

行业研究_2022年中国扫地机器人市场 竞争分析报告：从蓝海到红海，品牌该 如何突围？（摘要版）

企业标签：科沃斯、石头、云鲸、追觅、小米

行研赋能产业创新发展

China Floor Sweeper Market Research Report

2022 中国フロアスイーパー市場調査報告書

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

研究目的

本报告为消费级智能硬件系列之智能家居类：梳理中国扫地机器人竞争市场，深度分析行业竞争格局，并围绕产品力、市场力和企业力对扫地机器人品牌和产品进行排名推荐

研究区域范围：中国

此研究将会回答的关键问题：

研究周期：2022年

① 中国扫地机器人市场发展现状？

研究对象：智能家居类——扫地机器人

② 中国扫地机器人市场竞争格局？

③ 中国扫地机器人产品分析？

01 行业“两极分化”、“内卷”现象突出

中高端产品扛起扫地机器人销量增长大旗，“自动化”、“智能化”浪潮推动扫地机器人市场扩张，扫地机器人行业陷入“额涨量跌”的增长困境。头部企业通过中高端市场获取高利润，以此保障资金流转；腰部企业竞争地位相对尴尬，向中高端市场发力；尾部企业产品性能不佳，但价格低廉，销售数量可观。扫地机器人以线上渠道为主，CR5约90%，市场集中度高；行业产品定价水平高，市场渗透率有待提升；品牌亟需走出“重营销、轻研发”的行业怪圈，创新和自主研发能力是品牌核心竞争力。

02 “全局规划”、“激光+视觉导航/避障”、“全能型”成为各品牌发力方向

全局规划式导航路径是导航系统发展的主流选择，激光导航在短期内仍为主要的技术方案，视觉导航预计成为下一代扫地机器人的主流导航系统。扫地机器人（全功能）清洁系统由清扫功能、拖地功能和自清洁功能构成，不同的品牌和机型在硬件形态选择和自清洁功能供应上存在差别。

03 硬件传感器和软件算法现产品差异，持续向深度清洁和高度智能升级

现阶段企业间核心竞争逻辑在于传感器（主要为导航和避障相关传感器）和算法（包括AI算法和导航算法），企业依靠自身数据和算法迭代升级，持续垒高品牌竞争壁垒。整体上看，扫地机器人能够实现基础的清扫和拖洗功能，极大程度满足解放双手、自主清洁的懒人需求，但产品的清洁细节、智能程度都还有待进一步完善，行业将持续向深度清洁和高度智能方向升级。

■ 目录

◆ 名词解释	-----	04
◆ 市场分析	-----	05
• 扫地机器人定义及分类	-----	06
• 中国扫地机器人市场销售情况	-----	07
• 中国扫地机器人市场参与者（1/2）	-----	08
• 中国扫地机器人市场参与者（2/2）	-----	09
• 扫地机器人市场竞争格局（1/2）	-----	10
• 扫地机器人市场竞争格局（2/2）	-----	11
◆ 产品分析	-----	12
• 扫地机机器人技术路径——导航系统（1/2）	-----	13
• 扫地机机器人技术路径——导航系统（2/2）	-----	14
• 扫地机机器人技术路径——清洁系统	-----	15
• 扫地机机器人用户体验	-----	16
◆ 品牌榜单	-----	17
• 中国扫地机器人评分体系说明（1/2）	-----	18
• 中国扫地机器人评分体系说明（2/2）	-----	19
• 中国扫地机器人行业核心竞争主体名单	-----	20
• 中国扫地机器人榜单结果	-----	21
• 中国扫地机器人产品推荐	-----	22
◆ 方法论	-----	23
◆ 法律声明	-----	24

■ 名词解释

- ◆ **激光导航：**是指通过机器视觉产品(即图像摄取装置，分CMOS和CCD两种)将被摄取目标转换成图像信号，传送给专用的图像处理系统，得到被摄目标的形态信息，根据像素分布和亮度、颜色等信息，转变成数字化信号;图像系统对这些信号进行各种运算来抽取目标的特征，进而根据判别的结果来控制现场的设备动作。
- ◆ **视觉导航：**是指在扫地机器人上配备摄像头，模拟人的视觉来实现对周围环境的识别和导航。
- ◆ **白牌厂商：**是指没有自主牌子的企业或指给其他企业做代工的企业。

第一章 市场分析

- ◆ 市场销售情况
- ◆ 市场参与者
- ◆ 市场竞争格局

■ 扫地机器人定义及分类

传统吸尘器清扫功能全面且高效，蒸汽拖把高温清洁且杀菌，洗地机集扫地、拖地、自清洁为一体，扫地机器人劳动替代程度最高

吸尘器分类

		原理分析	核心功能	产品形态
家用吸尘器定义及分类	传统吸尘器	<ul style="list-style-type: none">内部电机旋转产生压差，吸入含灰尘的空气并带动吸入地面轻质垃圾人工操作，吸力可达25,000~30,000Pa	<ul style="list-style-type: none">吸除灰尘及小体积垃圾，包括清扫地面、窗缝、沙发缝中高端产品具备除螨功能	<ul style="list-style-type: none">推杆式吸尘器桶式吸尘器卧式吸尘器 
	拖把	<ul style="list-style-type: none">蒸汽喷射，运用高温蒸汽清楚细菌或微生物，无需添加消毒液人工操作	<ul style="list-style-type: none">拖地杀菌消毒功效	<ul style="list-style-type: none">蒸汽拖把电动拖把 
	洗地机	<ul style="list-style-type: none">润湿的高速旋转滚刷带走干湿垃圾，底部刮板刮干地面人工操作	<ul style="list-style-type: none">集扫地、拖（干）地、自清洗一体	<ul style="list-style-type: none">手推式洗地机 
	扫地机器人	<ul style="list-style-type: none">搭载人工智能系统，借助导航和传感器自行运转半自动化，高端机型吸力约4,000~5,000Pa	<ul style="list-style-type: none">扫地拖地自清洗	<ul style="list-style-type: none">扫地机器人扫拖一体机机器人 

清扫效果



TOP1 传统吸尘器

拖地效果



TOP1 拖把/洗地机

解放双手



TOP1 扫地机器人

根据专业化方向和自动化水平可将家用吸尘器分为传统吸尘器、蒸汽&电动拖把、洗地机和扫地机器人四类。其中传统吸尘器吸力强劲且能通过替换刷头清扫窗缝、键盘、被褥等，清扫功能较强大；蒸汽&电动拖把利用高温蒸汽溶解顽固污渍，发挥清洁、杀菌的功效；洗地机综合传统吸尘器和拖把功能，能有效清理地面干、湿垃圾；扫地机器人劳动替代程度最高，其通过搭载人工智能系统，借助导航和传感器实现自主扫地、拖地等，目前朝着自清洗方向全面升级，进一步解放双手。其中扫拖一体占据超99%的扫地机器人市场。

来源：京东，奥维云网，头豹研究院

■ 中国扫地机器人市场销售情况

中高端产品扛起扫地机器人销量增长大旗，“自动化”、“智能化”浪潮推动扫地机器人市场扩张，扫地机器人行业陷入“额涨量跌”的增长困境

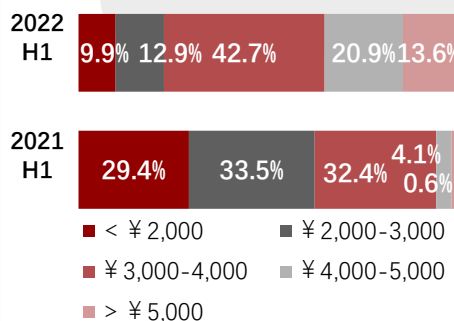
中国扫地机器人线上销售情况

完整版登录www.leadleo.com

搜索《2022年中国扫地机器人市场竞争分析报告：
从蓝海到红海，品牌该如何突围？（独占版）》

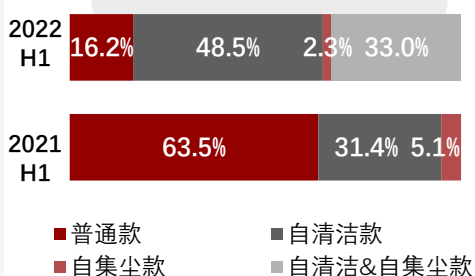
单位：【百分比】

线上分价格销售额分布



单位：【百分比】

线上分功能销售额分布



□ 中高端产品扛起扫地机器人销量增长大旗。

从价格趋势上看，3,000元以下的中低端机型销量受阻，3,000元以上中高端机型凭借功能优势和品牌效应增势良好，2022年上半年3,000元以上扫地机器人销量占比达77%，同比增长40%。扫地机器人目前处在发展上升期，产品形态尚未成熟，软硬件开发制造成本较高。低端产品价格也在千元上下，但由于技术局限性，用户无法获得及格线水平的产品体验，清洁效率低，智能化水平有较大提升空间。意愿购买人群对性能表现更成熟的、功能叠加更丰富的产品偏好增加，产品购买价格门槛提高，中高端产品成为拉动销量的主力。2022年上半年中国扫地机器人零售额同比增长9%，但零售量却同比下降28.3%，扫地机器人行业陷入“额涨量跌”的增长困境。

□ “自动化”、“智能化”浪潮推动扫地机器人市场扩张。

2021年上半年市面上全能版（自清洁&自集尘版）扫地机器人寥寥无几，但到了2022年上半年，全能版扫地机器人开创并占领了4,000元以上扫地机器人市场，市占率超84%。全能版扫地机器人配备多合一全能基站，辅助扫地机器人工作，同时大大减少人工干预工作量。懒人经济下，以自清洁版和全能版为代表的深度清洁体验、全自动化产品受到市场热烈追捧。

来源：奥维云网，头豹研究院

■ 中国扫地机器人市场参与者（1/2）

扫地机器人行业“两极分化”、“内卷”现象突出，头部企业通过中高端市场获取高利润，以此保障资金流转；腰部企业竞争地位相对尴尬，向中高端市场发力；尾部企业产品性能不佳，但价格低廉，销售数量可观

中国扫地机器人市场参与者

完整版登录www.leadleo.com

搜索《2022年中国扫地机器人市场竞争分析报告：
从蓝海到红海，品牌该如何突围？（独占版）》

□ 扫地机器人行业“两极分化”、“内卷”现象突出。

扫地机器人行业根据产品定位和市场份额情况可将企业分为头部、腰部和尾部，科沃斯、石头、追觅、云鲸等行业四小龙通过较高的产品单价占据了约80%的市场份额，大量腰部和尾部企业瓜分约20%的市场份额，其中小米凭借完整的产品矩阵和品牌效应，占据了约10%的市场份额。扫地机器人替代简单的扫拖劳动，家庭必需属性较弱，且目前产品技术和功能尚未成熟，尝鲜心态是影响消费者购买决策的重要因素，目前市场的开发份额较小，产品同质化现象较为严重，高、中、低端品牌分别聚焦不同的核心点，在技术、功能、价格和营销手段上开展激烈竞争。

来源：头豹研究院

■ 扫地机器人市场竞争格局（1/2）

扫地机器人以线上渠道为主，CR5约90%，市场集中度高；行业产品定价水平高，市场渗透率有待提升；品牌亟需走出“重营销、轻研发”的行业怪圈，创新和自主研发能力是品牌核心竞争力

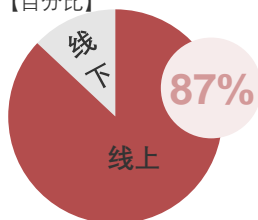
中国扫地机器人线上市场TOP10品牌竞争格局，2022年1-9月

完整版登录www.leadleo.com

搜索《2022年中国扫地机器人市场竞争分析报告：
从蓝海到红海，品牌该如何突围？（独占版）》

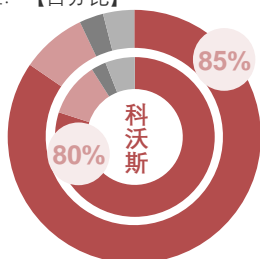
销售渠道占比，2021年

单位：【百分比】



线下渠道竞争格局

单位：【百分比】



■ 科沃斯 ■ 美的
■ 石头 ■ 其它

注：内圈为零售量，外圈为零售额，数据为2022年1-9月

□ 扫地机器人市场以线上渠道为主，CR5约90%，市场集中度高。

线上渠道为扫地机器人竞技主战场，占比高达87%，赛道市场参与者众多，但科沃斯、石头、小米、云鲸、追觅等企业集中效应较为明显，线上零售额CR5约90%，企业期内营业收入增幅受新品研发上市影响较大，如石头凭借其“AI双目避障+LDS激光导航”的技术创新型新品T7 Pro，市场占比同比增长10.7%，表现突出；线下渠道中，科沃斯以绝对优势行业领先。

□ 企业先发优势突出，新入企业凭“差异化”杀出重围，创新和自主研发能力是品牌核心竞争力。

扫地机器人处在创新探索阶段，行业迭代速度较快，技术壁垒较高，具备完整技术供应能力的企业先发优势明显，能够利用爆款产品抢占用户心智，通过品牌创新引领市场趋势。如2021年科沃斯上市行业首款配备全能基站的产品——地宝X1 OMNI，进一步奠定其市场引领者地位。此外，扫地机器人属于技术驱动型企业，突破现有技术壁垒的难度不断增加，产品同质化现象严重。在此背景下，新入企业能够凭借差异化功能或技术杀出竞争重围，如晓舞的履带式拖布、Uwant的毛胶刷和胶刷替换设计及热水高温煮洗拖布等，这些突破性的创新思路将为行业发展注入新鲜血液。

来源：奥维云网，头豹研究院

第二章 产品分析

- ◆ 导航系统
- ◆ 清洁系统
- ◆ 用户体验

■ 扫地机机器人技术路径——导航系统（1/2）

全局规划式导航路径是导航系统发展的主流选择，激光导航在短期内仍为主要的技术方案，视觉导航主导的导航技术有望成为下一代扫地机器人的主流方向

扫地机器人导航系统

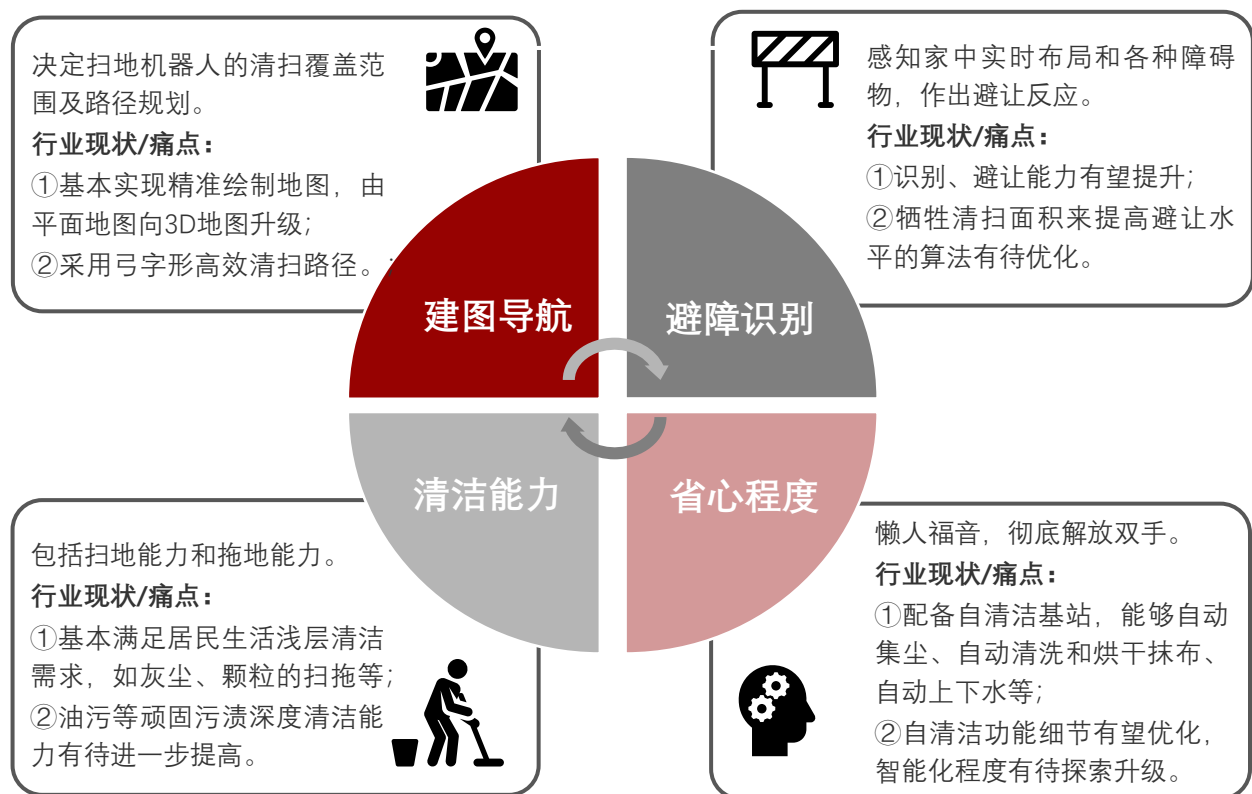
导航系统	随机导航	惯性导航	激光导航	视觉导航	
	随机式无规律地清扫，重复路径，实用性差	基于体内陀螺仪、加速度计等传感器，测量扫地机器人在惯性参考系的加速度信息，并切换至导航坐标系，获取扫地机器人位置信息	通过激光测距仪测量扫地机器人与周围环境距离，并根据三角测距或TOF算法获得精确距离信息，从而生成周围环境地图	通过视觉传感器识别周围环境，可分为深度摄像头与单目、双目、鱼眼导航传感器，根据视觉识别绘制地图	
	应用时间	1997年	2002年	2010年	2015年
	路径规划	随机碰撞	局部规划	全局规划	全局规划
	地图模式	无地图	碰撞生成地图	激光扫描生成地图	视觉识别生成地图
	核心传感器	红外+码盒	陀螺仪+地面光电传感器	激光雷达	光学传感器（摄像头模组）
	传感器成本	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></</div></div>			

来源：IT之家，兴业证券，头豹研究院

■ 扫地机器人用户体验

扫地机器人（全功能）清洁系统由清扫功能、拖地功能和自清洁功能构成，不同的品牌和机型在硬件形态选择和自清洁功能供应上存在差别

扫地机器人用户体验



□ 扫地机器人的硬件传感器和软件算法现产品差异。

扫地机器人系统可分为导航系统、清洁系统、续航系统和交互系统四大板块，其中导航系统和清洁系统是影响产品表现最核心的系统，其底层核心竞争逻辑在于传感器（主要为导航和避障相关传感器）和算法（包括AI算法和导航算法），企业依靠自身数据和算法迭代升级，持续垒高品牌竞争壁垒。核心竞争差异体现为市面上主流品牌虽然均已发布多款“扫-拖-自清洁一体”的全能机型，产品参数与功能属性相近，但受到传感器和算法的影响，代际间、品牌间产品体验差异明显。

□ 行业将持续向深度清洁和高度智能方向升级。

扫地机器人行业针对建图导航、避障识别、清洁能力和省心程度四个核心问题优化升级，现阶段整体上看扫地机器人能够实现基础的清扫和拖洗功能，极大程度满足解放双手、自主清洁的懒人需求，部分新出机型增加移动侦测和双向通话功能，实现“人工智障”向“人工智能”质的转变。但产品的清洁细节、智能程度都还有待进一步完善，行业将持续向深度清洁和高度智能方向升级。

来源：头豹研究院

第三章 品牌榜单

- ◆ 评分体系
- ◆ 竞争主体
- ◆ 榜单结果
- ◆ 产品推荐

中国扫地机器人评分体系说明（1/2）

本报告设立产品力、市场力及企业力评估体系，下设13个一级指标、23个二级指标，对品牌进行全面综合评估

中国扫地机器人评分体系说明（1/2）

一级指标	二级指标	说明
产品力	功能性	扫地功能 评估产品的清扫能力，包括面对不同地面材质、光线环境、垃圾种类及角落环境下的清扫表现情况
		拖地功能 评估产品的污渍拖洗能力，包括污渍拖洗效率、抹布回洗水平及污渍清洁效果
		自清洁功能 评估产品的自清洁能力，包括自动集尘、抹布清洗、热风烘干、除菌、基站自清洁、自动上下水
		智能功能 评估产品的智能功能，包括越/避障效率、双向语音通话、视频巡航、定位清扫、拖布自动抬升
	使用性	地图模式 评估产品的地图构建效果和实际工作覆盖率，包括3D构图或平面构图、信息采集丰富程度
		充电效率 评估产品的充电效率，包括电池容量、续航时长、不同清扫模式工作时长及充电模式
		工作噪音 评估产品在多种清扫模式下的工作噪音水平
		启动模式 评估产品启动模式的便捷性和丰富性，包括机器开机模式和打扫模式
		清洁方式 评估产品使用后清洁的便捷性，包括毛刷清理、机身清理和基站清理
		安全保障 评估产品物理安全性和数据信息安全性
	设计性	外观设计 评估产品外观设计，包括颜色、外形轮廓、机身大小
		APP设计 评估产品APP设计适用性，包括智能控制接入APP的数量、APP界面操作难度、APP界面清洁度
	技术性	决策系统 评估产品决策技术的先进性和效率性，包括导航、避障和控制

来源：头豹研究院

中国扫地机器人评分体系说明（2/2）

中国扫地机器人评分体系说明（2/2）

	一级指标	二级指标	说明
市场力	销售表现	销售表现	评估产品销售表现，包括销量水平、价格水平
	渠道表现	渠道表现	评估产品渠道表现，你包括推广渠道路径、生态合作伙伴
	场景应用	场景应用	评估产品应用场景广度和深度
	用户反馈	用户反馈	评估产品用户满意度和品牌市场口碑
企业力	品牌能力	品牌影响力	评估品牌影响力，包括品牌网络热度、线上平台粉丝数量
	研发能力	研发能力	评估品牌研发实力，包括研发专利数量、研发投入水平和研发团队实力
	金融能力	金融能力	评估品牌金融能力，包括资金实力和融资渠道
	服务能力	服务水平	评估品牌服务水平，包括售前和售后服务水平、线下门店开展情况
	生态能力	产品体系	评估品牌扫地机器人产品体系，包括在售产品数量、价格跨度、功能跨度
		系统体系	评估品牌智能家居及清洁电器生态布局

来源：头豹研究院

■ 中国扫地机器人行业核心竞争主体名单

本报告筛选了包括智能硬件厂商、互联网企业、传统家电企业入选核心竞争主体名单

中国扫地机器人核心竞争主体名单（排序不分先后）：





















来源：头豹研究院

■ 方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

■ 法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

本月课题聚焦

领域

细分行业赛道

行业赛道相关企业

泛科技

云ERP

用友、金蝶、浪潮、智邦国际、鼎捷、博科、百胜、简道云、亿看ERP、积加ERP

公有云服务

阿里云、腾讯云、华为云、天翼云、百度智能云、金山云、京东云、浪潮云、移动云、联通云

工业元宇宙

Unity、Autodesk、Siemens、Rockwell、微软、Dassault Systemes、英伟达、工业富联

元宇宙平台

PLXOWL、Decentraland、Sky Mavis、Sorare、Gamefam、Bloktoxia、Metahero、天下秀、百度、维赛客网络、一点数娱、任意门科技、亿睿科信息、漫联文链、链盒科技、智梦空间

扫地机器人

科沃斯、小米、石头科技、海尔、美的、云鲸、追觅、360

RPA

弘玟Cyclone、达观数据、云扩科技、阿里云、华为、荣睿信息、来也科技、实在智能

数字沙盘

凡拓数创、明源云、华策世纪、未石互动、火米互动、火影数字、鸿光科技、华野模型、陕西风语筑、悦动双城、顺凯信息、掌霆互动

BI数据分析平台

奥威软件、帆软、观远数据、衡石科技、葡萄城、数聚股份、思迈特软件、网易数帆、亿信华辰、永洪科技

AR设备

HoloLens、Magic Leap、苹果、Nreal、Rokid、小米、Vivo、Oppo、亮亮视野、华为

低代码/无代码平台

奥哲、腾讯云微搭、ClickPaaS、搭搭云、得帆云、葡萄城、引迈信息、华为应用魔方、Treelab、Zion、简道云、轻流、TaskBuilder、钉钉宜搭

半导体

Cadence、Synopsys、Mentor Graphics、广立微、华大九天、概伦电子、韦尔股份、中颖电子、圣邦股份、上海贝岭

能源云

国家电网、南方电网、华为能源云、青云、科中云智慧能源、华云信息科技有限公司、安科瑞、恒华科技、用友能源云、远光软件

*企业名单不分先后顺序

征集目的

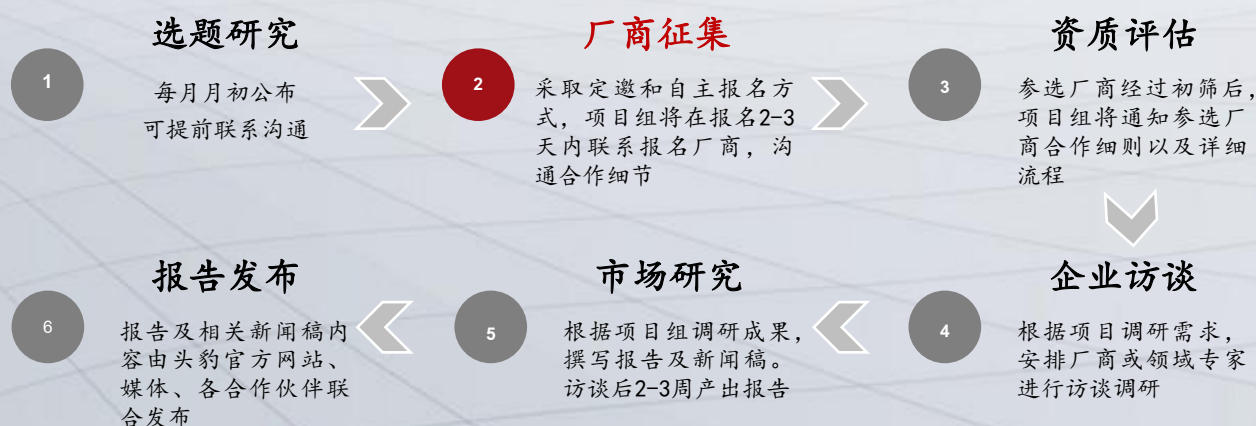
领航者计划致力于为初创和中小型企业提供创业必备的专业服务及帮助、赋能企业进行转型升级、提升内部效率及战略发展、使其能够快速建立优势。为了聚焦研究领域，头豹深圳研究院TMT+团队规划于每月初发布【月度重点课题研究计划与报告征集】，课题覆盖领域包括泛科技、互联网娱乐、通信、双碳ESG、产业园区等领域。现面向目标伙伴发出诚挚邀请，欢迎参与报告，共建深度研究、共领行业风向。

参与价值

参与本次流程挖掘报告征集的厂商，将有机会：

1. 入围对应课题报告(如入选至报告产业图谱或企业优秀案例等)，提升厂商品牌知名度及行业影响力
2. 报告将定向分发至头豹官网 leadleo.com、头豹公众号、14家一、二级市场主流研报平台、5,000+优质媒体、投资机构等资源，将精准、快速传播价值，获得市场关注
3. 有机会受邀参与头豹线上/线下行业报告洞察会、与业内行业专家、投资机构等进行深度交流

参与流程



联系邮箱：mandy.zheng@frostchina.com

头豹研究院简介

- ◆ 头豹是中国领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商。围绕“协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：**报告/数据库服务、行企研报定制服务、微估值及微尽调自动化产品、财务顾问服务、PR及IR服务**，以及其他以企业为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



备注：数据截止2022.6

四大核心服务

企业服务

为企业提供**定制化报告服务、管理咨询、战略调整**等服务

云研究院服务

提供**行业分析师外派驻场服务**，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项评选**、行业**白皮书**等服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区企业孵化**服务

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。