

艾瑞观潮系列：

科技消费行业季度观察

©2022.8 iResearch Inc.

摘要



消费意愿缓慢回升，**健康、智能**仍是消费关注重点
品质升级推动智能化产品购买，但**理性消费**特征明显
绿色消费理念不断提升，可持续生活方式转变**仍需时日**



跨界已属常规操作，**芯片、医疗、能源**仍属热点
战略化布局促使科技消费企业跨界大医疗、大健康、大冷链
新能源跨界已上升至**原料端**，全产业链多点布局



数智化健身需求仍在，但健身镜已不是主角
规范动作、新手指导及训练计划是智能健身的利益点
科技品牌已在智能戒指领域布局



智能养宠理念兴起，前期市场标准有待打造
宠物行业持续增长，“家人式养宠”理念兴起。家电及消费电子品牌积极布局，有待**技术创新及标准建立**



智能睡眠仍处**发展阶段**，**基础硬件与技术创新**同样重要
国人睡眠质量不佳，手机诱惑、惯性晚睡、压力大是影响睡眠的三大因素
智能床垫及智能枕是两大切入点。呈现功能同质化特征

01

**消费意愿缓慢回升，
健康、智能仍是消费关注重点**

消费意愿缓慢提升带动商品零售回升

提振消费成为关键词，科技消费行业跨界寻找商机

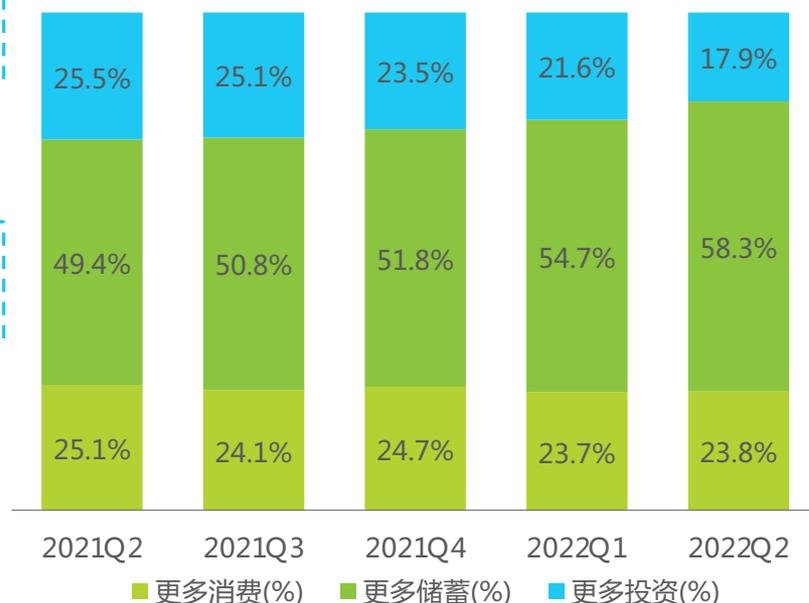
家用电器和音像器材类 (+7.1%) 和通讯器材类 (+4.9%) 已呈现增长趋势。
政府通过消费券形式短时间内激发消费规模增长，希望带动整个经济链条复苏。
科技消费行业通过品质升级、跨界试水等方式发掘长期的韧性增长机会。

2022年1-7月商品零售主要数据

| | 1-7月绝对量 (亿元) | 1-7月同比增长 (%) | 7月同比增长 (%) |
|------------|-----------------|-----------------|---------------|
| 家用电器和音像器材类 | 5278 | +1.4% | +7.1% |
| 日用品类 | 4224 | +1.3% | +0.7% |
| 通讯器材类 | 3448 | +0.0% | +4.9% |
| 建筑及装潢材料类 | 1026 | -3.6% | -7.8% |
| 家具类 | 864 | -8.6% | -6.3% |

2021年Q2-2022年Q2 城镇储户消费投资意愿

储蓄意愿上升明显，消费意愿缓慢提升



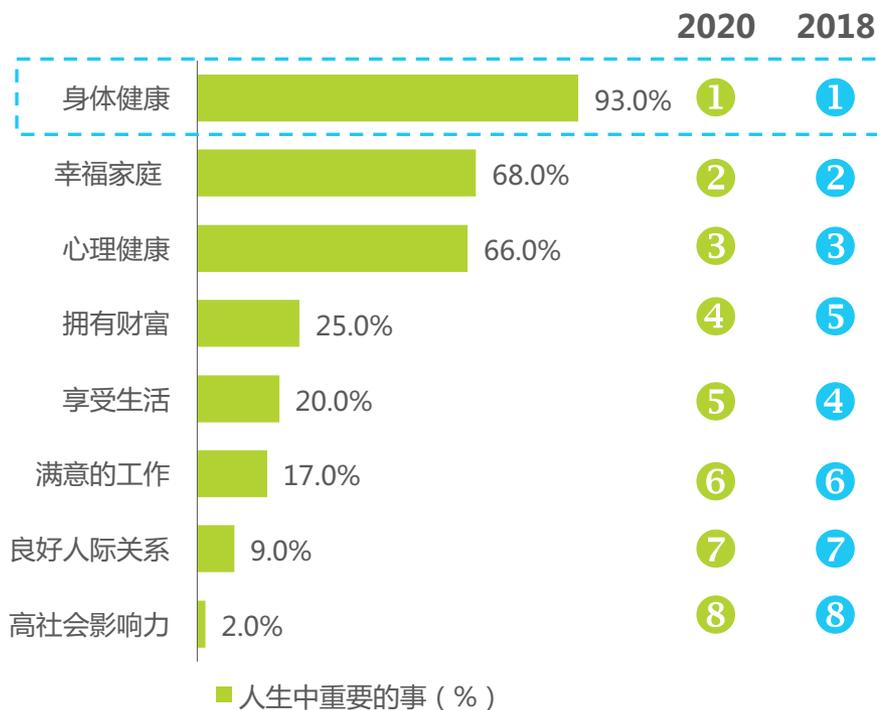
来源：国家统计局。此表速度为未扣除价格因素的名义增速。艾瑞消费研究院自主研究绘制。

来源：中国人民银行调查统计司。艾瑞消费研究院自主研究绘制。

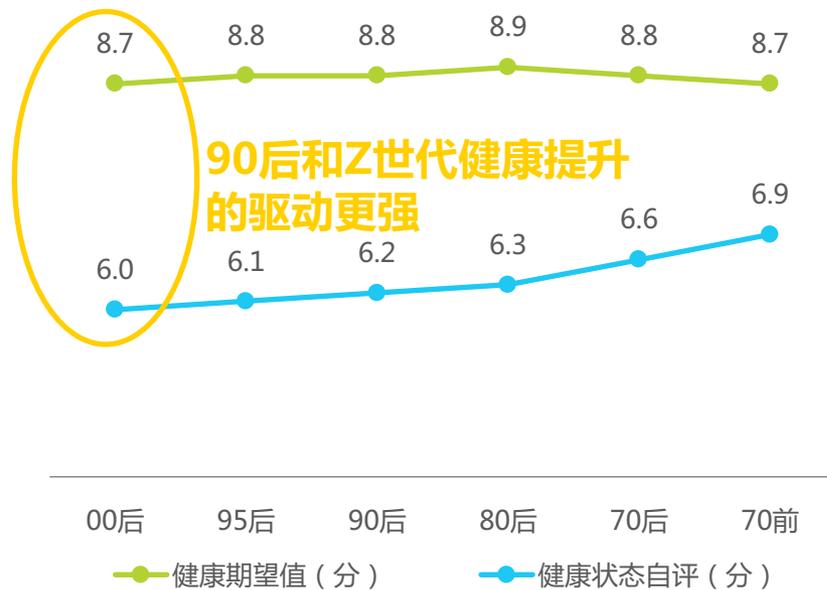
对健康的追求一直在线，年轻人群对健康提升的驱动更强

健康理念强化或释放新的市场机会

2020年-你认为哪些是人生中重要的事？



2022年不同年龄人群健康自评得分



来源：丁香医生《2021国民健康报告》。艾瑞消费研究院自主研究绘制。

来源：《艾瑞-2022年中国健康管理白皮书》。

品质升级推动智能化产品购买，但理性消费特征明显

智能家电的购买及使用提升，月光族及“满足式购买”减少

品质升级

理性消费

2021年

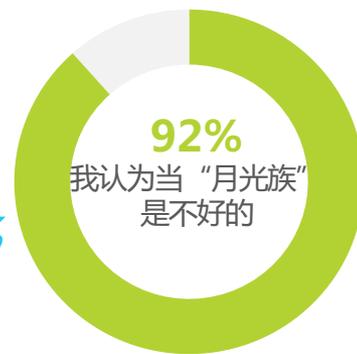


56% 愿意多花钱彰显社会地位 相比2013年 +11%

2021年 智能家电的购买及使用 相比2017年 +21%

| | 买过，经常使用 | 买过，偶尔用 | 买过，但现已不用 | 没买过，但感兴趣 | 没买过，也不感兴趣 |
|-------|---------|--------|----------|----------|-----------|
| 2021年 | 32% | 26% | 6% | 27% | 10% |
| 2017年 | 24% | 13% | 1% | 29% | 33% |

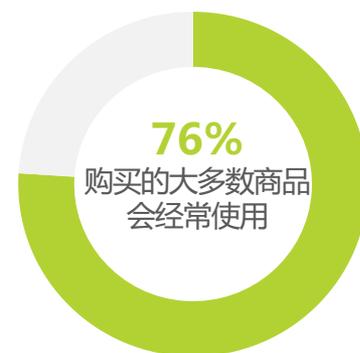
2021年



92%
我认为当“月光族”
是不好的

相比2017年， +30%

2021年



76%
购买的大多数商品
会经常使用

相比2013年， +23%

绿色消费理念不断提升，可持续生活方式转变仍需时日

政策引导及消费理念提升，迈向绿色消费生活

家电是居民能源消耗的第二大来源



家用电器能源消耗占住宅总能耗的**20%**以上(供暖后)

国际能源署(IEA)

联合国环境规划署《2020排放差距报告》指出

当前家庭消费温室气体排放量约占全球排放总量的**2/3**

消费者选购绿色产品最看重的特征

- 01 产品材料对人体无害
- 02 产品使用过程节能节水，无污染
- 03 产品垃圾对环境污染小
- 04 产品生产过程中，企业节能节水，无污染

针对绿色产品，近一半的中国消费者愿意付出**不高于5%**的价格溢价

02

**跨界已属常规操作，
芯片、医疗、能源仍属热点**

供应链安全，降本增收促使家电品牌自主研发芯片

把握芯片需求变化、通过持续投入迈向高端芯片设计研发将是破局之道

1. 芯片缺口大，市场规模可观



中国科学院
微电子
研究所

中国大陆家电行业芯片本土化配套率仅**5%**，**90%以上**靠进口，每年进口金额超过**500亿元**

2. 不同品类，芯片布局有侧重

白电巨头多布局MCU、IPM等控制类芯片
彩电巨头更侧重于优化画质、显示处理的芯片研发



3. 家电巨头布局早，自研投资均有道

家电巨头进入芯片领域时间：**1999~2000年**

布局方式：**下设部门、成立子公司、投资国内芯片公司**

4. 关键芯片领域发展道阻且长

- 高端芯片设计研发优势不明显
- 需要人才与资金持续投入
- 难以通过生态建设形成市场规模效应
- 芯片功能需求变化快

战略化布局促使科技消费企业跨界大医疗、大健康、大冷链

依托自身优势，切入细分市场，方向

家电企业在医疗领域进入早，业务占比有待提升

发挥品类优势

01.

白电集中布局冷链、消毒等领域，黑电聚焦医疗影像。且布局逐渐扩展

业务占比有待提升

02.

最早2005年进入，平均营收占比5%以下

多领域布局趋势渐显

03.

部分龙头企业已推出针对各医疗环节的模块化解决方案

消费电子企业围绕健康监测，提供从器械到服务的纵深化布局



- 拓展更多监测场景（如高原健康、肺功能健康等）

- 预防、慢病、从饮食到运动的全方位健康管理

- 从数据采集、分析、服务的全流程闭环

新能源跨界已上升至原料端，全产业链多点布局

光伏、锂电是布局重点，多点布局打造全产业链优势



家电企业跨界光伏，赛道拥挤但打法各异

✓ **布局上游：**

硅片、硅料、光伏玻璃等原料生产

✓ **分布式光伏开发：**

分布式光伏的开发、建设和运维

✓ **光伏家电的生产销售：**

开发光伏储直流空调系统、工商业储能、新能源直流电器、能源互联网系统等产品



消费电子企业通过投资布局新能源产业链

✓ **布局上游：**

投资电解液公司

✓ **投资新能源领域：**

投资新能源公司，以锂电为主提升业务协同性

✓ **布局其它新兴能源：**

布局钠电

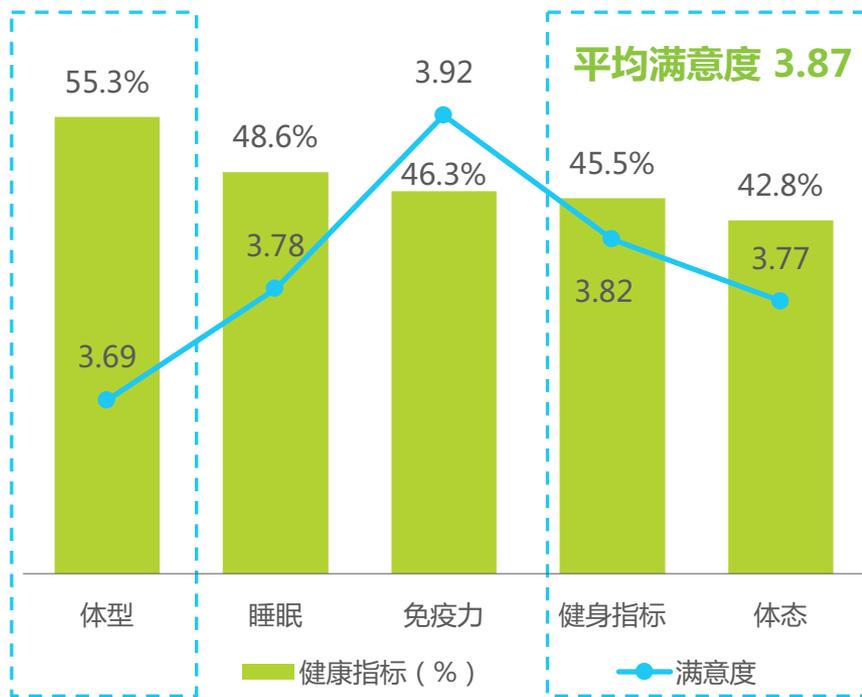
03

数智化健身需求仍在，
但健身镜已不是主角

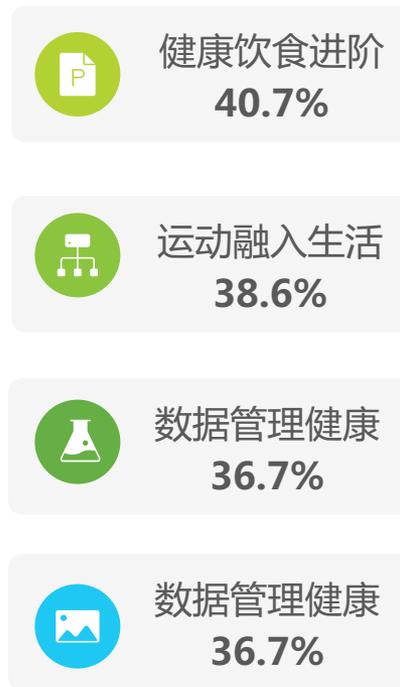
消费者对体型体态的关注度高，强调通过数据管理健康

但对自身相关指标的满意度低于平均值

2022年中国消费者关注的健康指标 以及指标满意度 (TOP5)



2022年4类消费者的健康管理模式



智能健身需求
仍在，强调用
数据管理健康



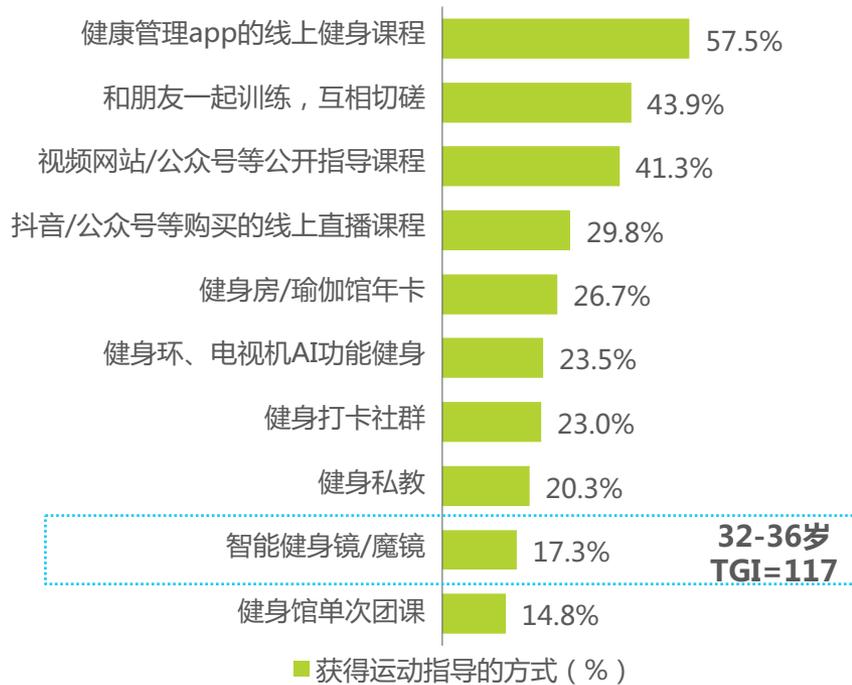
来源：艾瑞咨询《2022中国健康管理白皮书》。
样本：18-41岁城镇居民，N=477，于2022年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库
调研获得。

来源：《艾瑞-2022年中国健康管理白皮书》。

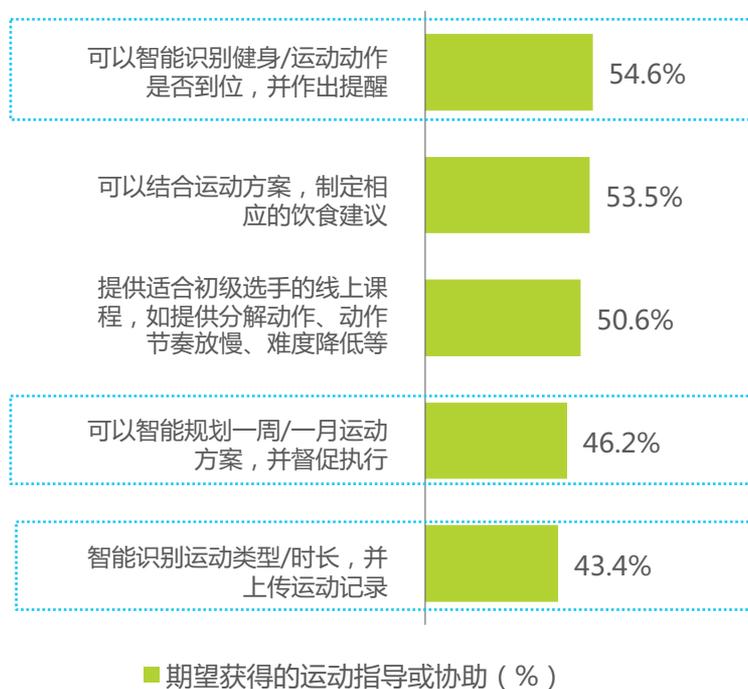
规范动作、新手指导及训练计划是智能健身的利益点

线上健身课程多样化，30岁以上人群对智能健身镜偏好更高

2022年中国运动人群获得运动指导的方式



2022年中国运动人群期望获得的协助



来源：艾瑞咨询《2022中国健康管理白皮书》。

样本：每周中高强度运动1小时以上的人群，N=335，于2022年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

来源：艾瑞咨询《2022中国健康管理白皮书》。

样本：每周中高强度运动1小时以上的人群，N=335，于2022年2月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

相对冷门的智能戒指逐渐受到关注

健康监测或作为智能设备的交互工具是智能戒指较为期待的两大发展方向

科技品牌已在智能戒指领域布局



01.

集中在健康监测

- 睡眠质量评估
- 经期预测
- 血氧监测
- 实时心率跟踪
- 新冠病毒的早期筛查
- NBA 球员体温、心率监测

-.....

02.

作为交互工具

- 作为与其它智能设备联动的交互工具
- 作为全屋智能的入口

03.

国内品牌处于专利布局阶段

- 紧急呼救
- 体重监测
- 与智能眼镜联动
- 智能戒指充电
- 可照明戒指
-

智能戒指的舒适度、时尚度有待提升

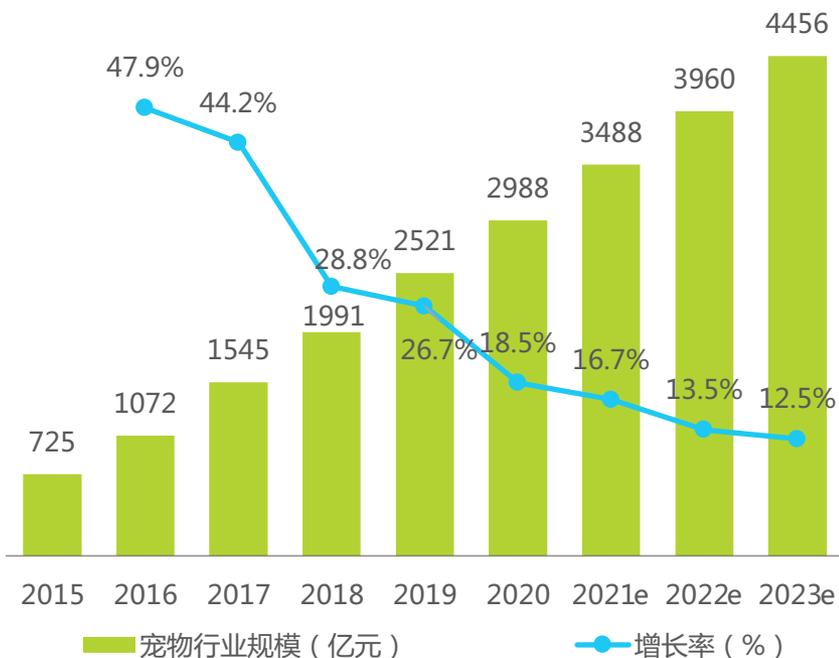
04

智能养宠理念兴起，前期市场标准有待打造

宠物行业持续增长，“家人式养宠”理念兴起

宠物行业进入有序增长的稳定成熟期。智能养宠助力宠物消费升级

2015-2023年中国宠物行业规模与预测



智能养宠理念升起，电商平台呈现增长

2021年，**17%** 的宠物主表示会选择“智能养宠”

京东宠物智能用品各主要指标增长率 (2020年 vs. 2019年)



来源：艾瑞咨询《2021年中国宠物消费趋势白皮书》。
注释：1. 数据统计口径为城镇宠物行业规模，不含农村市场；2. 行业规模的统计范围包括宠物交易、宠物食品、宠物用品、宠物医疗和宠物服务，宠物类型包括犬猫，水族，异宠。

来源：艾瑞咨询《2021年中国宠物消费趋势白皮书》。

家电及科技品牌积极布局，有待技术创新及标准建立

宠物行业进入有序增长的稳定成熟期。智能养宠助力宠物消费升级



宠物智能家电围绕喂养、毛发清理、人宠互动展开

宠物喂养

- 智能饮水机
- 宠物零食烘干机
- 宠物料理机

毛发清理

- 宠物吸尘器
- 吸毛除味消毒机
- 空气净味器

宠物出行

- 猫用航空箱

人宠互动

- 宠物语言翻译项圈

2021年消费者购买宠物商品考虑因素 (TOP5)

商品质量
54%

商品价格
38%

商品安全性
(用电)
37%

商品功能
丰富性
35%

商品评论
34%



现有行业痛点

- 缺乏行业标准
- 技术含量低、同质化严重
- 设计不合理、产品质量参差不齐

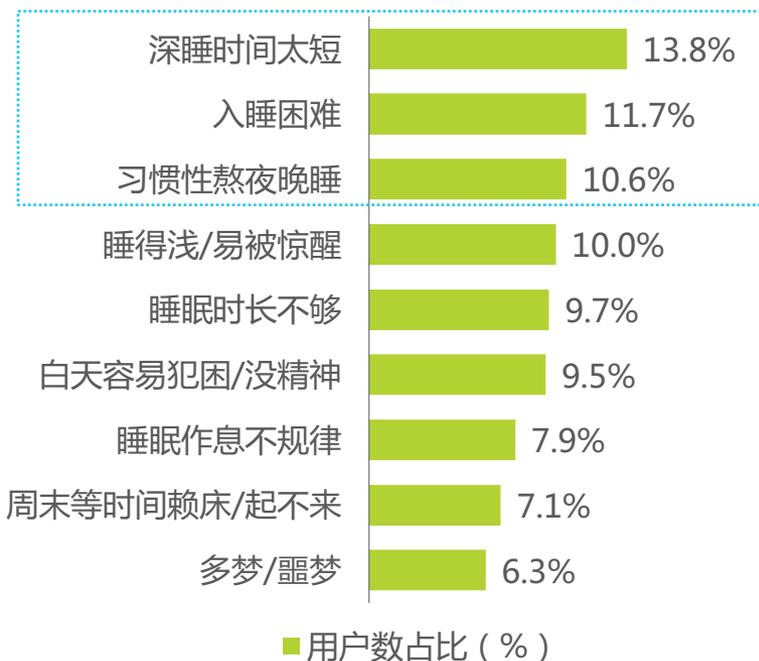
05

**智能睡眠仍处发展阶段，基础硬件与技术
创新同样重要**

国人睡眠质量不佳，深睡短，入睡困难 是主要睡眠难题

手机诱惑、惯性晚睡、压力大是影响睡眠的三大因素

用户反馈睡眠问题 (TOP10)



影响睡眠因素 (TOP10)



智能睡眠仍处发展阶段，基础硬件与技术创新同样重要

智能床垫及智能枕是两大切入点。呈现功能同质化特征

家居企业、科技企业布局智能床垫和智能枕

智能床垫

1. 中国床垫渗透率不高
2. 家居企业主导，或家居与科技企业合作，补足智能短板
3. 功能同质化，主要覆盖睡眠监测及角度调节
4. 智能化程度需提升

智能枕

1. 多家家电品牌进入智能枕
2. 主打与智能家居联动（如智能窗帘、智能音箱、空气净化器等）

如何尽快捕捉 新趋势、新热点

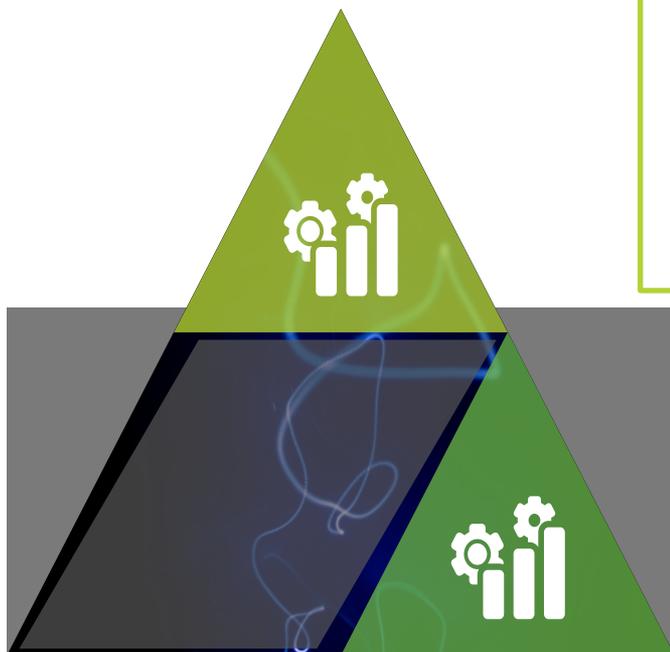
艾瑞智研集合行业智库及私域研究

锁定热点 验证商机

周度提取行业要闻，产品动态，渠道营销，投资合作等信息，形成行业资讯库，作为市场动态及热点追踪的基础。

通过定期的专家访谈、大咖会谈、闭门会等形式，梳理潜力热点及趋势。

艾瑞私域研究平台持续收集用户态度及观点，通过定性、定量、社群等形式，研判市场可行性。



艾 瑞 智 研

艾瑞智库

行业动态 新品追踪

自研报告 销售表现

艾瑞
私域研究

消费行为 同源样本

消费态度 连续追踪

1. 从政策因素、经济因素、社会因素和技术因素出发，搭建底层分析逻辑
2. 基于目标品类及产品进行关联扩展，充分挖掘热点。从消费者、产品、渠道、营销出发，梳理行业、产品及销售数据。包括但不限于：消费结构变化、潮流文化、新场景、竞品动态、供应链发展趋势、内容与变现形式变化趋势.....

1. 针对趋势热点，量化分析，持续性研究对比行为态度变化，有助于识别真实市场机会
2. 同源样本可实现消费旅程全链路追踪，分析市场机会中的痛点及风险
3. 快速针对趋势热点给予反馈，及时抓住商机
4. 擅长使用微信生态，企业微信、公众号、小程序组织活动，与客户私域无缝对接.....

感知趋势，锁定热点

识别机会

艾瑞定制化解决方案



品类拓展

多种方式帮助企业圈定未来业务中可拓展的高潜能产品品类，挖掘产品机会点，触达目标人群，实现品类拓展和业绩增长。



产品创新

为企业在产品机会点挖掘和产品创新可行性验证上提供数据分析，并通过可行性验证为企业新产品创新。



品牌定位与追踪

助力企业建立全新子品牌或品牌升级/再定位，并以品牌为抓手实现业务增长。并对企业品牌进行长期监测，提出品牌建设及运营建议。



TMIC isv服务

依托TMIC阿里天猫创新中心的isv认证以其数据资源和艾瑞的专家资源，为品牌的新品创新全流程提供服务。包括寻找新品机会方向、产品创意、新品概念测试优化与上市市场模拟。



人群洞察

为企业提供360度全景用户画像，亦可通过定制化研究分析用户的购买动机、场景、需求等U&A和人群细分研究，助力企业理解用户。



CEM-客户体验

顾客体验管理系统开发与洞察。通过多元数据（大小数据结合）为企业定制顾客体验管理体系与系统开发，定期监测顾客体验的变化并提供顾客体验优化洞察。



社群洞察运营

依托大数据源（如TMIC等）搭建真实的品牌目标人群社群。持续运营公有社群为特定品牌提供快速真实的调研洞察服务，也可为品牌提供私有社群搭建和持续运营洞察服务。



营销策略及效果

覆盖广告投放前中后全链路，为企业提供投前策略分析、投中KPI监测及投后效果分析。为企业持续提高广告投放ROI、降低获客成本及提升品牌资产提供数据依据。

关于艾瑞

艾瑞咨询是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

联系我们 Contact Us

 400 - 026 - 2099

 ask@iresearch.com.cn



企 业 微 信



微 信 公 众 号

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS

