

/ 项目背景



- 在消费升级渗透在各个领域的今天,国民消费发生着巨大的变化,与每个人息息相关的家居行业也是如此。现今越来越多的智能家居产品出现在普通老百姓的生活中,智能照明、智能窗帘、智能扫地机器人等各种智能产品都给人们的生活带来了极大的便利。智能门锁作为智能家居中重要的一环,也成为消费者家居智能化的重要选择。
- 本报告基于对阿里消费大数据的研究,旨在树立智能门锁行业标准,权威发布行业趋势,引导消费者消费观念升级,引领用户心智,打造天猫美家智能门锁线上第一平台。

/ 数据说明



- 品类口径:本次报告主要使用淘宝和天猫平台下四级类目电子门锁的订单数据,并涉及同级类目机械门锁、上级类目锁具的订单数据;电子门锁所属上级类目依次为:锁具(三级类目),家用五金(二级类目),基础建材(一级类目)。
- 时间周期:本次报告使用数据时间跨度为2014年7月1日至2017年6月30日;消费者画像部分数据时间跨度为2016年7月1日至2017年6月30日。
- 抽样方法:行业概况使用数据为全量订单数据的10%随机抽样,消费者解读使用数据为全量订单数据的按消费者 10%随机抽样。
- 清洗规则:依据淘宝刷单黑名单剔除刷单人群。

CONTENTS

PART 1

智能门锁行业发展概况

PART 2

消费者解读

PART 3

趣味榜单

智能门锁行业 PART 发展概况





CBNData ID:127E0



在智能家居不断火热的当前,智能门锁成为了门锁行业全新发展趋势,通过对2017年智能门锁行业发展现状分析了解到,我国智能门锁市场竞争日益激烈,市场产品逐渐成熟,具有良好的市场机会。

0

2016年起,随着物联网、 云计算、大数据等技术的 不断成熟和广泛应用,加 上资本的助推,智能家居 异军突起,成为新兴产业 势力。而智能门锁做为智 能家居中代表性产品的一 种,其发展潜力也是非常 大的。

CELLIA

CENDAL

3150

/ 国民消费水平不断升级



• 数据显示,近年来居民人均可支配收入保持着10%的增长率,消费力的提升进一步推动国民消费升级随着国民的消费结构不断变迁,人们的消费也发生了质的飞跃。

2012-2016年居民人均可支配收入(元)



数据来源:中国国家统计局

/ 智能家居行业增长迅速



根据测算,我国智能家居潜在市场规模约为5.8万亿元,发展空间巨大。



/ 智能门锁介绍



- 智能门锁作为其中一个类目,同样具有广阔的市场前景。其中智能门锁总产值将达80亿,年增速超过40%。而到 2017年智能门锁产值将超过百亿大关,成为智能家居重要的应用落地点。
- 智能门锁以其智能性、安全性、便捷性等种种优点成为消费者追捧的对象。智能门锁种类众多,大致可以分为指纹锁、密码锁、感应锁等。



/ 智能门锁消费关键词



在针对天猫购买门锁的用户调查中,安全是消费者最在意的一个关键词。其次,售后服务及是否提供上门安装 也是影响消费者购物决策的因素。





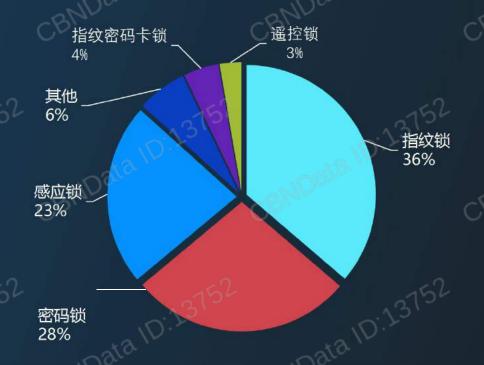
注:词云依据客户针对天猫购买门锁用户调研反馈

/ 智能门锁开锁方式完美解决用户痛点



在针对消费者的调查*当中,针对为什么选择买智能锁这个问题,除了安全因素的考量之外,得到最高票的回答是:不想带钥匙。而智能门锁恰恰解决了用户的这个痛点,不仅不需要用户携带钥匙,且开锁的方式更加便捷安全。其中,指纹锁是智能门锁最常采用的形式,紧接着是密码锁、感应锁。

不同智能门锁电子类型占比

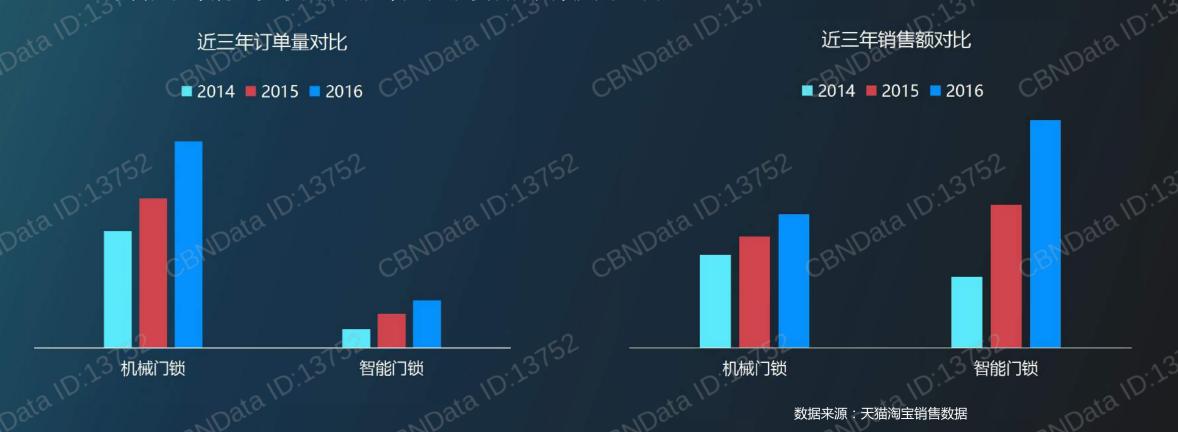


*注:调查来自客户对于天猫购买门锁用户的调研

/ 智能门锁行业是蓝海,市场前景无限



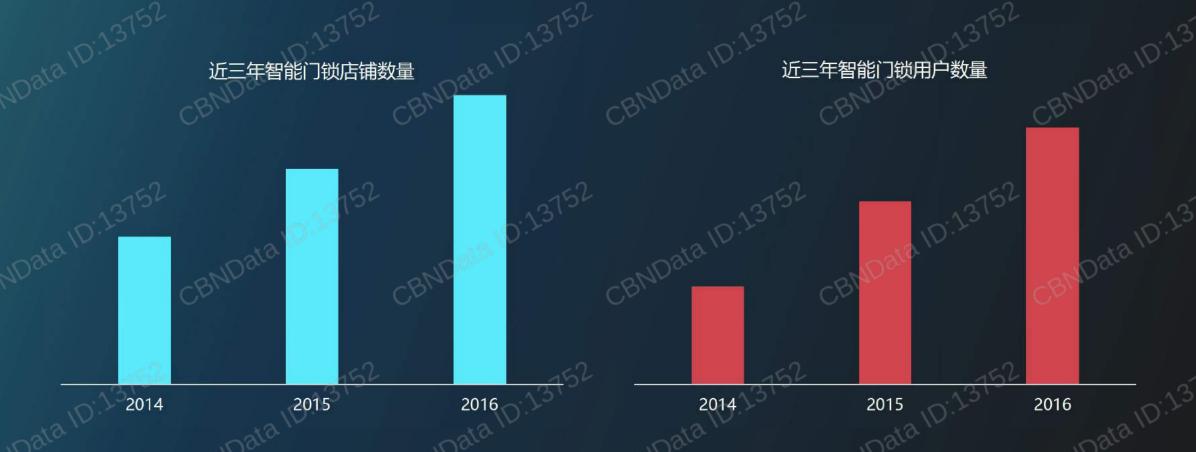
当今智能家居行业正处于消费升级的初级阶段,虽然在销售量方面,智能门锁的订单量不及传统的机械门锁,但仅在两年前的2015年,智能门锁的销售额就已经超越机械门锁,并保持着翻倍增长的趋势。相信随着消费升级的理念深入人心,智能门锁将逐步取代机械门锁成为消费者购买锁具时的首选。



/ 智能门锁卖方和买方数量都逐年升高



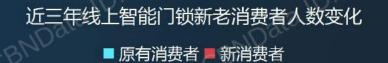
• 智能门锁市场潜力巨大,天猫淘宝平台上店铺数量和消费者数量都逐年上升。

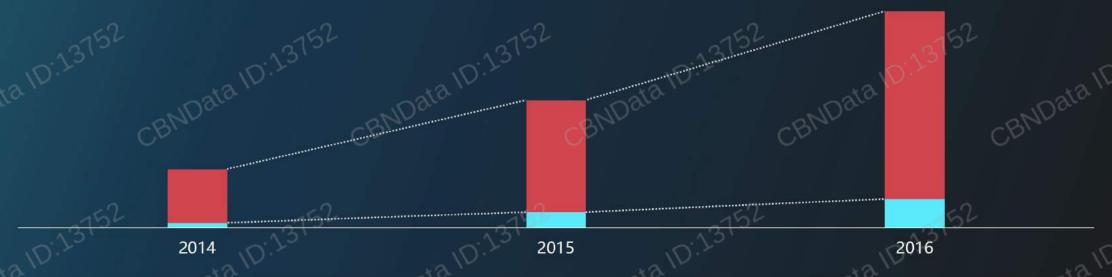


/ 智能门锁的在线消费者人数增长迅速



• 近三年来线上智能门锁消费者人数增长迅速,其中新用户增长速率远远高于老用户。





注:原有消费者为三年内第一次购买智能锁的用户;新消费者为三年内买过智能门锁一次以上者

大数据・全洞察

/ 智能门锁渗透率逐年上升



智能门锁渗透率逐年升高,随着消费者对智能家居和门锁认知的加深,相信渗透率还将继续扩大。



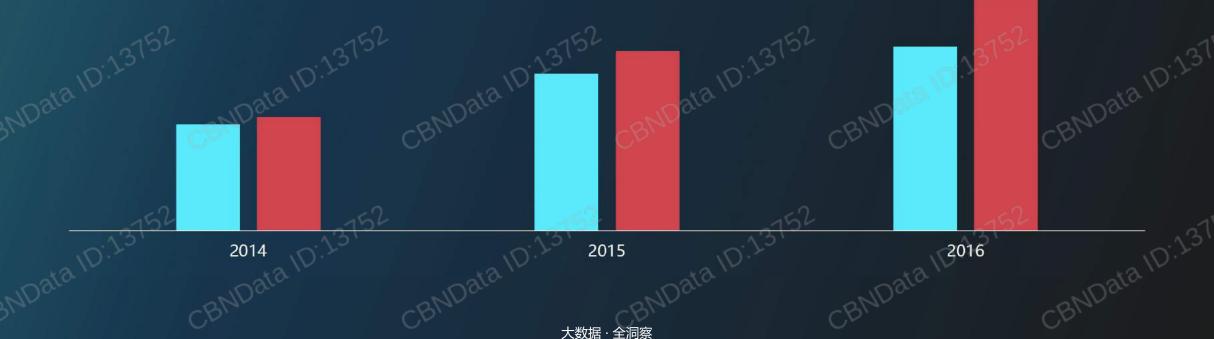
注:渗透率=购买智能门锁人数/购买门锁人数

/ 智能门锁的渗透率在有子家庭更高



已婚有子家庭较已婚无子家庭更加重视门锁的安全性,近年来智能门锁对其渗透率也有更明显的攀升。





/ 智能门锁还未成为门锁类在线消费主体,但增长空间巨大

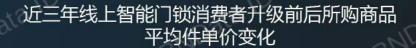


门锁类目中智能门锁的在线消费人数占比偏低,但对比少数智能门锁升级消费者在升级前后所购商品的件单价发现,消费者升级所带来的利润空间巨大。

近三年线上门锁类目消费者构成



智能门锁单纯消费者在三年内未在线购买过其他类型门锁;智能门锁升级消费者在三年 内购买过其他类型门锁;机械门锁消费者为仅购买过机械门锁。



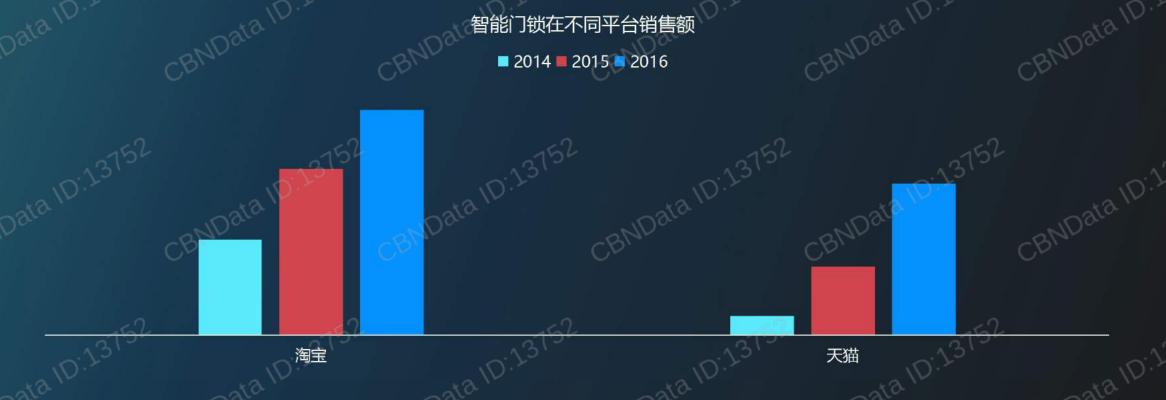


消费者升级是指消费者由购买机械门锁过渡到购买智能门锁

/ 天猫平台智能门锁销售增长惊人



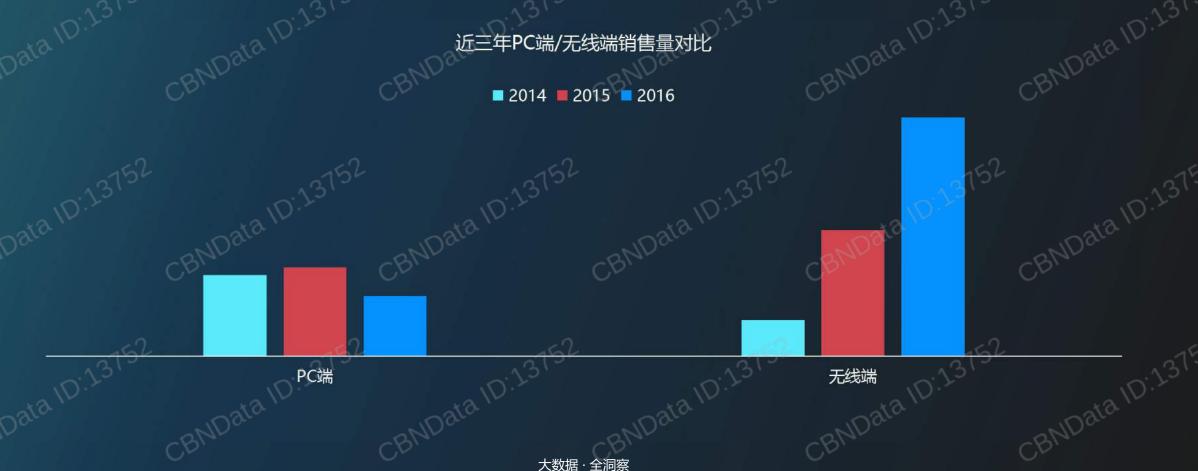
分平台来看,目前淘宝仍是消费者购买智能门锁的主要平台,但是增长速率有所放缓。另一方面,天猫的销售情况虽不及淘宝,但一直保持着较前一年翻倍的增长态势,预计接下来这种高增长速率还将持续,预计超越淘宝指日可待。



/ 智能门锁消费者逐渐由PC端向无线端转移



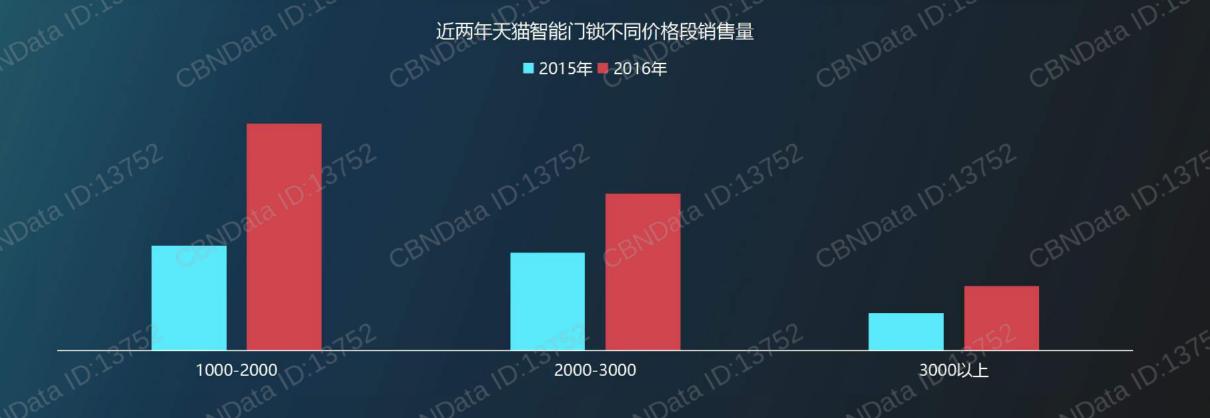
了锁在无线端销售量在2015年首次超越PC端 , 并保持着极高的增长速率。 在移动消费的潮流下,有理由相信无 智能门锁在无线端销售量在2015年首次超越PC端,并 线端将取代PC端成为消费者完成购买行为的第一端口。



高端智能锁销量增速显著



消费者越来越关注智能锁领域,各价格段智能门锁销售增速均超过50%,其中1000-2000元价格段的门锁销售增速最快,其次为3000元以上的高端门锁,用户的消费观念正在悄然升级。



/ 平台促销活动节庆对销售影响明显





/ 智能门锁服务问题影响购物体验



在售后服务当中,尽管大多数消费者表示满意,然而还是有众多服务环节都给消费者带来了一定的困扰,比如量门、安装、收费、送货等。而天猫平台承诺提供免费安装、三年质保、一年只换不修及防盗险等服务,最大程度上解除了用户的后顾之忧。



注:图表来自天猫智能门锁消费者调码

PART 消费者 解读

/ 智能门锁的在线消费主体为单次和低频消费者



- 绝大多数智能门锁消费者有单次或低频购买行为,合计销售量占比约为八成,销售额占比高于九成;而中高频消费者非智能门锁在线消费主体。
- 单次消费者人均件单价明显高于其他智能门锁在线消费者。

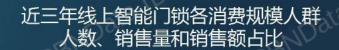


E线消费者按三年子订单数量划分为四组,即单次:1次;低频:2-10次;中频:11到25次;高频:25次以上

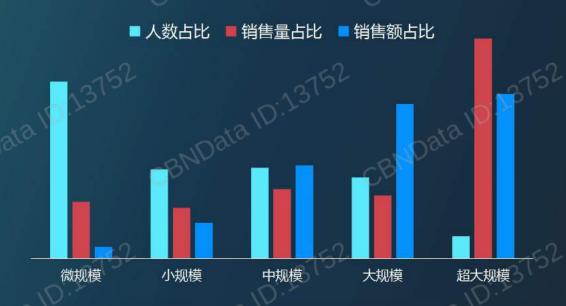
/ 各消费规模的人群间消费行为差异明显

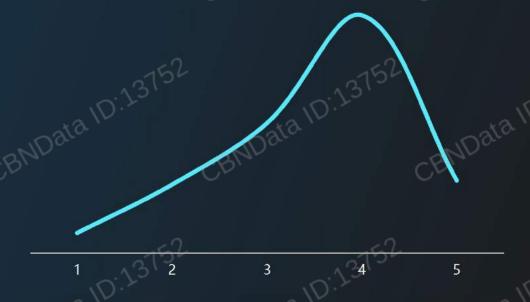


- 微规模消费者人数众多,但贡献销售额远不及人数较少的大规模、超大规模消费者。
- 微规模消费者以购买配件、售后服务为主,人均件单价明显低于其他规模消费者;大、中、小规模消费者人均件单价逐层递增;超大规模消费者的人均件单价回落,与小规模消费者相近。



近三年线上智能门锁各消费规模人均件单价





消费规模划分标准为三年内客单价排序的五个等分位,即客单价低于4617元为微规模,低于9235元为小规模,低于13852元为中规模,低于18470元为大规模,高于此标准为超大规模

/ 智能门锁的在线消费主体为青壮年男性

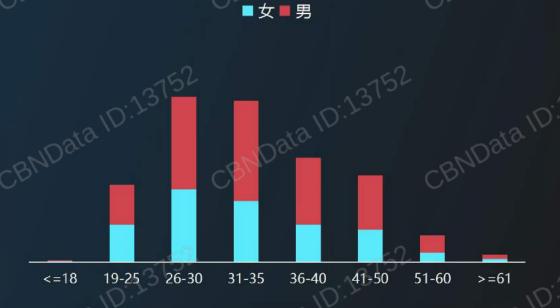


• 智能门锁在线消费者以男性居多,且集中在26-35岁的青年消费者。

近三年线上智能门锁销售额与消费者性别分布



2016Q3-2017Q2线上智能门锁销售额 与消费者年龄段分布



/ 智能门锁消费者中已婚人士居多



• 消费主力为已婚人士,且超过三分之一的销售额来自于正在装修的消费者。

2016Q3-2017Q2线上智能门锁销售额 与消费者婚姻状态

■未婚■已婚



此外未婚包括其他非婚姻状态

2016Q3-2017Q2线上智能门锁销售额 与消费者装修期

■非装修期■装修期■未知



/ 公司职员是智能门锁的主要消费者



• 智能门锁的在线消费额来看,公司职员是当之无愧的消费主体,另外医教从业人员也位列前五。



PART 趣瓜未 榜单

/ 智能门锁销售额的区域分布



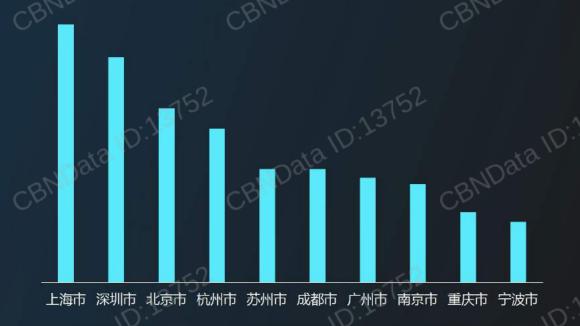
智能门锁线上消费主要集中在东南沿海的广东、浙江、江苏三省,及上海、北京两地;其次山东、四川、福建和河南的智能门锁销售额也领先于其他地区。

近三年线上全国各地智能门锁区销售额



注:本图数据仅包括大陆31个省市。图中颜色深色为销售额较高地区,浅色为销售额较 低地区

2016Q3-2017Q2线上智能门锁销售额TOP10城市



// TOP8品牌(排名不分先后)



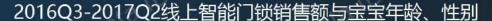


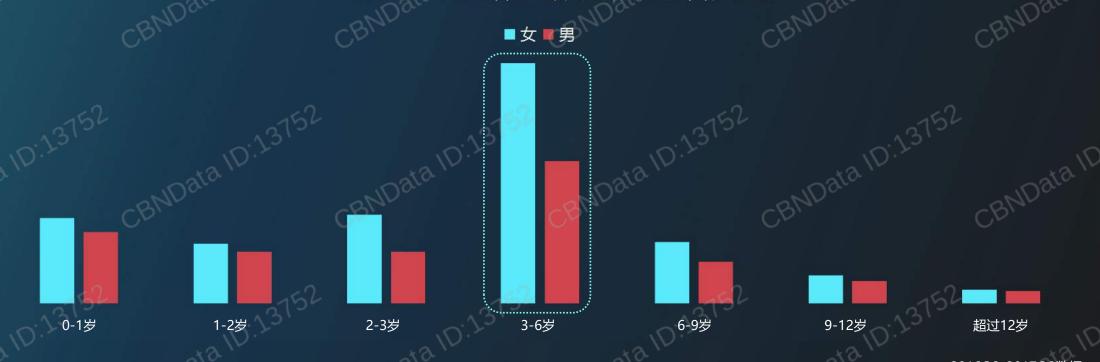
注:入榜品牌参照近两年各品牌在天猫的销售额和销售量,权重各50%,取前8.

// 小公主倍受智能门锁的保护



- 过去一年中,智能门锁在线消费更多来源于有女宝宝的家庭。
- 宝宝年龄在3-6岁的家庭更愿意为智能门锁投资。





2016Q3-2017Q2数据

/ 秋季星座更爱智能门锁



- 智能门锁外形美观,安全性高,让外貌协会会长天秤座和细腻谨慎的处女座难以抵抗。
- 象征权威的天蝎座、霸道张扬的狮子座和爱好黑科技的水瓶座也纷纷倾心于价格不菲但专业技术含量高的智能门锁。



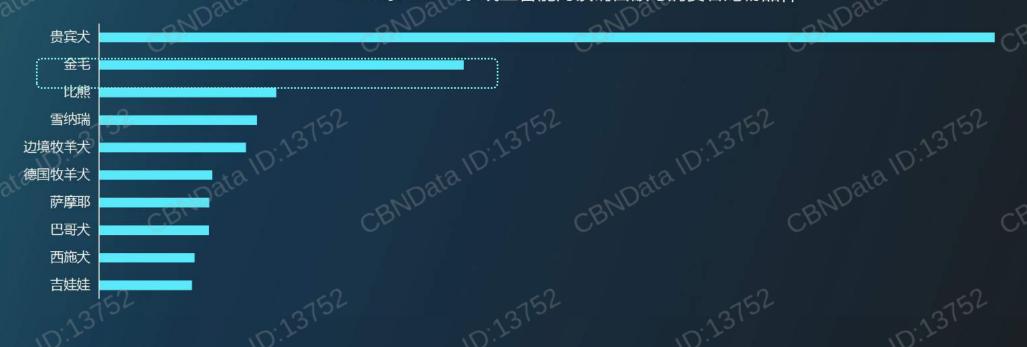


| 贵宾犬家长更偏爱智能门锁



• 有趣的是,家有贵宾犬的消费者带来了更多的智能门锁线上消费。

2016Q3-2017Q2线上智能门锁销售额与消费者宠物品种



// 版权声明



- 本数据报告页面内容、页面设计的所有内容(包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等)版权均归上海第一财经数据科技有限公司(以下简称"我司")所有。
- 凡未经我司书面授权,任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。
- 任何单位或个人违反前述规定的,均属于侵犯我司版权的行为,我司将追究其法律责任,并根据实际情况追究侵权者的赔偿责任。





第一财经商业数据中心(CBNData)旗下数据商业化版块的培训品牌。商学院以阿里巴巴商业数据库为基础,重点面向淘宝、天猫平台电商,围绕大数据的商业价值开发及应用,为学员提供最新的数据分析、行业研究、课程培训、策略指导、定制咨询等大数据综合性服务。

报告作者:阳文罡 王君奕

报告设计:庄聪婷

旺旺客服:cbndata

咨询电话: 021-22004449

