

# 云米的“全屋智能”梦，“碎”在了资本市场



站在风口，猪都能飞起来。作为小米生态链企业之一的小米生态链旗下佛山市云米电器科技有限公司(以下简称云米)，曾经也是风口的那头猪。不过，坊间流传的“飞猪理论”，还有后半句，那就是风停了，猪也摔下来了。而云米由盛及衰的过程，也正在生动的诠释这个过程。

2018年美东时间9月下旬，云米科技在纳斯达克成功敲钟挂牌。彼时，云米开盘涨5.56%，开盘后股价迅速涨至日高10.95美元，最大涨幅21.67%，最终报收9.50美元。

上市之前，云米在营收方面的增长，更是令人瞠目结舌。据其招股书数据显示，公司2017年净营收8.73亿元，同比2016年3.13亿的收入增长179.4%。截至2018年6月30日，公司收入继续大幅升高，上半年营收逾10亿元，同比增速近300%。由此可见，登陆美股资本市场前后的云米，借助智能家居的概念热潮，业绩与股价齐涨，一时风光无两。

不过，好景不长，近年云米在业绩下滑的同时，市值也不断缩水。短短几年，云米也由巅峰时期进入了低谷期。而一个主张“全屋智能”的风口企业，也因为正在失势，而令人唏嘘。

欲速不达：营收、净利润大幅下滑  
据了解，云米的市值曾一度高达13.16亿美元，然而，截至美东时间7月6收盘，其股价早已在一美元以下，市值仅剩6392万美元，市值缩水超95%。这也意味着，曾经头顶“全球家庭物联网第一股”光环的云米，业绩增长疲软、股价跌跌不休，如今其光环也已褪色。

据云米公布的截至2022年12月31日的第四季度和全年未经审计的财务业绩，云米科技2022年第四季度营收9.105亿元同比下降31.69%，净亏损1.016亿元同比转亏；2022年全年营收32.327亿元同比下降39.05%，净亏损为2.755亿元。

营收净利润大幅下滑，或许是因为云米的产品线扩张过快，但是实际却有些欲速不达。云米科技创始人兼CEO陈小华甚至曾如此放言：“三分天下有云米。”由此足见其野心之大。

在快速上市的同时，云米的产品拓展速度同样十分惊人。据了解，如今其产品品类已多达60余种，拥有全行业目前最完整的

“全家桶”产品线，大到电视、冰箱、洗衣机，小到扫地机器人、路由器以及各种智能小家电，云米都有涉及，主要就是围绕家庭各个场景提供整套智能家电设备。

按照其产品线的布局速度，云米平均每年拓展至少8条产品线。而且，其线下渠道的扩张也十分激进。公开数据显示，云米目前在全国已拥有2000多家线下场景体验式门店，铺设了3.8万个售后服务网点，且在物流、安装、售后等服务方面配备了19万专业服务人员。

由此可见，云米在业务扩张方面，十分激进，甚至在渠道铺设方面，有些大刀阔斧。不过，即使如此，云米依然处于营收下滑趋势明显的困局之中。而且，这种颓势由来已久。

例如，在2021财年里，云米除了2021财年Q1的营收增速达到64.02%外，其他财季的这一数值均为负数，分别为-1.51%、-28.94%和-29.44%，负向增长速度较快。时至2022年，云米的这种颓势更有加速之势。

究其原因，云米的新增家庭用户人数增长乏力或是原因之一。据其近年财报显示，最近几个财季，云米的新增家庭用户人数增速市场达到-40.00%，负增长幅度十分夸张。另外，近年云米在落实“去小米化”策略，也相当于自断臂膀，砍掉了其部分业绩。

与此同时，其多条拳头业务线业绩下滑，也是根本原因。据其2022年财报数据显示，按业务划分，2022年，来自IoT@Home产品组合的营收为16.2亿元，同比下降52.4%；来自全屋净水解决方案的营收为6.8亿元，同比下降8.3%；来自消费产品的营收为3.58亿元，同比下降2.4%；来自小型家电及其他的营收为5.73亿元，同比下降27.7%。

通过其近年的业绩表现不难看出，云米虽然看起来业务范围很广，但是真正能给其大盘业绩加分的业务却屈指可数。加上拳头产品的营收贡献正在以两位数速度下滑，因此大盘业绩难保。

“全屋智能”故事虽好，却难自圆其说  
带着“三分天下”理想的云米科技，除了魄力十足、扩张激进外，还在产品布局方面，像极了智能手机赛道的小米。而且，依靠其“大而全”的产品类目，云米也是资本的“宠儿”。

据了解，云米自诞生至上市，仅仅经历

了52个月，期间融资数轮。除了小米科技对其进行天使轮投资外，顺为、红杉、晨兴等明星资本也前后加持。云米受资本热捧的背后，是因为其向资本市场讲述了一个非常“动听”的全屋智能故事。

不过，前文所述的业绩颓势，或许正在挫伤投资者的信心，在营收及净利润双双下滑的同时，云米唯一值得称道的，或许是其毛利率从2021年的22.6%微增到2022年的22.8%。

只不过，二级资本市场的投资者，并没有为云米这样微不足道的成绩单买单。所以，云米在业绩陷入低谷后，其股价也一蹶不振，甚至因为股价已经跌破一美元，而濒临退市。

要知道，按照纳斯达克的规定，上市公司每股价格跌破1美元，并持续30个交易日，将会收到退市警告，而被警告之后的90天内，仍不能采取相应的措施进行自救以改变其股价，将被宣布停止股票交易。

众所周知，股价与市值是一家上市公司的发展风向标，云米在资本市场的表现差强人意，也是其业绩难以撑起投资者信心的直接表现，而云米此时的“全屋智能”故事，由于缺少业绩数据支撑，而像是“空中楼阁”，难以自圆其说。

四面受敌，内忧外患  
云米的业绩节节败退，一方面或许与市场需求的变化有关，过去物联网、智能家居的热度不再，让其创业故事不仅得不到资本的认可，同样让消费者有些遇冷。

另一方面，云米上市以后，盈利水平忽高忽低，并不牢靠的盈利能力，也使其不得不“节衣缩食”，以求开源节流、实现自救。

然而，这种刀刃向内的改革，似乎显得有些杯水车薪。例如，云米财报数据显示，2022年其总运营费用由2021年的11.605亿元下降至10.3650亿元，整体降幅为10.7%。对此，云米也信誓旦旦地表示：“将继续优化成本，精简组织结构，提高运营效率，以提高公司的盈利能力”。

以云米的核心业务物联网@家庭投资组合为例，2022年相关的营业收入为16.20亿元，占总营收的比例为50.11%，在云米大盘中的地位之重要显而易见。

要知道，2021年，该业务的营业收入为34.01亿元，甚至高于云米2022年的总营

收。然而，过去其重度依赖的核心业务，也因为2022年遭受重创，而“连累”的大盘，可谓福祸相依。

“全屋智能”相关的解决方案，曾是随着其云米科技的扛把子，也是行业风向标一般的存在。随着云米对其进行“1=N44”方案升级，高端化也成为云米的重要发展方向之一。

不过，理想很丰满，现实很骨感。“全屋智能”业务同比下降了超过50%的现实，让云米的从“全屋智能”的梦中惊醒。更为致命的是，行业发展趋势表明，这样的客观数据，不是说明“全屋智能”不行了，而是说明云米的“全屋智能”不行了。

例如，据IDC的数据显示，预计2022年中国全屋智能市场销售额将突破100亿元，同比增长54.9%；而据智研咨询发布的数据显示，2022年我国智能家居行业市场规模将达到6515亿元，同比增长12.33%。这也意味着，在行业的激流之中，云米即使原地踏步，也是不进则退。

据观察，智能家居行业一片繁荣，而云米则不断下行的原因，源于全屋智能的赛道越来越拥挤，而各大玩家的市场份额也开始此消彼长，云米也因此处在了一个强敌环伺的竞争环境中。

近年，众多家电赛道的实力玩家相继进场，开始跟进“全屋智能”的概念。甚至华为、小米、美的、海尔、格力等巨头无一缺席。被科技巨头包围后，云米想要实现突围，谈何容易。值得一提的是，重营销、轻研发的行业通病，也在云米的财报中展现无遗。

数据显示，2016年至2022年，云米的研发费用率分别为9.58%、6.99%、4.84%、4.41%、4.57%、5.88%、9.28%，涨幅较低。而且，不及10%的研发投入，与同期6.71%、10.88%、14.80%、11.38%、10.25%、14.16%、19.02%的销售费用率，形成鲜明的对比。

对比之下，云米无论与拥有家电行业基因的巨头企业相比，还是与跨界入局的科技巨头企业竞争，都缺少品牌、技术、创新、资本、服务优势。内忧外患之下，云米也有些措手不及。

「于见专栏」认为，“全屋智能”早已不再只是概念，而其落地的核心要义在于，家电品牌、产品的生态特征。无论是设备互连、还是数据互通，都是未来全屋智能的标配。然而，以目前云米的产品线布局，虽然品类居多，但是在生态化布局方面，难成体系，这也是其致命短板。

因此，生态难成的云米科技，也注定难以与更加科技化的行业竞争者掰手腕、一决高低。

作为小米生态链企业之一，云米科技早年的发展，可谓顺风顺水。从产品线布局到融资上市，云米也是一路高歌猛进。然而，时过境迁，随着云米失势，其营收、净利润都出现了明显的颓势。随之而来的，便是云米在资本市场不受投资者“待见”，股价跌到了濒临颓势的边缘。

所幸的是，云米并不甘心如此的命运，也在尝试通过“开源节流”来试图力挽狂澜。然而，面对四面八方的竞争对手，云米的科技成色不足等短板短期难以补齐，因此也难以摆脱内忧外患。

无论如何，事在人为，当云米意识到了自己的发展困境之时，剩下的只是对眼前的问题各个击破。谁也不能保证，云米曾经的光环，不会恢复昔日的光彩。

**华府冷暖空调**  
专业快速，服务DC/VA/MD  
电话：240-421-7363  
9-153  
冷暖气机 热水炉  
中央空调 风管  
消毒杀菌灯 车库门  
维修 安装 保养  
代理：  
Carrier  
Payne  
Goodman  
冷暖气新机：  
零件10年保证 / 1年人工保证

**方氏冷暖**  
Carrier Trane 9-152  
240-651-9115  
空调维修  
冷气暖气  
维修安装  
质量保证  
价格合理  
专业中央空调

**安居冷暖空调公司**  
Infinity Air LLC 9-147  
代理多种名牌空调设备  
Carrier, Bryant, Payne,  
Goodman  
专业技术执照  
HVAC Master & Contractor License  
电话：571-334-9893  
Licensed, Insured

**冷暖考版**  
冷暖气机 热水炉  
中央空调 风管  
消毒杀菌灯 车库门  
维修 安装 保养  
代理：  
Carrier  
Payne  
Goodman  
冷暖气新机：  
零件10年保证 / 1年人工保证