

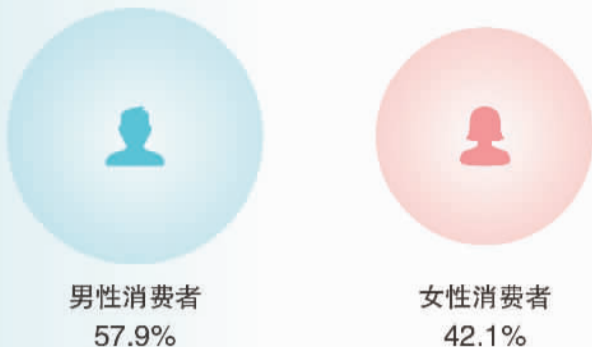
经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

智能家居业驶向蓝海

1 消费者特征

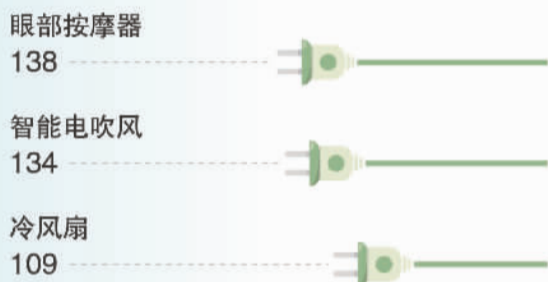
不同性别消费者智能家居产品成交额占比



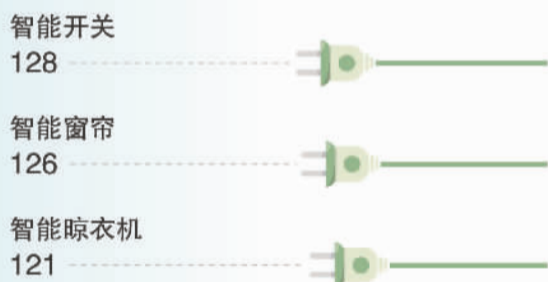
不同年龄段消费者的品类偏好指数

注：指数越高表示偏好度越强

25岁及以下消费者



26岁至35岁消费者



不同性别消费者的品类偏好指数

注：指数越高表示偏好度越强

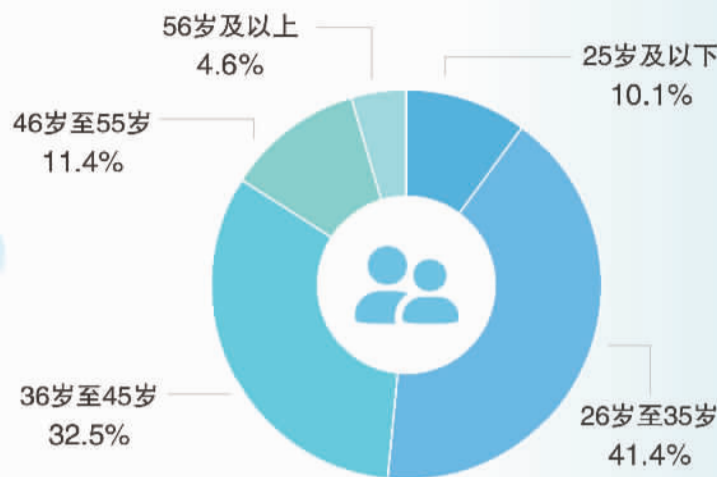
男性消费者



女性消费者



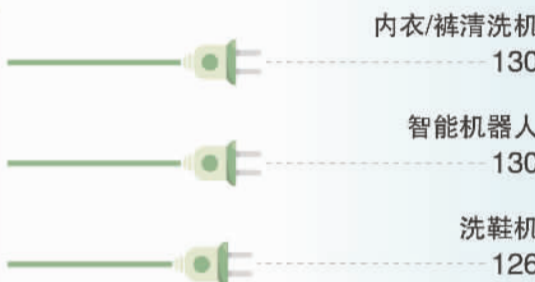
不同年龄段消费者智能家居产品成交额占比



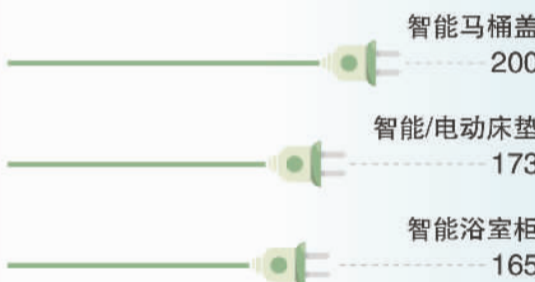
不同年龄段消费者的品类偏好指数

注：指数越高表示偏好度越强

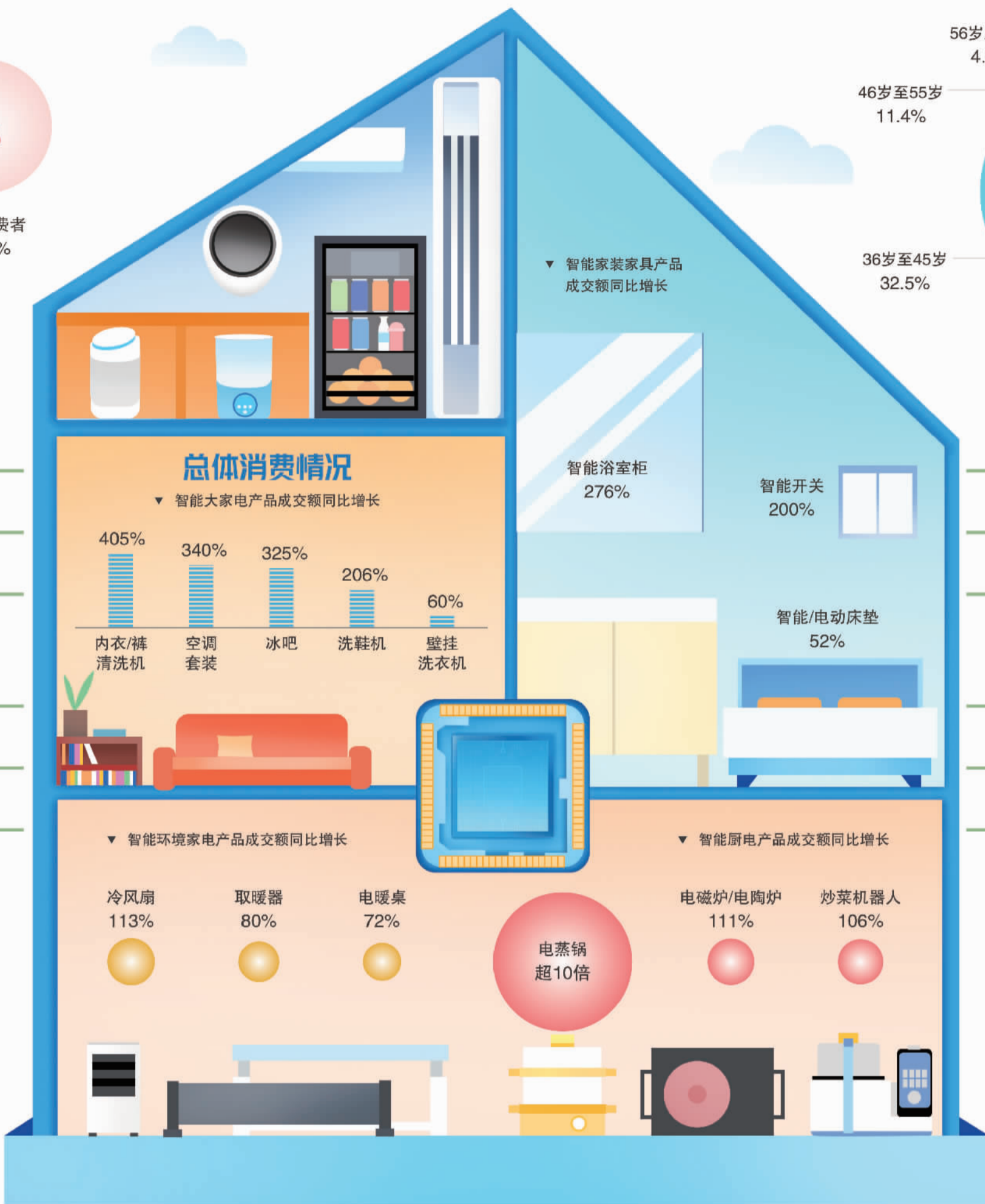
36岁至45岁消费者



46岁及以上消费者

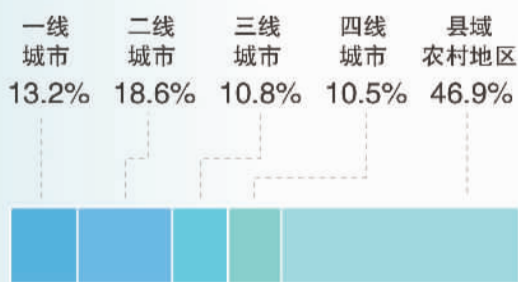


不同年龄人群对智能家居的需求偏好有所差异，年轻人更注重时尚和个性，年长人群更注重健康和安全性。因此，智能家居在向空间智能化发展过程中，也要满足不同群体需求，能够为不同人群提供更细致、更个性化的家居服务。



2 地域消费特征

各地区智能家居成交额占比



各地区消费者品类偏好指数 注：指数越高表示偏好度越强

一二线城市



三四线城市

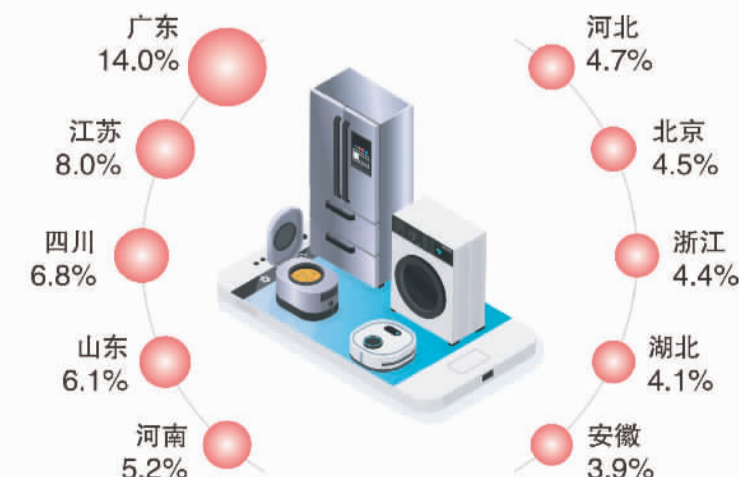


县域农村地区



当前，智能家居行业发展依然存在智能单品连接不通、家庭联动场景割裂等问题，企业要积极构建开放互联的智能家居生态平台，打破不同品牌设备间的信息孤岛，为消费者提供真正互联互通的便捷式生活。

智能家居成交额占比TOP10省份



说数

本期点评 曹凤娟

智能家居产品正快速渗透至消费者生活的方方面面，小到一个开关、一颗灯泡，大到冰箱、空调、洗衣机等，都能与科技深度融合，家居智能化已成为生活品质提升的重要一环。

数据显示，智能类家居产品深受消费者青睐。内衣裤清洗机、空调套装、冰吧等智能化大家电成交额同比增长均超3倍，智能浴室柜、智能开关成交额增长超2倍，电煮锅、电磁炉、炒菜机器人等智能厨电成交额同比增长均翻倍，冷风扇、取暖器等智能环境家电成交额同比增长超80%。从消费人群来看，年轻人是智能家居产品的消费主力，“90后”“00后”消费者成交额占比超七成。从地域消费看，县域农村地区智能家居成交额占比最高，达到46.9%，消费者偏好购买电暖桌、冰箱等智能家电产品。

从智能家居的发展趋势来看，现在的AI家电产品是以大模型、生成式AI等为核心驱动，具备更强的智能感知、自然交互、主动决策能力，促进了智能家居的体验从伪智能到真智能的跨越。不仅单品的智能化在增强，智慧场景、全屋智能系统也具备更强的感知能力。例如，AI在电视产品中的应用，主要是增强画质、音质、人机交互等功能；AI在白电产品中主要是优化性能，如冰箱的AI快速制冷、精准控温、长效保鲜，洗衣机的AI识别衣料、精准洗涤等。

智能家居市场潜力巨大，智能化产品的加速涌现将给消费者生活带来新的变化。企业要积极应对快速变化的市场需求和技术革新，围绕智能化、个性化、便捷化等方面持续发力，研发出有竞争力的产品，促进智能家居产业和消费市场供需两旺。



数据周期：2024年上半年