

# 2019年中国个人/家庭服务机器人行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国个人/家庭服务机器人行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/jixie/389176389176.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

2015年之前个人/家庭服务机器人销售量及销售额总体维持较好增长趋势，在中国市场带动下，2016年开始有所加速，预计2018到2021年全球增速有望维持在20%左右。值得一提的是，由于产业尚处发展初期，国际机器人协会（IFR）统计数据已较为权威但仍难以全面覆盖，结合商务委等第三方机构所披露的国内数据来看，IFR统计对行业整体或仍存一定程度低估，不过无碍行业规模大致认知及趋势描述。

### 功能型驱动个人/家庭服务机器人规模扩张

明晰了个人/家庭服务机器人在整个机器人产业中的地位之后，接下来让我们将目光聚焦到服务机器人行业内部。首先从功能分类角度来看，家庭服务机器人可进一步细分为：功能型（家务）、助理型与娱乐教育型；其中，功能型主要职能在于承担家务劳动，标准化程度相对较高，因此目前发展也相对较为成熟，产品品类包括扫地机器人、拖地机器人、擦窗机器人等；助理型及娱乐教育型家庭服务机器人仍处萌芽期，分类及应用界限均较模糊，一般助理型家庭服务机器人包括管家机器人、情感陪伴机器人、家用医疗护理机器人等，人机交互要求较高，广义上智能音响也可以被称为助理型机器人；而典型的教育娱乐型家庭服务机器人即为 Lego Mindstorms 及优必选等中低龄教育产品。

个人/家庭服务机器人主要分为功能型、娱乐型及助理型三类 资料来源：IFR

助理型机器人产品由于成熟度相对较低，尚未得到市场充分接受，因此目前 IFR 统计数据仍以功能型及娱乐型机器人为主。2016年 IFR 口径下的个人/家庭服务机器人总销量约为670万台，其中功能型家庭服务机器人销量约为460万台，教育娱乐型家庭服务机器人销量约为10万台；成长性来看，功能型及娱乐型家庭服务机器人销量复合增速较为接近，2010-2016年 CAGR 分别约为21%及19%，销售额 CAGR 分别为28%及35%。

2010-2017年功能型机器人销量 数据来源：IFR

2010-2017年功能型机器人销售额 数据来源：IFR

从产品结构角度来看，得益于家庭地面清洁系机器人产品尤其是扫地机器人日趋成熟，功能型家庭服务机器人销量在个人/家庭服务机器人之中占比总体呈现出提升趋势，2016年该比例约为68.66%。娱乐型家庭服务机器人方面，由于售价相对较高的情感陪护型机器人初级产品以及乐高 Mindstorms 系列逐步推向市场，中途行业均价出现了明显上行走势，从而带动销售额占比提升，不过随着后期价格持续回落，占比也相应下滑。

2016年以来功能型机器人销售量及销售额占比均有所回升 数据来源：IFR

功能型及娱乐型机器人销售均价均呈现出下行趋势 数据来源：IFR

此外，2015年家庭地面清洁系机器人占功能型产品销量比例约为96%，同期玩具类机器人占教育娱乐机器人销量比例约为70%，余下部分主要为教育型及实验型机器人。总体来看，在个人/家庭服务机器人领域，功能型及娱乐型机器人近年来均有较好表现，且功

能型发展更为成熟；尽管在可预计的未来成熟度较高且确定性空间较大的工业机器人仍将是行业的主要关注点，但随着以扫地机器人为代表的个人/家庭服务机器人产品取得突破，以及助理型产品日趋成熟，机器人产品在家庭领域内的应用前景也将值得期待。（TC）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国个人/家庭服务机器人行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2016-2018年中国个人/家庭服务机器人行业发展概述

#### 第一节 个人/家庭服务机器人行业发展情况概述

- 一、个人/家庭服务机器人行业相关定义
- 二、个人/家庭服务机器人行业基本情况介绍
- 三、个人/家庭服务机器人行业发展特点分析

#### 第二节 中国个人/家庭服务机器人行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍

## 二、个人/家庭服务机器人行业产业链条分析

### 三、中国个人/家庭服务机器人行业产业链环节分析

#### 1、上游产业

#### 2、下游产业

### 第三节 中国个人/家庭服务机器人行业生命周期分析

#### 一、个人/家庭服务机器人行业生命周期理论概述

#### 二、个人/家庭服务机器人行业所属的生命周期分析

### 第四节 个人/家庭服务机器人行业经济指标分析

#### 一、个人/家庭服务机器人行业的赢利性分析

#### 二、个人/家庭服务机器人行业的经济周期分析

#### 三、个人/家庭服务机器人行业附加值的提升空间分析

### 第五节 中国个人/家庭服务机器人行业进入壁垒分析

#### 一、个人/家庭服务机器人行业资金壁垒分析

#### 二、个人/家庭服务机器人行业技术壁垒分析

#### 三、个人/家庭服务机器人行业人才壁垒分析

#### 四、个人/家庭服务机器人行业品牌壁垒分析

#### 五、个人/家庭服务机器人行业其他壁垒分析

## 第二章 2016-2018年全球个人/家庭服务机器人行业市场发展现状分析

### 第一节 全球个人/家庭服务机器人行业发展历程回顾

### 第二节 全球个人/家庭服务机器人行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲个人/家庭服务机器人行业地区市场分析

#### 一、亚洲个人/家庭服务机器人行业市场现状分析

#### 二、亚洲个人/家庭服务机器人行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲个人/家庭服务机器人行业市场前景分析

### 第四节 北美个人/家庭服务机器人行业地区市场分析

#### 一、北美个人/家庭服务机器人行业市场现状分析

#### 二、北美个人/家庭服务机器人行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美个人/家庭服务机器人行业市场前景分析

### 第五节 欧盟个人/家庭服务机器人行业地区市场分析

#### 一、欧盟个人/家庭服务机器人行业市场现状分析

#### 二、欧盟个人/家庭服务机器人行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧盟个人/家庭服务机器人行业市场前景分析

### 第六节 2019-2025年世界个人/家庭服务机器人行业分布走势预测

### 第七节 2019-2025年全球个人/家庭服务机器人行业市场规模预测

### 第三章 中国个人/家庭服务机器人产业发展环境分析

#### 第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品个人/家庭服务机器人总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

#### 第二节 中国个人/家庭服务机器人行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

#### 第三节 中国个人/家庭服务机器人产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

### 第四章 中国个人/家庭服务机器人行业运行情况

#### 第一节 中国个人/家庭服务机器人行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

#### 第二节 中国个人/家庭服务机器人行业市场规模分析

#### 第三节 中国个人/家庭服务机器人行业供应情况分析

#### 第四节 中国个人/家庭服务机器人行业需求情况分析

#### 第五节 中国个人/家庭服务机器人行业供需平衡分析

#### 第六节 中国个人/家庭服务机器人行业发展趋势分析

### 第五章 中国个人/家庭服务机器人所属行业运行数据监测

#### 第一节 中国个人/家庭服务机器人所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

## 第二节 中国个人/家庭服务机器人所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

## 第三节 中国个人/家庭服务机器人所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

## 第六章 2016-2018年中国个人/家庭服务机器人市场格局分析

### 第一节 中国个人/家庭服务机器人行业竞争现状分析

- 一、中国个人/家庭服务机器人行业竞争情况分析
- 二、中国个人/家庭服务机器人行业主要品牌分析

### 第二节 中国个人/家庭服务机器人行业集中度分析

- 一、中国个人/家庭服务机器人行业市场集中度分析
- 二、中国个人/家庭服务机器人行业企业集中度分析

### 第三节 中国个人/家庭服务机器人行业存在的问题

### 第四节 中国个人/家庭服务机器人行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国个人/家庭服务机器人行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

## 第七章 2016-2018年中国个人/家庭服务机器人行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国个人/家庭服务机器人行业消费市场动态情况

### 第二节 中国个人/家庭服务机器人行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

### 第三节 个人/家庭服务机器人行业成本分析

#### 第四节 个人/家庭服务机器人行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

#### 第五节 中国个人/家庭服务机器人行业价格现状分析

#### 第六节 中国个人/家庭服务机器人行业平均价格走势预测

- 一、中国个人/家庭服务机器人行业价格影响因素
- 二、中国个人/家庭服务机器人行业平均价格走势预测
- 三、中国个人/家庭服务机器人行业平均价格增速预测

## 第八章 2016-2018年中国个人/家庭服务机器人行业区域市场现状分析

### 第一节 中国个人/家庭服务机器人行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地个人/家庭服务机器人市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区个人/家庭服务机器人市场规模分析
- 四、华东地区个人/家庭服务机器人市场规模预测

#### 第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区个人/家庭服务机器人市场规模分析
- 四、华中地区个人/家庭服务机器人市场规模预测

#### 第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区个人/家庭服务机器人市场规模分析

## 第九章 2016-2018年中国个人/家庭服务机器人行业竞争情况

### 第一节 中国个人/家庭服务机器人行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力



## 五、客户议价能力

### 第二节 中国个人/家庭服务机器人行业SWOT分析

#### 一、行业优势分析

#### 二、行业劣势分析

#### 三、行业机会分析

#### 四、行业威胁分析

### 第三节 中国个人/家庭服务机器人行业竞争环境分析（PEST）

#### 一、政策环境

#### 二、经济环境

#### 三、社会环境

#### 四、技术环境

## 第十章 个人/家庭服务机器人行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

##### 1、主要经济指标情况

##### 2、企业盈利能力分析

##### 3、企业偿债能力分析

##### 4、企业运营能力分析

##### 5、企业成长能力分析

#### 四、公司优劣势分析

### 第二节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第三节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第四节 企业

#### 一、企业概况

## 二、主营产品

## 三、运营情况

## 四、公司优劣势分析

### 第五节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2019-2025年中国个人/家庭服务机器人行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国个人/家庭服务机器人行业未来发展前景分析

#### 一、个人/家庭服务机器人行业国内投资环境分析

#### 二、中国个人/家庭服务机器人行业市场机会分析

#### 三、中国个人/家庭服务机器人行业投资增速预测

### 第二节 中国个人/家庭服务机器人行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国个人/家庭服务机器人行业市场发展预测

#### 一、中国个人/家庭服务机器人行业市场规模预测

#### 二、中国个人/家庭服务机器人行业市场规模增速预测

#### 三、中国个人/家庭服务机器人行业产值规模预测

#### 四、中国个人/家庭服务机器人行业产值增速预测

#### 五、中国个人/家庭服务机器人行业供需情况预测

### 第四节 中国个人/家庭服务机器人行业盈利走势预测

#### 一、中国个人/家庭服务机器人行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国个人/家庭服务机器人行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2019-2025年中国个人/家庭服务机器人行业投资风险与营销分析

### 第一节 个人/家庭服务机器人行业投资风险分析

#### 一、个人/家庭服务机器人行业政策风险分析

#### 二、个人/家庭服务机器人行业技术风险分析

#### 三、个人/家庭服务机器人行业竞争风险分析

#### 四、个人/家庭服务机器人行业其他风险分析

### 第二节 个人/家庭服务机器人行业企业经营发展分析及建议

#### 一、个人/家庭服务机器人行业经营模式

#### 二、个人/家庭服务机器人行业销售模式

#### 三、个人/家庭服务机器人行业创新方向

### 第三节 个人/家庭服务机器人行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

## 第十三章 2019-2025年中国个人/家庭服务机器人行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国个人/家庭服务机器人行业品牌战略分析

- 一、个人/家庭服务机器人企业品牌的重要性
- 二、个人/家庭服务机器人企业实施品牌战略的意义
- 三、个人/家庭服务机器人企业品牌的现状分析
- 四、个人/家庭服务机器人企业的品牌战略
- 五、个人/家庭服务机器人品牌战略管理的策略

### 第二节 中国个人/家庭服务机器人行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国个人/家庭服务机器人行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

## 第十四章 2019-2025年中国个人/家庭服务机器人行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国个人/家庭服务机器人行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

### 第二节 中国个人/家庭服务机器人行业定价策略分析

### 第三节 中国个人/家庭服务机器人行业营销渠道策略

- 一、个人/家庭服务机器人行业渠道选择策略

二、个人/家庭服务机器人行业营销策略

第四节 中国个人/家庭服务机器人行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国个人/家庭服务机器人行业重点投资区域分析

二、中国个人/家庭服务机器人行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jixie/389176389176.html>