

# 2020-2026年中国智能家电 行业市场监测与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

# 一、报告报价

《2020-2026年中国智能家电行业市场监测与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/B88477J7JD.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

智能家电就是将微处理器、传感器技术、网络通信技术引入家电设备后形成的家电产品，具有自动感知住宅空间状态和家电自身状态、家电服务状态，能够自动控制及接收住宅用户在住宅内或远程的控制指令；同时，智能家电作为智能家居的组成部分，能够与住宅内其它家电和家居、设施互联组成系统，实现智能家居功能。

经过几十年的发展，我国已经基本实现了电视机、电冰箱、洗衣机、空调等几大家电的普及，家电行业的市场增长空间也越来越小。与此同时，产品的更新换代与升级成为家电行业下一个增长点，智能化、节能化、协同化成为未来家电的发展方向。

近几年来，随着三网融合的推进，互联网包括移动互联网的迅猛发展，以往单一独立的家电逐步实现互联互通，而家电互联则是智能家电发展的重要动力之一。2014年起，《中国制造2025》规划开启了中国工业4.0时代。智能家电作为工业4.0的重要部分，有望迎来快速发展。

目前，国内传统的家电企业均在加快智能家电的开发。在行业边界越来越模糊的时代里，阿里巴巴、360、乐视、小米、京东等非传统家电企业也在跨界发展智能家电，或开发硬件，或提供服务，或打造平台。大量企业的参与也彰显了智能家电良好的市场前景。

### 报告目录

#### 第一章 智能家电相关概述

##### 1.1 家用电器分类及发展

###### 1.1.1 产品分类

###### 1.1.2 发展过程

##### 1.2 智能家电的概念界定

###### 1.2.1 智能家电的概念

###### 1.2.2 智能家电的特征

###### 1.2.3 智能家电的优势

##### 1.3 智能家电的发展过程

###### 1.3.1 产品形态改变

###### 1.3.2 控制方式改变

#### 第二章 2016-2019年中国智能家电行业发展环境分析

##### 2.1 政策环境分析

- 2.1.1 产品分级标准
- 2.1.2 促进家电节能
- 2.1.3 宽带中国战略
- 2.1.5 促进信息消费
- 2.1.6 物联网发展计划
- 2.2 宏观经济环境
  - 2.2.1 国民生产总值
  - 2.2.2 固定资产投资
  - 2.2.3 消费市场规模
  - 2.2.4 工业运行分析
  - 2.2.5 对外经济贸易
- 2.3 社会发展环境
  - 2.3.1 人口数量结构
  - 2.3.2 居民收入水平
  - 2.3.3 城镇化发展进程
  - 2.3.4 互联网普及程度
  - 2.3.5 主要家电保有量
- 2.4 技术环境分析
  - 2.4.1 4G网络发展
  - 2.4.2 宽带网络发展
  - 2.4.3 网络通信技术

### 第三章 2016-2019年中国家电行业发展分析

- 3.1 2016-2019年中国家电行业运行分析
  - 3.1.1 行业特征现状
  - 3.1.2 行业发展态势
  - 3.1.3 行业景气程度
  - 3.1.4 行业转型分析
  - 3.1.5 行业竞争格局
  - 3.1.6 行业进出口规模
- 3.2 2016-2019年中国家电行业产销情况分析
  - 3.2.1 主要家电产品产量

- 3.2.2 市场销售规模分析
- 3.2.3 市场价格走势分析
- 3.2.4 市场消费需求转变
- 3.2.5 市场销售渠道调整
- 3.3 2016-2019年中国家电线上消费市场分析
  - 3.3.1 市场销售规模
  - 3.3.2 市场竞争格局
  - 3.3.3 线上渠道分析
  - 3.3.4 线上市场特征
  - 3.3.5 重点品牌介绍
- 3.4 中国家电行业存在的问题及对策
  - 3.4.1 恶性价格战频出
  - 3.4.2 企业竞争力不足
  - 3.4.3 小家电市场的问题
  - 3.4.4 家电行业发展措施
  - 3.4.5 规范家电市场的建议

#### 第四章 2016-2019年中国智能家电行业发展分析

- 4.1 2016-2019年国际智能家电行业发展分析
  - 4.1.1 制定全球标准
  - 4.1.2 市场竞争格局
  - 4.1.3 行业投资并购
  - 4.1.4 企业布局动态
  - 4.1.5 行业规模预测
- 4.2 2016-2019年智能家电行业发展概况
  - 4.2.1 行业发展条件
  - 4.2.2 行业发展推动因素
  - 4.2.3 行业主要竞争领域
  - 4.2.4 工业4.0促行业发展
- 4.3 2016-2019年智能家电行业运行态势
  - 4.3.1 行业发展规模
  - 4.3.2 行业发展现状

- 4.3.3 行业技术标准
- 4.3.4 产品运作模式
- 4.4 智能家电的发展产生的影响分析
  - 4.4.1 改变消费习惯
  - 4.4.2 融入互联网思维
  - 4.4.3 建立智能生态系统
- 4.5 中国智能家电行业存在问题
  - 4.5.1 缺乏市场需求
  - 4.5.2 智能性不足
  - 4.5.3 产品难互联
  - 4.5.4 统一标准缺失
- 4.6 中国智能家电行业发展措施建议
  - 4.6.1 建立行业标准体系
  - 4.6.2 实现O2O平台化
  - 4.6.3 产品平台协同发展
  - 4.6.4 加强企业间的合作

## 第五章 2016-2019年中国智能家电市场格局分析

- 5.1 2016-2019年智能家电行业市场主体分析
  - 5.1.1 传统家电企业
  - 5.1.2 IT硬件厂商
  - 5.1.3 互联网企业
  - 5.1.4 电信运营商
  - 5.1.5 平台竞争主体
  - 5.1.6 入口主导权之争
- 5.2 2016-2019年智能家电市场竞争格局
  - 5.2.1 市场品牌格局
  - 5.2.2 市场发展阵营
  - 5.2.3 市场渠道融合
  - 5.2.4 竞争趋势分析
- 5.3 2016-2019年智能家电市场发展动态
  - 5.3.1 企业动作频频

- 5.3.2 家电企业动态
- 5.3.3 新品上市动态
- 5.3.4 APP快速落地
- 5.4 智能家电市场企业布局模式分析
  - 5.4.1 主流布局模式
  - 5.4.2 企业布局现状
  - 5.4.3 布局多元入口
  - 5.4.4 软硬件相结合
- 5.5 智能家电市场企业营销策略分析
  - 5.5.1 消费环境转变
  - 5.5.2 正事市场转变
  - 5.5.3 培育用户习惯
  - 5.5.4 开拓市场渠道
  - 5.5.5 打造核心卖点
  - 5.5.6 突破价格关口

## 第六章 2016-2019年中国智能家电细分市场发展分析

- 6.1 智能电视
  - 6.1.1 智能电视发展成因
  - 6.1.2 行业发展现状
  - 6.1.3 市场发展规模
  - 6.1.4 市场竞争格局
  - 6.1.5 竞争产品分析
  - 6.1.6 智能电视应用市场
  - 6.1.7 行业发展方向
- 6.2 智能冰箱
  - 6.2.1 冰箱产销规模
  - 6.2.2 冰箱市场格局
  - 6.2.3 产品个性化发展
  - 6.2.4 美的开发智能冰箱
  - 6.2.5 行业发展前景
  - 6.2.6 行业发展趋势



- 7.1.3 广电企业动态
- 7.1.4 最新推动政策
- 7.1.5 地区发展政策
- 7.1.6 未来发展建议
- 7.2 大数据
  - 7.2.1 大数据的概念与特征
  - 7.2.2 大数据的市场价值
  - 7.2.3 大数据的具体应用
  - 7.2.4 企业大数据运用分析
  - 7.2.5 大数据的发展预测
- 7.3 云计算
  - 7.3.1 全球云计算市场规模
  - 7.3.2 我国云计算发展过程
  - 7.3.3 我国云计算市场规模
  - 7.3.4 云计算领域扶持政策
  - 7.3.5 云计算市场前景预测
- 7.4 云服务
  - 7.4.1 云服务实现的功能
  - 7.4.2 实现智能家电兼容
  - 7.4.3 云服务推动智能家居
  - 7.4.4 智能领域云服务运用
  - 7.4.5 企业开发云服务动态

## 第八章 2016-2019年中国智能家电行业系统方案层发展分析

- 8.1 智能家居
  - 8.1.1 智能家居系统
  - 8.1.2 产业发展现状
  - 8.1.3 产品竞争格局
  - 8.1.4 市场消费扩容
  - 8.1.5 互联网企业动态
  - 8.1.6 市场规模预测
- 8.2 智慧社区

- 8.2.1 智慧社区建设动态
- 8.2.2 智慧社区建设指南
- 8.2.3 智慧社区政务服务
- 8.2.4 智慧社区运营模式
- 8.2.5 智慧社区建设困境
- 8.2.6 智慧社区发展愿景
- 8.3 智慧安防
  - 8.3.1 安防市场发展规模
  - 8.3.2 政策推动市场需求
  - 8.3.3 技术推动智慧安防
  - 8.3.4 安防行业智能升级
  - 8.3.5 智慧安防家居应用
- 8.4 物联网
  - 8.4.1 物联网领域发展现状
  - 8.4.2 物联网改变工业格局
  - 8.4.3 物联网行业投资情况
  - 8.4.4 物流网重点发展领域
  - 8.4.5 物联网认证标准滞后

## 第九章 2016-2019年智能家电基础设施发展分析

- 9.1 芯片
  - 9.1.1 芯片市场格局
  - 9.1.2 芯片市场需求
  - 9.1.3 行业投资动态
  - 9.1.4 细分市场规规模
  - 9.1.5 本土技术薄弱
  - 9.1.6 市场发展趋势
- 9.2 微处理器
  - 9.2.1 市场销售规模
  - 9.2.2 企业竞争格局
  - 9.2.3 移动端市场分析
  - 9.2.4 家电半导体市场规模



- 10.1.3 企业发展策略
- 10.1.4 推动行业标准
- 10.1.5 建立数据平台
- 10.1.6 企业产品介绍
- 10.2 美的
  - 10.2.1 企业经营效益
  - 10.2.2 智慧家居策略
  - 10.2.3 美的发展动态
  - 10.2.4 参股小天鹅
  - 10.2.5 开放互联系统
  - 10.2.6 布局云智能家电
- 10.3 格力
  - 10.3.1 企业经营效益
  - 10.3.2 企业发展定位
  - 10.3.3 布局手机市场
  - 10.3.4 智能化发展探索
  - 10.3.5 未来前景展望
- 10.4 长虹
  - 10.4.1 智能家电战略
  - 10.4.2 新品牌授权
  - 10.4.3 强调用户需求
  - 10.4.4 互联网转型升级
  - 10.4.5 布局大数据领域
- 10.5 格兰仕
  - 10.5.1 企业经营效益
  - 10.5.2 智能产品布局
  - 10.5.3 创建战略平台
  - 10.5.4 与京东开展合作
  - 10.5.5 未来前景展望
- 10.6 九阳
  - 10.6.1 企业经营效益
  - 10.6.2 开拓电商渠道



- 12.1.1 企业并购行为增多
- 12.1.2 房地产市场发展态势
- 12.1.3 原材料价格走势
- 12.2 智能家电领域投资机会
  - 12.2.1 上游领域投资机会
  - 12.2.2 智能模块投资机会
  - 12.2.3 感知环节投资机会
  - 12.2.4 联网技术投资机会
  - 12.2.5 系统集成环节投资机会
  - 12.2.6 下游产品投资机会
- 12.3 智能家电行业投资风险
  - 12.3.1 家电行业运行风险
  - 12.3.2 产品技术缺陷风险
  - 12.3.3 智能家电安全风险
- 12.4 智能家电行业投资前景
  - 12.4.1 行业投资现状
  - 12.4.2 行业发展潜力
  - 12.4.3 行业发展前景

## 第十三章 中国智能家电行业发展趋势及前景预测

- 13.1 中国家电行业发展前景
  - 13.1.1 产业发展目标
  - 13.1.2 行业发展趋势
  - 13.1.3 未来市场预判
- 13.2 中国智能家电行业发展前景分析
  - 13.2.1 未来发展前景
  - 13.2.2 未来产品定位
  - 13.2.3 行业发展方向
  - 13.2.4 产品发展方向
  - 13.2.5 技术发展前景
- 13.3 2020-2026年中国家电行业发展预测
  - 13.3.1 影响因素分析



