

2020-2026年中国智能家电 市场深度评估与投资分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国智能家电市场深度评估与投资分析报告》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.cction.com/report/202006/169126.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

6.3 智能空调

6.3.1 空调市场发展规模

6.3.2 空调市场竞争格局

6.3.3 空调市场支撑力量

6.3.4 海尔市场领先地位

6.3.5 美的引领行业发展

6.3.6 TCL智能空调新品

6.4 智能洗衣机

6.4.1 洗衣机市场发展规模

6.4.2 智能洗衣机利好因素

6.4.3 智能洗衣机市场需求

6.4.4 企业布局智能洗衣机

6.4.5 智能洗衣机转型挑战

6.4.6 智能洗衣机发展方向

6.5 智能厨房

6.5.1 智能厨房发展现状

6.5.2 智能厨房设计重点

6.5.3 方太推出智能厨电

6.5.4 老板引领智能厨房

6.5.5 智能厨房发展方向

6.5.6 智能厨房发展潜力

6.6 智能小家电

6.6.1 市场发展态势

6.6.2 产品价格走高

6.6.3 产品高端化趋势

6.6.4 智能空气净化器

6.6.5 智能热水器

第七章 2016-2019年中国智能家电行业运营与服务层发展分析

7.1 三网融合

7.1.1 三网融合进程

7.1.2 广电国网成立

- 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 物联网重点发展领域
 - 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

9.2.5 企业加大家电领域投入

9.3 传感器

9.3.1 传感器市场发展规模

9.3.2 传感器市场发展格局

9.3.3 政策推动传感器行业

9.3.4 智能家电催生市场需求

9.3.5 在智能家电领域的应用

9.3.6 智能家电领域应用难题

9.3.7 传感器市场发展趋势

9.4 智能路由

9.4.1 产品发展定位

9.4.2 行业发展现状

9.4.3 产品竞争格局

9.4.4 行业发展困境

9.4.5 市场发展方向

9.5 智能机顶盒

9.5.1 行业监管措施

9.5.2 市场发展态势

9.5.3 市场特征现状

9.5.4 市场需求潜力

9.5.5 市场规模预测

9.5.6 市场风险及前景

9.6 智能开关

9.6.1 产品主要功能

9.6.2 产业品牌格局

9.6.3 市场规模预测

9.6.4 市场发展前景

第十章 2016-2019年传统家电企业智能家电业务发展分析

10.1 海尔

10.1.1 企业经营效益

10.1.2 引领智能家电

- 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

10.6.3 与京东深度合作

10.6.4 未来前景展望

第十一章 2016-2019年外部企业跨界经营智能家电案例分析

11.1 乐视

11.1.1 打造智能生态链

11.1.2 生态模式运用

11.1.3 企业营销渠道

11.1.4 推动互联网电视

11.2 小米

11.2.1 小米美的战略合作

11.2.2 打造智能生态圈

11.2.3 小米路由器发布

11.2.4 小米发布空气净化器

11.3 360

11.3.1 企业发展定位

11.3.2 智能家居战略

11.3.3 企业投资意向

11.3.4 重视用户体验

11.4 阿里巴巴

11.4.1 进军智能家电

11.4.2 阿里美的战略合作

11.4.3 布局智能移动终端

11.4.4 深度探索云计算领域

11.5 京东

11.5.1 企业发展战略

11.5.2 打造营销平台

11.5.3 提供技术服务

11.5.4 加强产业整合

第十二章 中国智能家电行业投资潜力分析

12.1 智能家电行业投资环境分析

- 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

13.3.2 销售规模预测

13.3.3 行业利润预测

13.4 2020-2026年中国智能家电行业前景预测

13.4.1 市场规模预测

13.4.2 产品需求升级

13.4.3 行业发展趋势

图表目录

图表：家电产品分类

图表：智能家电示意图

图表：中国家电网购产业链

图表：中国家电网购线上渠道分类

图表：中国智能电视市场操作系统占比

图表：2016-2019年家用空调产销及库存规模

图表：大数据的特征

图表：企业对大数据的认知度分析

图表：企业对大数据平台的需求情况

图表：企业大数据平台研发团队规模

图表：企业打造大数据平台遇到的挑战

图表：全球各区域云计算市场规模及增速

图表：国内外主要云计算服务提供商

图表：智能家居系统控制示意图

图表：2020-2026年中国生物识别技术行业市场规模与预测

图表：2020-2026年中国指纹识别类芯片需求规模走势

图表：2020-2026年中国指纹识别类芯片需求规模预测

图表：国内主要传感器制造企业及其经营领域

图表：2016-2019年青岛海尔集团有限公司总资产和净资产

图表：2016-2019年美的集团股份有限公司总资产和净资产

图表：2016-2019年珠海格力集团有限公司总资产和净资产

图表：2016-2019年广东格兰仕集团有限公司总资产和净资产

图表：格兰仕智慧家居平台介绍

图表：2016-2019年九阳股份有限公司总资产和净资产

图表：2016-2019年全国房地产开发投资增速

图表：2016-2019年全国房地产开发企业土地购置面积增速

图表：2016-2019年全国商品房销售面积及销售额增速

图表：2012-2019年国际原油价格走势

图表：2016-2019年国际原油价格走势

图表：未来家电产业发展方向及目标

图表：2020-2026年中国家电行业销售规模预测

图表：2020-2026年中国家电行业利润规模预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/169126.html>