

说数

智能家电带来生活新体验

吉亚桥

从能够远程控温的空调到可自动规划路线的扫地机器人,再到可识别食材的智能冰箱……在技术升级与政策引导的双重加持下,我国家电行业正经历着深刻转型升级,绿色化、智能化成为核心发展主线,并给消费者带来更好的使用新体验。

政策红利持续释放,为家电市场注入强劲动能。当前,消费品以旧换新政策精准发力,针对一级能效冰箱、洗衣机、空调等家电,以及多款智能数码产品推出补贴,有效激活了市场需求,推动绿色智能产品销量快速增长。最新数据显示,一季度重点平台智能眼镜销售额增长4.6倍,一级能效洗衣机销售额增长21.5%,直观印证政策对消费市场的拉动作用。从全国家电消费数据来看,2020年至2025年,我国家用冰箱、洗衣机、空调产量整体呈稳步上升趋势,2025年冰箱产量达10924.4万台、洗衣机产量12516.8万台、空调产量26697.5万台,限

额以上家电零售总额突破1.1万亿元,出口额也保持高位,家电行业稳中向好的态势得到延续。

值得注意的是,智能化转型提速的同时,行业发展仍伴随“成长的烦恼”。当前部分智能家电存在明显短板,扫地机器人避障失灵、智能门锁识别故障、不同品牌设备无法互联互通等“伪智能”问题突出,技术噱头与实际体验脱节,制约行业口碑与长远发展。数据层面也暗藏隐忧,尽管产量与出口规模可观,但部分企业存在重营销、轻研发的倾向,产品同质化严重,核心技术创新不足,难以满足消费者对真实便捷体验的需求。

行业痛点倒逼标准完善与技术突破,为行业健康发展筑牢根基。今年5月起,两项智能家电国家标准正式实施,从智能能力与场景效果双维度明确界定,既为企业研发提供清晰指引,也为市场监管提供权威依据。统一标准搭建起跨品牌设备联动的技术框架,打破

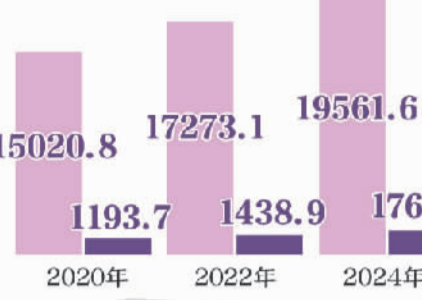
品牌壁垒,推动全屋协同从概念到落地。与此同时,家电企业正逐步摒弃概念炒作,聚焦保鲜、清洁、空气管理等高频场景,深耕用户痛点,以技术创新提升产品实效,推动行业从功能堆砌向价值赋能转变。

在传统市场承压的背景下,智能家电以“智能化+场景化”模式成为产业增长新引擎。未来,行业将持续向细分场景深耕,适老化、母婴化产品不断丰富,精准匹配不同群体需求;“硬件+服务”商业模式持续完善,从单一产品销售转向全周期服务,增强用户黏性;跨品类、跨品牌生态协同加速,构建互联互通的智慧家居体系。家电智能化的本质,从来不是技术的盲目叠加,而是让科技真正服务于生活。唯有企业坚守创新初心,行业完善标准体系,监管强化市场规范,才能推动家电行业稳步前行,让数据增长转化为消费者实实在在的幸福。

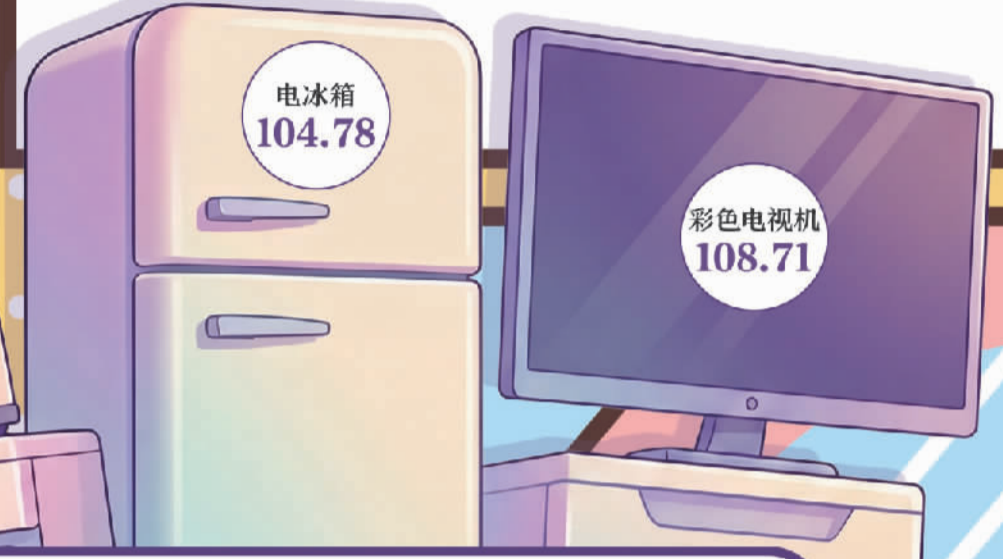
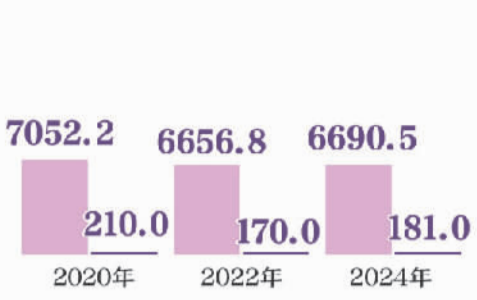
行业经营效益

规模以上工业企业 (单位:亿元) 营业收入 利润总额

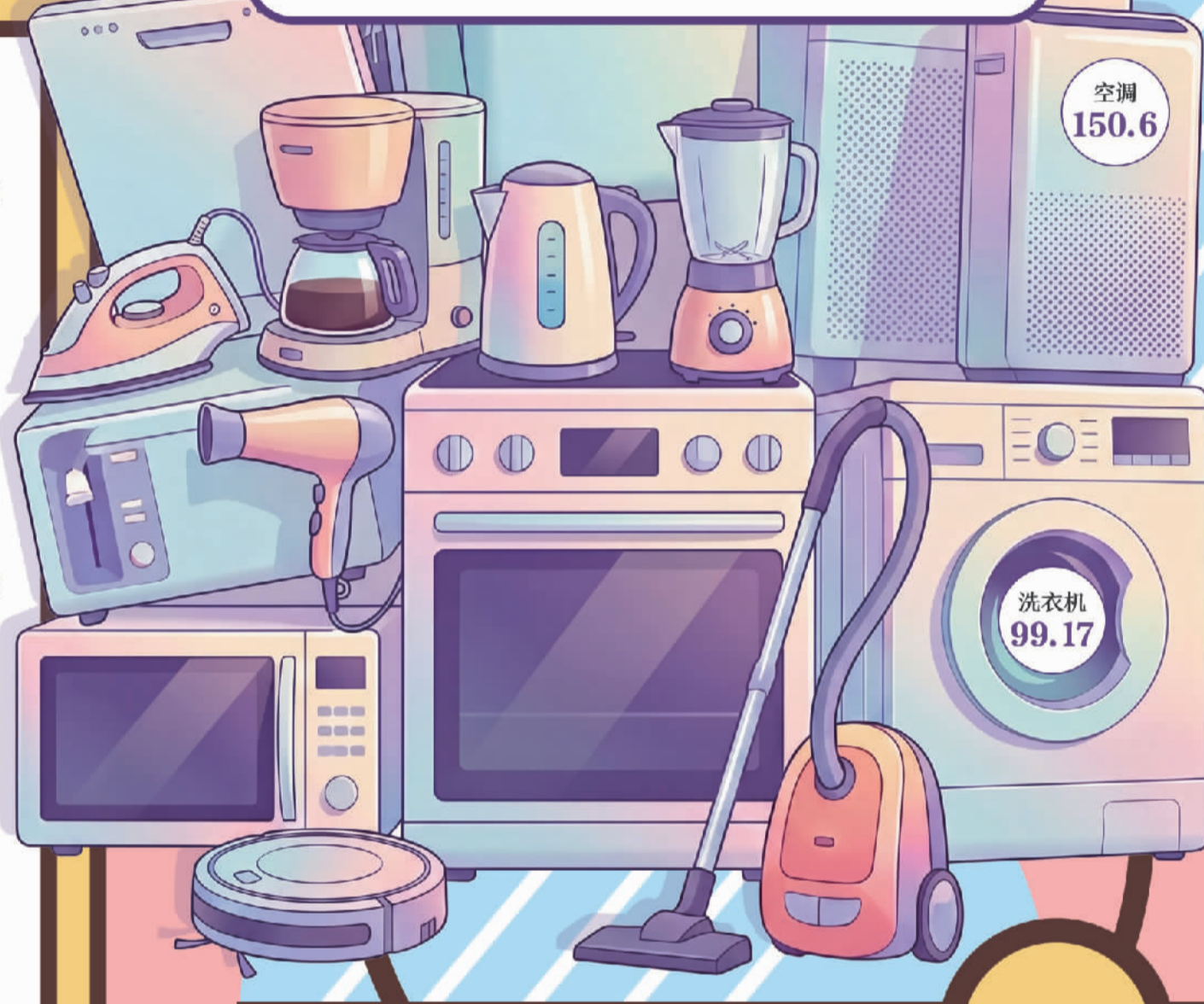
家用电器具制造



非专业视听设备制造

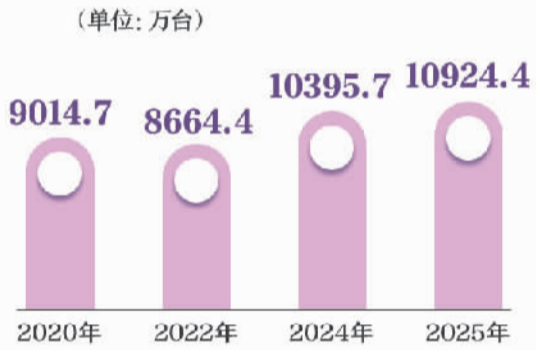


2024年居民单位耐用消费品拥有量 (单位:台/百户)

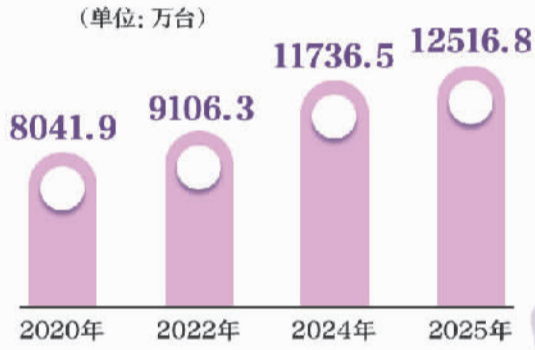


产品产量

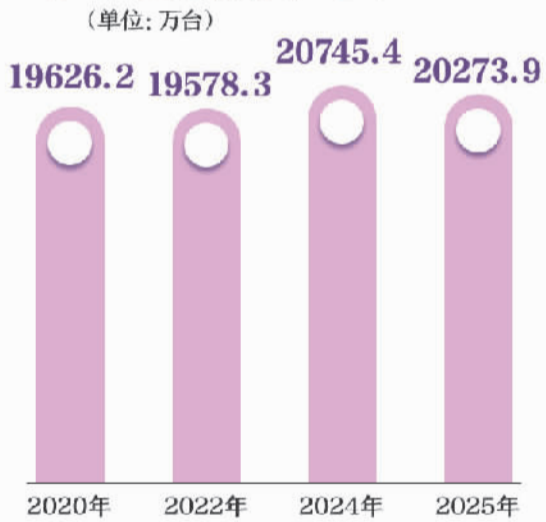
家用电冰箱产量 (单位:万台)



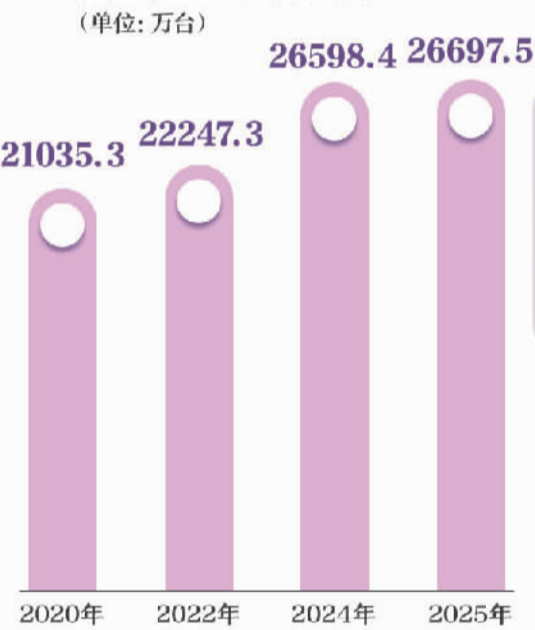
家用洗衣机产量 (单位:万台)



彩色电视机产量 (单位:万台)



房间空气调节器产量 (单位:万台)



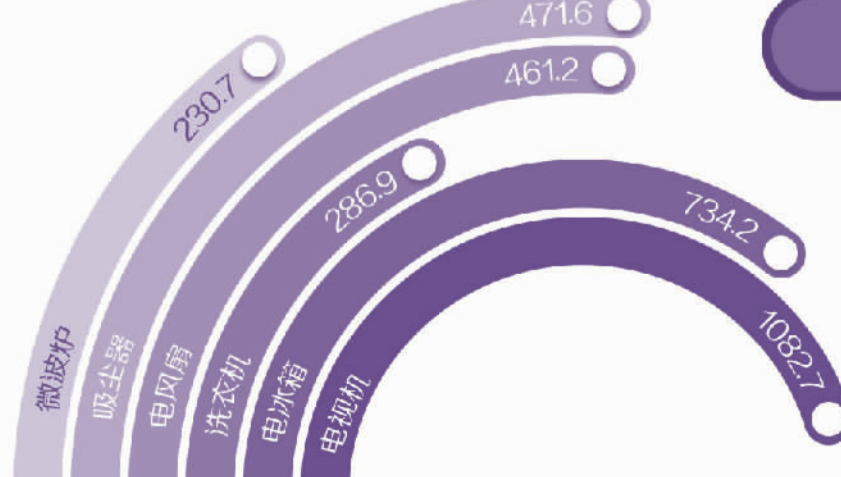
消费情况

限额以上企业商品零售总额 (家用电器及音像器材) (单位:亿元)



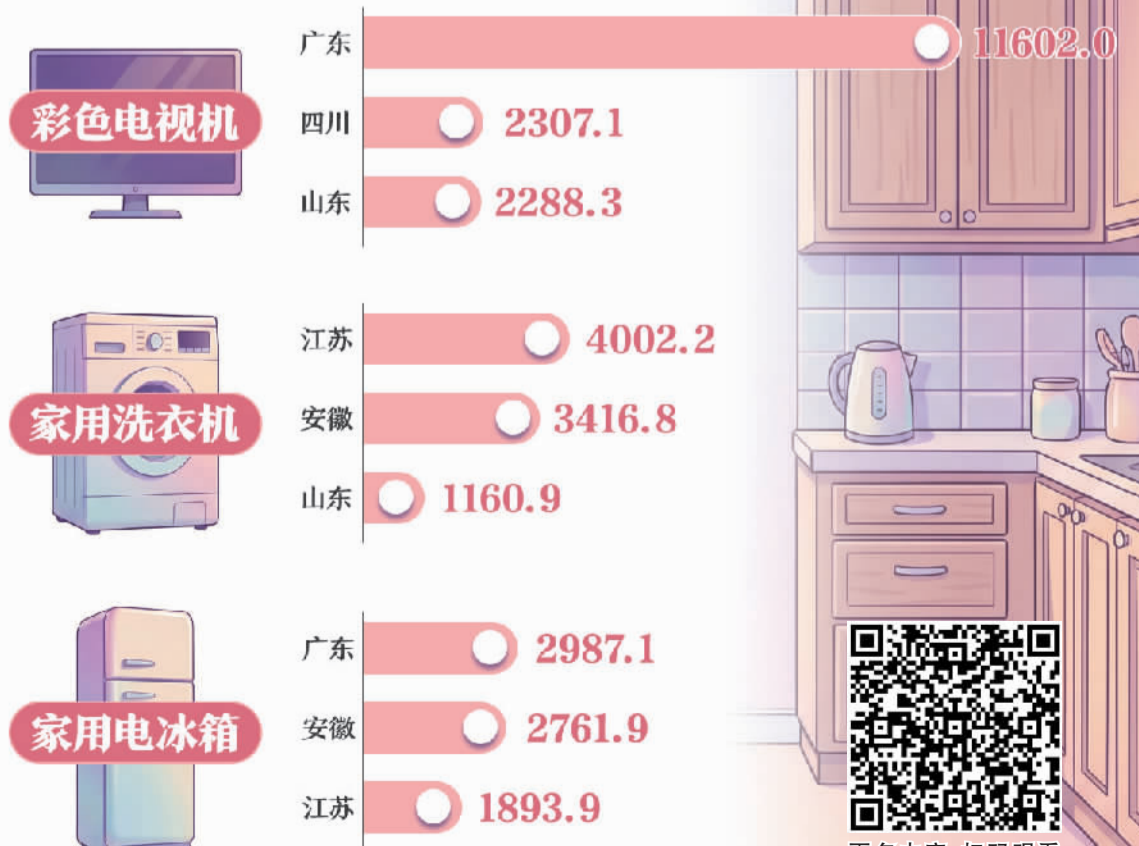
出口情况

2025年 (单位:亿元)



家电产品产量排名

2025年 (单位:万台)



更多内容 扫码观看