

智能家居 - 中国 - 2020年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“智能家居市场虽受新冠疫情的影响，但仍保持积极的增长前景。过去4年中，该市场保持稳定增长，消费者的设备升级意愿、物联网科技和5G应用的渗透，都是驱动市场增长的动因。整体而言，该市场仍处于发展初期阶段；智能安防、智能灯具和智能家电等细分将驱动市场创新前行。”

— 许昕远，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

2016年，智能家居零售市场销售量约为6,200万件，2020年预计将达到15,800万件，年均复合增长率为26%。物联网、5G技术和消费升级趋势创造了巨大机遇，将驱动行业前进。

受新冠疫情影响，消费者暂缓非必要的大额消费，对国内市场的销售造成短期冲击。消费者相信智能家电能提高其生活质量，这将不断促使其购买意愿转化为实际的购买行为。功能性和用户操作体验仍是影响品牌和生产商推出智能家居科技的最重要因素。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+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

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

智能家居 - 中国 - 2020年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告定义

综述

市场

数据1: 新冠疫情对智能家居市场的短期、中期和长期影响，2020年11月

数据2: 中国智能家居设备的销售量预测，2016-2020年

数据3: 中国智能家居市场零售销售额占比（按产品品类区分），2016-2020年

公司与品牌

重点品牌通过生态系统吸引消费者

跨界品牌

传统家电品牌的专业性

消费者

智能家居仍以智能娱乐设备为主

数据4: 智能家居的购买和兴趣，2020年9月

和提高生活质量联系在一起

数据5: 智能家居的购买驱动因素，2020年9月

对不同控制方式的多元偏好

数据6: 智能家居设备的控制方式偏好，2020年9月

线下门店是消费者体验的关键渠道

数据7: 消费体验，2020年9月

智能手机生产商引领智能生态系统

数据8: 品牌影响力，2020年9月

消费者对智能家居有更多期待

数据9: 对智能家居的态度，2020年9月

数据10: 对智能家居的态度，2020年9月

我们的观点

议题与洞察

绿色能源、更智能化的可持续发展和现代家居

现状

启示

跨界合作

现状

启示

为老龄化社会提供更智能的家居

现状

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

智能家居 - 中国 - 2020年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

启示

市场——您需要了解的

物联网为智能家居创造机遇

市场品牌诸多，尚未有领跑品牌

市场涵盖诸多子品类，而非只包括单一品类

市场规模与预测

受新冠影响增速放缓，行业标准欠缺

数据11: 中国智能家居设备的销售量预测，2016-2020年

市场因素

移动互联网用户增加，驱动智能设备接受率增长

语音控制技术逐渐成熟

购买意愿因地区而异

物联网吸引更多互联网巨头加入竞争

生态系统和5G升级

市场细分

智能家居平台和生态系统尚未与消费者产生共鸣

数据12: 中国智能家居市场零售销售额占比（按产品品类区分），2016-2020年

重点企业——您需要了解的

苹果凭借AI助手争夺智能家居消费者

小米通过物联网设备普及智能家居

传统生产商发挥品牌认知度的优势

电讯和有线服务供应商

竞争策略

语音助手和虚拟助手将助力跨平台互联

衡量和追踪健康数据

房地产开发商的战略联盟

谁在创新？

健康将成为新智能家居的核心

数据13: 华米智能健身基站（Amazfit HomeStudio），2020年

三星引进生活助理类的概念设备

数据14: 三星Ballie球形机器人，2020年7月

科勒（KOHLER Konnect）推出纽密（Numi）2.0智能坐便器

数据15: 科勒（KOHLER）纽密（Numi）2.0智能坐便器，2019年1月

小米推出“一指连”超宽带（UWB）技术

数据16: 小米UWB“一指连”技术，2020年10月

海尔首推世界首款智能洗衣室

数据17: 海尔智能洗衣间，2019中国家电消费电子博览会

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

智能家居 - 中国 - 2020年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

消费者——您所需要了解的

消费者通过智能家居进行休闲娱乐

对绿色能源的意识增强

在智能家居的未来设计上，消费者有和品牌同等的发言权

拥有情况和购买兴趣

消费者追求生活方式，市场增长前景可观

数据18: 智能家居的拥有情况和购买兴趣，2020年9月

智能家电的拥有率提升

数据19: 智能家居产品的拥有率，2018年8月对比2020年9月

有孩子的家庭更热衷智能家居

数据20: 智能家居产品的拥有率（按居住情况区分），2020年9月

各线城市级的消费者都有兴趣购买

数据21: 购买智能家居产品的兴趣（按城市线级区分），2020年9月

降低消费入门槛，提高产品渗透率

数据22: 智能家居产品的拥有率（按家庭月收入区分），2020年9月

购买驱动因素

消费者将智能家居和生活质量联系在一起

数据23: 智能家居的购买驱动因素，2020年9月

80后消费者希望从智能家居中获得更多乐趣

数据24: 购买驱动因素——“让生活更有乐趣”（按年龄区分），2020年9月

一线和二线城市消费者更担忧环境问题

数据25: 购买驱动因素——“节能”（按城市线级区分），2020年9月

随着年龄增加，消费者更关注实用性

数据26: 购买驱动因素——“智能功能实用性强”和“有未来科技感”（按年龄区分），2020年9月

控制方式偏好

半数以上消费者偏爱通过生物识别技术控制智能家居

数据27: 智能家居设备的控制方式偏好，2020年9月

消费者对于自己的控制偏好还没有形成一个成熟的认识

数据28: 智能家居设备的控制方式偏好（按目前拥有智能设备的消费者区分），2020年9月

突出产品的遥控设计

数据29: 智能设备的控制偏好（按购买驱动因素区分），2020年9月

品牌可尤其重视提高70后消费者的用户体验

数据30: 控制偏好（“没有偏好”）——按代际区分，2020年9月

消费者接触点

线下实体店是消费者体验智能家居的主要渠道

数据31: 智能家居的消费者接触点，2020年9月

在商业区触及年轻白领消费者

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

智能家居 - 中国 - 2020年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据32: 在办公楼和餐馆体验过智能家居的消费者 (按年龄区分), 2020年9月

高端酒店的智能家居设备最吸引年轻消费者关注

数据33: 在办公楼高端酒店体验过智能家居的消费者 (按年龄区分), 2020年9月

线下零售体验要营造家庭型场景

数据34: 在高端酒店和线下门店体验过智能家居的消费者 (按家庭月收入 and 居住情况区分), 2020年9月

品牌影响力

智能生态系统在智能家居中至关重要

数据35: 品牌影响力, 2020年9月

年轻消费者对小米的提及率最高

数据36: 品牌影响力——小米 (按年龄区分), 2020年9月

市场阵地相对平整

数据37: 品牌影响力 (按不同智能设备的拥有者区分), 2020年9月

对智能家居的态度

消费者对智能家居的态度有分歧

数据38: 对智能家居的态度 (“现在的智能家居设备能完全满足我的需求”和“现在的智能家居设备还不能满足我的需求”), 2020年9月

数据39: 对智能家居的态度 (现在的智能家居设备能否满足需求) ——按性别、城市线级和年龄区分, 2020年9月

消费者对理想智能家居场景有很大自主性

数据40: 对智能家居的态度 (房屋是否预装智能家居), 2020年9月

数据41: 对智能家居的态度 (房屋是否预装智能家居) ——按婚姻状况区分, 2020年9月

较高收入的消费者不太在乎开关按钮

数据42: 对智能家居的态度 (智能设备的设计) ——按家庭收入区分, 2020年9月

女性对设计感兴趣

数据43: 对智能家居的态度 (智能家居外观设计) ——按性别区分, 2020年9月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群不仅追求趣味和价值

数据44: 购买驱动因素 (按消费者分类区分), 2020年9月

为英敏特城市精英人群提供更多适合其生活方式的选择

数据45: 对智能家居的态度 (按消费者分类区分), 2020年9月

附录——研究方法和缩写

研究方法

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com