

懒人

智慧

家居

# “懒”的聪明 —— 年轻人智慧生活 洞察报告



三翼鸟

Haier

CBNDATA

第一财经商业数据中心



新电感应

© 2020 CBNDATA. All rights reserved.



“

“枯藤老树昏鸦，空调wifi西瓜，葛优同款沙发，夕阳西下，我就往上一趴……”曾经在网上疯传的段子，如今成了大多数年轻人的生活写照，“懒人经济”正风生水起。

”

俗话说“懒人善假于物”，“懒”不是表面上的“好逸劳恶”，而是一种高效率形态，是消费的转型，更是一种全新的生活理念，是人们的一种生活态度。

正如约翰·阿塔那索夫所说：

**“我太懒了，不喜欢运算，所以就发明了电脑”。**



# TABLE OF CONTENTS 目录

- 第一部分：不可阻挡的懒人消费新时代
- 第二部分：“懒”系主张解码新一代
- 第三部分：“懒人经济”发展总结与展望

# CHAPTER ONE

## 不可阻挡的 懒人消费新时代

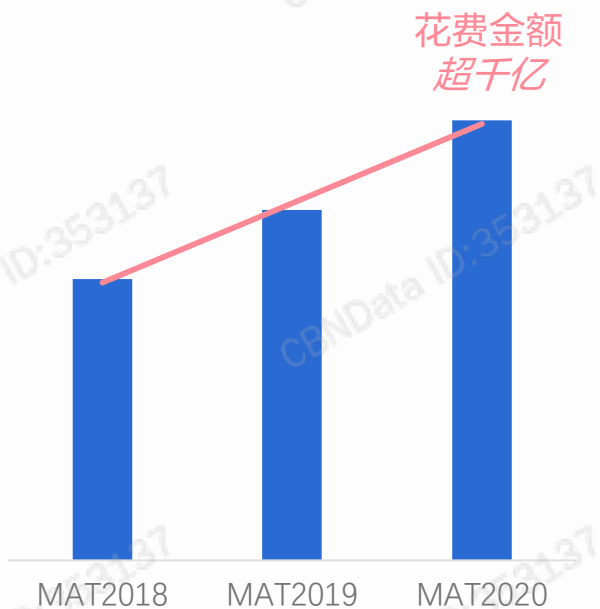




# “偷懒”成兴，懒人经济风声水起

随着人均GDP的增长与恩格尔系数的下降，人民更加关注精神需求，而互联网消费、科技的进步也让生活更便利，推动懒人经济的大爆发，线上懒人花费超过千亿；同时，懒人经济也反哺社会，衍生出广阔的前景和机会。

MAT2018-2020线上消费者为“偷懒”花费的金额



数据来源：CBNDATA消费大数据，“偷懒”花费为产品名称中包含“懒人|智能|半成品|速冻|即食|上门服务”等；



资料来源：互联网资料整理

“懒人经济”正在各方面推动人类进步

- “懒人经济”直接对传统行业釜底抽薪，一些承载着人工智能等**前沿概念**的物件必然会对传统行业进行全方位的洗牌；
- “懒人经济”促进了整个社会从劳动到财富的有效交换，为中国经济**转型升级**提供了源源不断的活力；
- “懒人经济”是新经济时代企业寻求差异化的锚，倒逼企业**全流程布局**。

资料来源：中国广告网《懒人经济》新机会——懒惰是人类进步的源泉》



# 对效率与体验的思考，不断激发“智慧偷懒”需求

人工智能、物联网等技术的快速发展的今天，用金钱换时间的懒人们也在快速进化。因为“懒”，我们的消费方式不断发生着变化。

## 新技术助力懒人经济发展

<b>人工智能</b>
2020年中国人工智能基础设施市场规模将达到39.3亿美元，同比增长26.8%。超过九成的企业正在使用或计划在未来3年内使用人工智能，整个中国人工智能产业将进入发展快车道。
<b>物联网</b>
2020年全球物联网市场规模将达到1.7万亿美元，预计2025年IoT产值达2.5万亿美元。物联网是互联网的延伸，万物互联时代必将开启。
<b>5G</b>
2020年5G市场规模约0.6万亿元，2030年预计达到6.6万亿元，规模增长将超10倍，打破传统智能的条条框框，重构智能更生态。

## 懒人经济的迭代进程

### 懒人经济1.0

纯懒宅，不愿意运动、不愿意费力，只想宅着和躺着，是“全面懒人”。



全面懒

### 懒人经济2.0

通过一些“懒人神器”，避免一些繁琐的家务，成为了一个“局部懒人”。



局部懒

### 懒人经济3.0

用更加高效、专业的方式，打造生活中的“智慧”体系，用聪明的方式偷懒，成为“智慧懒人”。



智慧懒

## 智慧懒人经济的内核

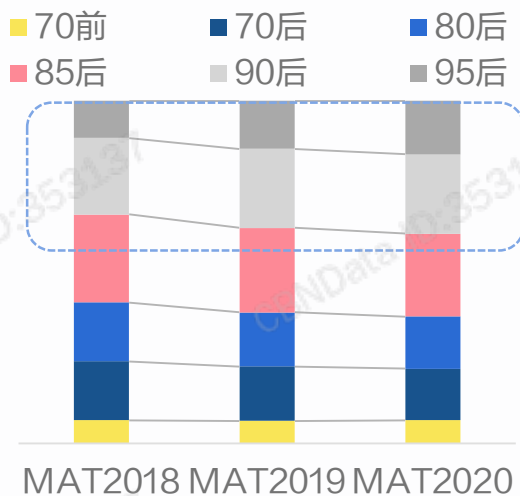
追求效率	提升品质	注重体验

资料来源：《2020—2021中国人工智能算力发展评估报告》、互联网公开资料整理

## 年轻人——“懒”到底，“懒”的聪明成基本调性

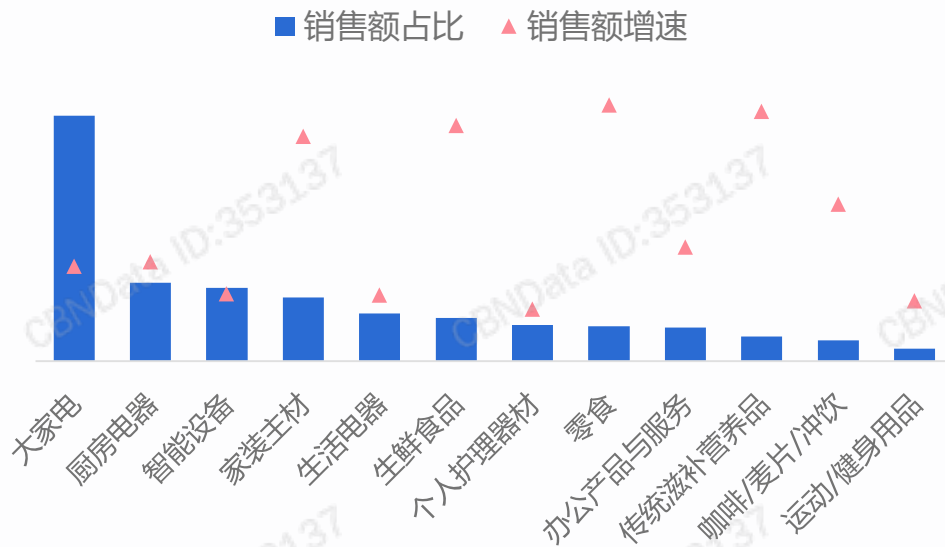
具有超前视野的年轻人正在成为“懒人经济”的操盘手，加速了“懒人经济”的智慧化转型；他们对于“懒”有自己的主张和见解，热衷智能家电、智能设备等，尤其是年轻“懒妈”们的带娃神器，用聪明的方式偷懒成为他们忙碌生活中的“制胜法宝”。

MAT2018-2020线上“偷懒花费”分代际分布



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2020年轻90/95后懒人偏好的TOP偷懒品类



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2020年轻90/95后增长最快的懒人品类



数据来源：CBNDATA消费大数据

## 头部品牌有“懒”必应，加速智能化生态布局

为了应对当下年轻人的“懒人”需求，头部的家电品牌致力于布局智能生态。

以海尔为例，除了旗下高端自有家电品牌之外，还打造了全新的场景品牌三翼鸟与生态平台海尔智家，不断



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\\_16737](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16737)

