

2019年中国扫地机器人行业分析报告- 市场深度调研与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国扫地机器人行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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/389179389179.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

与工业机器人相比，扫地机器人诞生时间并不长。上世纪末期，Electrolux 才对外发布对于扫地机器人行业而言具有“原型机”意义的产品“Trilobite”，02 年开始民用市场才逐步被 iRobot 打开，随之而来的便是典型的规模扩张与产品升级路径。

影响扫地机器人历史发展进程的产品及技术创新

资料来源：互联网

从产品角度来看，扫地机器人的发展历程可大致划分为产品孕育及产品应用两个典型阶段，前者以 1997 年 Electrolux 发布其第一台扫地机器人原型机“Trilobite”（2001 年 Electrolux 才向市场推出 Trilobite 扫地机器人产品）为标志，后者以 2002 年 iRobot 发布扫地机器人产品进军民用扫地机器人市场为节点。如今来看，无论是外形还是功能上，“Trilobite”对于扫地机器人行业的“原型机”意义均较为明显：截至目前，除了 Neato 的“D”型扫地机器人及松下的“三角形”扫地机器人之外，市场上主要的扫地机器人产品仍旧沿用“Trilobite”的圆盘式外观设计；功能方面，初代 Trilobite 采用反射式超声波传感器实现定位规避、依靠底部车轮实现自主运动、配备滚刷加真空泵的清扫系统、能够实现自动返回充电，这与当前市场流行的扫地机器人产品功能配置已较接近。近 20 年来扫地机器人产品端的发展，更多的是将原有各项功能进一步完善、优化和提升，尤其是定位及路线规划上，此外，部分产品开始集成拖地、安防、智能控制终端等功能。

值得一提的是，在行业发展早期，除了对产品孕育具有关键作用的 Electrolux，和对市场开拓具有关键作用的 iRobot 之外，主要传统吸尘器厂商均有参与，典型的即为 Dyson。98 年开始，Dyson 就着手推进其扫地机器人产品研发，不过由于立项时功能定位较高，最终原型机 DC06 包含了 54 个电池单元、70 个传感器及 3 个中央处理器，在当时的技术条件下，上述配置的价格十分昂贵，且外形、尺寸及重量等均不利于大规模推广。因此，Dyson DC06 最终并未推向终端市场，但其在功能及智能方面的追求，已经成为目前行业发展方向，戴森也最终在 2015 年上市了自己的扫地机器人产品 360 eye。

Dyson 早期扫地机器人 DC 06 与目前上市的 Dyson 360 eye 对比 资料来源：戴森官方网站

在后来的产品升级过程中，家用扫地机器人的发展基本可以根据清扫路径解决方案的不同，以 08 年为界分成“随机”及“规划”两个阶段；08 年之前，行业产品主要搭载超声波或红外线组件以“随机触碰”循环清扫为主，后期发展出了借助附加装置进行清扫的解决方案（iRobot），但总体效率依然较低；08 年之后，清扫路径规划技术才开始逐步运用到扫地机器人产品上。如果将扫地机器人的工作过程大致分为定位、构图、规划及清扫四个步骤，定位则可以理解为客观环境信息输入，构图则是在定位基础上通过 SLAM 等系统算法构建环境地图，完成之后，处理器可基于一定算法进行清扫路径规划，并最终由电机、滚刷及边刷等功能组件完成清扫。整体来看，目前主要厂商发布的旗舰扫地机器人产品均为规划型，差异

主要体现在输入技术选用、算法及清扫系统硬件上。

扫地机器人结构示意图及主要运行组件 资料来源：《扫地机器人自主定位算法的研究与应用》

目前，室内环境信息的输入方法主要有无线载波、视觉图像、激光雷达三种，在定位精度、硬件成本及应用场景等指标上均各有优劣，无线载波在浦桑尼克部分产品上有应用，而就 iRobot、科沃斯、Neato、Dyson 等规模厂商最新发布的扫地机器人来看，视觉图像及激光雷达采用频率较高。其中 15 年 iRobot 上市的旗舰 Roomba 980、15 年 Dyson 上市的 360 eye、18 年科沃斯发布的 DJ35 均采用视觉导航技术，而 16 年小米发布的米家、17 年 Neato 发布的 Botvac D7 以及 18 年科沃斯发布的 DN 系列扫地机器人产品均采用雷达导航系统。对比两种信息录入方案来看，LDS 强在“后端”，即在信息搜集后的处理建模环节，技术路径成熟，但“前端”即传感器成本较高及可采集的环境信息量相对有限，而视觉图像法强在“前端”即可以以相对较低的成本实现大量的环境信息搜集，但在“后端”处理技术上并不十分成熟，主要牵涉到图形识别及转化等。

最后回到最本质的清洁能力，从主要型号的吸力相关参数来看，扫地机器人与手持式无线吸尘器相比仍有较为明显的差距，考虑到自重、推进系统的限制，预计未来在吸力上也不会有太大突破，应用场景主要以轻度高频打扫为主，产品升级方向也主要聚焦在更加全面智能的清扫路径、障碍识别等；不过，值得注意的是，即便在功能体验仍有较大完善空间的情况下，产品依旧实现了爆发式增长，这也充分说明了需求端的潜力，与之类似的场景在家电行业另一新兴品类洗碗机上也有明显体现，这无疑从侧面反映出消费者对于“解放双手”类产品的迫切需求。

主要扫地机器人产品吸力与手持式吸尘器相比仍有明显差距 资料来源：莱克、石头科技、福玛特官方网站（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年中国扫地机器人行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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年中国扫地机器人行业发展概述

第一节 扫地机器人行业发展情况概述

- 一、扫地机器人行业相关定义
- 二、扫地机器人行业基本情况介绍
- 三、扫地机器人行业发展特点分析

第二节 中国扫地机器人行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、扫地机器人行业产业链条分析
- 三、中国扫地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 中国扫地机器人行业生命周期分析

- 一、扫地机器人行业生命周期理论概述
- 二、扫地机器人行业所属的生命周期分析

第四节 扫地机器人行业经济指标分析

- 一、扫地机器人行业的赢利性分析
- 二、扫地机器人行业的经济周期分析
- 三、扫地机器人行业附加值的提升空间分析

第五节 中国扫地机器人行业进入壁垒分析

- 一、扫地机器人行业资金壁垒分析
- 二、扫地机器人行业技术壁垒分析
- 三、扫地机器人行业人才壁垒分析
- 四、扫地机器人行业品牌壁垒分析

五、扫地机器人行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球扫地机器人行业市场发展现状分析

第一节 全球扫地机器人行业发展历程回顾

第二节 全球扫地机器人行业市场区域分布情况

第三节 亚洲扫地机器人行业地区市场分析

一、亚洲扫地机器人行业市场现状分析

二、亚洲扫地机器人行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲扫地机器人行业市场前景分析

第四节 北美扫地机器人行业地区市场分析

一、北美扫地机器人行业市场现状分析

二、北美扫地机器人行业市场规模与市场需求分析

三、北美扫地机器人行业市场前景分析

第五节 欧盟扫地机器人行业地区市场分析

一、欧盟扫地机器人行业市场现状分析

二、欧盟扫地机器人行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟扫地机器人行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界扫地机器人行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球扫地机器人行业市场规模预测

第三章 中国扫地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、全社会消费品扫地机器人总额

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 中国扫地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 中国扫地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 中国扫地机器人行业运行情况

第一节 中国扫地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 中国扫地机器人行业市场规模分析

第三节 中国扫地机器人行业供应情况分析

第四节 中国扫地机器人行业需求情况分析

第五节 中国扫地机器人行业供需平衡分析

第六节 中国扫地机器人行业发展趋势分析

第五章 中国扫地机器人所属行业运行数据监测

第一节 中国扫地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 中国扫地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 中国扫地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年中国扫地机器人市场格局分析

第一节 中国扫地机器人行业竞争现状分析

一、中国扫地机器人行业竞争情况分析

二、中国扫地机器人行业主要品牌分析

第二节 中国扫地机器人行业集中度分析

一、中国扫地机器人行业市场集中度分析

二、中国扫地机器人行业企业集中度分析

第三节 中国扫地机器人行业存在的问题

第四节 中国扫地机器人行业解决问题的策略分析

第五节 中国扫地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年中国扫地机器人行业需求特点与动态分析

第一节 中国扫地机器人行业消费市场动态情况

第二节 中国扫地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 扫地机器人行业成本分析

第四节 扫地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 中国扫地机器人行业价格现状分析

第六节 中国扫地机器人行业平均价格走势预测

一、中国扫地机器人行业价格影响因素

二、中国扫地机器人行业平均价格走势预测

三、中国扫地机器人行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国扫地机器人行业区域市场现状分析

第一节 中国扫地机器人行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地扫地机器人市场分析

一、华东地区概述

- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区扫地机器人市场规模分析
- 四、华东地区扫地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、华中地区扫地机器人市场规模分析
- 四、华中地区扫地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、华南地区扫地机器人市场规模分析

第九章 2016-2018年中国扫地机器人行业竞争情况

第一节 中国扫地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 中国扫地机器人行业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 中国扫地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 扫地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年中国扫地机器人行业发展前景分析与预测

第一节 中国扫地机器人行业未来发展前景分析

- 一、扫地机器人行业国内投资环境分析
- 二、中国扫地机器人行业市场机会分析
- 三、中国扫地机器人行业投资增速预测

第二节 中国扫地机器人行业未来发展趋势预测

第三节 中国扫地机器人行业市场发展预测

- 一、中国扫地机器人行业市场规模预测
- 二、中国扫地机器人行业市场规模增速预测
- 三、中国扫地机器人行业产值规模预测
- 四、中国扫地机器人行业产值增速预测
- 五、中国扫地机器人行业供需情况预测
- 第四节 中国扫地机器人行业盈利走势预测
- 一、中国扫地机器人行业毛利润同比增速预测
- 二、中国扫地机器人行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国扫地机器人行业投资风险与营销分析

第一节 扫地机器人行业投资风险分析

- 一、扫地机器人行业政策风险分析
- 二、扫地机器人行业技术风险分析
- 三、扫地机器人行业竞争风险分析
- 四、扫地机器人行业其他风险分析

第二节 扫地机器人行业企业经营发展分析及建议

- 一、扫地机器人行业经营模式
- 二、扫地机器人行业销售模式
- 三、扫地机器人行业创新方向

第三节 扫地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年中国扫地机器人行业发展策略及投资建议

第一节 中国扫地机器人行业品牌战略分析

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

第二节 中国扫地机器人行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国扫地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年中国扫地机器人行业发展策略及投资建议

第一节 中国扫地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 中国扫地机器人行业定价策略分析

第三节 中国扫地机器人行业营销渠道策略

一、扫地机器人行业渠道选择策略

二、扫地机器人行业营销策略

第四节 中国扫地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、中国扫地机器人行业重点投资区域分析

二、中国扫地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/389179389179.html>