

智能家居 - 中国 - 2022年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 智能之家具备或应该具备的关键特征
- 智能家居产品的拥有率与购买兴趣
- 消费者购买智能家居产品的原因
- 消费者对智能家居的态度

2021年，智能家居市场实现了可观的增长，这是受到消费者财务信心的复苏以及对更高品质家居生活的不断追求所驱动。各智能家居产品的拥有率均稳步增长或保持平稳，且消费者未来对所有种类的智能家居产品的购买兴趣都居高。现阶段，拥有一件或多件独立的智能家居设备已经足以让消费者认为自己的家是“智能”的。

流畅的控制与智能学习功能是消费者认为能够定义“智能”家的最重要特征。多个品牌已经推出了前装模式与全屋智能方案，以实现无缝互联与更佳的使用体验。对于智能学习功能，品牌需要与消费者就数据收集和使用进行坦诚的沟通，并提供关于如何保护用户数据的清晰说明，以赢得他们的信任和授权，使用这些数据来提高其产品的智能性能。

家庭安全和省时省心是消费者购买和使用智能家居产品的首要考虑因素。提升家居环境和生活品质一直都是刺激消费者为家居相关产品和服务消费的主要动因。因此，帮助消费者认识到智能家居产品让他们生活更轻松快乐的价值，将对进一步带动智能家居产品购置起到重要的作用。



“智能家居”对于很多中国消费者来说是非常熟悉的字眼，不仅市面上有多种智能家居产品，品牌也在不断推广各种家用电器和设备的“智能性”。虽然消费者对拥有智能的家有着强烈的兴趣，但各种智能产品（不包括智能电视）的拥有率却没有预计中的高。两者之间的差距表明，消费者购置智能家居设备仍存在阻碍，这为品牌带来了刺激进一步增长的机遇。”

— 邵娟，品类总监

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 报告定义

综述

- 市场
- 市场增长逐渐提速
数据1: 智能家居设备销售量，中国，2016-2021年
- 智能安防与新兴品类引领增长
数据2: 智能家居设备销售量（按产品品类区分），中国，2016-2021年
- 消费者的家居相关消费正处涨势
- 应用新科技，提升智能家居设备的连接与响应性能
- 前装方案展现市场潜力
- 2022年新冠疫情的影响
- 公司与品牌
- 科技品牌继续专注于打造生态圈与互联性
- 传统品牌利用在家电领域建立的优势
- 专业品牌和互联网品牌丰富智能家居产品选择
- 全屋智能方案与满足特殊需求的产品势头正劲
- 以IP联名营销并推广使用场景，沟通不同消费者
- 消费者
- 多数消费者认为自己的家“智能”
数据3: 智能家居认知，2022年
- 轻松控制与自动化功能是智能家居的主要特征
数据4: 智能家居特征——认为自己家“智能”的人群，2022年
- 远程控制是不认为自己家“智能”的消费者最期待的特征
数据5: 智能家居特征——认为自己家“智能”的人群与不认为自己家“智能”的人群，2022年
- 智能家居产品/家电拥有率保持平稳
数据6: 智能家居产品的拥有率，2020年9月 vs 2022年1月
- 购买智能清洁和智能烹饪设备的兴趣强烈
数据7: 智能家居产品非用户的购买兴趣，2022年
- 家庭安全是首要购买动因
数据8: 智能家居产品购买动因，2022年
- 消费者对智能家居有着非常积极的态度，但也存在担忧与购置阻碍
数据9: 对智能家居的态度，2022年
- 我们的观点

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

议题与洞察

- 家庭安全是消费者购置智能家居设备的首要考虑因素
- 现状
- 启示
 - 数据10: 360智能摄像机专注照看不同年龄段的儿童，2022年
 - 数据11: 小米智能门铃通过AI技术识别访客，2022年
- 控制是智能家居的关键特征
- 现状
- 启示
 - 数据12: 华为智能电视“一碰投屏”功能，2022年
 - 数据13: 华为全屋智能方案，2022年
- 证明智能家居产品价值，以推动进一步购置
- 现状
- 启示
 - 数据14: 添可食万智能料理机，2022年
 - 数据15: 华为的智能家居方案突出低碳节能，2020年

市场规模与细分

- 智能家居市场增长逐渐提速
 - 数据16: 智能家居设备销售量，中国，2016-2021年
- 智能安防与新兴品类引领增长
 - 数据17: 智能家居设备销售量（按产品品类区分），中国，2016-2021年

市场因素

- 消费者的家居相关消费正处涨势
 - 数据18: 和上个月相比在家居方面花费变多了的被访者，2020-2022年
- 应用新科技，提升智能家居设备的连接与响应性能
- 对智能家居体验更高的期待为前装模式提供了机遇

新冠疫情影响

- 新冠疫情：中国市场情况简述
- 新冠疫情对市场与消费者的影响
- 疫情加剧担忧，并影响整体财务信心
- 家居品类消费受影响，但仍存在家电升级兴趣
 - 数据19: 和上个月相比在家居方面花费变多了的被访者，上海 vs 所有，2021-2022年
 - 数据20: 计划家电消费升级的被访者，2021-2022年

竞争策略

- 科技品牌继续专注于打造生态圈与互联性

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 传统品牌利用在家电领域建立的优势
- 专业品牌和互联网品牌丰富智能家居产品选择

谁在创新

- 全屋智能方案势头正劲
- 满足特殊需求的智能家居产品具有发展潜力
数据21: 突出适合宠物家庭的石头智能吸尘器，2022年
- 以IP联名和创作，吸引寻求情感联结的消费者
数据22: 萤石儿童图鉴系列IP，2021年
- 突出场景以推动智能家居使用情况
数据23: 海尔智家app中的“瑜伽空气”快捷操作场景，2022年

智能家居认知

- 多数消费者认为自己的家“智能”
数据24: 智能家居认知，2022年
数据25: 智能家居认知（按性别、代际、家庭月收入水平和城市线级区分），2022年
- 轻松控制与自动化功能是智能家居的主要特征
数据26: 智能家居特征——认为自己家“智能”的人群，2022年
- 不同家庭结构对智能家居特征优先级排序各异
数据27: 部分智能家居特征（按居住成员区分），2022年
数据28: 部分智能家居特征（按居住情况区分），2022年
- 远程控制是不认为自己家智能的消费者最期待的特征
数据29: 智能家居特征——认为自己家“智能”的人群与不认为自己家“智能”的人群，2022年

拥有率与购买兴趣

- 智能家居产品/家电拥有率保持平稳
数据30: 智能家居产品的拥有率，2020年9月 vs 2022年1月
- 核心家庭和三世同堂之家青睐智能安防、智能清洁和智能烹饪设备
数据31: 智能家居产品的拥有率（按居住情况区分），2022年
- 购买智能清洁和智能烹饪设备的兴趣强烈
数据32: 智能家居产品非用户的购买兴趣，2022年

购买动因

- 家庭安全是首要购买动因
数据33: 智能家居产品购买动因，2022年
- 多孩家庭和有宠一族对智能安防设备的需求最盛
数据34: 选择“家庭安全”作为购买智能家居产品原因（按家庭构成和居住成员区分），2022年
- 消费者年纪越大，越注重节能

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据35: 选择“节省能源”作为购买智能家居产品原因（按代际区分），2022年

- 年轻一代和三世同堂家庭期待用智能设备照顾老人

数据36: 选择“照顾老人”作为购买智能家居产品原因（按代际和居住情况区分），2022年

- 非用户认为节能功能格外具有吸引力

数据37: 购买动机，非用户 vs 所有，2022年

对智能家居的态度

- 强烈的兴趣交织对数据隐私的担忧

数据38: 部分对智能家居的态度，2022年

- 更新换代快是主要的担忧与阻碍

数据39: 部分对智能家居的态度，2022年

- 独立设备易于使用，但希望通过前装来提升体验感

数据40: 部分对智能家居的态度，2022年

- 性价比证明与线下体验可以进一步带动智能家居购置

数据41: 部分对智能家居的态度，2022年

附录——研究方法 与 缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font, contained within a bright yellow speech bubble shape. Below the main bubble are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。