



智能家居的“东风”来了



来源：苏宁金融研究院

作者：付一夫 苏宁金融研究院消费金融研究中心主任

想象这样一个场景：

回到家门口，轻轻按下指纹就能打开门，一眼望去发现家里早已被扫地机器人打扫得干干净净了；一进入房间，窗帘就缓缓拉开，空调、热水器、音响、空气净化器瞬间全部自动开启，仿佛在迎接主人的归来.....

若是放在十多年前，上述场景大概只能在科幻影片里看到。不过近些年，伴随着技术的成熟与市场需求的进化，诸多带有“智能”属性的家居产品已走进千家万户，包括电视机、电冰箱、油烟机、马桶盖等等，这些就是人们所熟知的智能家居。

经过数年的摸索和积累，智能家居初步实现了从概念到落地的蜕变；如今，在诸多利好的驱动下，智能家居已然来到了新一轮爆发的前夜，而读懂这个行业，也便极为必要。

1

所谓智能家居，简单理解就是借助人工智能和物联网技术，将家中的各种设备充分连接到一起，如家电、照明、防盗等设备，形成以住宅为平台的家居生态体系，使各项家居设备拥有全方位的信息交互功能，包括监控、操作、分析等等。

智能家居的兴起，具有深刻的历史背景。

改革开放至今，伴随着国民经济的起飞，我国家居产业得到了迅猛的发展：从“老三件”到“新三件”的交替，从旧电器进口、散件组装到自主研发与规模化生产，从“引进来”到“走出去”，从少数家庭“独享”到千家万户普及，极大地满足了国人的物质需求，提高了老百姓的生活品质。国家统计局数据显示，2020年我国城镇冰箱、空调的百户保有量均超过100台（见下图）。

城镇家庭平均每百户耐用消费品拥有量

与之相应的，是一大批优秀的家电企业接连涌现。截至目前，在申万一级家用电器板块中已有上市家电企业76家，其中不乏格力、美的、老板这样的知名品牌，它们在引领行业发展方面做出了重要的贡献。

然而近几年，由于我国居民家电消费渐趋饱和，行业增长日益乏力（见下图）。根据欧睿国际的预测，2021~2024年，我国冰箱冰柜、空气处理器、衣物护理类三大家电产品销售额的复合年均增速将分别为3.56%、6.58%和9.49%，均显著低于2010~2020年的复合年均增速（分别为4.47%、8.92%和9.77%）。这便预示着，未来行业的发展势必要从“量”的扩张转向“质”的提升。

家用电器和音像器材类商品零售额变化

与此同时，市场需求侧也在发生着变化。

按照国际经验，当人均 GDP 超过 8000 美元时，居民的消费升级将会步入快车道，而我国则是 2015 年迈过了 8000 美元大关，恰好新一轮消费升级浪潮席卷而至，人们越来越追求品质消费，也越来越注重消费体验。

反映在家电消费上，就是消费者渐渐不再满足于拥有和使用家电产品，而是要“享受”由家电产品带来的生活品质进一步提升。比如说，近些年我国劳动者的工作时间普遍都在延长，由此导致家务劳动时间被一再压缩，或者在结束了一天繁忙工作后回到家里已是疲惫不堪。久而久之，人们开始对于传统家电有了全新的要求，希望它们能够以自动化、智能化的方式来让自己获得解放，进而更加合理舒适地安排自己的生活。

在这样的背景下，得益于人工智能、物联网、云计算等技术的日益成熟，自 2014 年起，以智能家电为代表的智能家居应运而生，它们在传统家居产品使用功能的基础上增加了许多附加功能，并且愈发多样化与个性化。洗碗机、扫地机器人、洗地机等产品不断走俏，电冰箱、洗衣机等家电产品可以被远程控制，就连空调都开始具备了交互、舒适调节、健康监管等性能。

2

近几年，我国智能家居市场正呈现高速增长之势。

艾媒咨询数据显示，2016~2019 年，我国智能家居市场规模由 620 亿元增至 1530 亿元，年均复合增长率高达 35.1%，2020 年即便是受到疫

情冲击，依然实现了 11.4%的同比增幅，预计 2022 年将有望达到 2200 亿元。从市场格局上看，不仅传统家电龙头在发力智能家居，以 BAT 为代表的互联网巨头，以华为、小米、联想为代表的科技巨头，也都在纷纷抢滩，火热程度可见一斑。

我国智能家居市场规模

数据来源：艾媒咨询，苏宁金融研究院

那么，除了市场需求变化与技术成熟之外，还有哪些力量驱动着智能家居行业前进呢？

其一，政策利好。

由于智能家居涉及互联网、信息产业、制造业、建筑业、房地产业、家电业等多个领域，并且符合产业转型与消费升级的发展潮流，因此近几年频频被高层在各项重量级文件中提及，早在“十三五”规划中就有了相关部署。而今年发布的“十四五”规划纲要里又再次提到，“应用感应控制、语音控制、远程控制等技术手段，发展智能家电、智能照明、智能安防监控、智能音箱、新型穿戴设备、服务机器人等，开启全新的智慧家庭生活”，充分彰显出国家对于智能家居行业的高度重视。发展智能家居，已经成为了推动产业升级、建设数字中国、发展数字经济的重要抓手。

其二，家电更新换代需求增强。

如前文所说，收入的不断攀升让国人对于家居产品的需求升级，类似

于“中国游客赴日本抢购智能马桶盖”的事件屡现报端。此外，2009年前后期间实施的家电下乡、以旧换新政策刺激了一大批家电产品需求，考虑到大家电的更新周期一般在10年左右，现阶段刚好处于淘汰更换周期，新一轮的潜在需求已悄然酿成，更新换代潮正在启动。

可以看到的是，近年来国家持续出台针对家电行业的支持政策，特别是频频鼓励家电产品的“以旧换新”，旨在将促进居民消费与改善生活质量有效结合，继而带动供给端的产业恒基，拓展新的经济增长点，助力“国内大循环”，为智能家居的进一步发展创造了良好的政策环境。

其三，企业转型的客观需要。

创新理论的鼻祖约瑟夫·熊彼特曾说过，无论把多少辆马车连续相加，都不能造出一辆火车出来；只有从马车跳到火车的时候，才能取得十倍速的增长。做企业同样如此，如果只是按照传统的业务来发展，可能无论怎么努力都无法获得持续性的大幅度增长，因此必须要打破舒适圈，寻找“第二增长曲线”。

家电行业亦不例外，面对此在市场的价格战和 扣减企业的业绩前

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_31951

