

中国智能家居市场专题研究报告2015

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws



研究背景

- 中国智能家居行业经历20余年漫长的探索期。早期受产业环境、技术、消费者习惯等因素的约束，主要以整体方案的形式使用在别墅、高端住宅中，市场发展缓慢。2010年以后，由于移动互联网、物联网相关技术发展的推动，智能家居的定义、产品、系统产生升级，智能家居行业产业链延伸，跨界合作趋势明显。传统硬件企业、互联网企业正借助自身优势建立智能家居系统平台，以获取后续的商业机会。本报告将针对中国智能家居行业的变化、现状及未来发展趋势进行深入分析和研究。

研究方法

- 报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的研究、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈、在线问卷调查，以及易观智库分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。
- 报告中运用Analysys易观智库的产业分析模型，并结合市场研究、行业研究和厂商研究，能够反映当前市场现状，趋势和规律，以及厂商的发展现状。

研究范畴

- 本报告对智能家居市场参与者的研究，偏重于在中国大陆有自主研发、生产、渠道、销售的传统家电企业及互联网企业。
- 本报告涉及的关键字为：智能家居、智能硬件、物联网、云存储、大数据、O2O。
- 本报告研究的国家和地区主要包括：中国大陆，不包括港澳台地区。

目录

1

智能家居定义及发展历程

2

智能家居行业市场环境分析

3

智能家居用户需求分析

4

典型企业案例分析

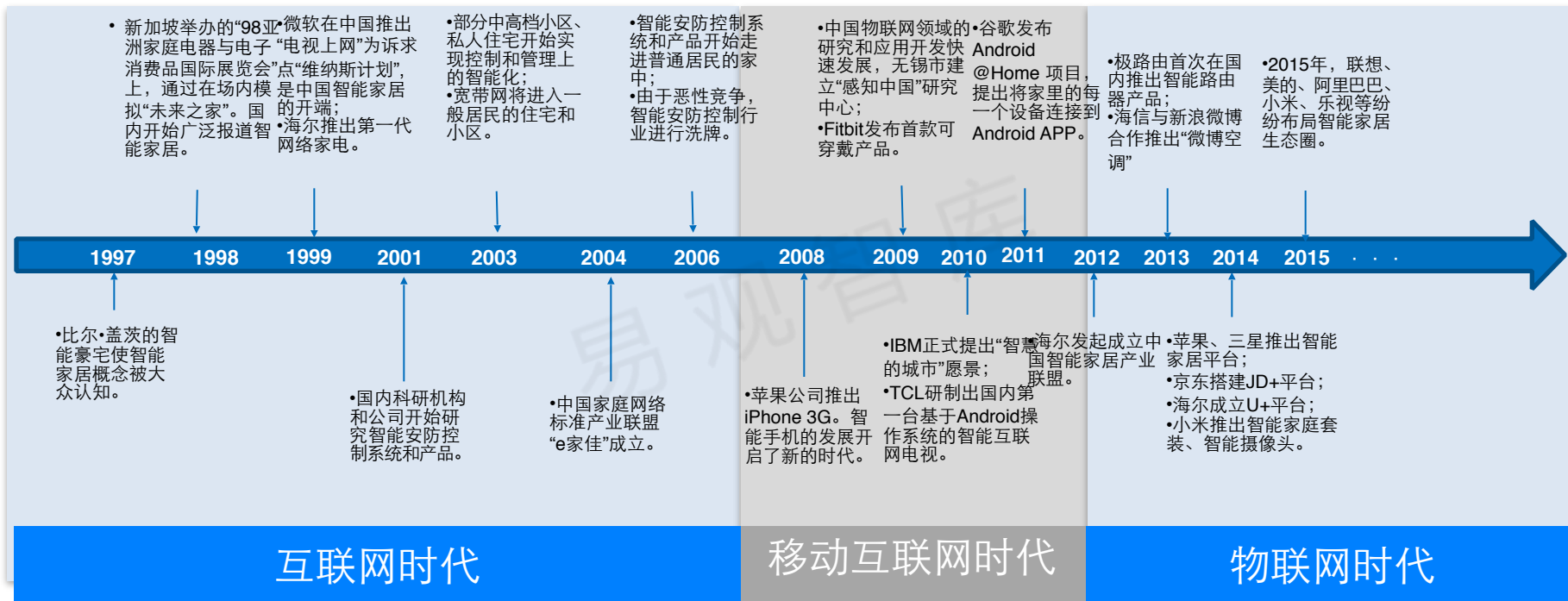
5

智能家居行业未来趋势分析



中国智能家居行业市场发展历程

受产业环境、价格、消费者认可度等因素影响，中国智能家居行业经历了漫长的探索期。至2010年，随着物联网技术的发展、智能城市概念的提出，智能家居定义、产品、系统升级。



智能家居是智慧城市进入用户家庭的最好路径

智慧社区的应用范畴是：智慧楼宇、智能家居、路网监控、智能医院、城市生命线管理等诸多领域。

智慧城市的应用范畴是整个城市。智能家居是智慧城市建设的微观节点，是智慧城市得以有机互动、良性运行的基石。



- 智慧楼宇的应用范畴是居民楼、酒店、办公楼、商场等。
- 智能家居以住宅为平台；智慧城市进入消费者家庭的最好路径就是通过智能家居。

智能家居定义升级

智能家居定义升级前后特点对比

特点	升级前	升级后
	中央控制	数据与服务
定义核心	传统智能家居强调将家居生活有关的子系统集成，实现统筹控制。	新型智能家居借助云计算平台进行产品数据分析和管理，为后续服务、设备自我学习提供基础。
	综合布线技术	物联网技术
技术基础	通过有线方式连接产品，系统调试、改装难，设备间相对独立。	是物联网技术在家庭场景的应用，设备间可实现互联互通、数据共享。
	封闭系统	开放系统
控制软件系统	控制软件系统界面、设置固化，难以更新、拓展。	支持用户进行个性化场景设置；可接入具有开放端口的新产品。
	本地控制	移动控制
产品控制方式	通过壁挂式触摸控制屏、遥控板控制智能家居产品，便捷度低。	通过手机、平板等移动端APP控制智能家居产品，可实现远程控制，便捷度、安全性、节能性提升。

定义升级

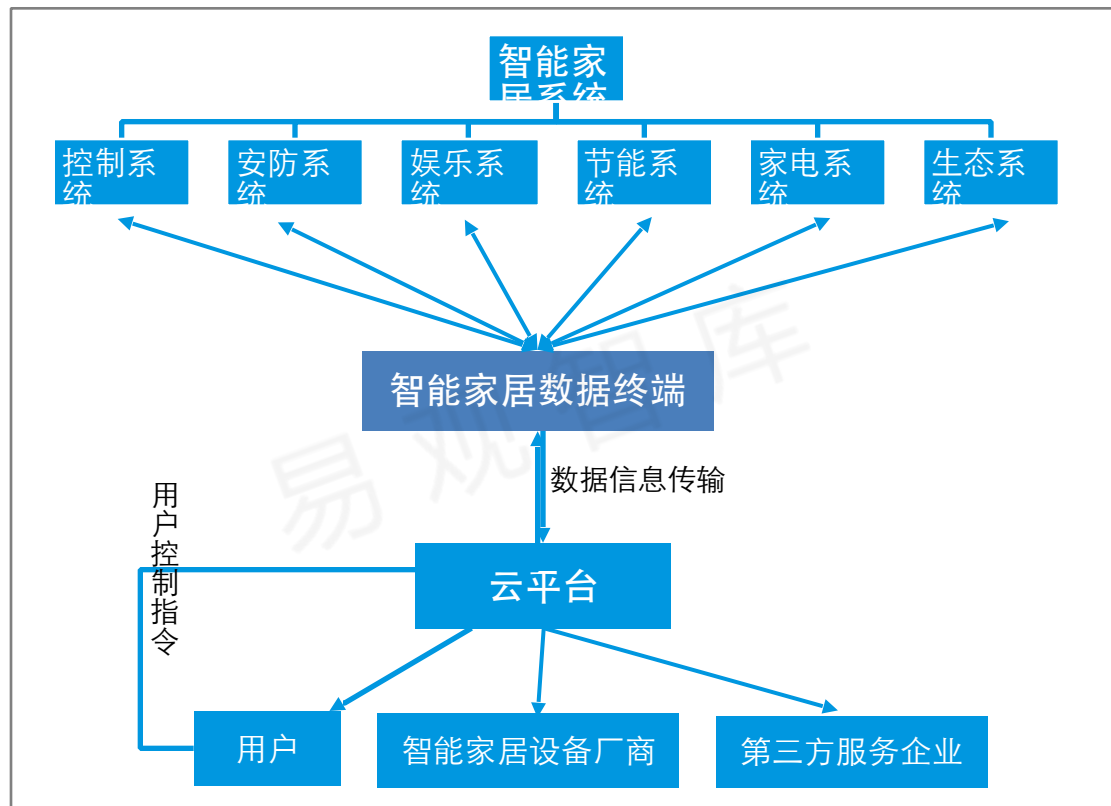
智能家居：以住宅为平台，基于物联网技术，由硬件（智能家电、智能硬件、安防控制设备、家具等）、软件系统、云计算平台构成的一个家居生态圈，实现人远程控制设备、设备间互联互通、设备自我学习等功能，并通过收集、分析用户行为数据为用户提供个性化生活服务，使家居生活安全、舒适、节能、高效、便捷。

智能硬件成为智能家居产品的重要组成部分

 1 控制主机	 2 智能照明系统	 3 电器控制系统	 4 家庭背景音乐	 5 家庭影院系统
 6 对讲系统	 7 家用环境监控	 8 防盗监控	 9 门窗控制	 10 智能遮阳
 11 智能家电	 12 智能硬件	 13 能源管控系统	 14 自动抄表	 15 智能家居软件
 16 家居布线系统	 17 家用网络控制系统	 18 空调系统	 19 花草自动浇灌	 20 宠物照看与动物管制

资料来源：中国室内装饰协会智能化装饰专业委员会《智能家居系统产品分类》，易观智库更新整理

智能家居系统升级突破，实现数据互联互通



- Analysys易观智库分析认为，智能家居系统是由多个智能家居单品，根据用户功能需求，组成的功能圈，实现产品间的联动，为用户生活带来便捷。
- 从数据信息层面来看，智能家居系统中的信息，大部分处于“孤岛”状态，难以产生价值。通过建立智能家居数据终端，将各个系统的信息传输到云端进行分类分析和管理，使智能家居系统实现数据的互联互通。

目录

- 1 智能家居定义及发展历程
- 2 智能家居行业市场环境分析
- 3 智能家居用户需求分析
- 4 典型企业案例分析
- 5 智能家居行业未来趋势分析



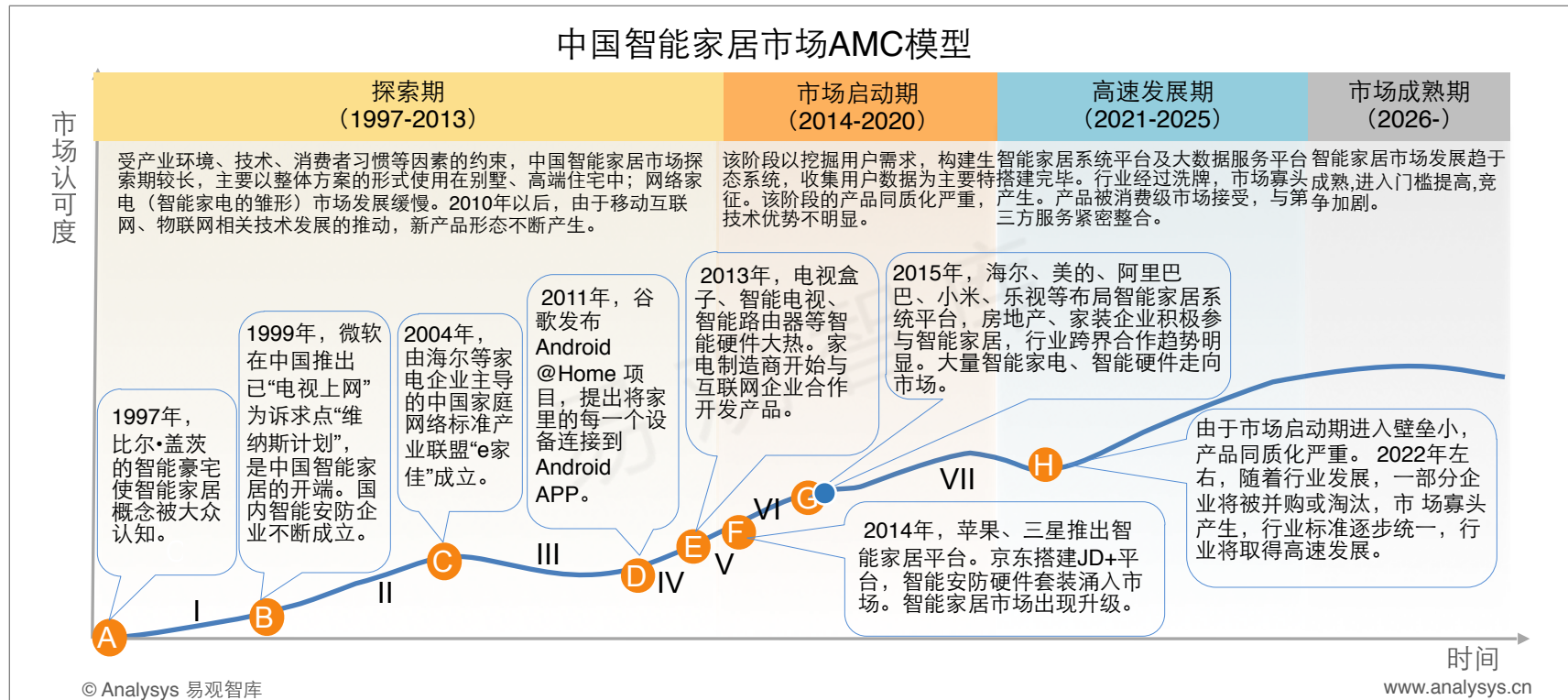
智能家居行业宏观环境分析



说明：图中“社会环境”、“技术环境”提及的具体数据来源于国家统计局网站。

智能家居行业市场成熟度分析

- 中国智能家居市场处于行业启动期，以挖掘用户需求，构建生态系统为主要特征。



1997年，比尔·盖茨的智能豪宅使智能家居概念被大众认知。

1999年，微软在中国推出已“电视上网”为诉求点“维纳斯计划”，是中国智能家居的开端。国内智能安防企业不断成立。

2004年，由海尔等家电企业主导的中国家庭网络标准产业联盟“e家佳”成立。

2011年，谷歌发布Android @Home项目，提出将家里的每一个设备连接到Android APP。

2013年，电视盒子、智能电视、智能路由器等智能硬件大热。家电制造商开始与互联网企业合作开发产品。

2015年，海尔、美的、阿里巴巴、小米、乐视等布局智能家居系统平台，房地产、家装企业积极参与智能家居，行业跨界合作趋势明显。大量智能家电、智能硬件走向市场。

2014年，苹果、三星推出智能家居平台。京东搭建JD+平台，智能安防硬件套装涌入市场。智能家居市场出现升级。

由于市场启动期进入壁垒小，产品同质化严重。2022年左右，随着行业发展，一部分企业将被并购或淘汰，市场寡头产生，行业标准逐步统一，行业将取得高速发展。

智能家居行业产业链分析

- 智能家居产业链参与者增多：互联网公司、智能硬件厂商、房地产公司积极参与智能家居市场。
- 智能家居产业链链条延伸：云服务与大数据平台驱动生活服务平台产生。
- 智能家居销售渠道拓展：众筹平台、应用商店成为智能家居产品新销售渠道。



智能家居主要市场参与者分析

- 传统硬件企业、互联网企业正借助自身产业链、云计算与大数据技术、资本、渠道、影响力等优势，建立智能家居系统平台，将智能家居设备间相互孤立的数据和信息打通，通过分析数据连接个性化服务，实现数据与服务盈利。



- 传统硬件企业**
 - 传统硬件企业制造智能家居市场主要产品(白电、黑电、小家电、安防产品)、早期参与者，正在向智能化转型。包括家电厂商、安防控设备厂商等。
 - 典型企业：海尔、美的、三星、LG、格力、TCL、海康威视等。
- 平台服务型互联网企业**
 - 平台服务型互联网企业是开放能力型企业，凭借雄厚的技术实力和云服务能力为硬件企业提供交易平台、产业链整合、云平台、开放能力、大数据服务等支持。
 - 典型企业：京东、阿里巴巴、腾讯、百度等。
- 消费电子型互联网企业**
 - 消费电子型互联网企业以生产智能手机、智能家电、智能可穿戴设备等智能硬件产品切入智能家居市场。
 - 典型企业：
 - 多屏多终端代表型企业-小米
 - 从内容服务到终端代表企业-乐视
- 创新创业型企业**
 - 创新创业型企业以中小型企业为主，提供单品智能硬件或者提供家居后市场O2O服务，占据智能家居市场的长尾部分。
 - 典型企业：欧瑞博、幻腾智能、极路由、星盘科技等。
- 房地产、家装企业**
 - 房地产、家装企业是智能家居与用户间的触点，正积极与平台服务型、消费电子型互联网企业合作，推动智能家居落地。
 - 典型企业：万达集团、华润置地、东易日盛等。

数据与服务盈利模式分析

利用数据连接智慧工厂

通过收集用户使用习惯数据以及地域气候、水质、空气质量等，建立数据库，为后续的产品生产研发提供支撑，使产品能为用户提供更优质的体验。

数据增值/收费数据服务

为特定领域的政府机关、科研机构、企业提供数据支持，从而产生社会价值和商业价值。

数据与服务 盈利模式



针对用户的线下生活服务增值

以智能家居产品为触角，获得用户生活数据，依据数据提供个性化线下生活服务。

食材配送

家政服务

健康护理

故障维修服务

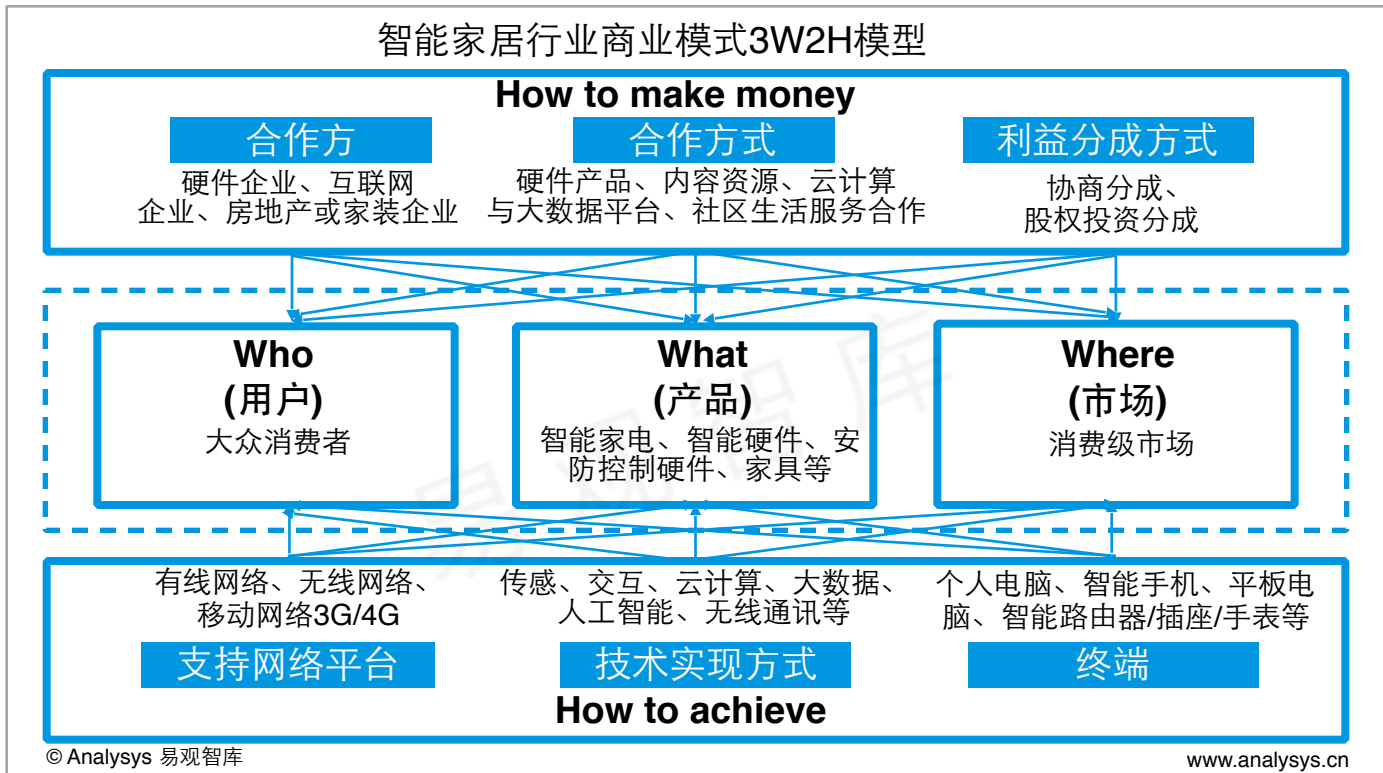
教育服务

广告服务

基于对大数据的分析和充分利用，广告投放将更加精准，广告投放效果将得到保证。

智能家居行业商业模式分析

- 智能家居行业产业链长、产品种类众多、销售渠道多样，单一企业难以独占市场，不同行业企业优势互补，跨界合作趋势明显。利益分成方式是各方合作过程中的绊脚石。

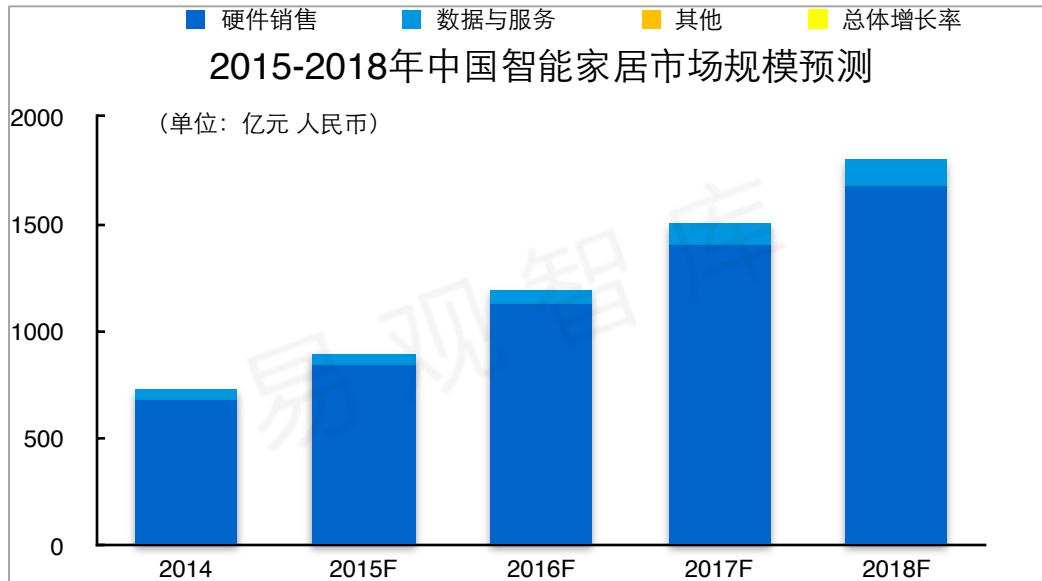


智能家居行业跨界合作趋势明显

合作时间	合作方	合作内容
2014年3月	美的、华为、阿里	华为、阿里帮助美的迅速建立了从云端到家电的试验系统、美的从云到端的建设实现。
2014年12月	小米、美的	小米战略投资美的12.66亿元，双方将在智能家居及其生态链、移动互联网业务领域深度合作。
2014年12月	360、酷派	360 战略投资4 亿美元与酷派成立合资公司，主要生产智能设备，向市场推出智能手机并以互联网销售为主要渠道，以此建立一个移动生态系统。
2014年12月	美的、京东	双方将扩大业务合作范围和合作深度，强化在智能家居和渠道扩展等领域合作。
2015年1月	海尔、魅族、阿里	海尔生产智能设备，阿里提供云服务能力、智能算法，三方共同开发互联协议。
2015年3月	海尔、苏宁	双方全面升级战略合作，在智能家居领域展开深度合作，共同推进C2B反向定制产品、U+平台创客产品、PPTV电视开发计划，共享会员资源。
2015年4月	联想、百度	合作推出云路由，后续将合作更多智能硬件。
2015年4月	TCL、腾讯	TCL与腾讯、未来电视达成平台、内容、牌照三方资源整合。
2015年5月	小米、正荣	双方将融合小米路由器、小米电视、小蚁智能摄像机等系列智能硬件，为正荣集团旗下地产项目打造全新智能家居体验。

来源：易观智库2015

智能家居行业市场规模分析



数据来源: 易观智库根据公开数据、行业访谈估算。

© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

- Analysys易观智库分析认为, 得益于市场上不断增多的智能家居硬件产品, 并在消费市场中的日渐普及, 中国智能家居市场规模在2016年将出现明显增长。
- 至2018年, 随着主要的智能家居系统平台及大数据服务平台搭建完毕, 下游设备厂商完善, 智能家居产品被消费级市场接受, 市场规模将达到1800亿元人民币。

目录

1

智能家居定义及发展历程

2

智能家居行业市场环境分析

3

智能家居用户需求分析

4

典型企业案例分析

5

智能家居行业未来趋势分析





用户调研说明

用户调研目的：获得用户对智能家居的认知情况、行为偏好和用户属性。

用户调研说明：1、因调研方式、抽样方式、样本数量的影响，调查结果仅供参考。

2、家电作为家居设备的主体，在智能家居中，智能家电的作用同样重要。因此本次调查内容对智能家电有所侧重。

调研方式

- 在线问卷调查



调研对象

- 互联网、移动互联网网民



抽样方式

- 随机抽样



调研时间

- 2015年4月



有效样本量

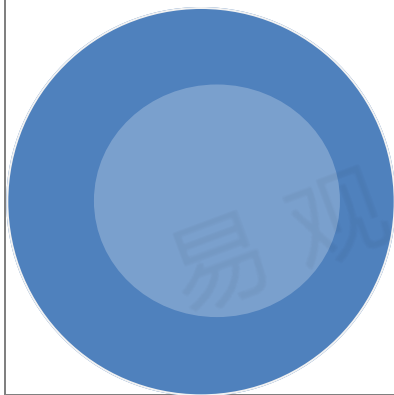
- 2930个

用户需求分析

超过50%的被访者对智能家居产品有一定了解，但购买过的被访者比例仅为9.5%。

被访者对智能家居的了解途径主要是移动端，新闻类APP或网站、微信等社交工具占比较高。

被访者对智能家居产品的了解程度

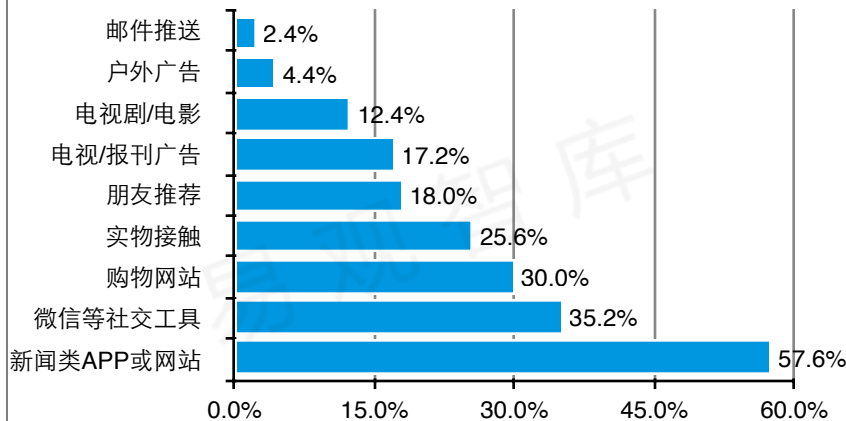


说明：基于2930份有效被访者调研得出。

© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

被访者对智能家居产品的了解途径

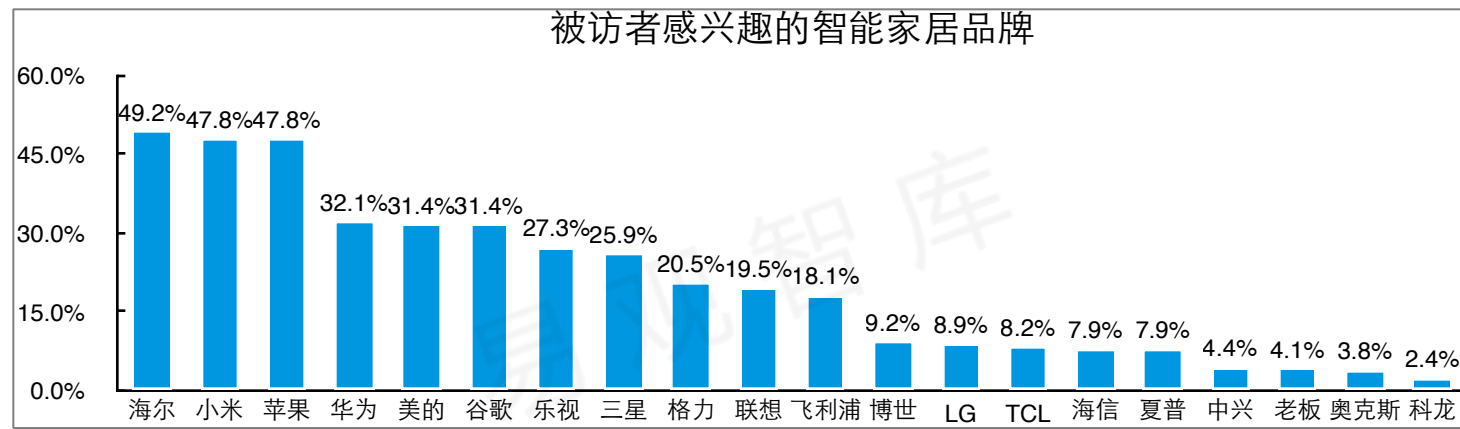


说明：基于2502份有效被访者调研得出。本题为多选题，百分比之和可能不等于1。

© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

智能家居品牌认知方面，被访者对国产品牌认知度较高，传统家电厂商海尔排名第一；小米排名第二；苹果虽未在大陆推出智能家居产品，仍获较高认知度。



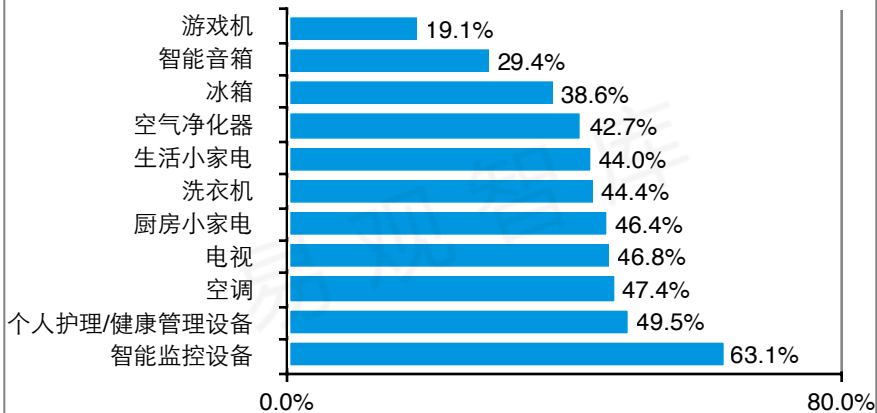
说明：基于2930份有效被访者调研得出。本题为多选题，百分比之和可能不等于1。

用户需求分析

感兴趣的智能家居产品方面，被访者对智能监控设备最感兴趣，其次是个人护理/健康管理设备。

在购买智能家居产品时，被访者对功能、价格最为关注，品牌、口碑、节能考虑较少。

被访者感兴趣的智能家居产品

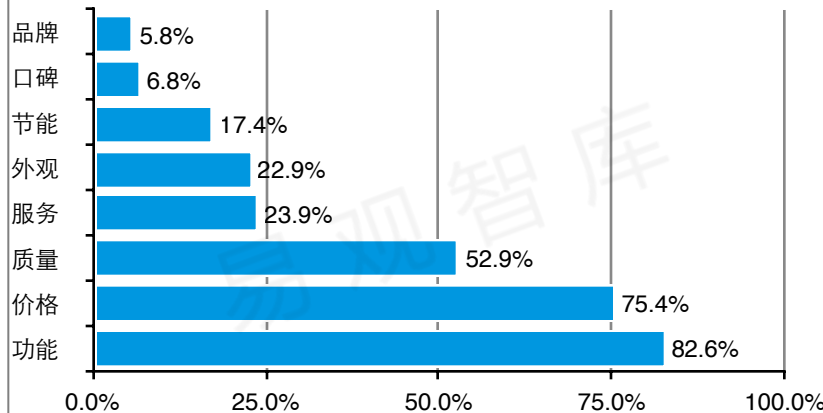


说明：基于2930份有效被访者调研得出。本题为多选题，百分比之和可能不等于1。

© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

被访者购买智能家居产品时考虑的主要因素



说明：基于2930份有效被访者调研得出。本题为多选题，百分比之和可能不等于1。

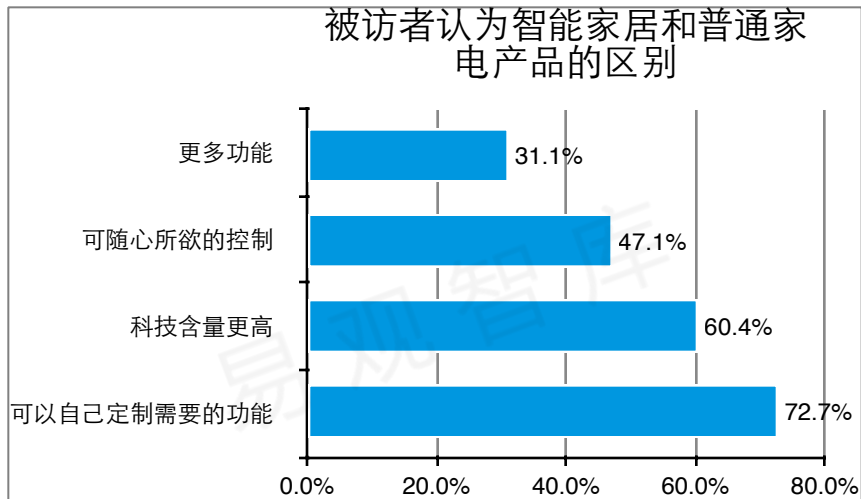
© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

用户需求分析

与普通家电产品相比，七成被访者认为智能家居产品应实现个性化功能定制。

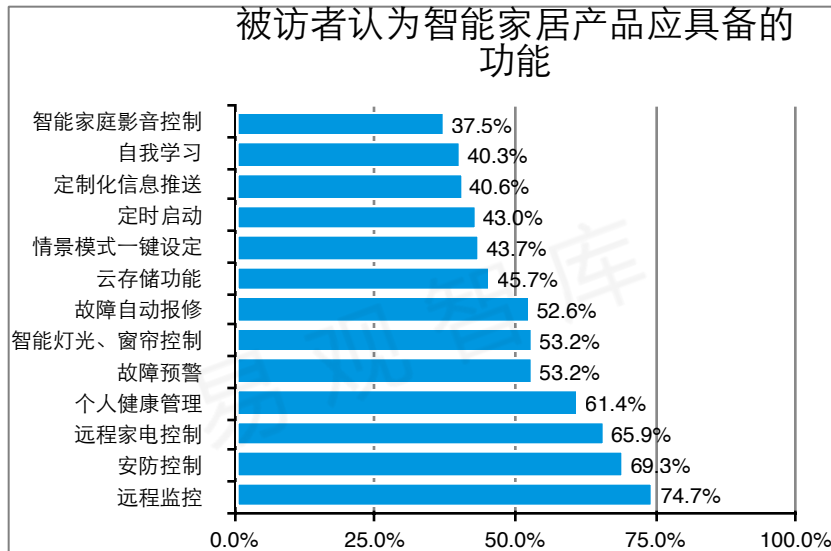
具体来说，被访者对智能家居产品的功能期望主要是远程监控、安防功能、远程家电控制。



说明：基于2930份有效被访者调研得出。本题为多选题，百分比之和可能不等于1。

© Analysys 易观智库

www.analysys.cn



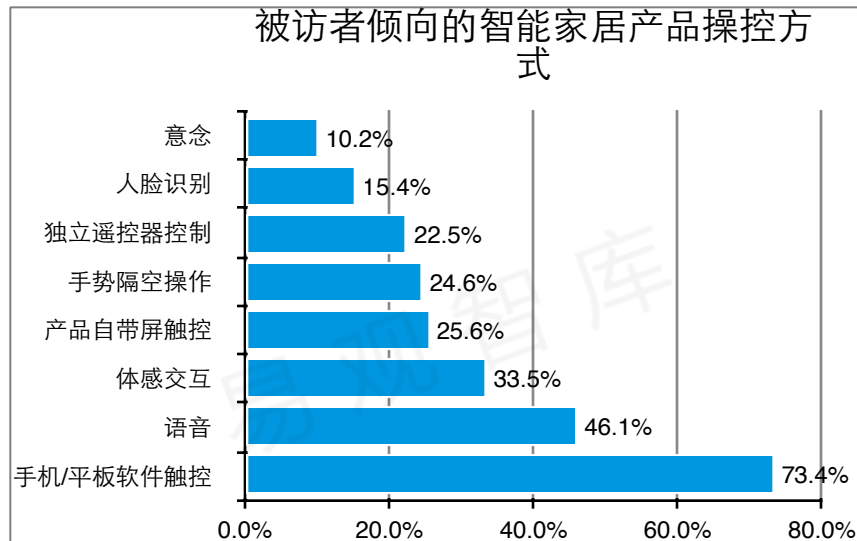
说明：基于2930份有效被访者调研得出。本题为多选题，百分比之和可能不等于1。

© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

用户需求分析

操控方式方面，多数被访者希望通过手机/平板软件操控智能家居产品。

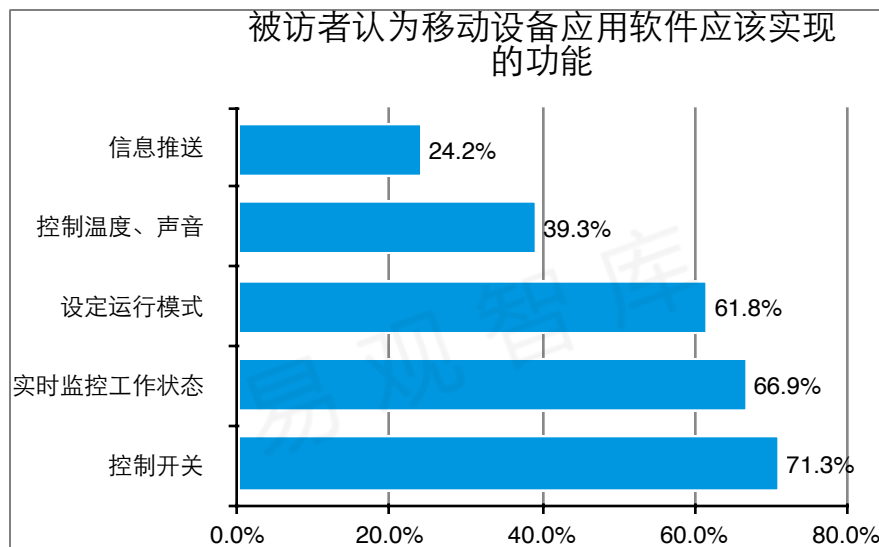


说明：基于2930份有效被访者调研得出。本题为多选题，百分比之和可能不等于1。

© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

具体来说，被访者认为手机/平板软件应具备控制开关、实时监控工作状态、设定运行模式等功能。



说明：基于2930份有效被访者调研得出。本题为多选题，百分比之和可能不等于1。

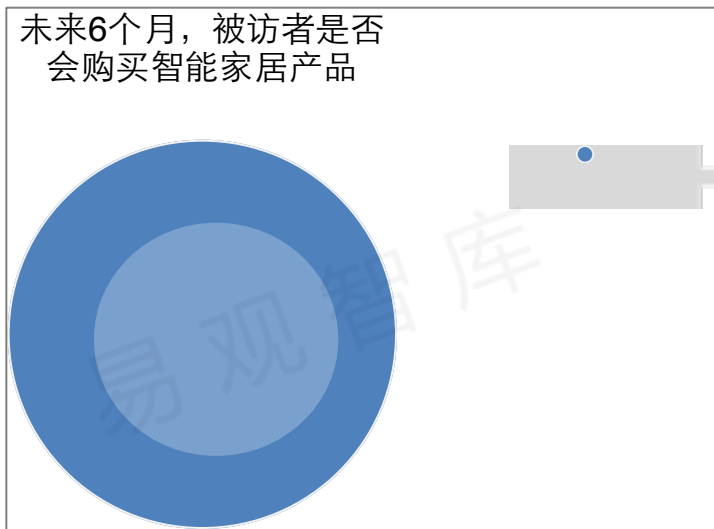
© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

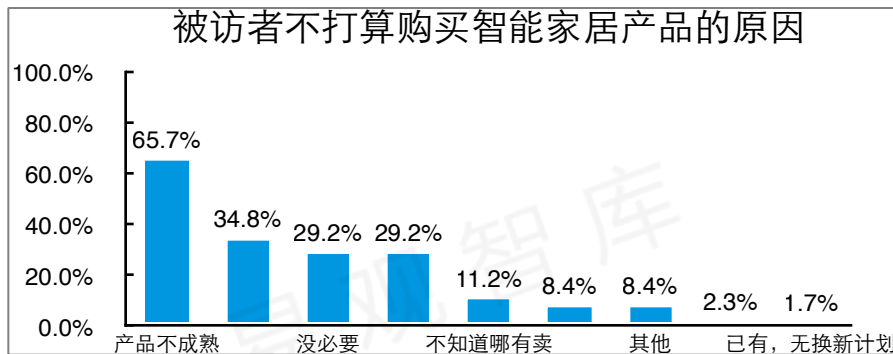
用户需求分析

未来6个月，会购买智能家居产品的被访者占比39.2%。

未来6个月，被访者不会购买智能家居产品的主要原因是产品不成熟，其次是价格太贵。



说明：基于2930份有效被访者调研得出。



说明：基于1781份有效被访者调研得出。本题为多选题，百分比之和可能不等于1。

用户需求分析

未来6个月，会购买智能家居产品的被访者，主要希望通过购买单个产品体验。

预算方式方面，超半数被访者预算在2000元以下。

被访者体验智能家居产品的方式

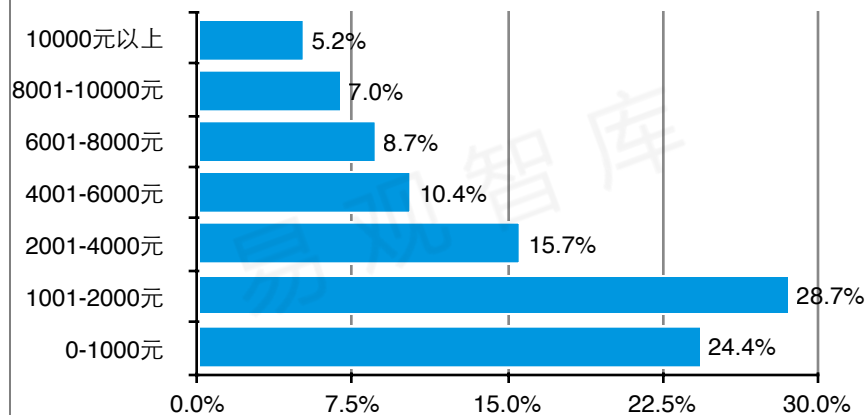


说明：基于1149份有效被访者调研得出。

© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

被访者购买单个智能家居产品的预算



说明：基于1149份有效被访者调研得出。

© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

用户需求分析

购买渠道方面，82.6%的被访者选择在线购买的方式。

在线渠道方面，购物网站有近八成被访者选择；线下渠道方面，选择品牌自建专卖店的被访者最多。

被访者购买智能家居产品的购买渠道

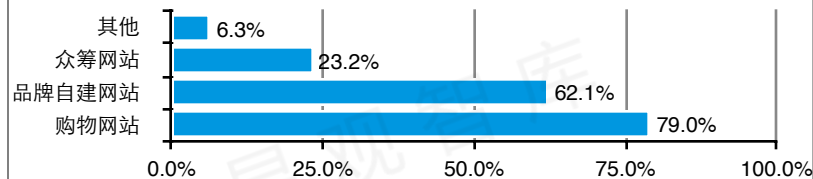


说明：基于1149份有效被访者调研得出。

© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

被访者在线购买的具体渠道

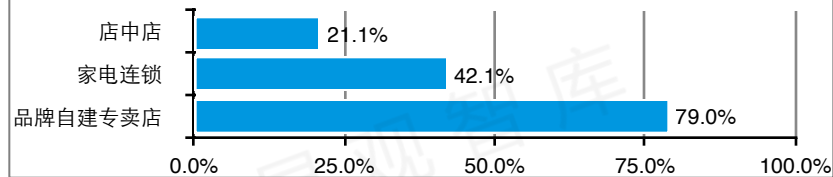


说明：基于949份有效被访者调研得出。本题为多选题，百分比之和可能不等于1。

© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

被访者线下购买的具体渠道



说明：基于190份有效被访者调研得出。本题为多选题，百分比之和可能不等于1。

© Analysys 易观智库

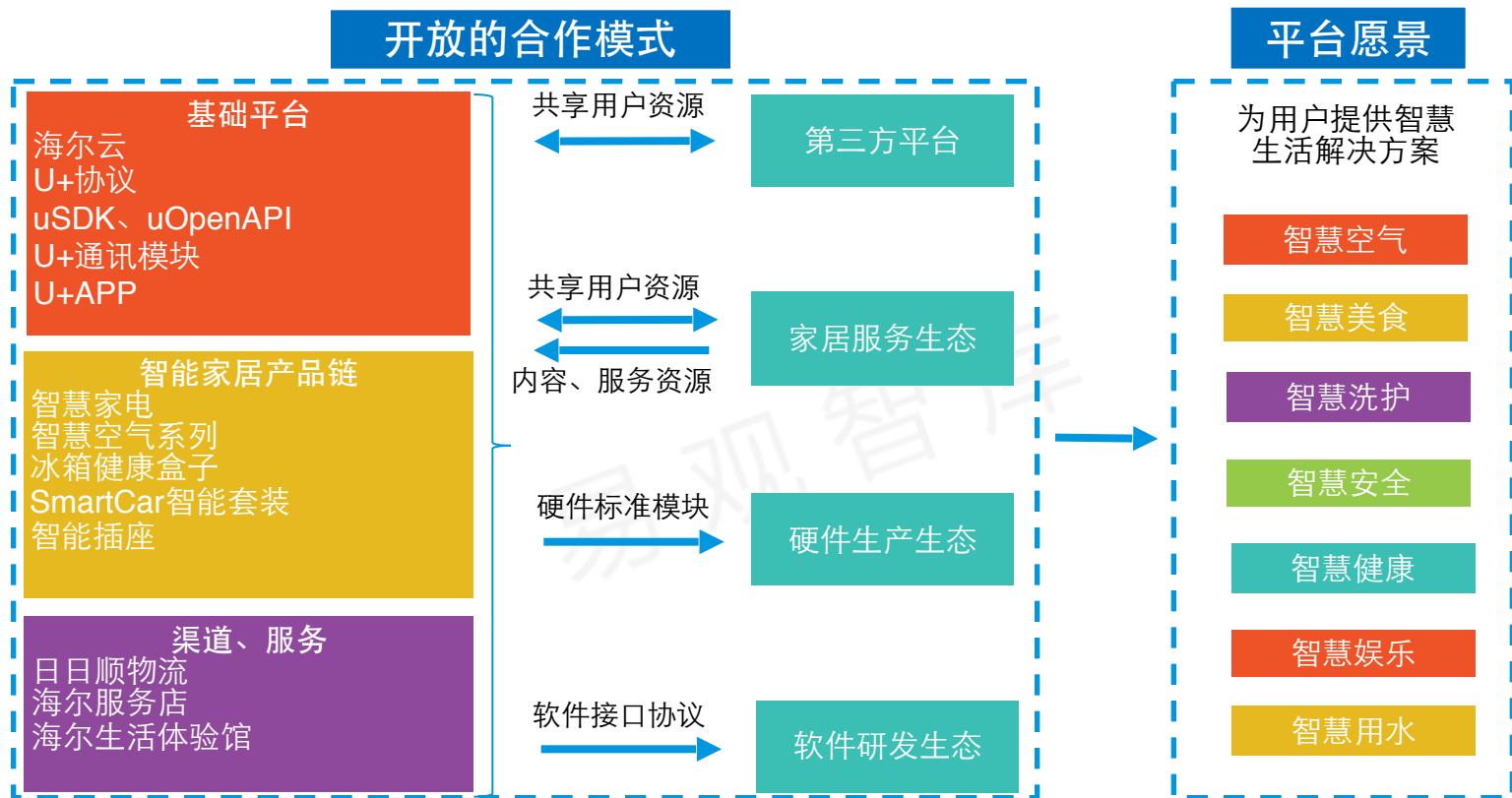
www.analysys.cn

目录

- 1 智能家居定义及发展历程
- 2 智能家居行业市场环境分析
- 3 智能家居用户需求分析
- 4 典型企业案例分析
- 5 智能家居行业未来趋势分析



海尔——U+智慧生活平台



| 海尔——U+智慧生活平台

海尔SWOT分析

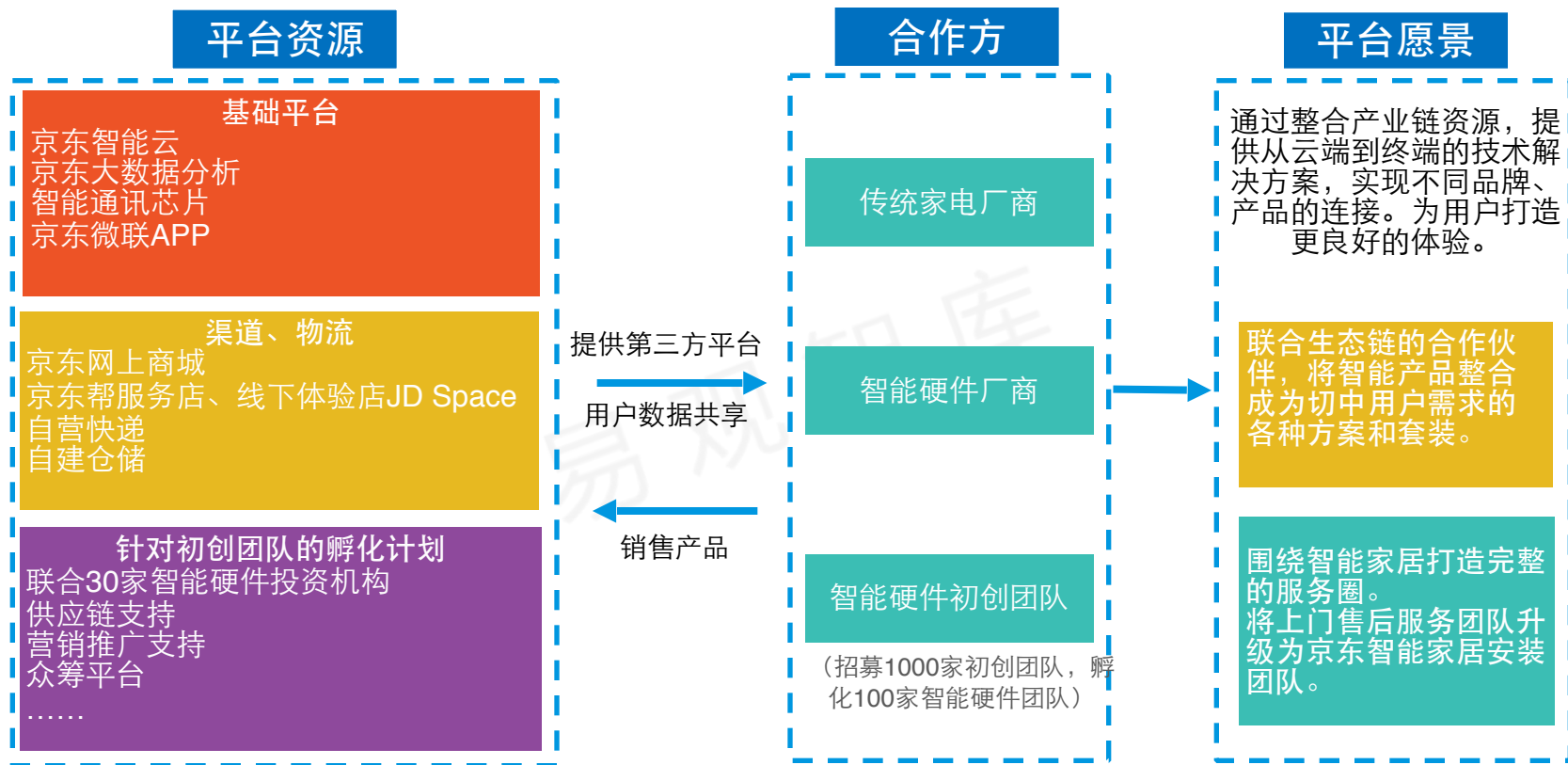
<p>S</p> <ul style="list-style-type: none"> • 全球家电领先品牌，15年的技术和专利积累。 • 成熟、开放、兼容的智慧生活平台，具备技术领先的云平台。 • 完善的家电产品体系，易于搭建生态圈。 • 线下渠道资源丰富。 	<p>W</p> <ul style="list-style-type: none"> • 缺少对智能手机、路由器/网关、智能电视等现阶段智能家居入口的把控。 • 自建电商缺少用户流量优势，将阻碍生态圈产品的推广、销售。
<p>O</p> <ul style="list-style-type: none"> • 国家积极推动互联网与工业融合创新。 • 中国智能家居市场处于市场启动期，没有产生垄断市场的寡头。 • 中国消费者消费能力提升，对智能家居产品认知度提高。 	<p>T</p> <ul style="list-style-type: none"> • 互联网企业涌入市场，市场竞争增大。 • 年轻消费者将是智能家居产品的早期购买者，作为老牌家电企业，面临如何让品牌年轻化的挑战。

©Analysys 易观智库

www.analysys.cn

- Analysys易观智库分析认为，海尔U+智慧生活平台以海尔家电产品为圆心，借助自身品牌、技术、供应链优势，为第三方企业提供通讯模块、软件开发、用户资源支持，形成优势互补；结合用户需求，组成“硬件+软件+服务+内容”的智慧生活解决方案。
- 平台的开放性主要体现在：硬件标准模块、软件接口协议、用户资源的开放，以及对上下游企业、第三方平台的开放。

京东——JD+计划



京东——JD+计划

京东SWOT分析

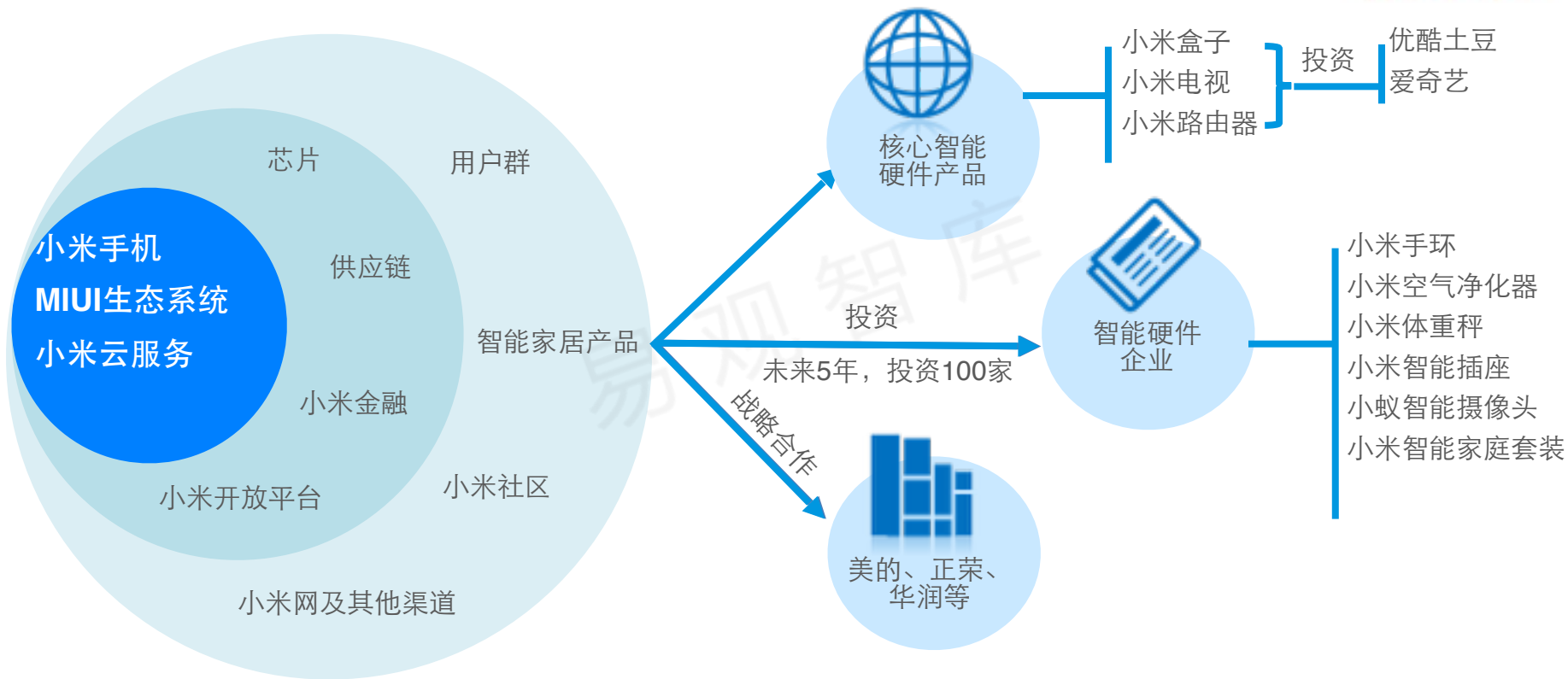
<p>S</p> <ul style="list-style-type: none"> •最大3C产品销量的电商平台，用户流量大。 •云计算、大数据技术优势。 •拥有知名众筹平台，可以检测产品市场效果。 •线上市场渠道资源丰富。 	<p>W</p> <ul style="list-style-type: none"> •生活服务、家庭娱乐内容资源布局方面存在欠缺。 •缺少智能硬件生产经验，对于供应链的把控能力亟待提高。
<p>O</p> <ul style="list-style-type: none"> •国家政策支持电子商务发展。 •中国智能家居市场处于市场启动期，缺乏统一的标准。 	<p>T</p> <ul style="list-style-type: none"> •作为第三方智能家居平台，如果未能尽快形成自身的核心竞争力，容易被竞争对手复制。 •第三方平台具有排他性，如何吸引优秀合作方，是京东面临的挑战。

©Analysys 易观智库

www.analysys.cn

Analysys易观智库分析认为，京东利用智能家居第三方平台优势、大数据资源、智能硬件销售量优势，整合产业链资源，通过智能模块、接入第三方云等方式，实现跨品牌、跨平台的智能设备控制、交互和数据汇集，并致力于成为智能硬件企业的加速器、孵化器。

小米——智能硬件生态体系



小米——智能硬件生态体系

小米SWOT分析

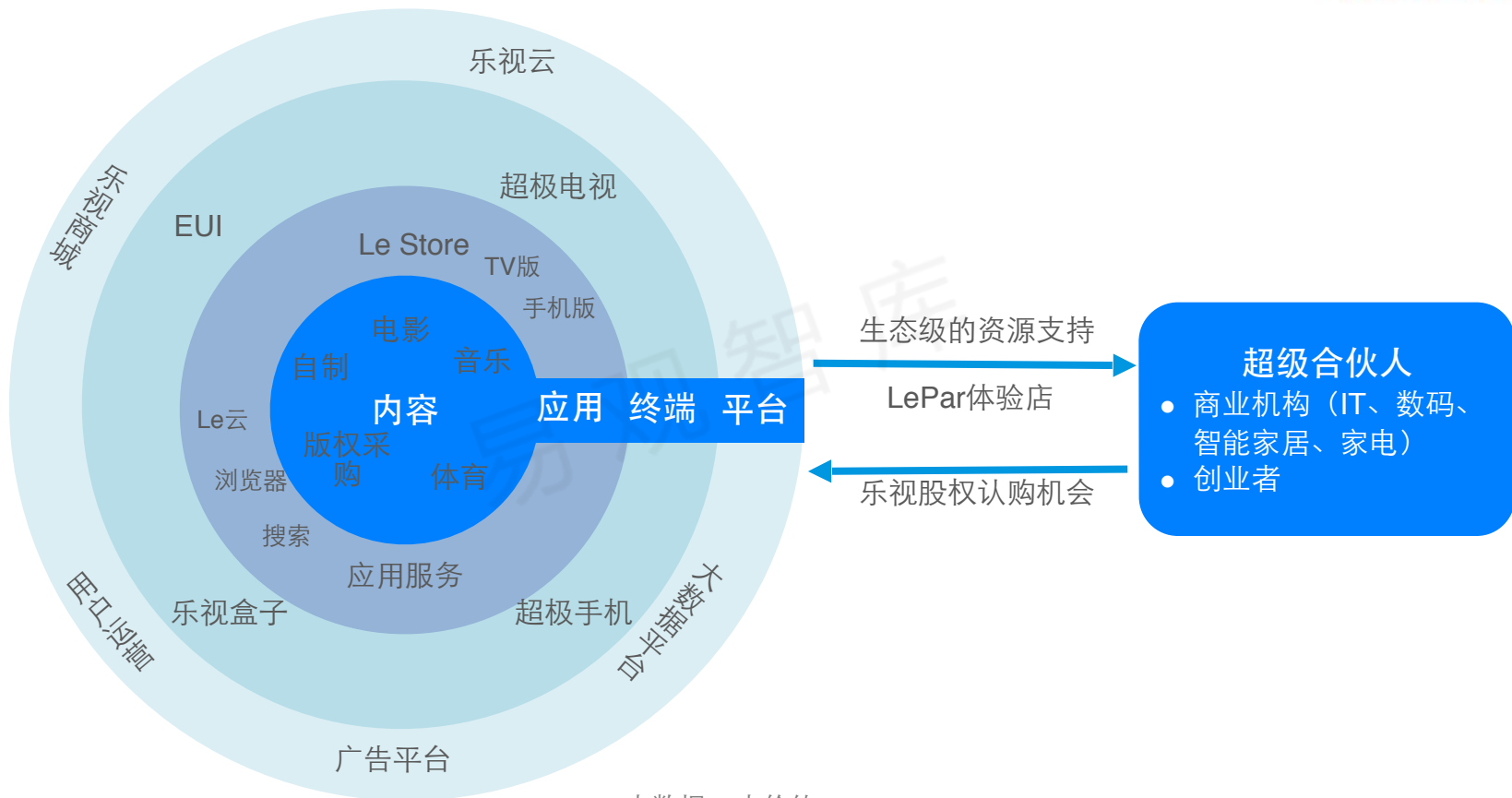
<p>S</p> <ul style="list-style-type: none"> 小米系列智能手机市场占有率高，善于在线营销。 拥有整齐价值观的粉丝群。 领先的智能硬件供应链控制能力、用户需求发掘能力。 形成以小米网为中心的智能硬件销售渠道。 	<p>W</p> <ul style="list-style-type: none"> 作为成立5年的企业，缺少专利、技术储备。 产品主要是单品，没有形成智能家居产品体系。 缺少线下体验渠道。
<p>O</p> <ul style="list-style-type: none"> 中国智能家居市场处于市场启动期，市场集中度低，利于新兴公司进入。 年轻消费群体对智能硬件产品认知度较高，愿意购买尝试。 	<p>T</p> <ul style="list-style-type: none"> 智能手机红利逐渐消失。 通过投资智能硬件企业组建智能家居生态体系，品类的快速扩张考验小米的产品和数据整合能力、管控能力。

©Analysys 易观智库

www.analysys.cn

- Analysys易观智库分析认为，小米依靠建立智能硬件生态体系布局智能家居，这个体系的是以小米智能手机与MIUI操作系统为中心，连接所有的小米设备。
- 生态圈里的小米设备中，少部分是小米核心产品，如手机、电视、路由器、盒子，大部分是通过投资控股的方式并入生态圈中，形成“手机、电视、路由器 + 生态链”的结构。

乐视——LePar超极合伙人计划



| 乐视——LePar超极合伙人计划

乐视SWOT分析

<p>S</p> <ul style="list-style-type: none"> • 丰富的影视、音乐、娱乐、体育内容资源。 • 专业的云视频平台，可实现一云多屏。EUI应用可实现多屏一致。 • 语音、体感技术与电视的结合，具有想象空间。 • 自建电商、线下渠道建设。 	<p>W</p> <ul style="list-style-type: none"> • 作为互联网消费电子企业，需要提升技术研发能力、技术储备。 • 现有盈利模式变现周期长。
<p>O</p> <ul style="list-style-type: none"> • 内容和服务限制智能硬件行业的发展，而乐视具有内容优势， • 随着智能设备的使用，多屏活动变得越来越重要。 	<p>T</p> <ul style="list-style-type: none"> • 能否在移动端复制智能电视模式，是乐视在发展智能家居过程中的重要挑战。 • 既做内容又做终端，乐视将面临更多的竞争者。

©Analysys 易观智库

www.analysys.cn

- Analysys易观智库分析认为，乐视拥有“平台+内容+终端+应用”的娱乐产业链闭环，强调打通电视端和移动端、线上渠道和线下渠道，通过合作的方式招募智能家居领域的超极合伙人，这些合作人将围绕在乐视自身的核心硬件产品周边，构建成智能家居生态圈。
- 与海尔、京东、小米不同的是，乐视尚未推出通讯模块。

智能家居平台数据之争已经开始

Analysys易观智库分析认为，智能家居平台的关键作用是将智能设备提供给用户的孤立的数据和信息进行整合，通过对数据的交互分析，得出最适合用户的家居环境数据，从而为用户的生活带来舒适和便利。

同时，通过开放接口(API)，将各个智能家居平台、云服务平台的能力开放给第三方开发商/开发者，将更多的产业链中的合作企业聚集到平台中，将线上线下的资源进行整合。

未来智能设备间相互孤立的数据和信息将被打通，实现是数据和信息共享后，将产生更多的商业机会和赢利模式。

智能家居平台布局新模式：**平台+产品+应用+服务**



目录

- 1 智能家居定义及发展历程
- 2 智能家居行业市场环境分析
- 3 智能家居用户需求分析
- 4 典型企业案例分析
- 5 智能家居行业未来趋势分析



行业发展阻碍

行业

- 行业缺少标准化网络协议、接口协议。
- 行业缺少领军企业，甚至缺少公认的智能家居概念。
- 第三方生活服务体系不健全。
- 现阶段用户大数据的实用性有限。

企业

- 智能硬件企业以中小企业为主，这些企业缺少对用户需求与供应链的控制力、缺乏资金支持。
- 智能硬件企业面对智能家居平台站队的问题。

用户

- 市场教育程度偏低，普通用户缺少智能家居产品体验，对智能家居产品的认识有限。
- 数据安全性也是影响用户购买的因素。
- 现阶段，用户购买智能家居产品的预算偏低。

产品

- 产品难以让用户持续使用。
- 产品间功能同质化严重。
- 产品易用性较差，用户学习成本高。
- 产品依赖智能手机，每个家庭成员体验不统一。

行业发展趋势——用户需求

老人

核心需求：健康、养生、安全

服务需求：远程健康看护、体征数据监控、安全监控、一键报警服务



婴幼儿

核心需求：安全、健康

服务需求：安全监控、体征数据监控、健康预警服务



亚健康人群

核心需求：健康、保健

服务需求：健康提醒服务、辅助健康监控服务



白领人群

核心需求：生活品质、安全、舒适、节能、高效

服务需求：家政服务、新鲜食材配送服务、家庭维修服务



| 行业发展趋势——技术

操作系统

- 随着智能设备产生，操作系统生性增多，兼容性更强，平台效应更明显。硬件、软件、内容、服务、生态的扩展，使得操作系统成为智能家居设备中，智能设备控制作用减弱。

交互技术

- 语音交互、人脸识别等技术成熟，智能家居设备中，智能设备控制作用减弱。

混合云技术

- 随着智能家居设备增多，家庭私有云承载的数据量有限，公有云成为趋势。

大数据技术

- 未来接入云端的智能家居设备增多，大数据管理能力也将提升，为个性化线下生活服务提供数据支撑。

无线通信技术

- 随着无线通信技术不断升级，未来智能家居设备间的通讯方式将以无线加已经铺设的线路为主。

机器人技术

- 机器人技术将融合交互、云计算、无线通信、图像识别、人工智能、传感等技术，满足家庭医疗、服务以及教育等需求。

行业发展趋势——渠道

单个智能家居产品具有孤岛效应，融入整体装修或局部装修才能产生后续价值。未来智能家居厂商将与房地产开发商、装修公司、酒店、旅馆等进行紧密合作，进入前装、后装市场。

前装市场

智能家居厂商将与房地产开发商、装修公司、酒店、旅馆、青年公寓合作，进行整体或者部分房间智能装修。

重点产品：监控系统（智能摄像头、智能监控传感器等）、智能路由器/网关、智能空气净化系统、智能电视、智能灯光、智能门禁。

特点：一次性投入成本多，提供较完善的智能家居体验并获取较全面的用户数据信息。

重点应用领域：智能安防和卧室、卫生间等场景的智能化服务。

智能家居厂商将与房地产开发商、连锁酒店、连锁旅馆合作，侧重安防服务。

重点产品：智能路由器/网关、智能摄像头、智能烟雾报警器、门窗传感器、人体感应开关、智能家电、智能多媒体设备。

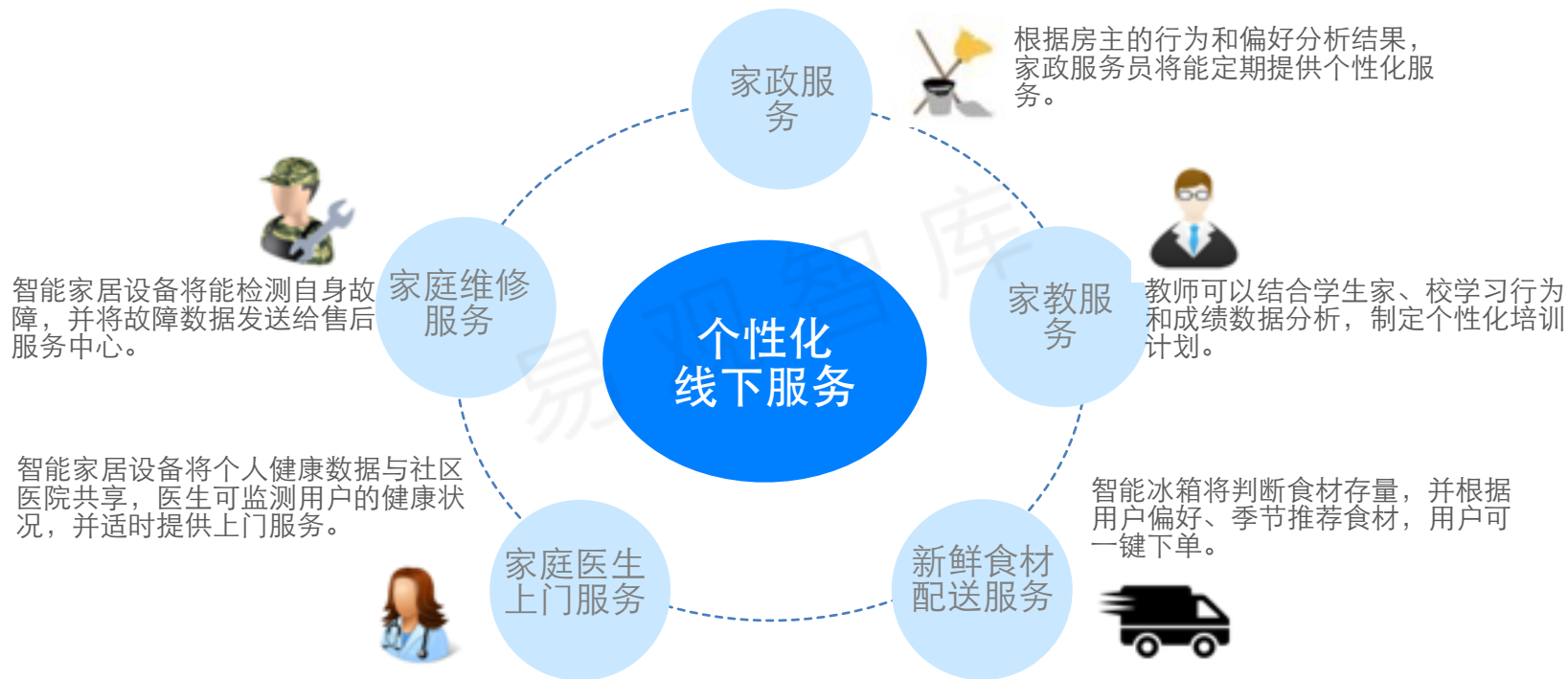
特点：以轻量级、小型化、便携智能家居设备，获取局部重点数据。

重点应用领域：智能安防、智能监控、数据节点等。

后装市场

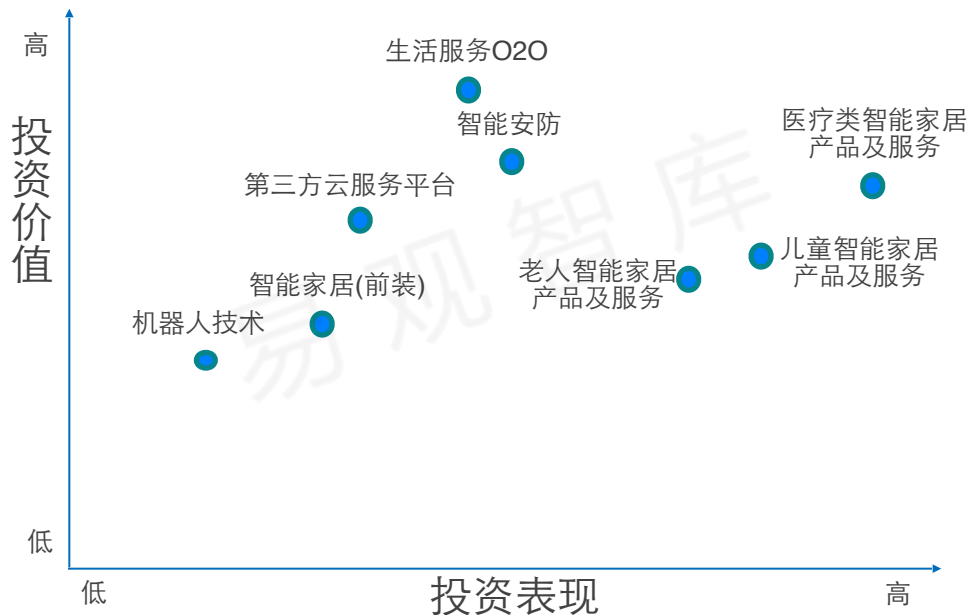
行业发展趋势——核心盈利模式

未来智能家居行业的核心盈利模式将是：以智能家居产品为触角，获得消费者的生活习惯数据，进行数据挖掘和分析，将分析结果与第三方服务商对接，向消费者提供个性化线下服务。



2015-2016年重点投资区域分析

2015年智能家居领域投资价值及表现分析



© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

Analysys易观智库分析认为，从投资价值看，生活服务O2O、智能安防、医疗类智能家居产品及服务较高。从投资表现看，医疗、老人、儿童等的智能家居产品及服务较好。综合以上因素，Analysys易观智库分析认为，2015年的重点投资区域将围绕生活服务O2O、智能安防、医疗类智能家居产品及服务等相关企业。

易观智库长期致力于互联网、物联网、大数据、云计算、制造业等领域的深度研究，物联网是其中最为重要的研究领域之一，研究报告包括以下：

- 中国智能可穿戴设备市场专题研究报告2015
- 中国智能家用医疗健康检测设备市场研究报告2015
- 工业**4.0**专题研究报告2015
- 汽车工业**4.0**专题研究报告2015
- 中国智能家居市场专题研究报告2015
- 中国**SaaS**市场专题研究报告2015
- 中国无人机市场专题研究报告2015
- 中国乘用车**OBD**产品专题研究报告2015
- 中国乘用车**UBI**市场专题研究报告2015
- 工业机器人市场专题研究报告2015
- 服务型机器人市场专题研究报告2015
- 中国**3D**打印市场专题研究报告2015
- 中国虚拟现实设备专题研究报告2015
- 中国增强现实设备专题研究报告2015
- 中国智慧城市专题研究报告2015
- 中国智慧医疗专题研究报告2015
- 智能汽车市场专题研究报告2015
-

欲了解物联网、工业4.0等更多内容，
请访问易观智库官网：www.analysys.cn 或致电客服：4006-515-715

大数据 大价值



- eCR-中国网购商品雷达
- eUR-中国数字消费用户雷达
- eBI-中国互联网商情
- eIR-中国创新应用雷达