



# 白色家电：2022 年扫地机市场新品分析与前景展望



## 行业动态信息

核心要点:从 2022 年扫地机市场新品分析与前景展望 2022 年以来,科沃斯、追觅、石头等市场主流玩家先后发布上半年旗舰款新品。由于扫地机市场以爆款单品为销售特点,故旗舰新品的主打价位与搭载功能也代表了各家企业今年的战略风向标。本篇报告我们通过复盘 2021 年以来的扫地机市场分级概况,探寻上市公司新品价位差异化选择背后的经济动因,同时比较新品的功能细节差异,对各新品的份额前景进行展望。

2021 年伴随搭载自清洁、自集尘的众多新品密集上市,扫地机市场格局发生剧变。3500 元价格段以上的中高端市场快速占据主导地位。科沃斯上半年主力新品 T10Turbo 重点主打 3999 价位段,石头旗舰款 G10S、G10SPro 则分别升维至 4799 与 5699 价位段。通过份额分析两家上市公司选用不同策略的动因:

科沃斯层面,2021 年在 3999 元这一最主流价位段产品空白,份额压力迫使公司发布高配强力产品夺回市场。

石头层面,4000+ 高价位段仍为重要市场,且具备较强的品牌宣传效应。公司需发布相应顶配产品与科沃斯分庭抗礼,在品类制高点布局棋子。

分价格段探究新品竞争态势:从配置而言,我们认为在 3000-4000 价位段,2022 年科沃斯、追觅新推出的两款进攻性新品确实具备相对优势。另一方面石头 G10、云鲸 J2 作为去年双十一以来线上全市场排名第 1、第

4 的机王, 在功能差异并未到达质变的背景下 (如自清洁、自集尘等模块), 仍具备明显的口碑积累优势。原有机型我们认为仍将在长时间内保有相对份额。

顶配旗舰价位段层面, 在主要功能未有明显差别的基础上, 石头 G10SPRO 依托新品优势叠加原有石头用户流量转入, 有望在原先的完全垄断市场占据一定份额, 具体表现仍需在上市后持续跟踪。

如何看待当下“销量停滞”的扫地机市场? 我们在《阶梯式增长模型: 如何把握扫地机行业景气周期》中指出: 扫地机行业的发展是阶梯式增长, 包括颠覆式创新阶段、渐进式创新阶段、平台期和再次颠覆式创新阶段。长期的渗透率提升中包含了若干个小的创新周期, 通过不断的技术创新, 最终达到更高的渗透率水平。伴随居民收入的增加和消费能力的增强, 扫地机器人市场渗透率将得到进一步提升。

关键词: 机器人

**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\\_39796](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_39796)

