



从代工仔到全球顶流，这四个中国智能品牌做对了什么？



万物互联是不可阻挡的技术趋势，它正在渗透进消费者生活的方方面面，如果中国企业可以踩准消费需求变化和技术变革的时机，就有可能抓住中国制造向中国创造转型过程中释放的机会，在全球智能消费市场上为用户提供价值和乐趣

文 | 马霖

编辑 | 余乐

在位于东莞、中山和深圳的三个工厂，深圳佳比泰智能照明公司的 20 条生产线每日稳定运转着。



这里的每一条产线一天可以生产约 5000 个智能灯泡、灯带、开关等产品，其中五条产线负责佳比泰蒸蒸日上的自有品牌业务。自 2015 年来，印有佳比泰自主品牌 Logo 的智能照明产品就源源不断地被运往美国、欧洲，在这家传统上以代工为主的公司，自有品牌的销售额已经占到总营收的三分之一。

佳比泰有广泛的代工客户群，但总经理张文彬并不满足于现状。他在 2012 年之前就意识到，代工业务从本质上来讲是缺乏核心竞争力的，像佳比泰这样的中小企业，难以匹敌大企业成规模的产品开发能力，而代工厂如果没有做成很大规模，在竞争迭代中生存空间就会越来越小。

为了企业的持续生存，2012 年张文彬带领团队主动寻求突破，从传统 LED 市场转型切入智能照明领域，又于 2015 年创立自有品牌，继续强化自身的差异化优势。

2016 年，佳比泰开始与全球化 IoT 开发平台涂鸦智能合作，其创新速度、生产效率和海外渠道进一步提升。如今通过跨境电商渠道，佳比泰年营收规模已超过 3 亿元。

从代工转型做自有品牌，从传统制造扩展至智能产品业务，在中国这个制造实力雄厚的国家，这样的转型案例还有很多。

本文就讲述了四家中国中小企业从传统制造中转型升级、踏入智能消费品浪潮的故事，它们无一例外，都创立了代表中国制造的自主品牌，也通过与涂鸦的合作互动让智能产品行销海内外。

转型，向国际市场迈进

2012 年起，随着 Wi-Fi、物联网技术的发展，智能家居市场进入到快速发展时期。2016 年-2017 年，亚马逊、百度等企业推出智能音箱产品，打开了智能产品的新流量入口，智能家居产品进入爆发期，IoT 和 AI 生态圈也越来越成熟。而随着涂鸦这样的开放平台上线后，智能产品的落地时间持续缩短，也带动了生产销售成本的降低。

如今中国智能消费类产品每年的出口额在 1000 亿元以上，其中智能照明和电工类产品占比超过 80%，是智能消费品的绝对主流。

与佳比泰的路径相似，宏泰祺也是一家代工起家的公司，不同之处在于，宏泰祺 2012 年之前做的是笔记本电池、电源代工生意，随着这个市场逐年式微，公司董事长张庆标毅然转型至照明领域。2017 年，张庆标和团队开始将产品线从传统 LED 照明拓展到智能照明和智能小家电，并以此为契机创立自主品牌 Maxcio。



数字化技术的发展扩大了照明产品的想象空间。传统灯具在开关和调节颜色时，需要走动去设置，或者通过遥控器来控制，如今通过 Wi-Fi、蓝牙、App 的控制，可以做到语音控制、远程操控等功能。目前智能产品已经成为宏泰祺业务的重中之重，主攻的跨境电商业务在 2020 年带来了 10 亿元营收，其非智能产品大大减少，宏泰祺也不再做代工业务。

在做自有品牌的四年多时间里，宏泰祺遇到不少挑战，最大的挑战在于如何研发出解决客户本质需求的产品。佳比泰也曾遇到类似的问题，由于没有做足消费者调研，团队看好的产品，后来并不好卖，在实现产品的过程中不断试错，最开始时甚至投入产出不成正比。

与涂鸦的合作则为两家公司解决了不少难题。涂鸦的一大优势是全球成熟的渠道，能够提供丰富的业务合作机会，让中国的制造企业更充分地了解海外消费者的需求，研发出适销对路的产品。同时，依托涂鸦的海外拓展能力，它们也减少了市场投入，将有限的资源集中于产品开发。

此外，涂鸦也提供给合作企业各个国家的行业技术标准，相当于为企业搭建了产品框架，企业只需要在框架里设计、填充想要的功能。涂鸦的底层框架拥有 Google Home、亚马逊 Alexa 这些智能硬件设备的认证，将 API 开放给中国的制造企业后，企业可以根据定好的标准去开发功能。

以宏泰祺为例，这家公司生产的智能灯泡、灯带、小家电等能够直接接入 Google Home 和 Alexa。在涂鸦平台的支持下，宏泰祺得到了亚马逊公司的认证，在亚马逊平台上销售产品时可以标明 Alexa 标识，获得亚

马逊的流量支持，进而带动宏泰祺的产品在国际市场上的销量。

对于佳比泰这样有嵌入式软件能力以及软硬件开发能力的企业，涂鸦也提供了其他可能性，佳比泰可以作为涂鸦 PaaS 开发者，为涂鸦生态里的其他企业提供服务。

研发，听从市场的声音

涂鸦能够为开发者节省 90% 的开发时间，降低传统企业转型去做智能化产品的难度，企业只需要将大部分精力付诸于产品本身的功能实现。对于这一点，萌牛智联也感同身受。

与佳比泰和宏泰祺相比，萌牛智联是一家更年轻的公司，成立于 2019 年，2020 年将产品线从传统照明扩展至智能照明，合作品牌包括了全球第二大照明品牌朗德万斯 (LEDVANCE)、欧洲前 10 名的老牌照明品牌西凡尼亚 (SYLVANIA)，以及欧洲各国知名头部超市品牌。



萌牛智联常务副总部盛夏告诉笔者，“如今的照明产品已不再仅仅由照明硬件构成，它已经融入到软硬件结合的智能家居大范畴内。”消费者对于照明已经不再只是开和关的简单需求，而是需要照明融入生活场景中。比如在书房里，照明能够给出聚精会神的学习场景；在电脑房里，照明可

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_34563

