

2018年中国智能家居市场分析报告- 行业运营态势与投资前景研究

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《2018年中国智能家居市场分析报告-行业运营态势与投资前景研究》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/jiadianchanye/329316329316.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

智能家居（英文：smart home, home automation）是以住宅为平台，利用综合布线技术、网络通信技术、安全防范技术、自动控制技术、音视频技术将家居生活有关的设施集成，构建高效的住宅设施与家庭日程事务的管理系统，提升家居安全性、便利性、舒适性、艺术性，并实现环保节能的居住环境。

智能家居在中国的发展经历的四个阶段，分别是萌芽期、开创期、徘徊期、融合演变期。

1.萌芽期/智能小区期（1994年-1999年） 这是智能家居在中国的第一个发展阶段，整个行业还处在一个概念熟悉、产品认知的阶段，这时没有出现专业的智能家居生产厂商，只有深圳有一两家从事美国X-10智能家居代理销售的公司从事进口零售业务，产品多销售给居住国内的欧美用户。

2.开创期（2000年-2005年） 国内先后成立了五十多家智能家居研发生产企业，主要集中在深圳、上海、天津、北京、杭州、厦门等地。智能家居的市场营销、技术培训体系逐渐完善起来，此阶段，国外智能家居产品基本没有进入国内市场。

3.徘徊期（2006-2010年） 2005年以后，由于上一阶段智能家居企业的野蛮成长和恶性竞争，给智能家居行业带来了极大的负面影响：包括过分夸大智能家居的功能而实际上无法达到这个效果、厂商只顾发展代理商却忽略了对代理商的培训和扶持导致代理商经营困难、产品不稳定导致用户高投诉率。行业用户、媒体开始质疑智能家居的实际效果，由原来的鼓吹变得谨慎，市场销售也几年出来增长减缓甚至部分区域出现了销售额下降的现象。2005年-2007年，大约有20多家智能家居生产企业退出了这一市场，各地代理商结业转行的也不在少数。许多坚持下来的智能家居企业，在这几年也经历了缩减规模的痛苦。正在这一时期，国外的智能家居品牌却暗中布局进入了中国市场，而活跃在市场上的国外主要智能家居品牌都是这一时期进入中国市场的，如罗格朗、霍尼韦尔、施耐德、Control4等。国内部分存活下来的企业也逐渐找到自己的发展方向，例如天津瑞朗，青岛爱尔豪斯，海尔，科道等，用X10，深圳索科特做了空调远程控制，成为工业智控的厂家。

4.融合演变期（2011-2020年） 进入2011年以来，市场明显看到了增长的势头，而且大的行业背景是房地产受到调控。智能家居的放量增长说明智能家居行业进入了一个拐点，由徘徊期进入了新一轮的融合演变期。

接下来的三到五年，智能家居一方面进入一个相对快速的发展阶段，另一方面协议与技术标准开始主动互通和融合，行业并购现象开始出来甚至成为主流。 接下来的五到十年，将是智能家居行业发展极为快速，但也是最不可琢磨的时期，由于住宅家庭成为各行业争夺的焦点市场，智能家居作为一个承接平台成为各方力量首先争夺的目标。谁能最终胜出，我们可以作种种分析，但最终结果，也许只有到时才知。但不管如何发展，这个阶段国内将诞生多家年销售额上百亿元的智能家居企业。

5.爆发期 进入到2014年以来，各大厂商已开始密集布局智能家居，尽管从产业

来看，业内还没有特别成功的案例显现，这预示着行业发展仍处于探索阶段，但越来越多的厂商开始介入和参与已使得外界意识到，智能家居未来已不可逆转。

目前来看，智能家居经过一年多产业磨合，已正处爆发前夜。业内人士认为，2015年随着合作企业已普遍进入到出成果时刻，智能家居新品将会层出不穷，业内涌现的新案例也会越来越多。

智能家居产业链 资料来源：观研天下数据中心整理

为了实现上述目标，智能家居系统设计时要遵循以下原则：

一、实用便利 智能家居最基本的目标是为人们提供一个舒适、安全、方便和高效的生活环境。对智能家居产品来说，最重要的是以实用为核心，摒弃掉那些华而不实，只能充作摆设的功能，产品以实用性、易用性和人性化为主。

在设计智能家居系统时，应根据用户对智能家居功能的需求，整合以下最实用最基本的家居控制功能：包括智能家电控制、智能灯光控制、电动窗帘控制、防盗报警、门禁对讲、煤气泄露等，同时还可以拓展诸如三表抄送、视频点播等服务增值功能。对很多个性化智能家居的控制方式很丰富多样，比如：本地控制、遥控控制、集中控制、手机远程控制、感应控制、网络控制、定时控制等等，其本意是让人们摆脱繁琐的事务，提高效率，如果操作过程和程序设置过于繁琐，容易让用户产生排斥心理。所以在对智能家居的设计时一定要充分考虑到用户体验，注重操作的便利化和直观性，最好能采用图形图像化的控制界面，让操作所见即所得。

二、可靠性

整个建筑的各个智能化子系统应能二十四小时运转，系统的安全性、可靠性和容错能力必须予以高度重视。对各个子系统，以电源、系统备份等方面采取相应的容错措施，保证系统正常安全使用、质量、性能良好，具备应付各种复杂环境变化的能力。

三、标准性

智能家居系统方案的设计应依照国家和地区的有关标准进行，确保系统的扩充性和扩展性，在系统传输上采用标准的TCP/IP协议网络技术，保证不同产商之间系统可以兼容与互联。系统的前端设备是多功能的、开放的、可以扩展的设备。如系统主机、终端与模块采用标准化接口设计，为家居智能系统外部厂商提供集成的平台，而且其功能可以扩展，当需要增加功能时，不必再开挖管网，简单可靠、方便节约。设计选用的系统和产品能够使本系统与未来不断发展的第三方受控设备进行互通互连。

四、方便性

布线安装是否简单直接关系到成本，可扩展性，可维护性的问题，一定要选择布线简单的系统，施工时可与小区宽带一起布线，简单、容易；设备方面容易学习掌握、操作和维护简便。系统在工程安装调试中的方便设计也非常重要。家庭智能化有一个显着的特点，就是安装、调试与维护的工作量非常大，需要大量的人力物力投入，成为制约行业发展的瓶颈。针对这个问题，系统在设计时，就应考虑安装与维护的方便性，比如系统可以通过Internet远程调试与维护。通过网络，不仅使住户能够实现家庭智能化系统的控制功能，还允许工程人员在远程检查系统的工作状况，对系统出现的故障进行诊断。这样，系统设置与版本更新可以在异地进行，从而大大方便了系统的应用与维护，提高了响应速度，降低了维护

成本。 五、轻巧型

“轻巧”型智能家居产品顾名思义它是一种轻量级的智能家居系统。“简单”、“实用”、“灵巧”是它的最主要特点，也是其与传统智能家居系统最大的区别。所以我们一般把无需施工部署，功能可自由搭配组合且价格相对便宜可直接面对最终消费者销售的智能家居产品称为“轻巧”型智能家居产品。（FSW） 观研天下发布的《2018年中国智能家居市场分析报告-行业运营态势与投资前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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、智能家居T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 2015-2017年中国智能家居行业发展概述

第一节 智能家居行业发展情况概述

- 一、智能家居行业相关定义
- 二、智能家居行业基本情况介绍
- 三、智能家居行业发展特点分析

第二节 中国智能家居行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、智能家居行业产业链条分析

三、中国智能家居行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国智能家居行业生命周期分析

一、智能家居行业生命周期理论概述

二、智能家居行业所属的生命周期分析

第四节 智能家居行业经济指标分析

一、智能家居行业的赢利性分析

二、智能家居行业的经济周期分析

三、智能家居行业附加值的提升空间分析

第五节 国中智能家居行业进入壁垒分析

一、智能家居行业资金壁垒分析

二、智能家居行业技术壁垒分析

三、智能家居行业人才壁垒分析

四、智能家居行业品牌壁垒分析

五、智能家居行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球智能家居行业市场发展现状分析

第一节 全球智能家居行业发展历程回顾

第二节 全球智能家居行业市场区域分布情况

第三节 亚洲智能家居行业地区市场分析

一、亚洲智能家居行业市场现状分析

二、亚洲智能家居行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲智能家居行业市场前景分析

第四节 北美智能家居行业地区市场分析

一、北美智能家居行业市场现状分析

二、北美智能家居行业市场规模与市场需求分析

三、北美智能家居行业市场前景分析

第五节 欧盟智能家居行业地区市场分析

一、欧盟智能家居行业市场现状分析

二、欧盟智能家居行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟智能家居行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界智能家居行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球智能家居行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国智能家居产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额
- 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 中国智能家居行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国智能家居产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、智能家居环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国智能家居行业运行情况

第一节 中国智能家居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 中国智能家居行业市场规模分析

第三节 中国智能家居行业供应情况分析

第四节 中国智能家居行业需求情况分析

第五节 中国智能家居行业供需平衡分析

第六节 中国智能家居行业发展趋势分析

第五章 中国智能家居所属行业运行数据监测

第一节 中国智能家居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 中国智能家居所属行业产销与费用分析

- 一、产成品分析
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析
- 六、销售成本分析
- 七、销售费用分析
- 八、管理费用分析
- 九、财务费用分析
- 十、其他运营数据分析

第三节 中国智能家居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 2015-2017年中国智能家居市场格局分析

第一节 中国智能家居行业竞争现状分析

- 一、中国智能家居行业竞争情况分析
- 二、中国智能家居行业主要品牌分析

第二节 中国智能家居行业集中度分析

- 一、中国智能家居行业市场集中度分析
- 二、中国智能家居行业企业集中度分析

第三节 中国智能家居行业存在的问题

第四节 中国智能家居行业解决问题的策略分析

第五节 中国智能家居行业竞争力分析

- 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 2015-2017年中国智能家居行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国智能家居行业消费特点

第二节 中国智能家居行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 智能家居行业成本分析

第三节 智能家居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

第四节 中国智能家居行业价格现状分析

第五节 中国智能家居行业平均价格走势预测

一、中国智能家居行业价格影响因素

二、中国智能家居行业平均价格走势预测

三、中国智能家居行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国智能家居行业区域市场现状分析

第一节 中国智能家居行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地智能家居市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区智能家居市场规模分析

四、华东地区智能家居市场规模预测

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、华中地区智能家居市场规模分析

四、华中地区智能家居市场规模预测

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、华南地区智能家居市场规模分析

第九章 2015-2017年中国智能家居行业竞争情况

第一节 中国智能家居行业竞争结构分析（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 中国智能家居行业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 中国智能家居行业竞争环境分析（智能家居T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 智能家居行业企业分析（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

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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国智能家居行业发展前景分析与预测

第一节 中国智能家居行业未来发展前景分析

一、智能家居行业国内投资环境分析

二、中国智能家居行业市场机会分析

三、中国智能家居行业投资增速预测

第二节中国智能家居行业未来发展趋势预测

第三节中国智能家居行业市场发展预测

一、中国智能家居行业市场规模预测

二、中国智能家居行业市场规模增速预测

三、中国智能家居行业产值规模预测

四、中国智能家居行业产值增速预测

五、中国智能家居行业供需情况预测

第四节中国智能家居行业盈利走势预测

一、中国智能家居行业毛利润同比增速预测

二、中国智能家居行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国智能家居行业投资风险与营销分析

第一节 智能家居行业投资风险分析

一、智能家居行业政策风险分析

二、智能家居行业技术风险分析

三、智能家居行业竞争风险分析

四、智能家居行业其他风险分析

第二节 智能家居行业企业经营发展分析及建议

一、智能家居行业经营模式

二、智能家居行业销售模式

三、智能家居行业创新方向

第三节 智能家居行业应对策略

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 2018-2024年中国智能家居行业发展策略及投资建议

第一节 中国智能家居行业品牌战略分析

一、智能家居企业品牌的重要性

二、智能家居企业实施品牌战略的意义

三、智能家居企业品牌的现状分析

四、智能家居企业的品牌战略

五、智能家居品牌战略管理的策略

第二节中国智能家居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

第三节中国智能家居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 2018-2024年中国智能家居行业发展策略及投资建议

第一节中国智能家居行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节中国智能家居行业定价策略分析

第二节中国智能家居行业营销渠道策略

一、智能家居行业渠道选择策略

二、智能家居行业营销策略

第三节中国智能家居行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国智能家居行业重点投资区域分析

二、中国智能家居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/jiadianchanye/329316329316.html>