量及平顺性检测、“一带一路”中欧班列集装箱定位跟踪、高分遥感地质调查和高铁列控系统等9大铁路业务板块推广了8000余台套北斗终端设备。

据了解，该示范工程同步完成了71项北斗知识产权布局和专利预警，助力打造了产品系列化、技术标准化、应用规模化、服务产业化、市场全球化的“五位一体”北斗应用产业。

广州加快推动完善数字化监管市场体系

本报讯 3月17日，广州联通与广州市市场监督管理局开展战略合作签约。双方将充分发挥各自优势，在通信服务、大数据、区块链、网络安全、人工智能、5G+市场监管等方面加强合作，推动广州市场监管数字化、智能化、智慧化发展。

广州市市场监管局表示，广州市场监管系统始终大力推进“数字政府”改革建设，提高市场监管的智慧化、精准化水平，坚持业务和技术融合，在信息化、数字化、智能化建设中取得了显著成效，产生了一批国家、广东省典型创新样板。未来双方将加强联动，优势互补、资源共享，共同落实发展新理念，共同书写合作新篇章，为推动广州实现老城市新活力、“四个出新出彩”作出应有的贡献。

广州联通表示，将以此次签约为契机，与广州市市场监督管理局共同探索“5G+市场监管”业务应用服务新路径，共同推进构建“大平台支撑、大市场融合、大数据慧治、大信用共管、大服务惠民”的智慧市场监管体系。 谷瑞