|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 概况（现状） | 横向对比 | 存在的问题&解决 | 历史到现在的变化 | 原因 | 结论 | 未来 |
| 市场规模： | ２０１４年，我国智能家居产业市场规模达２９０亿元  ２０１５年，我国智能家居市场规模达到４０３．４０亿元，同比增长４１％。在  ２０１６年达到了２４９６．６万美元，在家庭的普及率上是０．１９％，预计这一数据将在２０２０年达到０．９７％。据统计，智能家居的平均收入金额为１５３４．８２美元。  ２０１７年我国智能家居市场规模达到９０８亿元，有专家预计在２０２１年智能家居的市场规模会达到４３６９亿元收入。来五年（２０１７－２０２１）年均复合增长率约为４８．１２％， |  |  |  |  |  | 未来几年我国智能家居将迎来爆发期，年增长率将保持在50%左右。到2018年，我国智能家居市场规模或将达到1396亿元。 |
| 消费额 |  |  |  |  |  |  |  |
| 市场占有 |  |  |  |  |  |  |  |
| 家庭普及率 |  |  |  |  |  |  |  |
| 渗透率 | • ２０１６年我国智能家居渗透 率仅仅是０．１％，远低于美国的５．８％、日本的１．３％、 瑞士的１．３％以及德国的１．２％。但是，随着云计算与人工智能技术的飞速发展，我国智能家居的渗透率能有较快的提升，预计等到２０２０年可达０．５％  • 而目前来看渗透率低的主要原因还是智能家居企业的各自为营以及缺少相关的行业规范。 |  |  |  |  |  |  |
| 价格 | • 成套的智能家居设备价格仍旧是比较昂贵的，国产的全套在三万到十万之间，进口的可达到几十万到上百万不等，其价格已经远超传统家居。  • 其单个智能家居来说，其价格还算能够被大众接受，按其理想单件价格来看，智能空调预期市场占有 量能达２８％，智能冰箱预期市场占有量可到２５％等 等。 |  |  |  | • 1.这要是由于运用到的技术需要去收回其价值  • 2.还有就是其使用的一些电子器件价格本身就是比较昂贵的 |  |  |
| 构成： |  |  |  |  |  |  |  |
| 品牌 | • 当前，中国的智能家居行业品牌众多，其中广东省 的智能家居品有９０家、深圳市智能家居品牌有５６家、 浙江省智能家居品牌有２１家、福建、上海、北京也有较 多的智能家居企业。  • 在２０１７年年末全网约九万名网友从２３５个智能家居品牌中投票评选出了智能家居大品牌：海尔 Ｕ－ｈｏｍｅ、京东微联、华为 ＨＩＬＩＮＫ、阿里 巴巴、米家 ＭＩＪＩＡ、美的 Ｍ－Ｓｍａｒｔ、杜亚 ＤＯＯＹＡ、河 东 ＨＤＬ、柯帝ＫＯＴＩ、Ｈｏｎｅ ｙｗｅｌｌ霍尼韦尔。 |  |  |  |  |  |  |
| 消费者分布 | • 据《智能家居行业报告分析》，智能家居主要的用 户群是一些高收入的人群，尤其是高档小区装的比较多。在现有市场条件下，会主动要求安装智能家居类 别产品的用户多集中于一些社会阶层较高的群体，特别是一些海归，他们最乐于尝试并接受智能家居产品 |  |  |  |  |  |  |
| 销售渠道 | 零售渠道除了北上广深等一线大城市市场外，智能家居市场渠道拓展逐渐扩张至二三四线中小城市，甚至国外市场。4.工程渠道目前我国智能家居市场渠道主要通过房地产商和系统集成商进行销售，也就是工程渠道销售，从统计数据来看，通过工程渠道的销售额占比达到80%，通过零售渠道的销售额占比为20%左右。这充分说明，很少有消费者会主动通过零售渠道购买智能 家居设备，特别是如果只能家居设备的易用性又不高的情况下，消费者更加不愿意购买。 |  |  |  |  |  |  |