



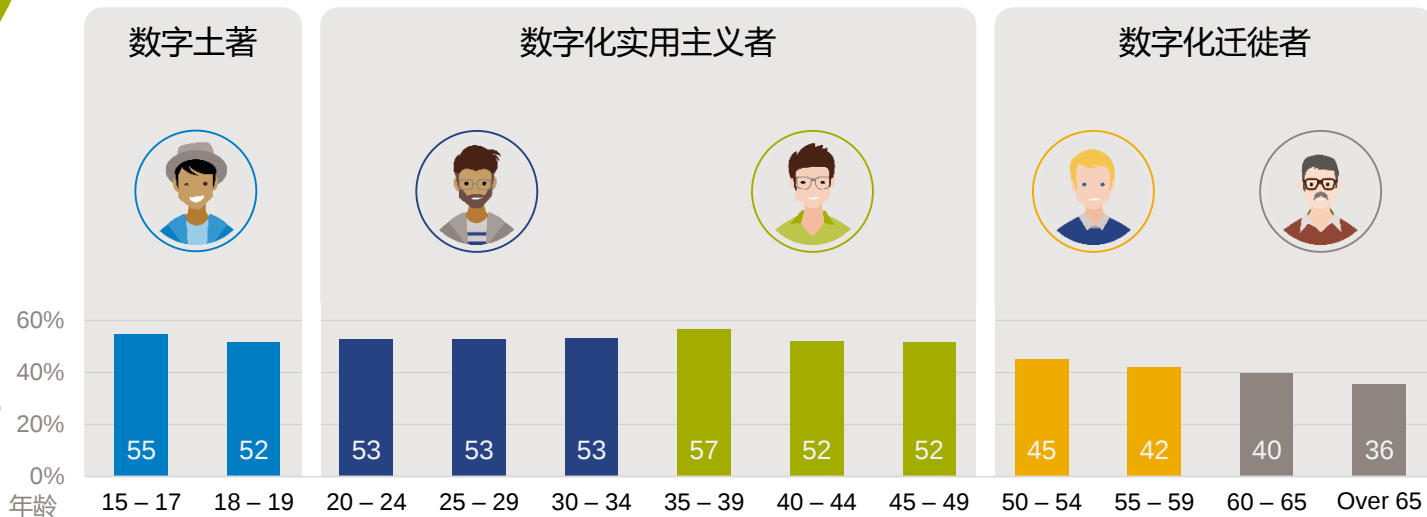
智能家居入口之争 中国消费级机器人分析报告

捷孚凯(GfK中国)，2018年4月

年轻消费群体对科技态度发生明显转变



“科技产品/应用令人兴奋”
(Top 2 box)

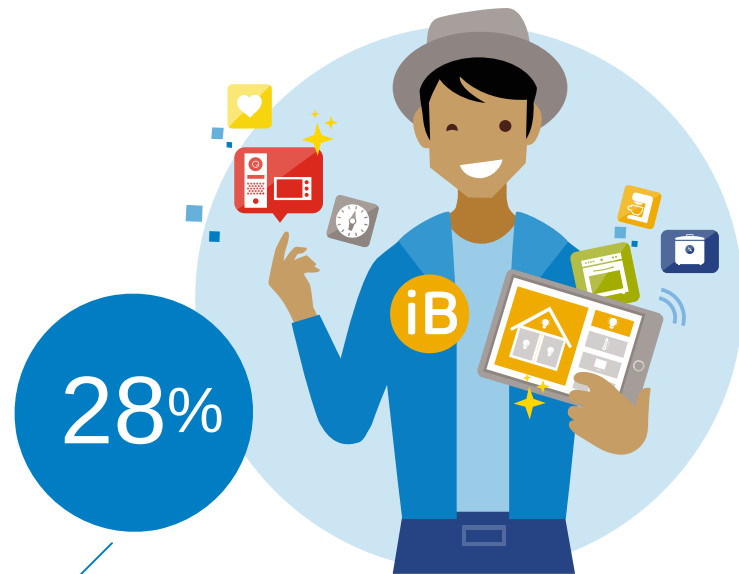
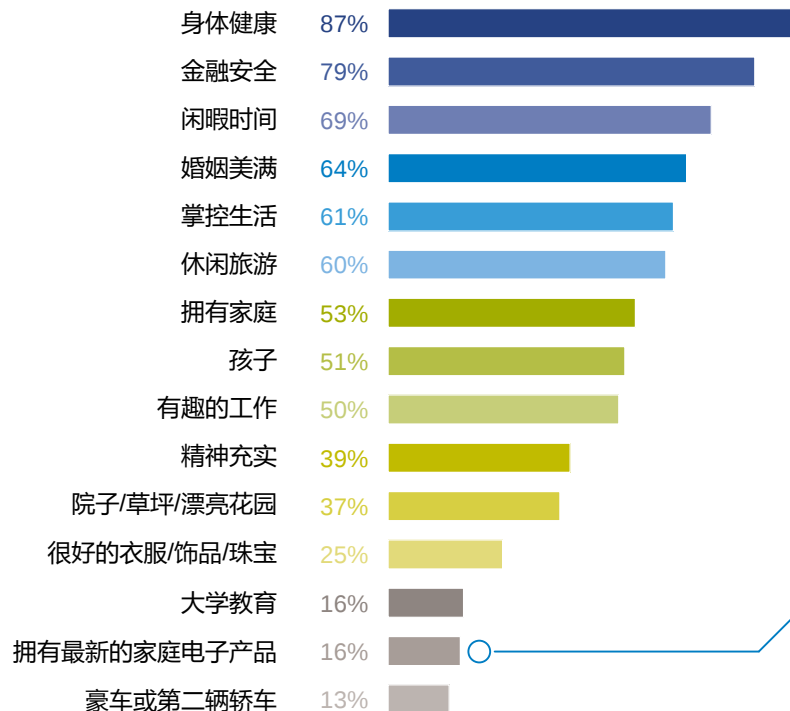


“我购买科技产品，帮助我完成需要做的事情，而不单纯为了乐趣”
(Top 2 box)



年轻群体更乐于尝试新兴家庭电子产品

虽然健康和金融安全位居榜首，但最新的电子产品对于数字土著来说，比大学教育更重要，与豪华轿车或第二辆轿车具有相同的地位



28%的15-19岁数字土著认为：
拥有最新的家庭电子产品是重要的事

人工智能将在2018年推动消费级机器人市场发展



扫地机器人

随着生活节奏加快和工作压力增大，消费者希望从繁琐的家庭劳务中解脱出来。扫地机器人在此背景下应运而生并成为家庭中负责劳动的入门级智能产品。扫地机器人因需求明确、任务单一，因此发展较为成熟。



智能音箱

人工智能的加持下，智能音箱可以通过语音交互控制智能家居和其他智能设备，并且实现内容搜索、上网购物等第三方服务，成为智能家居的新入口。



民用无人机

目前国内消费无人机市场火热，普通民众对无人机的认可程度和需求度逐渐攀升。主要用途以航拍摄影为主，兼顾一些商业用途，如电力巡检、环境监测、快递送货等。

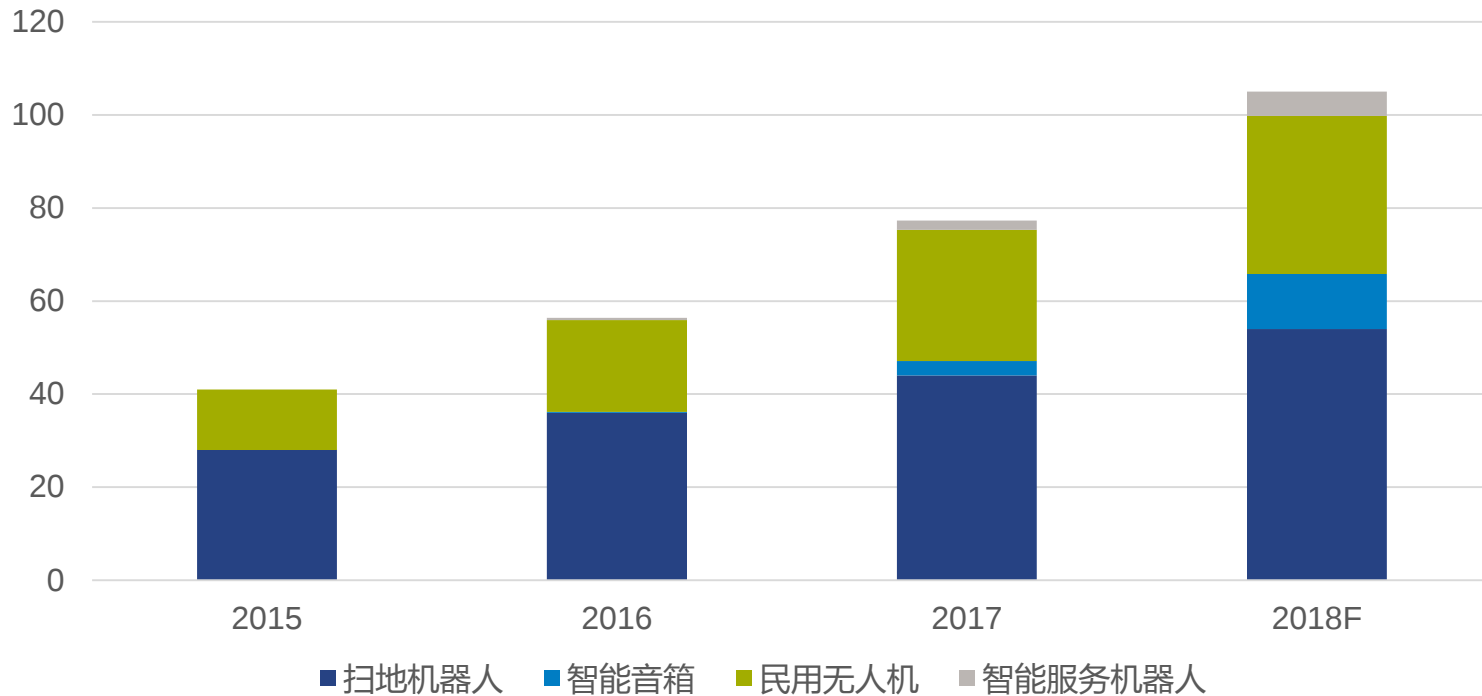


智能服务机器人

智能服务机器人搭载语音交互、远程视频、本地服务、家居控制等功能，以早教和娱乐为卖点使得此类机器人快速打入消费级市场。

中国消费级机器人2018年零售规模将超100亿元

规模：亿元

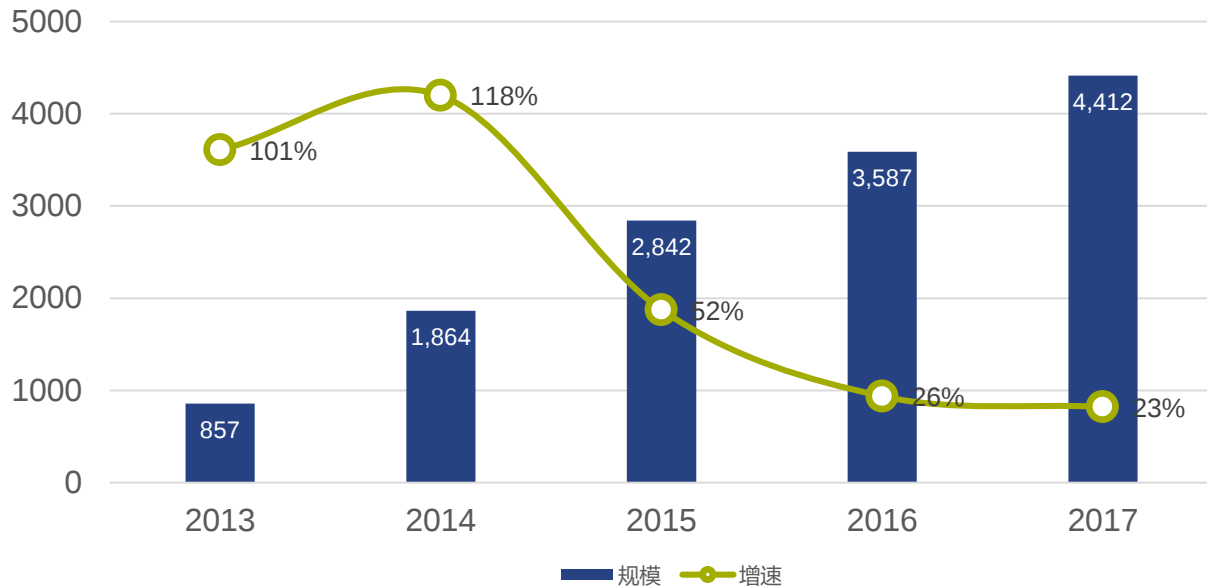


扫地机器人 智能家居入门级消费产品



中国扫地机器人市场已初具规模，2017年达44亿元

零售额(百万)

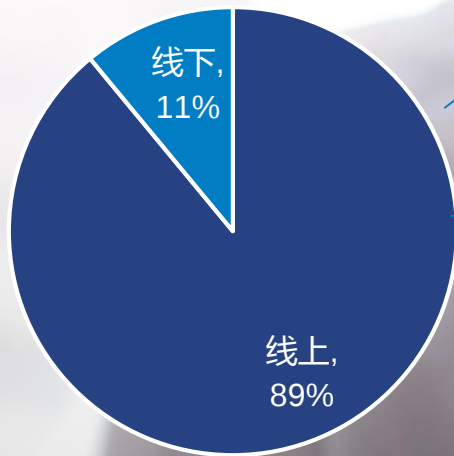


零售额同比增长率(%)

2017年
零售额同比增长率
23%

扫地机器人以线上市场为主要阵地，线上占比接近90%

中国扫地机器人销售额分渠道占比



线上渠道占比居高的主要原因：



线上渠道成为新品类的孵化阵地



崇尚黑科技的新兴人类，更倾向于线上购买



品牌方注重线上运营投入

扫地机器人带来全智能清扫模式，开启智能家居新体验



扫地机器人

核心属性

自动回充
划区清扫
扫拖一体
地毯增压



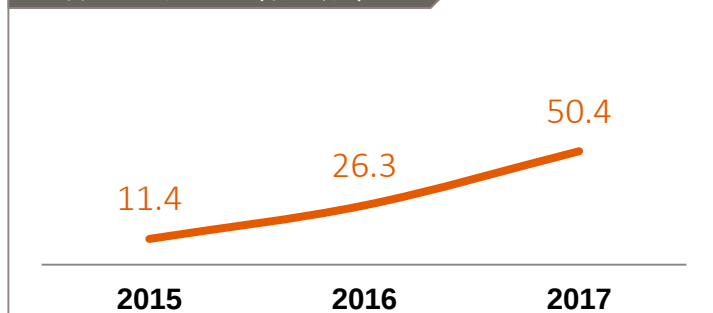
智能连接



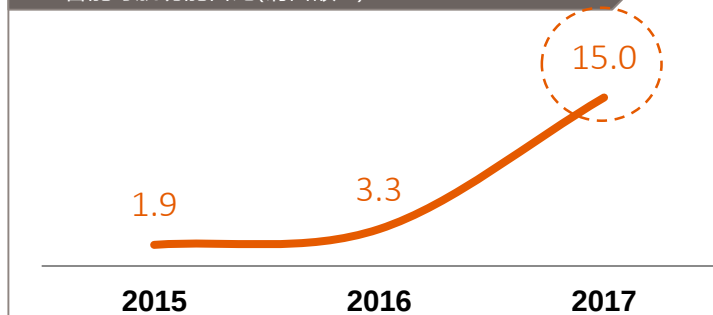
智能导航



➢ 智能连接功能占比(销售额%)



➢ 智能导航功能占比(销售额%)



经济较发达城市的中产阶级是扫地机器人主力消费群体



黑科技“发烧友”



享乐型消费者



经济较发达城市



中产阶级



A person wearing a light blue and white vertically striped button-down shirt is shown from the chest down. They are holding a small, white, rectangular object in their hands. In the background, on a white surface, there is a black manual coffee grinder with a wooden handle and a white ceramic coffee cup. The background is slightly blurred, showing a kitchen setting with a microwave and a refrigerator.

智能音箱

AI赋能传统蓝牙音箱变身家居入口

借助语音交互技术的优势，智能音箱有望成为智能家居入口



用眼时间饱和

现代人类平均每天耗费大量时间用眼盯着如手机、电脑、电视等屏幕类的产品，用时远超7小时，已达到饱和状态。



语音交互

语音交互是人类最自然、最直接的交流方式。随着语音交互技术发展，在人与设备有距离或用手不便的场景下，用语音可迅速解决问题，不但可以解放双眼也可同时解放双手



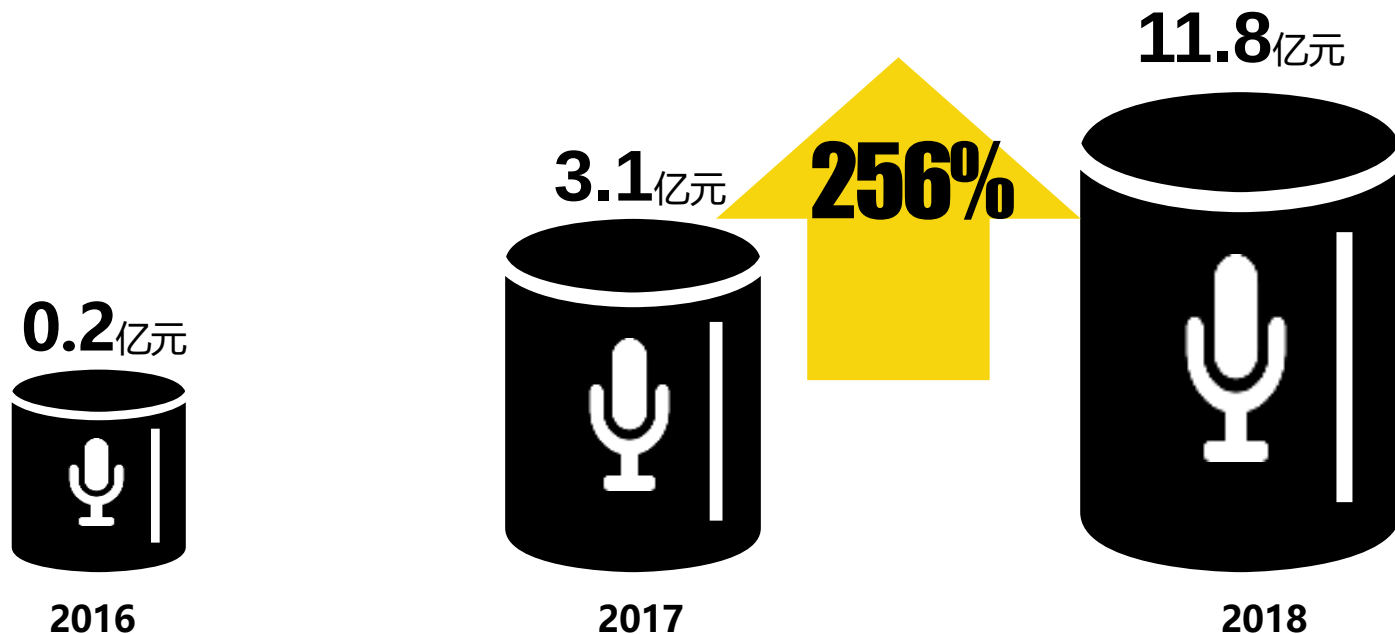
天然语音属性

音箱具备天然语音属性，相对于手机、电视、平板等产品，实时语音唤醒，成本低，体积小，方便移动，功率低。更容易成为智能家居的出口

中国智能音箱市场发展进入快车道

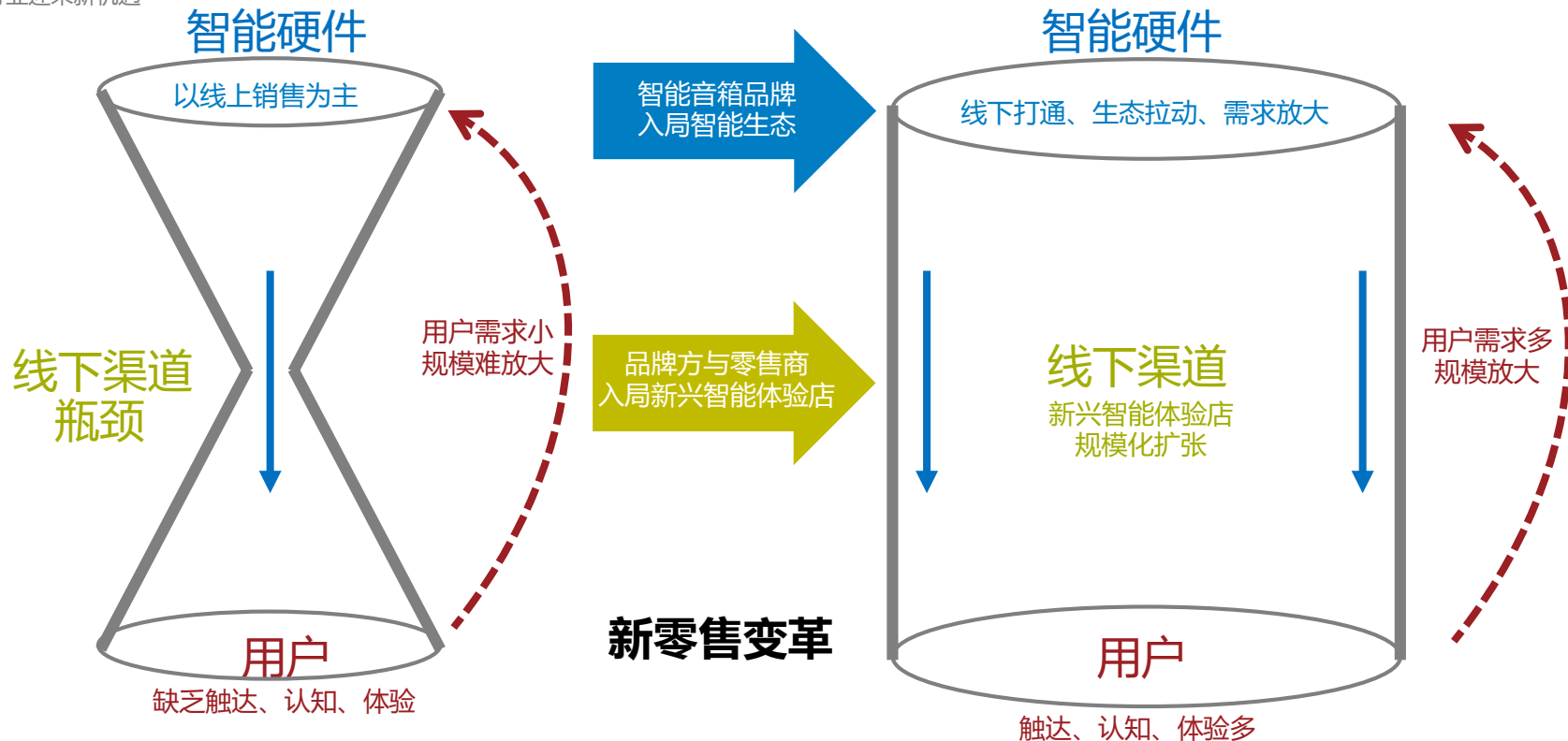
2017年智能音箱市场规模达到了质的飞跃，2018年行业热情依然高涨，消费者也有了一定认知

中国智能音箱零售市场销量增幅



新零售时代，垂直链路全面打通，智能音箱迎来新机遇

- 依托规模爆发的智能体验店，智能硬件产业突破了缺乏线下渠道体验的瓶颈，垂直链路全面打通，用户触达、认知、体验机会几何级增长，拉动用户需求，智能音箱行业迎来新机遇



智能音箱成功的8大因素

- 智能音箱从玩具变成真正的智能家居入口，形成强大的用户群体势必会经过3个阶段的发展，每个阶段比拼的重点不一，但如果先于行业所处的阶段，取得实质性的突破，该厂商会在市场上取得明显的优势
- 我国智能音箱目前还处在第二阶段的初期，大家用音箱还是主要用来听歌和查询一些基本的服务类信息，产品的体验还有较大的提升空间，且由于我国目前智能家居的环境尚不成熟，进入到第三阶段的比拼还需要几年的时间
- 除了3个阶段各自的比拼因素之外，在发展过程中都需要渠道，用户基数及资金三大因素加持



智能音箱：家庭的中控主机

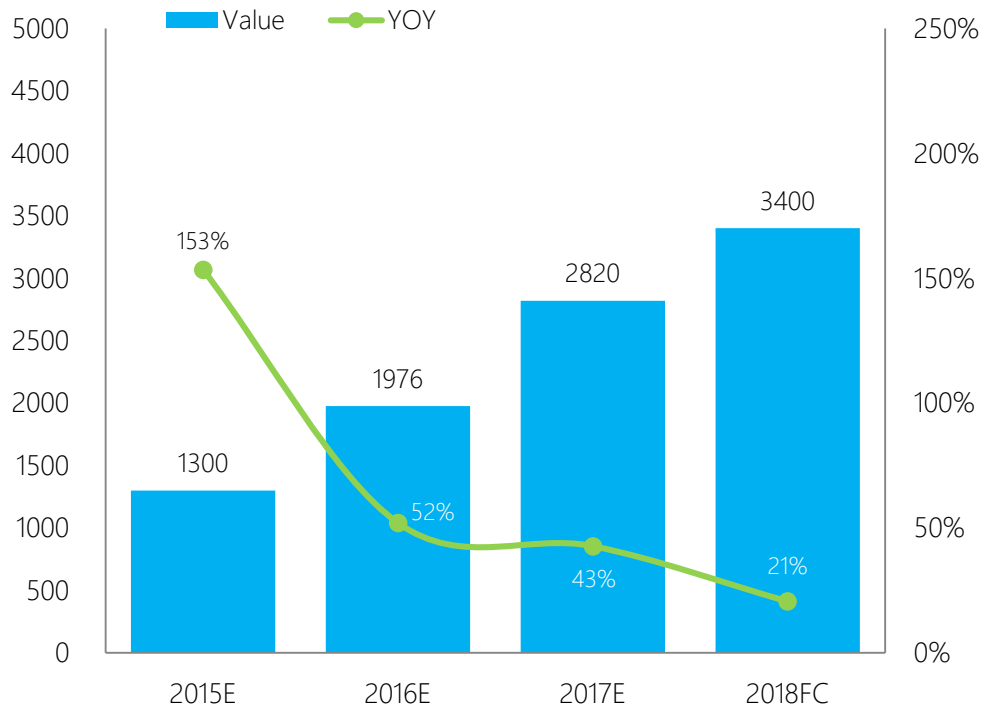


民用无人机 提升户外娱乐体验



中国消费级民用无人机零售市场始终保持高速增长

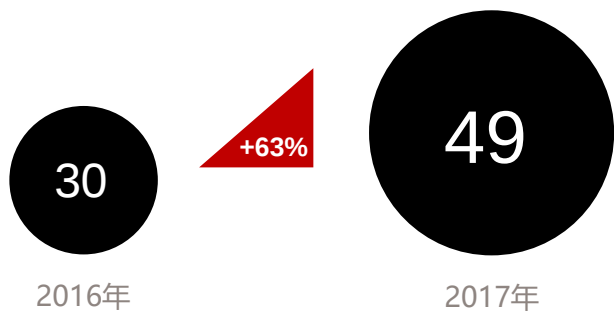
(Million)



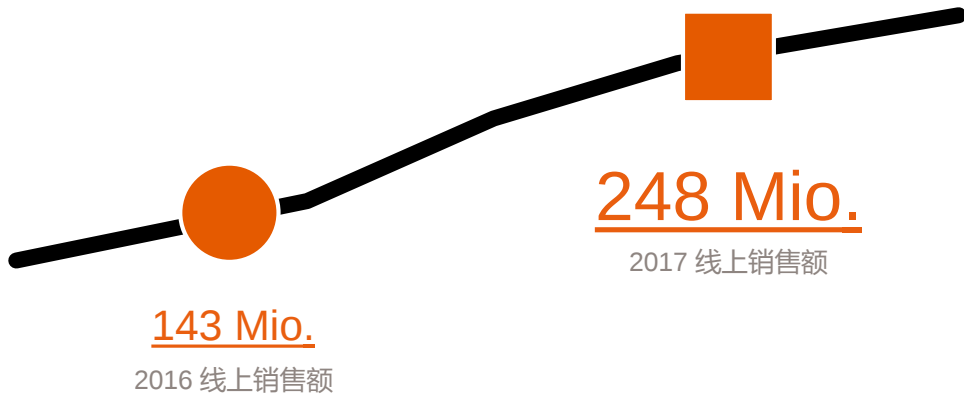
2018年无人机的需求量虽持续增长，但涨幅较之前有所下降，GfK预测2018年全国消费级无人机零售市场同比增长21%，规模将达到34亿人民币。

通过价格亲民的入门型号，无人机厂商降低消费门槛，推动消费者普及

线上3,500元以下无人机型号数



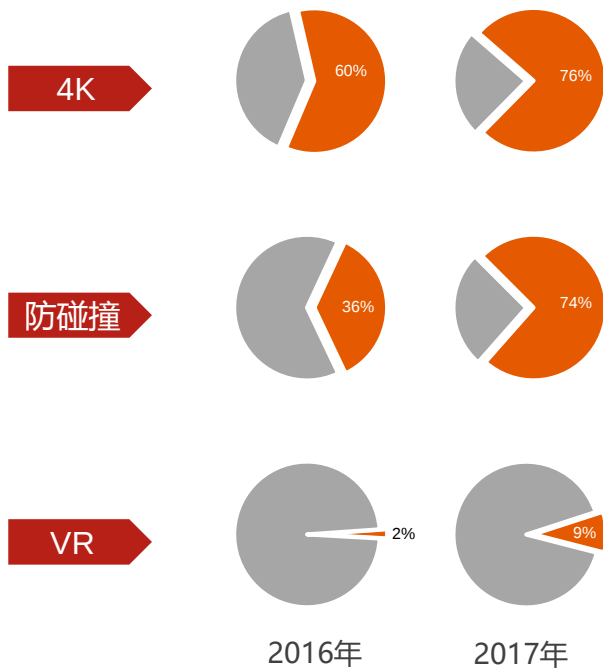
线上3,500元以下无人机销售额



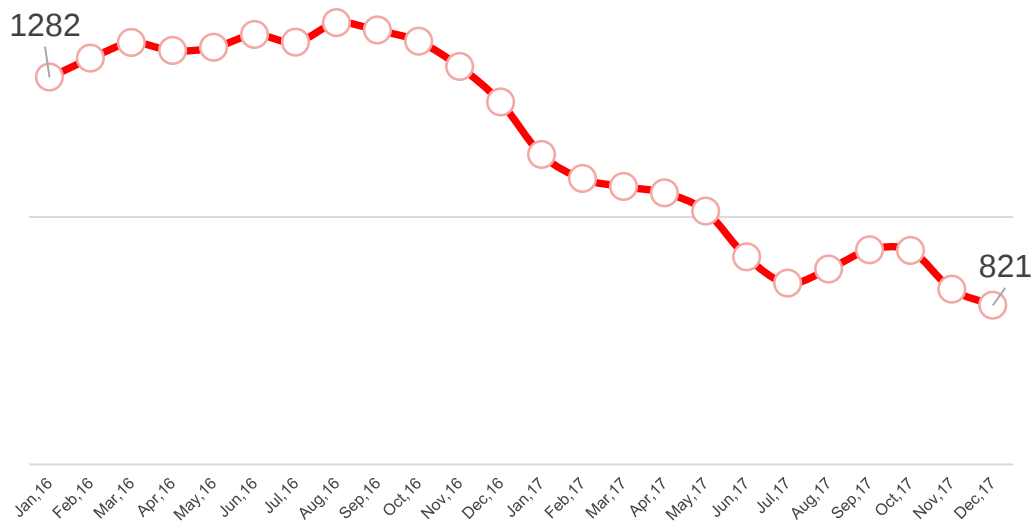
科技感与便携性推动无人机产品升级迭代

线上市场销售额

主要性能占比%



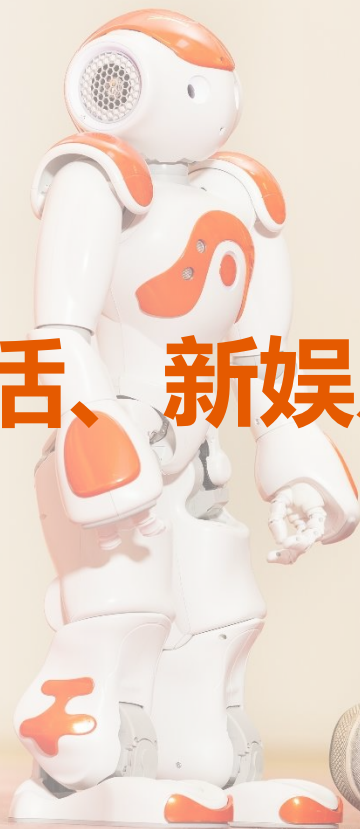
起飞重量 (单位 : g)



数据来源：GfK中国零售监测数据

© GfK April 22, 2018 | 中国消费级机器人分析报告

智能服务机器人 家庭新成员、新生活、新娱乐



我国生活陪伴机器人行业正处于发展期，2018年市场规模将超5.2亿元

教育陪伴

内置教育类APP，如喜马拉雅，中小学课本等资源，手机推送故事和监控孩子动态，微聊功能等



养老助老

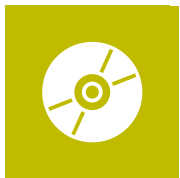
对接医疗平台，摄像头和传感器监控老人突发疾病等



应用场景

生活娱乐

智能家居、体感游戏、娱乐视频APP等



安防

红外线，超声波传感器进行人脸识别等



基于AI, 满足多场景应用, 机器人有望成为智能家居的控制终端之一



智能化家居控制

门窗管理、照明管理、门禁联动、节能管理等



家电控制

电视、音响、电饭煲、空调、热水器等控制

电视

空调

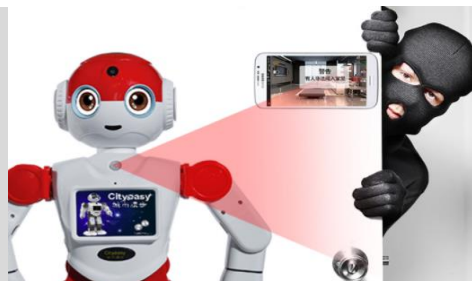
音响

热水器



安防保护

防盗监控、防煤气泄漏、紧急报警等



机器人类目正在崛起

人工智能将在2018年推动消费级机器人市场发展！