

2018-2024年中国智能家居产业市场现状规划调查 及未来发展趋势预测报告

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《2018-2024年中国智能家居产业市场现状规划调查及未来发展趋势预测报告》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/jiajujiancai/311787311787.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

1、国内少有玩家达到自主学习的完备目标

我们所展望的智能家居前景是具有自主学习能力的产品。智能家具的定义是以住宅为平台，基于物联网技术，由硬件（智能家电、智能硬件、安防控制设备、家具等）、软件系统、云计算平台构成的一个家居生态圈，实现人远程控制设备、设备间互联互通、设备自我学习等功能，并通过收集、分析用户行为数据为用户提供个性化生活服务，使家居生活安全、舒适、节能、高效、便捷。也就是下图所展示的第三阶段的性能，才是真正的智能家居，才是AI应用的下游领域。

图：智能家居的进阶

2014年的智能家居以连接wifi作为智能的标志，完备是以AI为核心的自主学习。我们特别研究了2014年的智能家居市场，2014年被称为智能家居元年，诞生了众多智能产品，主要可以分为构建网络中心的路由器、控制器等产品；生活辅助如插座、电灯、摄像头、电器等产品；家庭娱乐如音响等产品；改善生活的床、净化器等产品，其中最为“红火”产品是智能插座和智能路由器。我们注意到当时所有的产品都“标榜”两个性能：能够链接wifi，手机能够控制，所以在2014年以是否连接wifi作为了智能的标志。而从这几年的技术路径来看，并非连上wifi，能够用手机控制就叫智能家居。通过手机等设备控制家居只是智能的初步阶段；进阶是物与物相连，每个设备都可能对其他设备发出指令，wifi、蓝牙只是接连的基础方式；完善的智能家居应该是能够自主学习使用者习惯，根据不同使用者指令可以完成不同操作，而这一目标正是AI支撑下的技术路径。目前，以语音交流为主的智能音响就是AI技术支撑下的典型智能家居产品，所以可以看到的是在AI的高速带动下，智能家居已经由最简单的自动走向自主。

图：以连网为标志的技术时代 图：智能家居技术路径：AI支撑的自主学习是完备目标

资料来源：观研天下整理

传统家电厂商、互联网巨头、聚焦智能家居的初创公司为主要参与者。目前智能家居产业链涵盖：上游硬件、软件及技术支持，中游的智能家电/家居厂商，服务下游用户。其中，智能家居厂商有做单品的厂商和平台厂商两类。正是由于智能家居是家居+互联网，甚至家居+AI的产物，整个产业的参与者可以归为：传统的家电厂商、互联网公司、以及聚焦于智能家居的初创公司。这种分类是在最广义的智能家居的范畴下的分类，如果要以AI/自主学习为标准大多数产品都不属于真正意义上的智能家居。

表：传统厂商、物联网巨头、初创公司之争

资料来源：观研天下整理

2、国内主要玩家情况

2.1传统家电公司多以家电为切入点

海尔智能家电已初步实现自主，U+平台具备一定基础。海尔一直着力推进家电的智能化，欧睿国际2016年报告数据显示海尔大型家用电器已经占据全球龙头地位，强大的市场份额为智能家居的发展奠定了基础，海尔互联空调也取得全球销售第一的成绩，占据23.6%的市场份额。海尔打造全面的智能生态布局，推进智能家电（互联网空调、冰箱），开发智能芯片，推出APP，三个层面的布局形成网络电器+交互+服务+平台的模式。海尔的U+平台提供物联网智慧家庭领域行业解决方案在家电厂商中属于较全面的解决方案，“U+物联云1×3”。该解决方案由UHomeOS解决方案、U+云联（互联互通）解决方案、U+云算（大数据）解决方案、U+云智（人工智能）解决方案构成。海尔打造的U+智慧生活平台已经与苹果Homekit、googleBrillo/Weave、华为hilink等协议实现互联互通，满足超过120种智能单品的接入。海尔的互联网家电与苏宁、爱奇艺、蜻蜓FM合作带来新的智慧体验，也增强了媒介入口和O2O社会服务能力。同时，海尔与百度DuerOS开展合作，将对话的AI系统赋能海尔产品，目前已经推出海尔馨厨冰箱。2014年海尔与阿里达成合作，共同推进智能购物电视，海尔阿里电视不仅可以通过访问淘宝和天猫购买物品，还可以观看蓝光高清电影、畅玩视频游戏。目前已经推出第四代电视，通过AI技术实现了语音助手、图像识别、内容推荐以及家居管理，大大提高了人机交互能力；并且通过海尔阿里电视可以实现电视对空调、冰箱、洗衣机等其他设备的操控。

美的开放智能家居生态，目前以单品模式为主。美的提出M-Smart智慧生态计划，推出30多款智能家电，涉及冰箱、洗衣机、微波炉、烤箱、油烟机、智能灶、洗碗机、健康秤、空调、风扇、抽湿机、沐浴系统。美的的智能产品的智能体现在不需要用户手动完成所有的控制和调整，如智能冰箱植入了食品管理系统，能通过图像和RFID识别技术，冰箱可以识别食品药品的种类，显示食品的保鲜日期，还集成了一键下单功能。美的提出“去中心化”，从7个方面实现开放：芯片/模块、连接、协议、能力、服务、电商平台、安全建设。美的和腾讯开展合作，共同构建基于IP授权与物联云技术的研究，以此实现家电产品的连接、对话和远程控制。

海信是多个智能硬件为主，具备一定自主学习的属性。Hi-Smart2.2系统涵盖智能家电、智能照明、智能安防、环境监测、便捷控制五大版块，22款智能家电设备、57款智能硬件设备的家居系统解决方案。其中设计了深度逻辑控制，除了响应用户自发地操作命令，还实现了设备间的互相对话、自主协同工作。海信智慧家居也搭建了开放智能终端云平台，它由云端收取用户的指令，并对不同的用户进行行为特征分析，通过“接收、判断、学习”的机制，记忆并学习用户平日操作习惯，完成自发反馈。九阳则是根据自身特点切入智能厨电的

小单品。

表：主流家电厂商的智能家居布局

资料来源：观研天下整理

2.2互联网公司更注重智能硬件和生态

小米依托“米家”打造庞大生态闭环。小米智能家居是围绕小米手机、小米电视、小米路由器三大核心产品，目前米家APP已经接入照明、安防、小家电、空调等多个产品，截止2016年米家的总用户数已经达到5000万。2014年小米12.66亿元入股美的集团，双方在智能家居及其生态链、移动互联网业务领域进行多种模式深度的战略合作，并对接双方在智能家居、电商和战略投资等领域的合作团队。同时，小米也和地产加强合作，合作方包括：华润置地、南京银城地产、正荣集团、金地集团、成都仁恒。

京东以3C电商起家，依托电商平台资源切入智能家居。京东是最早布局京东众筹的，抓住时机，扶持了近100个智能产品的众筹。京东金融也在为早期的智能硬件企业提供融资支持，京东众筹担任着宣传和产品融资的智能。2016年，京东智能推出京东微联“智慧家”战略，宣传“一个APP控制所有智能家居设备”。京东不断开展与第三方品牌的合作迅速扩大品类。

表：互联网企业的智能家居布局 资料来源：观研天下整理

纵观以上巨头的布局，也面临了许多落地之难，例如智能单品应用场景有限，app下载次数少且所谓一键控制稳定性较差成为空头支票，app与第三方技术不统一等。在智能家居之争中，一个稳定强大的基础平台叠加多场景且智能互通的硬件才是消费者希望看到的未来。

2.3初创公司多以小场景为切入点

聚焦于智能家居的初创公司难以形成平台，目前的常态是开发小家电单品。大型家电进入门槛较高，仍是传统大厂商为主导，创业公司以小家电为主，如安全监控、小型家电用品等。但是单品的智能化除了利用AI技术提高交互能力，在设备互联有的仍是通过联网或者连接APP。对于这种单品而言，加入如海尔、小米的家居生态尤其重要，这也是对平台类公司，产品的互补。以下归纳了创业公司的智能家居产品。

表：部分初创公司的智能家居布局

资料来源：观研天下整理

传统家电企业和互联网厂商领头发展。综合来看，互联网厂商和传统家电采用合作与自建两种形式，BAT与家电厂商的合作是开发大型家电，小米自建生态圈的形式是开发小型家电。我们发现现阶段的智能家居产品已经具备基础交互功能，背后的支撑就是AI技术，

而BAT作为技术的强大支撑与家电厂商合作，可以加快智能化的发展。目前各商家推出的产品基本无法互通，基本采用“传感器+芯片+APP”的模式。海尔与小米都愿意开放生态，海尔已经开放了云服务数据、智能硬件、APP等接口给合作伙伴，对于小米而言，未来如果其向合作伙伴统一开放miui的接口，会有大批的传统家电厂商愿意加入到miui阵容中来。而创业公司的单品就是对平台内容的完美补充。

观研天下发布的报告书内容严谨、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。

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。

【报告目录】

第一章：智能家居行业发展现状分析

1.1 智能家居发展的阶段分析

1.1.1 从产品形态看

- (1) 第一阶段：单品智能化
- (2) 第二阶段：不同产品联动
- (3) 第三阶段：系统化实现智能

1.1.2 从控制方式看

- (1) 第一阶段：手机控制
- (2) 第二阶段：多种控制方式结合
- (3) 第三阶段：感应式控制
- (4) 第四阶段：系统自学习

1.2 国际智能家居行业发展路径分析

1.2.1 美国智能家居行业发展路径

1.2.2 韩国智能家居行业发展路径

1.2.3 日本智能家居行业发展路径

1.2.4 新加坡智能家居行业发展路径

1.3 中国智能家居的市场现状分析

1.3.1 高端市场

- (1) 应用项目
- (2) 代表品牌
- (3) 产品感知

1.3.2 中端市场

- (1) 应用项目
- (2) 代表品牌
- (3) 产品感知

1.3.3 低端市场

- (1) 应用项目
- (2) 代表品牌
- (3) 产品感知

1.4 智能家居行业重点技术分析

1.4.1 集中控制技术

1.4.2 现场总线技术

1.4.3 电力载波技术

1.4.4 RF/IR遥控技术

第二章：智能家居设备细分市场分析

2.1 中央控制系统市场分析

2.1.1 中央控制系统市场发展现状分析

2.1.2 中央控制系统企业竞争地位与分析

2.1.3 中央控制系统市场发展前景与趋势

2.2 家庭安防系统市场分析

2.2.1 家庭安防系统市场发展现状分析

2.2.2 家庭安防系统企业竞争地位与策略分析

2.2.3 家庭安防系统市场发展前景与趋势

2.3 家居照明控制系统市场分析

2.3.1 家居照明控制系统市场发展现状分析

2.3.2 家居照明控制系统企业竞争地位与策略分析

2.3.3 家居照明控制系统市场发展前景与趋势

2.4 家居布线系统市场分析

2.4.1 家居布线系统市场发展现状分析

2.4.2 家居布线系统企业竞争地位与策略分析

2.4.3 家居布线系统市场发展前景与趋势

2.5 家庭网络系统分析

2.5.1 家庭网络系统市场发展现状分析

2.5.2 家庭网络系统企业竞争地位与策略分析

2.5.3 家庭网络系统市场发展前景与趋势

2.6 家庭环境控制系统分析

2.6.1 家庭环境控制系统市场发展现状分析

2.6.2 家庭环境控制系统企业竞争地位与策略分析

2.6.3 家庭环境控制系统市场发展前景与趋势

2.7 影院与多媒体系统市场分析

2.7.1 影院与多媒体系统市场发展现状分析

2.7.2 影院与多媒体系统企业竞争地位与策略分析

2.7.3 影院与多媒体系统市场发展前景与趋势

2.8 背景音乐系统市场分析

2.8.1 背景音乐系统市场发展现状分析

2.8.2 背景音乐系统企业竞争地位与策略分析

2.8.3 背景音乐系统市场发展前景与趋势

第三章：互联网+智能家居商业模式创新与生态系统构建

3.1 智能家居如何站上“互联网+”的风口

3.1.1 互联网企业把其作为互联网新的接入口

3.1.2 家电企业把其作为向互联网转型的重要抓手

3.1.3 电信广电运营商把其作为新兴业务的支撑点

3.1.4 物联网、云计算、大数据等战略性新兴产业的发展

3.1.5 政府扶持大力推进智慧城市建设以及信息消费

3.2 互联网+智能家居典型商业模式及创新分析

3.2.1 模式一：“明星产品对应衍生应用”形成闭环

3.2.2 模式二：打造平台级应用掌握用户粘性

3.2.3 模式三：B2B系统集成 B2C产品销售

3.2.4 模式四：智能化提升产品附加值和换代需求

3.3 互联网+智能家居入口的构建

3.3.1 智能路由器

3.3.2 智能机顶盒

3.3.3 中央控制

3.3.4 智能插座及摄像头

3.4 互联网+智能家居平台的建设

3.4.1 传统家电厂商

- (1) 智能家居平台战略
- (2) 智能家居产品服务
- (3) 智能家居平台建设
- (4) 智能家居平台竞争力

3.4.2 互联网企业

- (1) 智能家居平台战略
- (2) 智能家居产品服务
- (3) 智能家居平台建设
- (4) 智能家居平台竞争力

3.4.3 电信运营商

- (1) 智能家居平台战略
- (2) 智能家居产品服务
- (3) 智能家居平台建设
- (4) 智能家居平台竞争力

3.5 互联网+智能家居标准的统一

3.5.1 智能家居生态涉及的产业链分析

3.5.2 众多生态建立后互联互通的形成

3.5.3 智能家居市场品牌和产品的分布

第四章：互联网+智能家居市场营销渠道及策略分析

4.1 智能家居传统营销渠道分析

4.1.1 房地产开发商合作

4.1.2 装修公司合作

4.1.3 与系统集成商合作

4.1.4 设立下一级经销商

4.1.5 专业市场设点

4.1.6 智能家居专卖店

4.1.7 超市渠道

4.1.8 与建筑设计院合作模式

4.1.9 特殊战略合作模式

4.1.10 项目合作模式

4.2 智能家居线上营销渠道新模式

4.2.1 粉丝经济

4.2.2 众筹

4.2.3 垂直整合

4.3 智能家居品牌营销策略分析

4.3.1 智能家居主要品牌营销策略

4.3.2 细分产品智能家居品牌策略

4.3.3 智能家居品牌策略案例分析

4.4 互联网思维下传统智能家居企业转型突围策略

4.4.1 智能家居企业电商切入模式及运营建议

4.4.2 智能家居企业O2O战略布局及实施运营

4.4.3 智能家居企业互联网营销推广方式及思路

4.4.4 智能家居企业如何实现数据化运营与管理

4.4.5 传统智能家居企业互联网转型优秀案例研究

第五章：中国智能家居行业重点企业经营分析

5.1 霍尼韦尔安防集团

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

5.2 施耐德电气(中国)有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

5.3 上海索博智能电子有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

5.4 上海格瑞特机电系统工程有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第六章：互联网+智能家居行业发展前景与投资规划

6.1 互联网+智能家居行业发展前景分析

6.1.1 互联网+智能家居行业发展前景展望

6.1.2 互联网+智能家居行业形态及发展趋势

(1) 智能单品

(2) 智能家居系统

(3) 智能家居平台生态链

6.1.3 中国智能家居行业市场规模预测

6.1.4 互联网+智能家居未来商业模式预测

(1) 硬件加价模式

(2) 硬件+服务模式

(3) 平台模式

6.2 中国智能家居行业投资特性分析

6.2.1 中国智能家居行业进入壁垒分析

6.2.2 中国智能家居行业投资风险分析

6.2.3 中国智能家居行业盈利能力分析

6.3 中国智能家居行业投资机会分析

6.3.1 产业链投资机会

6.3.2 细分产品投资机会

6.3.3 重点区域投资机会

6.3.4 互联网+智能家居投资机遇

6.4 智能家居行业的投资建议

6.4.1 智能家居行业的投资方向建议

6.4.2 智能家居行业的投资方式建议

6.4.3 智能家居行业的产品创新建议

6.4.4 智能家居行业的营销模式建议

图表1：美国智能家居市场发展历程

图表2：2015-2017年美国智能家居市场规模（单位：亿美元）

图表3：美国智能家居参与者分类

图表4：韩国智能家居市场发展历程

图表5：三星智能家居三大主要服务

图表6：日本智能家居市场发展历程

图表7：新加坡智能家居市场发展历程

图表8：新加坡Nico尼科智能家居系统图

图表9：我国智能家居行业的不同发展阶段

图表10：我国智能家居主要细分市场发展现状

图表11：智能家居在国家智慧城市试点体系中的地位

图表12：三种智能家居技术的优缺点对比

图表13：智能家居无线网络系统的组成

图表14：智能家居总线系统组成

图表15：智能家居电力载波通信系统组成

图表16：智能家居中央控制系统构架示意图

图表17：中央控制系统设备的发展演变历程

图表18：我国楼宇BAS控制系统产品市场结构（单位：%）

图表19：我国楼宇BAS控制系统市场在各类建筑中的分布（单位：%）

图表20：我国楼宇自动化设备供应商分类

图表21：智能家居中央控制系统市场领先的生态状况

图表22：智能家居中央控制系统市场挑战者的生态状况

图表23：智能家居中央控制系统市场追随者的生态状况

更多图表详见正文（GYGSLJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/311787311787.html>