



2024 全球智能家居市场洞察报告

大数跨境出品

大数跨境 (www.10100.com)

汇集行业最全的跨境活动，跨境领域唯一的原创跨境百科，发布&收集最有深度的跨境各垂直细分领域的行业研究报告(行业白皮书)，
抓取&收集行业最有广度的公众号文章和资讯。



前言



随着科技的飞速发展，智能家居已经成为现代生活不可或缺的一部分。技术的不断进步为智能家居行业带来了前所未有的发展机遇，从简单的自动化设备到复杂的家庭管理系统，各类智能家居产品正在不断重塑我们的居住环境，提升生活品质，更加智能、便捷、个性化的居住时代的正在到来。

本报告专注于智能家居行业的出海市场，旨在提供深入的洞察和分析，帮助企业把握国际市场的脉搏，制定有效的出海策略。通过对市场数据的细致梳理和未来趋势的科学预测，我们希望能够帮助您把握行业发展的脉搏，识别潜在的增长点，从而在竞争激烈的跨境电商市场中占据先机。如果您还想获取更多跨境行业资讯，欢迎扫描右下角二维码关注大数跨境公众号，我们会定期分享最新行业信息。





CONTENTS



01

市场概况

MARKET OVERVIEW

02

地区与消费者洞察

REGIONAL AND CONSUMER INSIGHTS

03

品类前景分析

INDUSTRY ANALYSIS

04

品牌案例

BRAND CASE

01

PART ONE

市场概况

MARKET OVERVIEW





智能家居的定义

智能家居，也称为智慧家居，是一种利用现代信息技术，尤其是物联网技术，将家中的各种设备（如照明、空调、安防系统、家用电器等）连接起来，实现远程控制、自动调节和智能化管理的家居环境。它通过集成智能设备和系统，实现家庭自动化、远程控制、环境监测和能源管理，以提高居住的舒适性、便捷性、安全性和节能性。用户可以根据自己的需求和偏好，通过智能设备互联互通，实现个性化定制和优化的居住体验。

功能一

安全与监控

智能家居可以提供安全保障，如通过摄像头监控家中情况，门窗传感器提醒入侵者的存在，以及烟雾和一氧化碳探测器确保居住环境的安全。

功能二

节能管理

智能家居系统能够自动控制家中的能源使用，如根据光线强度调节窗帘和灯光，或者在不使用时自动关闭电器，帮助节约能源并降低电费。

功能三

便利性提升

通过自动化和远程控制，用户可以更方便地管理家中的各种设备，如远程开关空调、调节灯光亮度和颜色，以及设置定时任务等。

功能四

健康与舒适

智能家居可以监测和调节室内环境，如温度、湿度和空气质量，确保居住者的健康和舒适。



市场规模情况



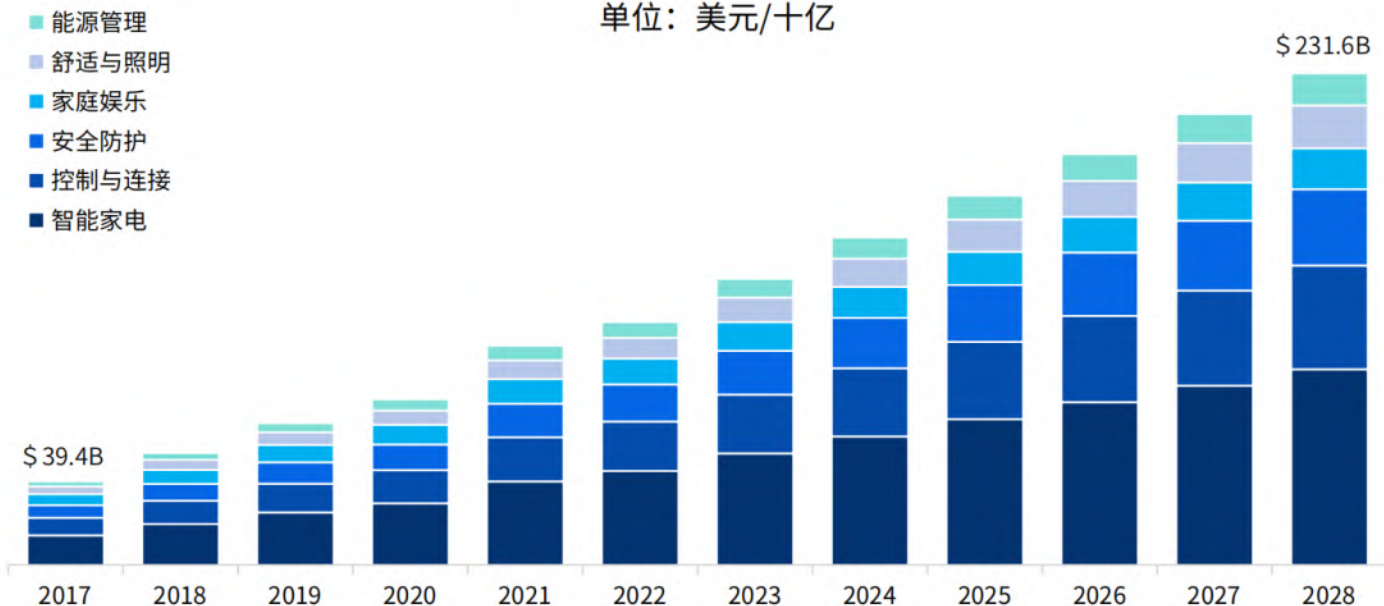
智能家居市场展望：全球增长趋势与技术融合

2023年，全球智能家居市场规模为1010.7亿美元，并预计从2024年的1215.9亿美元增长至2032年的6332.0亿美元，预计期间的复合年增长率为22.9%。市场收入方面，到2028年全球智能家居市场的收入预计将增至2316亿美元，其中智能家电的市场份额最大。

随着人工智能技术的集成，智能家居产品的需求正在上升，这得益于智能功能的日益普及。智能手机和互联网的普及进一步推动了对联网智能家居产品的需求。人工智能与数字助理的结合，为消费者提供了更加便捷和个性化的体验，这在很大程度上塑造了买家的购买偏好。

2017-2028年全球智能家居市场收入

单位：美元/十亿

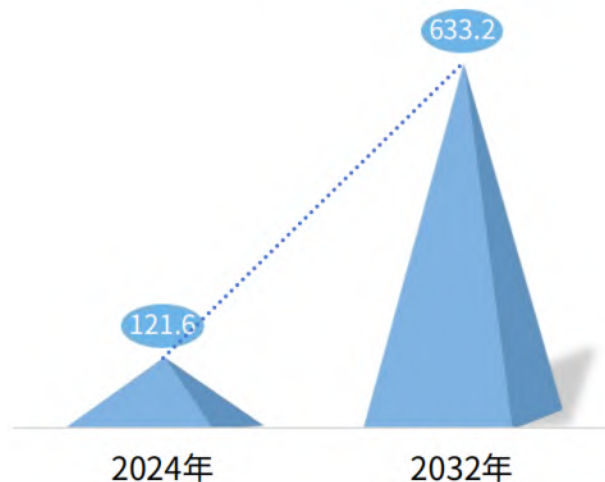


数据来源：statista、fortunebusinessinsights

全球智能家居市场规模增长趋势

单位：十亿美元

CAGR: 22.9%



www.10100.com





细分品类规模——智能家电

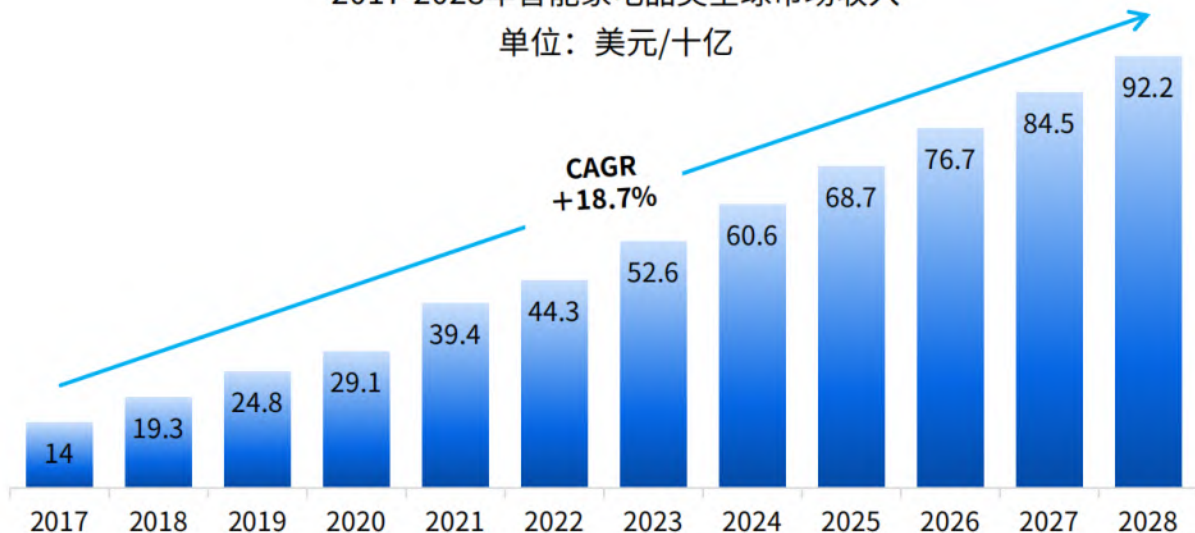
- 智能家电不仅包括传统的大型家用电器，还扩展到家庭中的各种智能清洁和卫生设备，它们通过传感器和网络连接实现自动化操作和远程控制，提升家居生活的便利性和效率。
- 智能家电作为智能家居市场的重要组成部分，预计将持续占据主导地位。到2028年，全球智能家电市场的收入有望达到922亿美元，预测期内预估达到18.7%的复合年增长率。在当前市场格局中，亚太地区以显著的市场份额领先，其次是北美地区。

智能冰箱
智能洗碗机
智能扫地机
智能洗衣机和烘干机
.....

常见单品

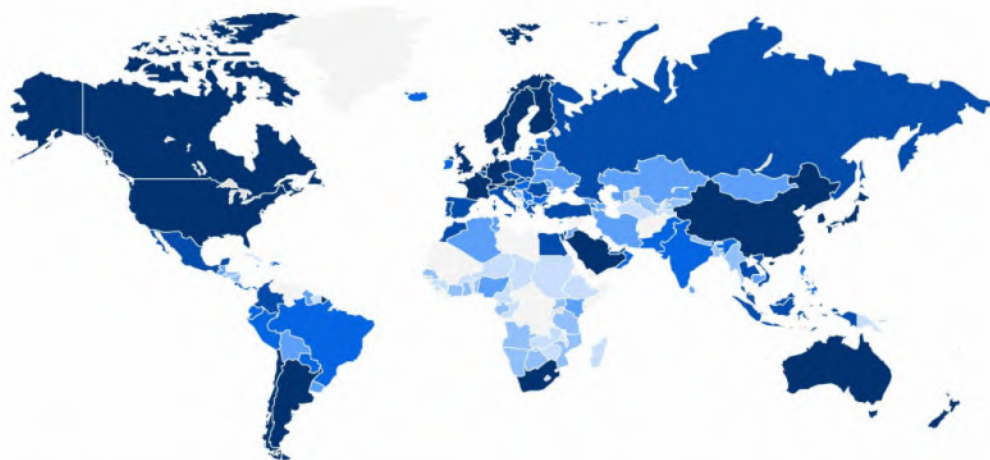
2017-2028年智能家电品类全球市场收入

单位：美元/十亿



数据来源：statista

2023年全球各地区智能家电普及程度





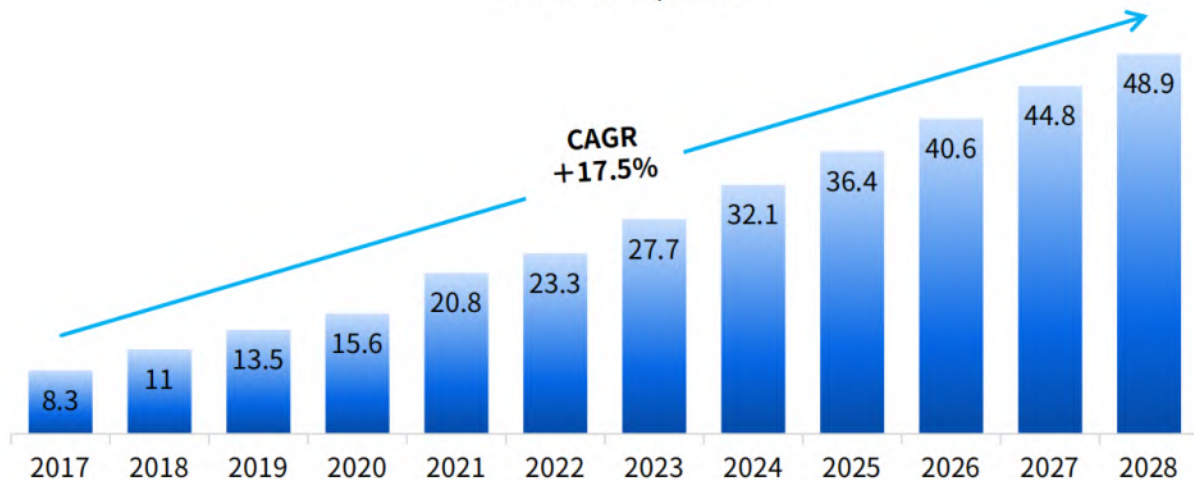
细分品类规模——智能连接控制

- 控制与连接设备作为智能家居系统的基础设施，通过智能集线器、传感器和语音助手等设备实现设备间的互联互通，提供集中控制和自动化管理，增强用户体验。
- 预计到2028年，全球智能连接控制市场的收入将达到489亿美元，预测期内将以17.5%的复合年增长率增长。智能语音控制设备在这一市场中扮演着关键角色，众多品牌积极推出新产品，市场竞争日益加剧。目前，北美地区在该领域占据最大市场份额，亚太地区紧随其后。

智能网关
智能插座
智能语音助手
智能开关系统
.....

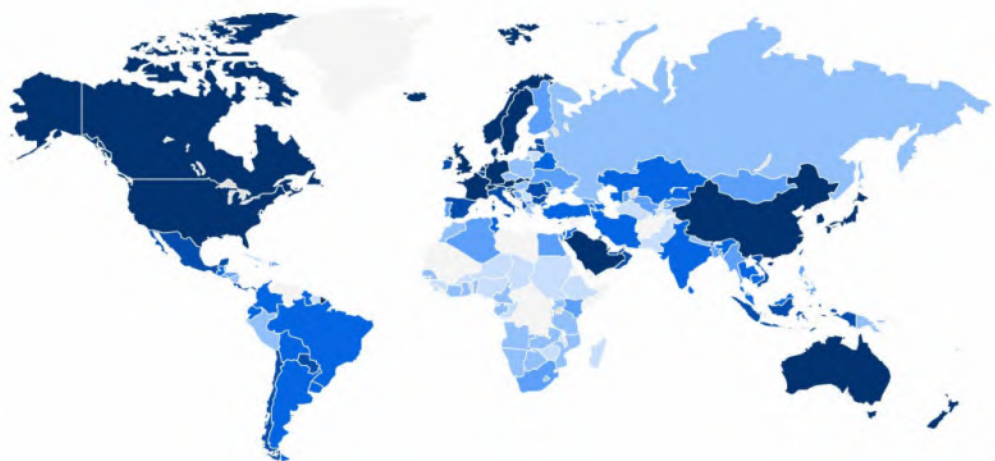
常见单品

2017-2028年控制与链接设备全球市场收入
单位：美元/十亿



数据来源：statista

2023年全球智能连接控制设备普及程度



www.10100.com





细分品类规模——智能安全防护

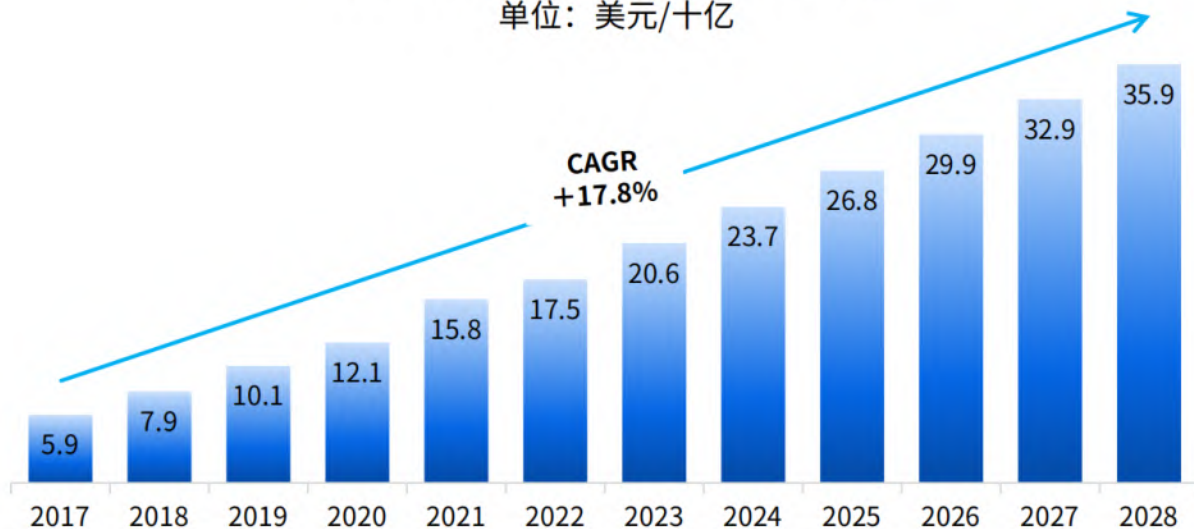
- 安全防护类智能家居产品通过智能监控设备和报警系统来加强家庭安全，实时监控家中情况并及时反馈异常事件，确保居住者的安全。
- 预计到2028年，全球智能安全防护市场的收入将达到359亿美元，预测期内将达到17.8%的复合年增长率。得益于人口老龄化和公众安全意识的提升，该市场正在迅速发展，目前北美和亚太地区在市场中占据主要份额。

智能门锁
智能摄像头
门窗传感器
烟雾报警器
.....

常见单品

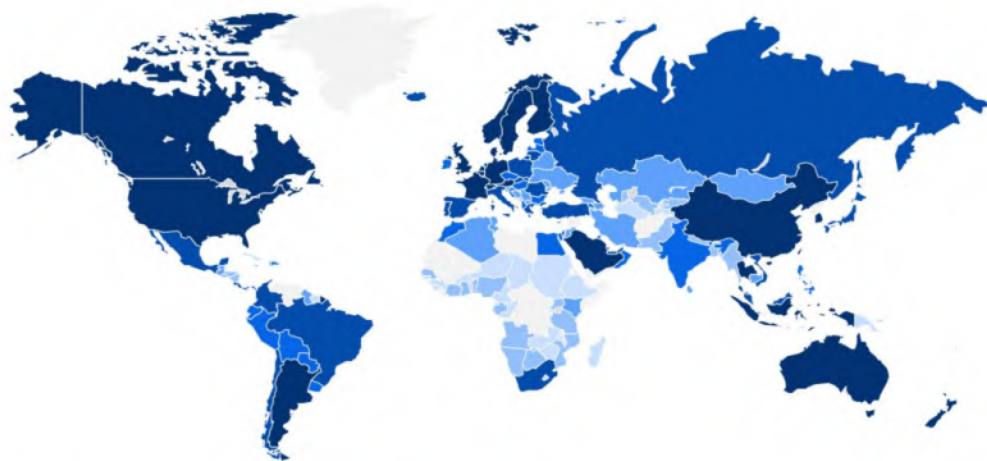
2017-2028年安全防护设备全球市场收入

单位：美元/十亿



数据来源：statista

2023年全球智能安防设备普及程度





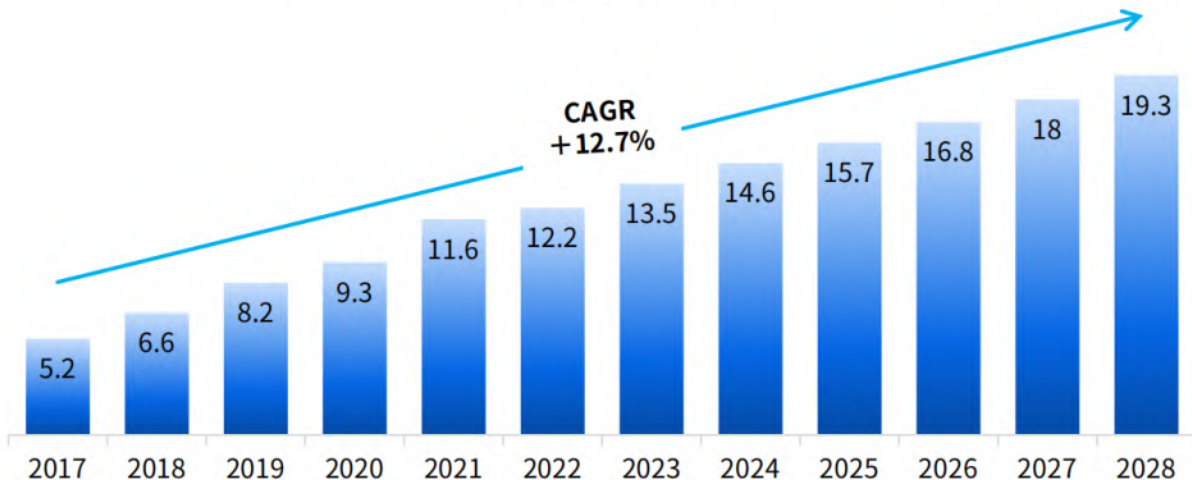
细分品类规模——智能家庭娱乐

- 智能家庭娱乐产品通过先进的多媒体技术提供丰富的娱乐体验，包括观看电影、听音乐和游戏等，满足用户对高质量视听享受的需求。
- 预计到2028年，全球智能家庭娱乐市场的收入将达到193亿美元，年复合增长率预计为12.7%。在当前市场格局中，西欧和北美地区在该市场中占有最高的份额。

游戏设备
流媒体设备
总智能音响系统
智能电视与投影设备
.....

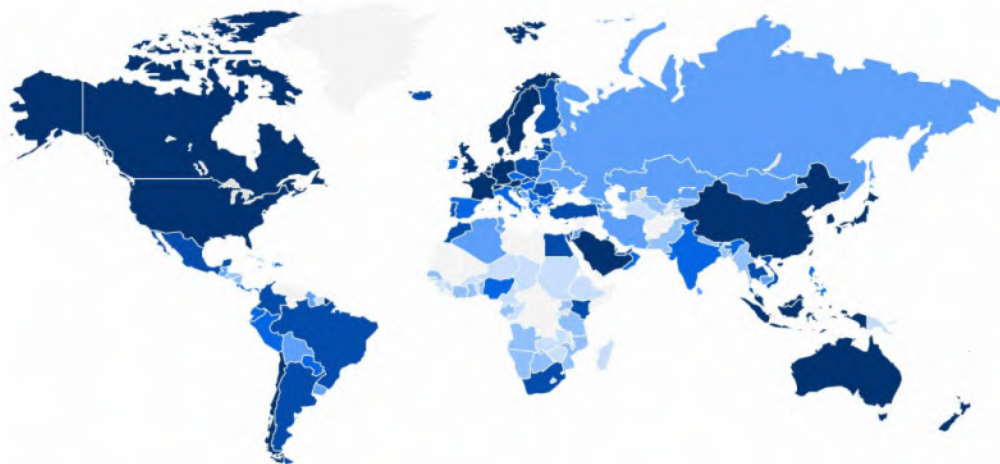
常见单品

2017-2028年智能家庭娱乐设备全球市场收入
单位：美元/十亿



数据来源: statista

2023年各地区智能家庭娱乐设备普及程度





细分品类规模——智能舒适照明

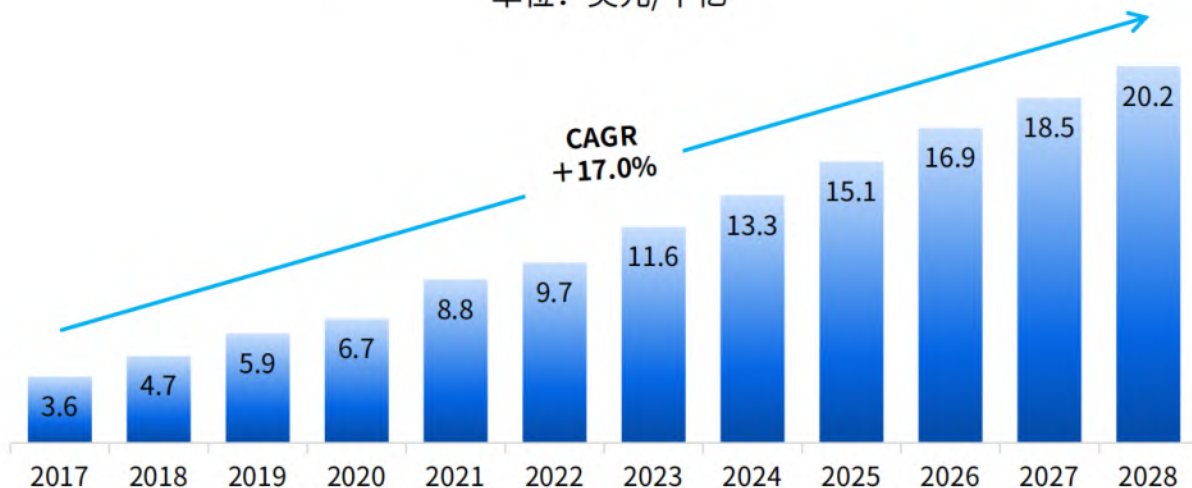
- 舒适与照明类产品通过智能照明系统和窗帘控制系统，根据环境光线和用户偏好自动调节，创造舒适的居住氛围，提升居住体验。在联网住宅中，基本照明、局部照明和聚光照明等组件可以自动调节，以实现理想的照明效果，满足不同空间和需求的照明条件。
- 预计到2028年，全球智能舒适照明市场的收入将增至202亿美元，年复合增长率预计为17%。预测期间欧洲地区将以最大的市场份额领先，随后是北美和亚太地区。

智能台灯
环境监测设备
智能灯泡和灯具
智能窗帘和百叶窗
.....

常见单品

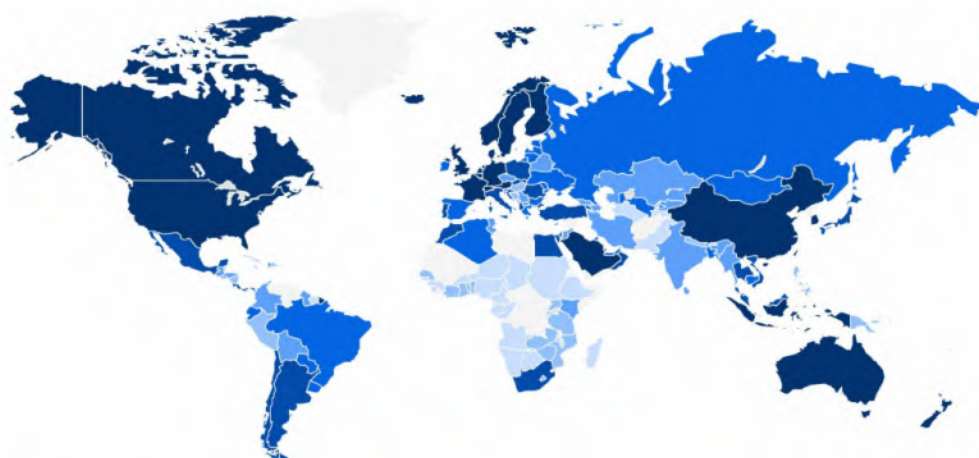
2017-2028年智能照明设备全球市场收入

单位：美元/十亿



数据来源：statista

2023年各地区智能舒适照明设备普及程度





细分品类规模——能源管理

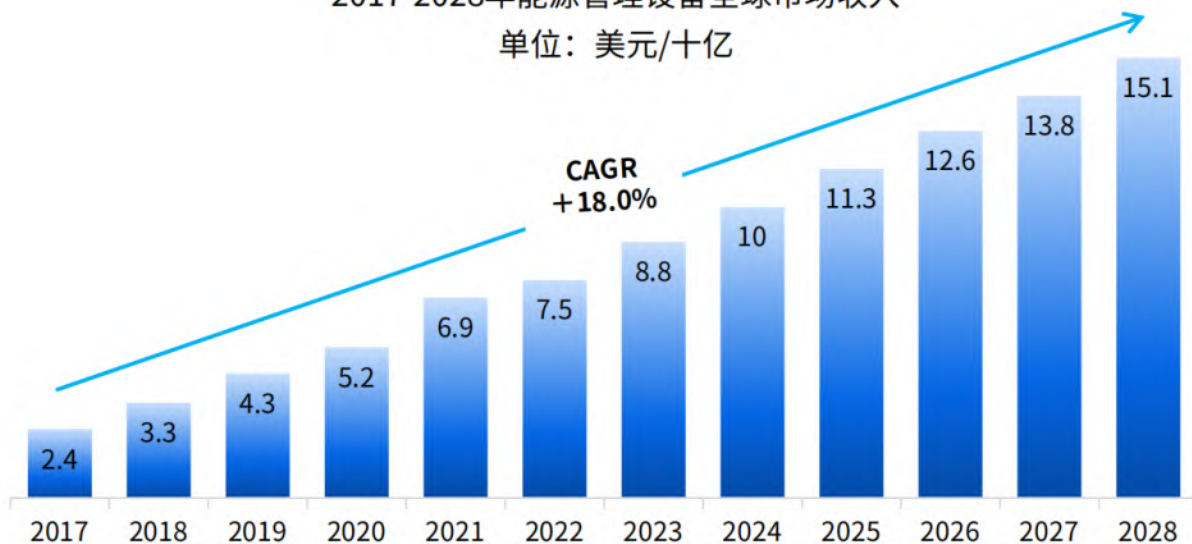
- 能源管理类产品通过智能温控设备和能源监控系统，帮助用户有效管理家庭能源消耗，优化能源使用，实现节能减排，降低电费支出。
- 随着欧美地区日益增强的环保意识，能源管理设备市场正迅速扩张。预计到2028年，该市场全球收入预计达到151亿美元，年复合增长率预估为18%。目前，北美地区占据最大市场份额，其次是欧洲。

智能电表
智能温控
能源存储系统
智能电源控制器
.....

常见单品

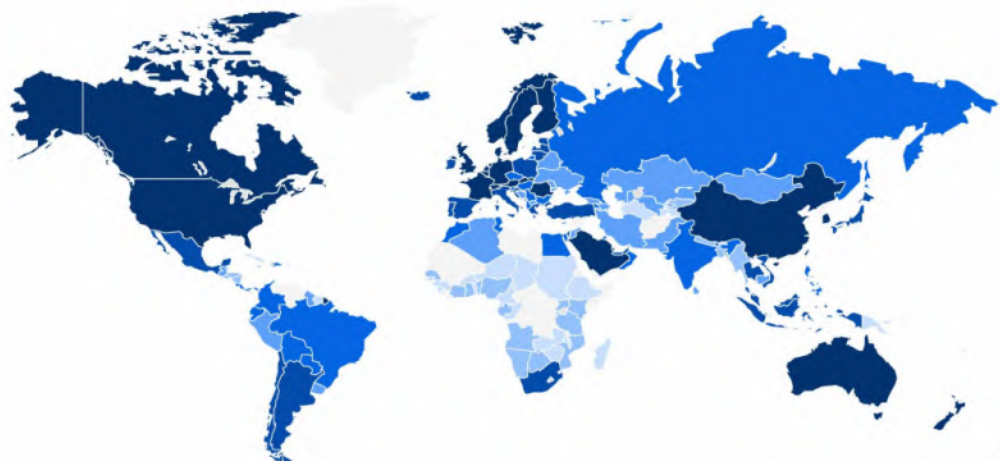
2017-2028年能源管理设备全球市场收入

单位：美元/十亿



数据来源：statista

2023年全球各地区能源管理设备普及程度





市场驱动因素

技术创新

01

技术的进步是推动智能家居市场增长的关键因素之一。随着物联网(IoT)、人工智能(AI)、机器学习、大数据分析等技术的发展，智能家居设备变得更加智能、互联和用户友好。这些技术使设备能够更好地理解和预测用户需求，提供更加个性化的体验。

消费者意识改变

02

随着消费者对智能家居的认识增加，他们对这些产品的兴趣和接受度也在提高。年轻一代消费者尤其倾向于采用新技术，他们更愿意尝试智能家居设备来提高生活质量和便利性。

经济因素

03

全球经济的增长为智能家居市场提供了动力，随着收入水平的上升，消费者有更多的可支配收入来投资于智能家居产品。此外，随着生产成本的降低，智能家居设备变得更加经济实惠，使得更广泛的消费者群体能够负担得起。

环境和能源效率

04

智能家居设备通常具有节能特性，有助于减少能源消耗和环境影响，这符合全球可持续发展的趋势。

安全性和隐私保护

05

随着消费者对个人数据和家庭安全的关注增加，智能家居设备在提供安全保障的同时，也需要确保用户隐私得到保护。

市场竞争和合作

06

市场上的竞争和合作也推动了智能家居技术的发展和 innovation，企业通过不断改进产品和解决方案来满足市场需求。

02

PART TWO

地区与消费者洞察

REGIONAL AND CONSUMER INSIGHTS





地区市场概况



全球智能家居市场格局：北美领先，亚太崛起，欧洲稳步发展

数据显示，北美地区的智能家居市场规模在全球范围内是最大的，其次是亚太地区，而欧洲市场虽然在成熟度上与北美相近，但在规模上稍逊一筹。然而，亚太地区的智能家居市场正迅速崛起，预计其增长速度将超过北美和欧洲，成为全球增长最快的地区。

亚太地区的增长得益于其庞大的人口基数、日益增长的经济实力和对新技术的高接受度。与此同时，欧洲市场虽然在智能家居的普及率上较为稳定，但也在不断寻求创新和市场扩展的机会，以保持其在全球智能家居领域中的竞争力。

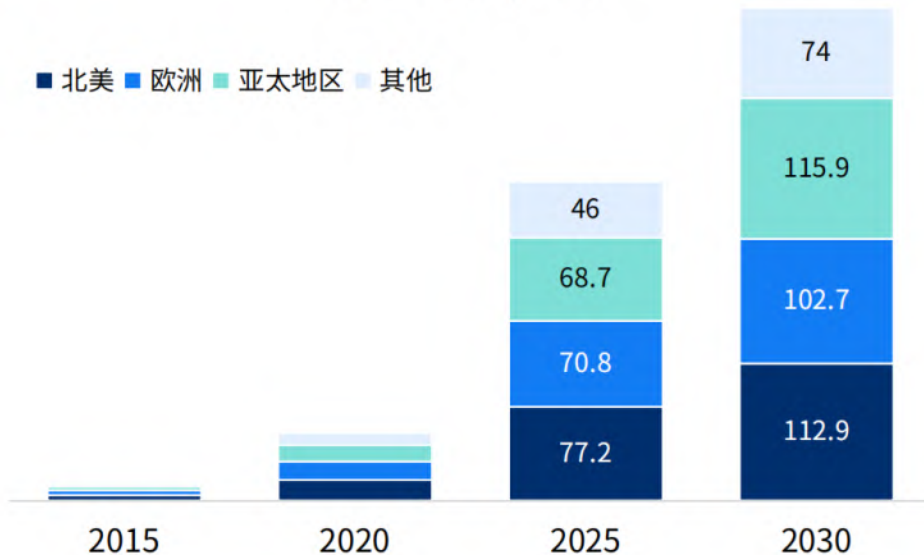


目前，北美地区占据全球智能家居市场的最大份额



2020-2030年间，预测亚太市场将以 32.21% 的复合年增长率成为智能家居市场增长最快的地区

2015-2030年全球各地区智能家居市场收入
(单位：美元/十亿)





热门地区市场洞察——北美



多项因素促进北美智能家居市场发展

2023年北美智能家居市场规模为413.1亿美元，并预计到2030年将增长至1220.4亿美元，预计2024至2030年间的复合年增长率为16.7%。

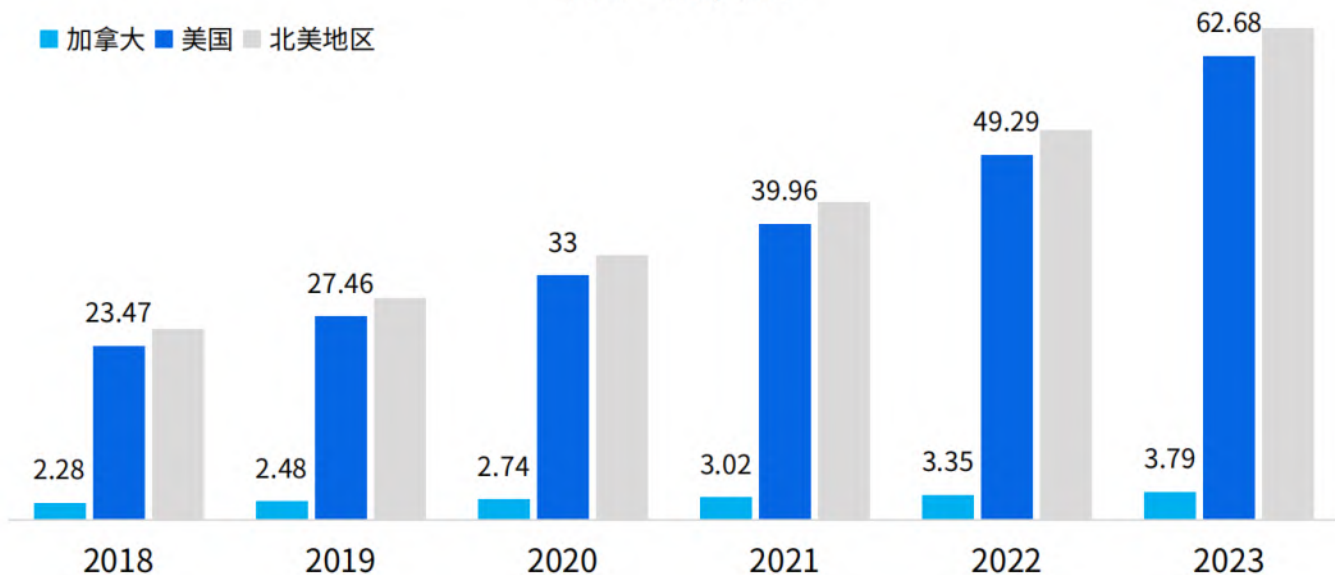
网络安全问题在美国和加拿大推动了智能家居产品需求的持续增长，这一趋势部分是由于消费者对网络安全事件的担忧日益增加。

随着智能家居技术被更多地应用于日常生活，以简化操作并提升控制力，市场实现了显著增长。在美国，智能家居市场预计在未来五年将继续扩大，预计到2027年用户渗透率将达到68.64%，相比2023年增长20.7%。

2018-2023年北美地区智能家居市场收入

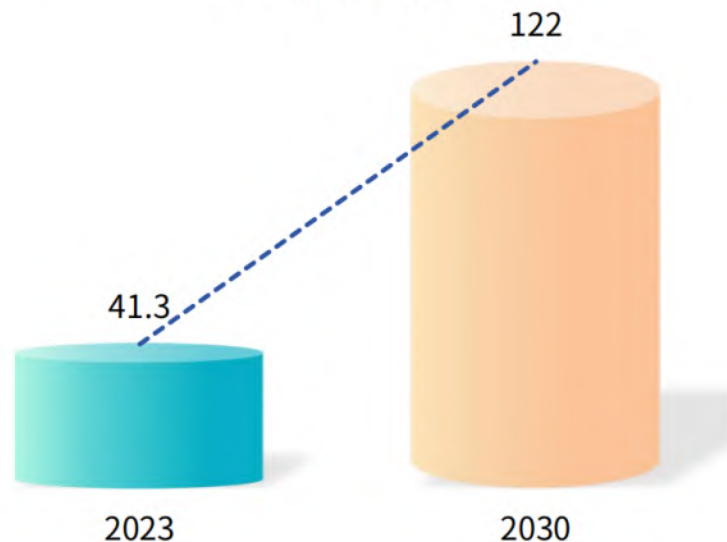
单位：美元/十亿

■ 加拿大 ■ 美国 ■ 北美地区



美国智能家居市场规模增长趋势

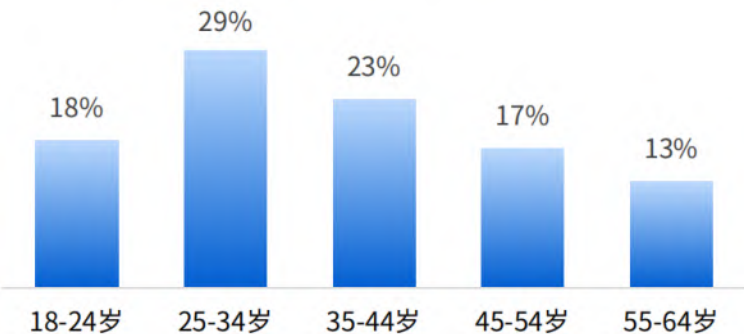
CAGR: 16.7%





热门地区市场洞察——北美

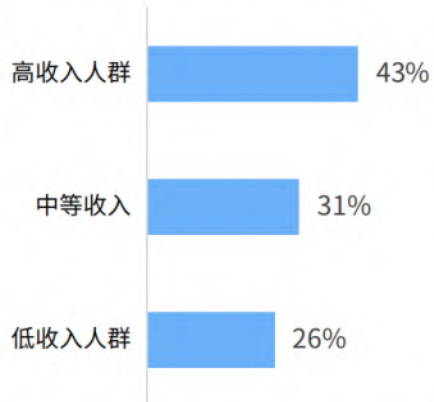
消费者年龄占比（美国）



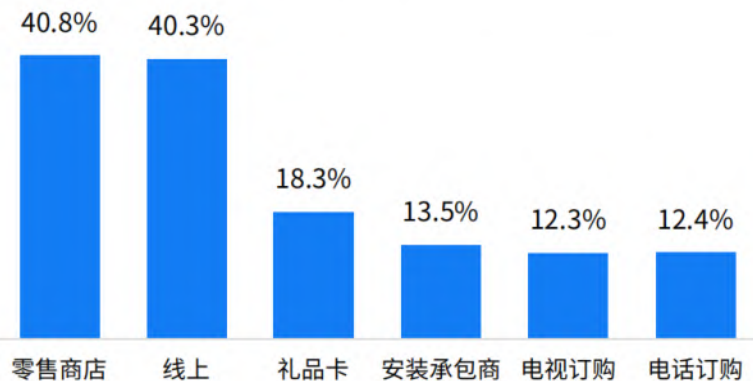
消费者性别占比（美国）



消费者收入占比（美国）



北美家庭通常选择购买智能家居的渠道占比



北美地区 消费者画像

在美国，智能家居市场的主要消费者群体集中在25至34岁的高收入全职工作者，其中男性占55%，女性占45%。这一群体通常对新技术有较高的接受度，并愿意投资于能够提升生活质量的智能家居产品。

消费者购买智能家居产品的首选渠道是传统的零售商店和便捷的线上购物平台。线上购物的普及为消费者提供了更多的选择和比较机会，同时也带来了价格优势和购物便利性。除了直接购买，一些消费者也会选择通过礼品卡来获取智能家居产品，这通常作为节日或特殊场合的礼物。

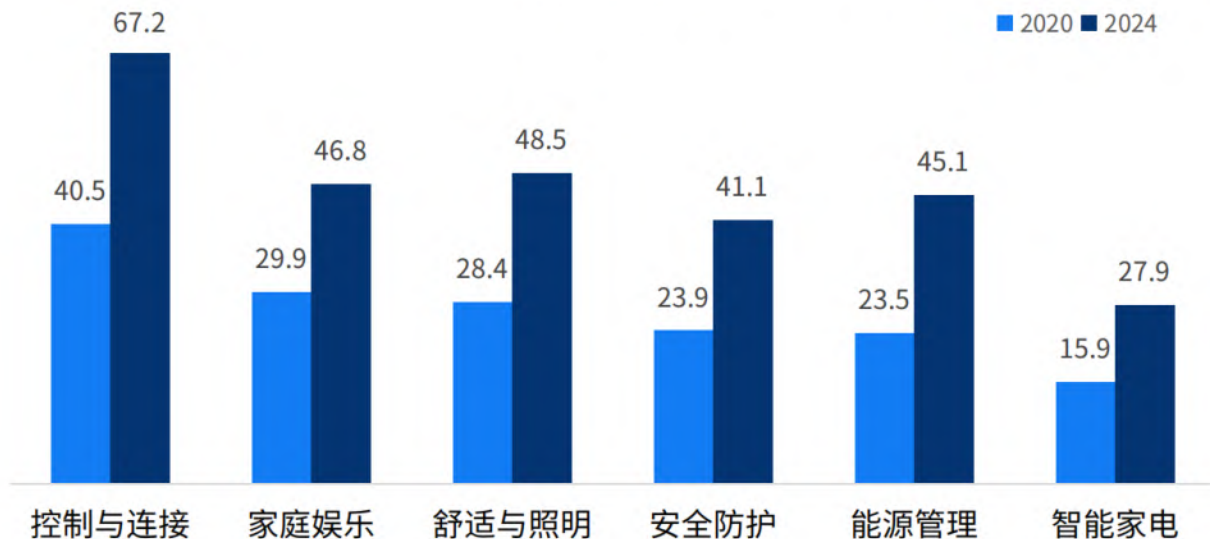


热门地区市场洞察——北美

智能电视和智能音响是美国家庭中最常见的智能家居设备

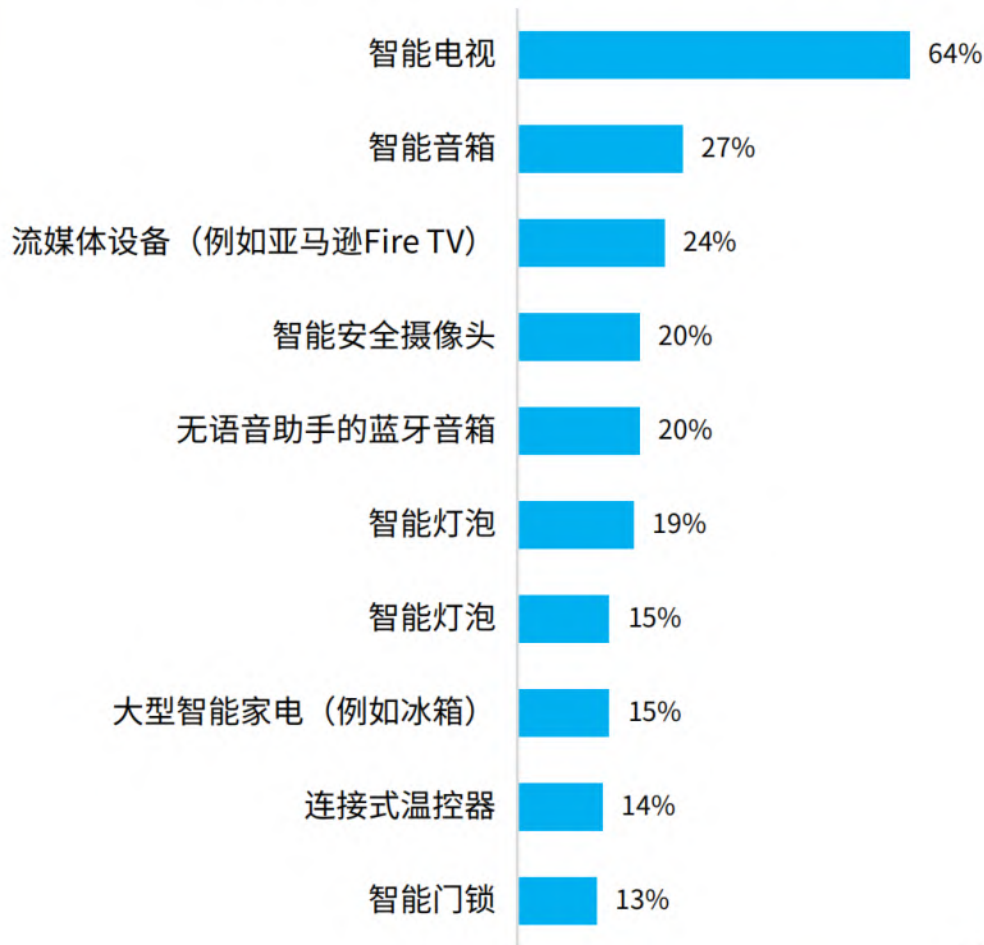
在智能家居产品的品类分布上，控制连接类产品因其远程控制功能而销量领先。智能语言助手的普及进一步推动了这一趋势，使家居控制更加便捷。同时，随着环保意识的提高，能源管理设备如智能恒温器和照明系统也受欢迎，帮助用户节省能源并减少环境影响。

拥有各类智能家居设备的美国家庭数量
单位：百万/家



来源：statista

美国拥有各类智能家居设备的受访者比例





热门地区市场洞察——欧洲



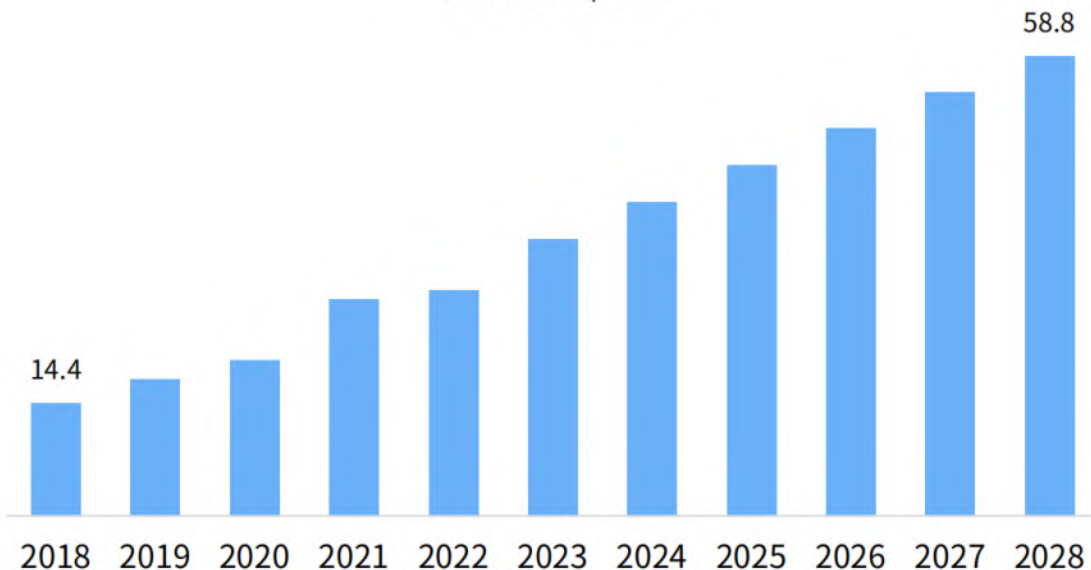
市场增速稳定，以西欧为主的发达国家智能家居设备普及率高

在2021至2026年间，欧洲智能家居市场预计将以10.3%的复合年增长率强劲增长。随着消费者逐渐将智能语音助手和智能安全系统视为家居标准配置，家庭对智能家居技术的投资和采用率正显著提升。

预计到2028年，欧洲拥有智能家居设备的家庭数量将激增至1.78亿户，特别是在以德国、英国、法国、挪威为代表的西欧国家，对智能家居设备的依赖极高，这些国家在智能家居技术的应用和普及方面处于领先地位

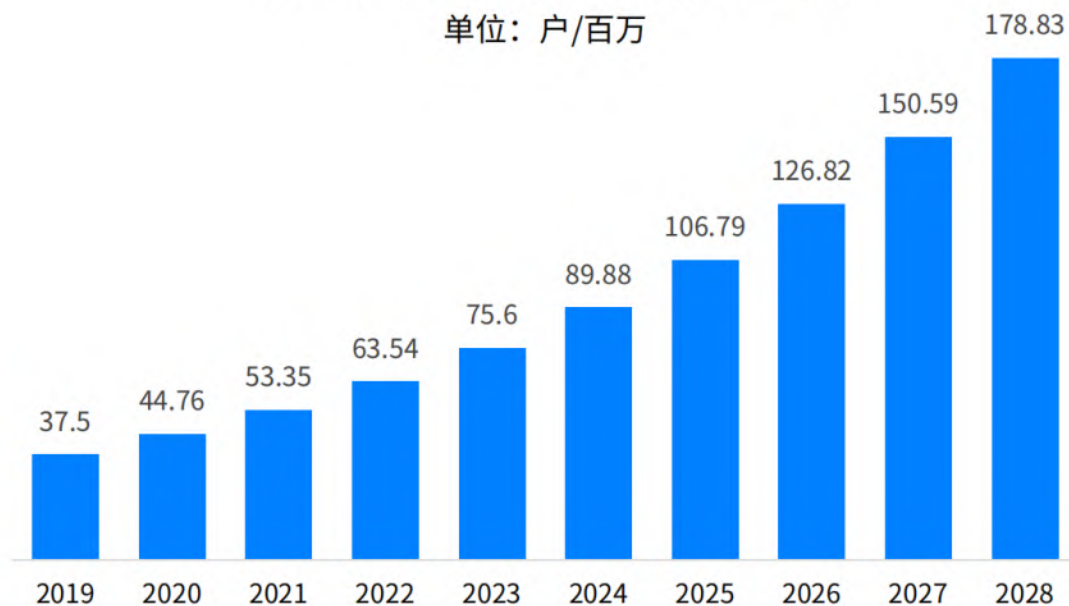
2019-2028年欧洲智能家居市场营收额

单位：美元/十亿



2019-2028年欧洲智能家居用户数量

单位：户/百万



来源：statista





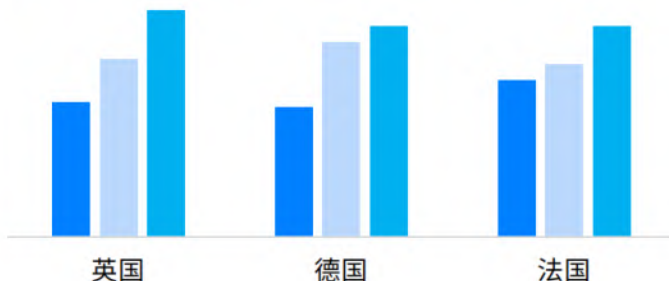
欧洲消费者画像

欧洲地区智能家居市场的核心消费群体主要是25至44岁的高收入人群，其中男性占比较高。然而，在性别占比方面，差异并不显著，特别是在英国，女性消费者的比例甚至超过了男性。

目前，智能家居产品正逐渐吸引更多广泛的用户群体，不再局限于特定性别或年龄层。随着智能家居技术的普及和多样化，预计这一趋势将促进市场的进一步增长和多元化发展。

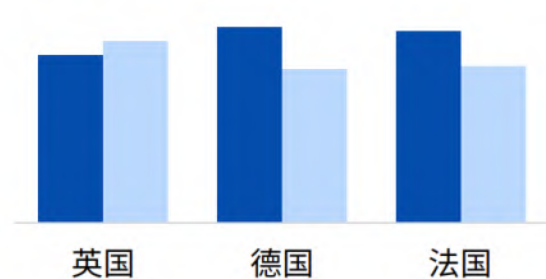
消费者收入占比

■ 低收入 ■ 中收入 ■ 高收入



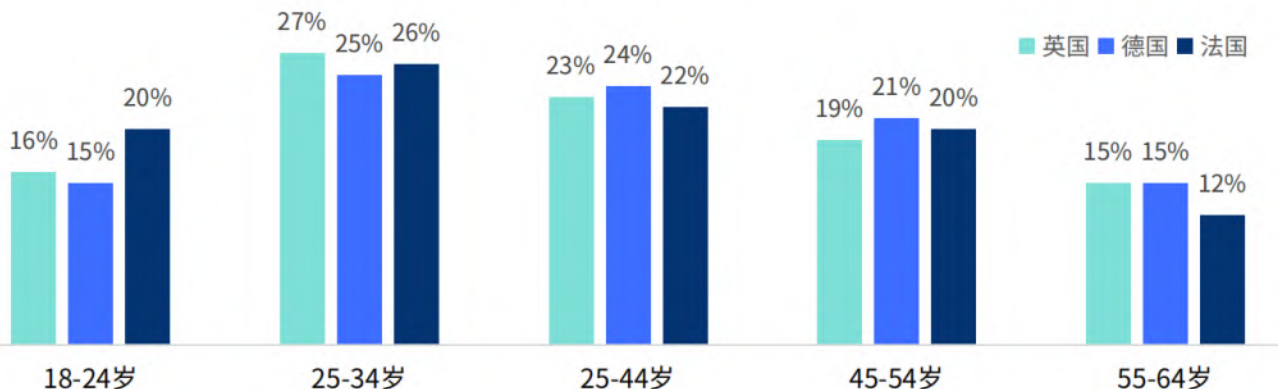
消费者性别占比

■ 男 ■ 女



消费者年龄占比

■ 英国 ■ 德国 ■ 法国



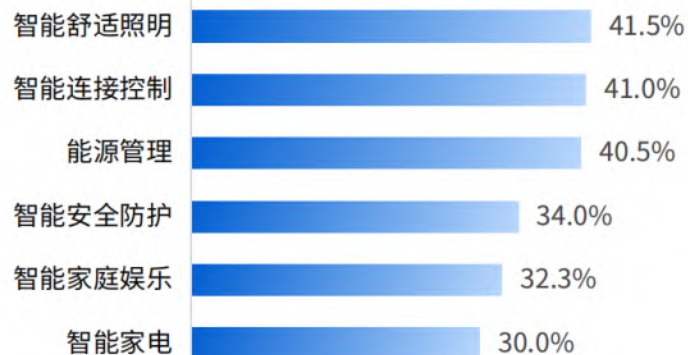


热门地区市场洞察——欧洲

数据显示，欧洲地区家庭中智能家居设备的普及率以舒适照明和连接控制设备为最高。英国在智能家居产品的家庭使用率方面领先于其他欧洲国家。英国消费者偏好购买的智能家居品牌包括三星和LG，紧随其后的是戴森和博世。

截至2021年，亚马逊凭借其广泛的产品线和便捷的在线购物体验，已成为欧洲智能家居市场的领先供应商。消费者越来越倾向于通过线上渠道购买智能家居产品，这一趋势推动了市场的发展和品牌的增长。

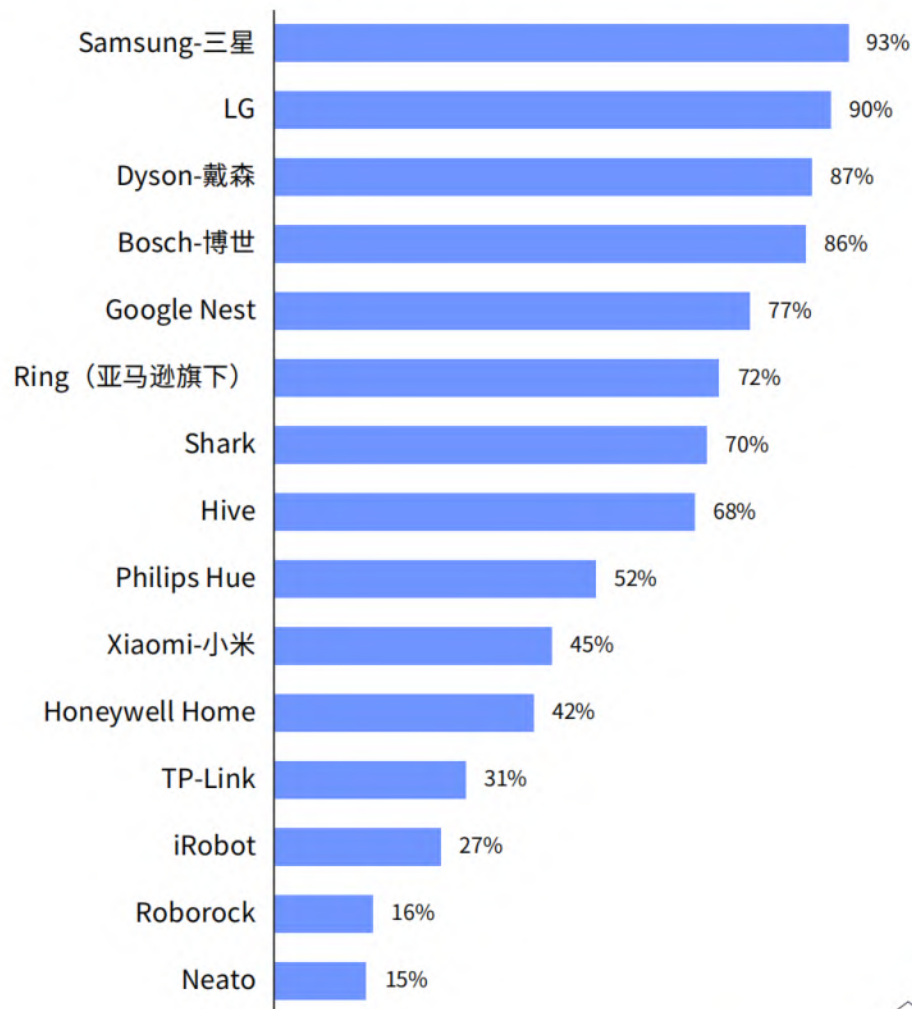
预计2028年各类智能家居产品在欧洲家庭的渗透率



到2021年，亚马逊是欧洲领先的智能家居供应商，市场份额为16%。

数据来源：statista

2023年英国最知名的智能家居品牌





热门地区市场洞察——亚太地区



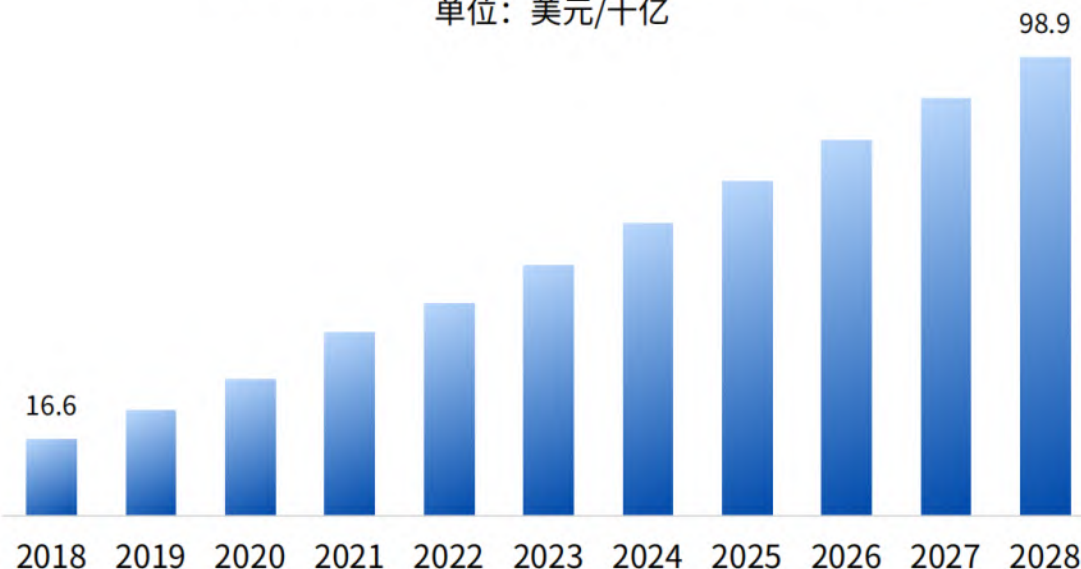
亚太地区市场增长迅速，智能家居产品在发展中国家的渗透率提升

预计到2028年，亚太地区智能家居市场收入有望达到989亿美元。从2022年到2030年，该市场预计将以22.0%的复合年增长率快速扩张。与已经较为成熟的北美和欧洲市场相比，亚太地区智能家居市场仍具有巨大的增长潜力。

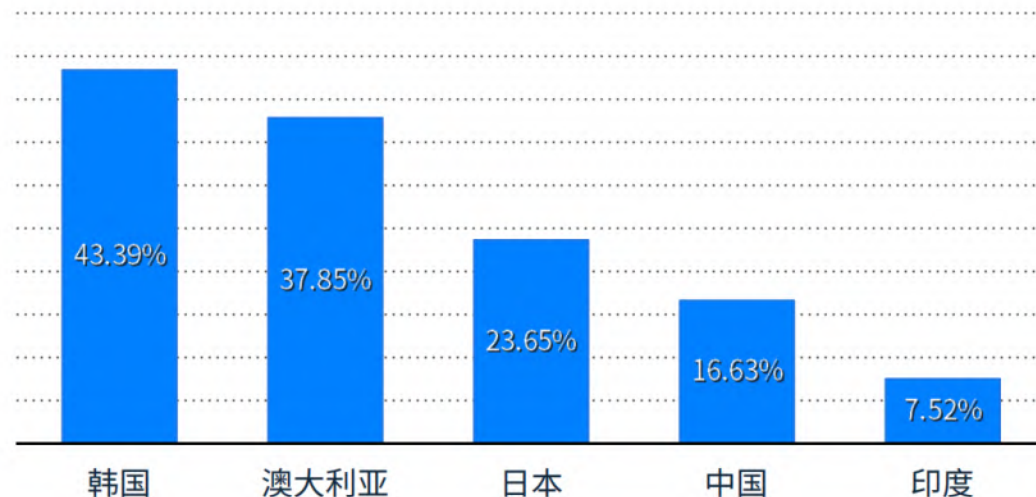
在国家层面，韩国和澳大利亚的智能家居设备普及率领先，而东南亚国家的普及率也在稳步上升。

2019-2028年亚太地区智能家居市场营收额

单位：美元/十亿



2022年部分亚太国家的智能家居设备普及率



数据来源：statista





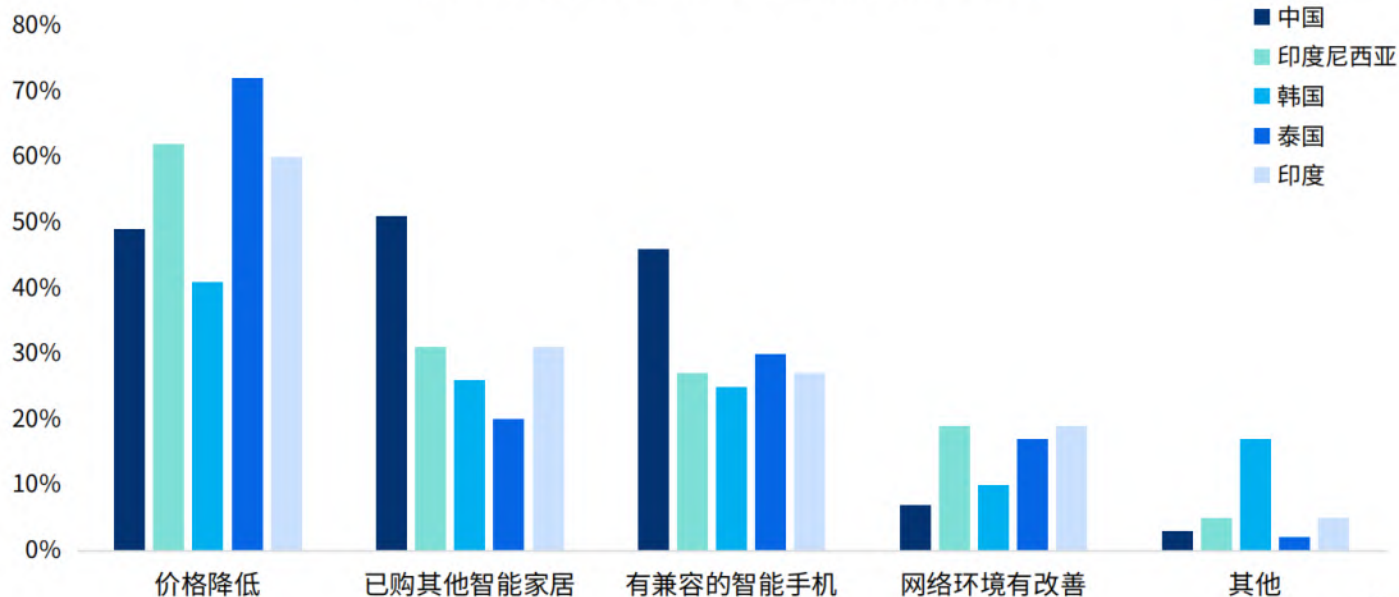
热门地区市场洞察——亚太地区



亚太智能家居市场：品牌竞争与消费者购买动因

亚太地区涌现出**众多知名智能家居品牌**，例如韩国的三星和LG，日本的索尼，以及中国的海尔和小米，它们在全球市场上广受消费者青睐。在影响消费者购买智能家居的因素方面，以智能语言助手为例，消费者在购买时**最关注价格**，同时也会考虑是否已习惯使用智能家居产品以及是否拥有配套设备。居住环境的网络状况同样对购买决策产生影响。由此可见，**智能家居的配套性和联动性是行业发展趋势**，消费者更倾向于购买成套的智能家居产品。而在发达国家如韩国，由于智能家居市场的成熟度和居民收入水平，消费者在购买智能家居产品时会考虑更多因素。

亚太地区消费者购买智能语言助手的主要因素



数据来源: statista

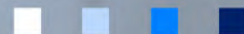


03

PART THREE

品类前景分析

INDUSTRY ANALYSIS



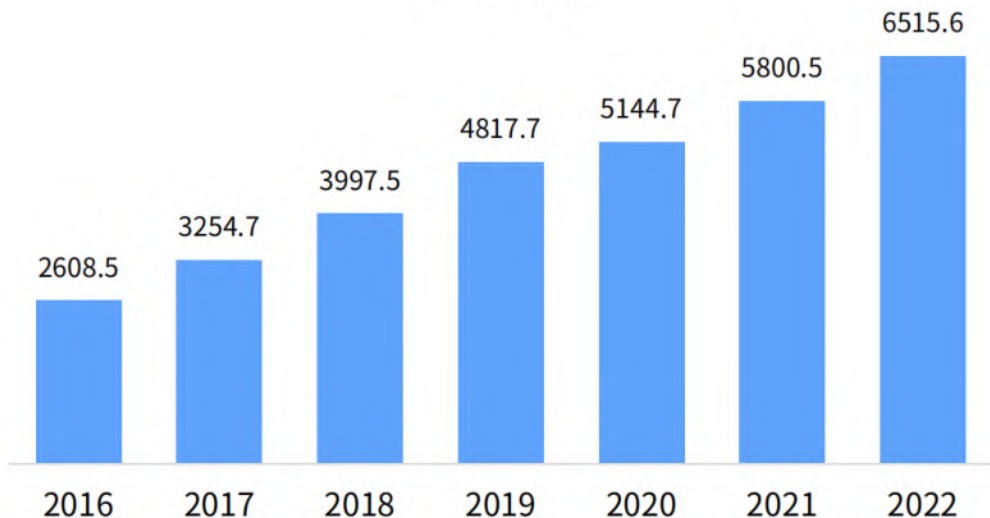


智能家居市场：技术进步与消费者需求推动的爆发式增长

全球智能家居市场未来发展将呈现出爆发式增长，主要受益于物联网、人工智能和5G技术的进步以及消费者对智能化生活方式需求的增加。随着AI技术应用渗透率的不断提升，智能家居设备的功能的日趋完善，用户体验将大幅改善，同时隐私和安全问题也将得到更多关注和解决。在政策支持和市场推动下，智能家居将成为现代生活的必需品，带来更高效、安全和便捷的居住环境。

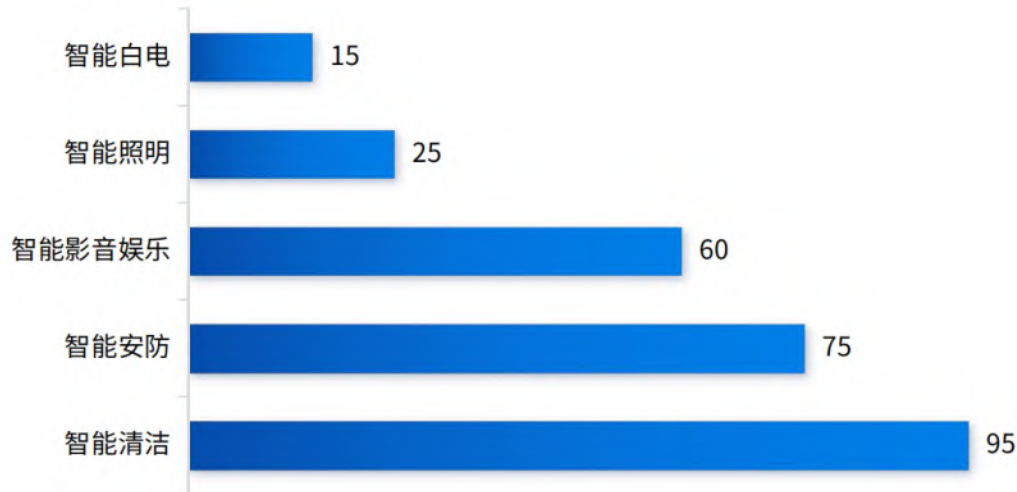
2016-2022年中国智能家居市场规模统计

单位：元/亿



来源：中商情报网

2025年中国智能家居品类AI技术应用渗透率预测



来源：iresearch





出海机遇

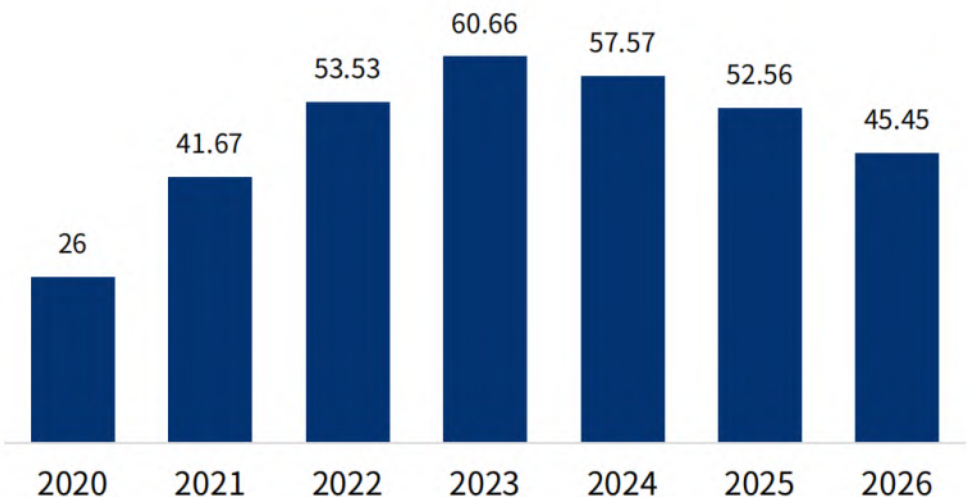


中国智能家居市场以庞大的出货量在全球市场中占据重要地位

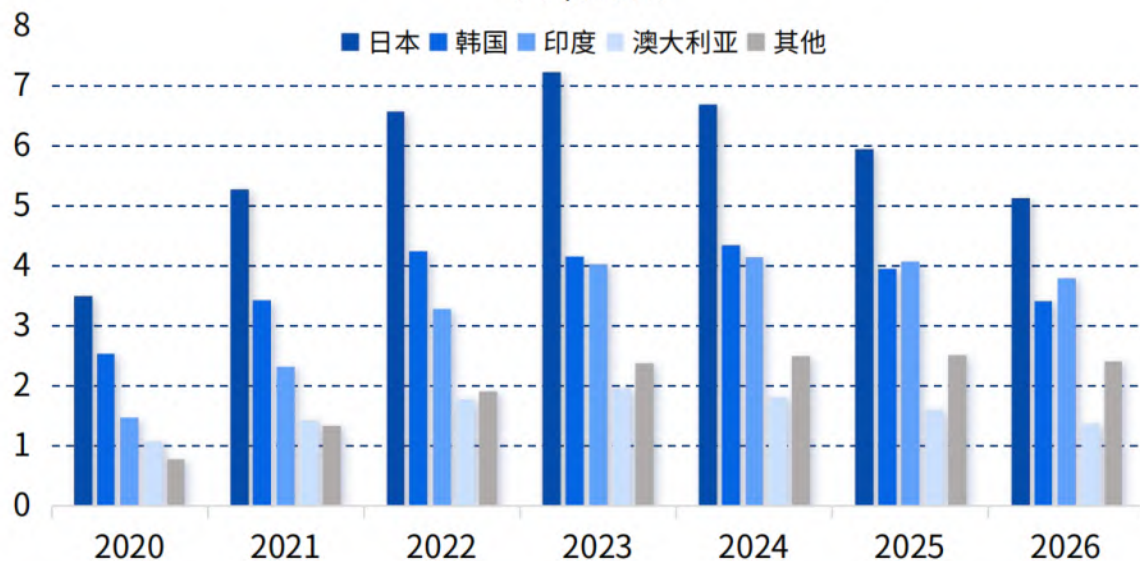
2020年至2026年，中国智能家居设备出货量一直位居亚太之首，2023年更是达到了6066万件的高峰，紧随其后的市场包括日本、韩国、印度和澳大利亚。

得益于先进的技术、强大的生产能力和高效的供应链管理，中国智能家居企业能够大规模生产多样化的智能设备，构建了一个从智能音箱到智能安防系统，再到智能家电的全面产品生态。这不仅体现了中国在智能家居领域的制造优势，也展示了其在全球智能家居产业中的竞争力。

2020-2026年中国主要家居智能市场设备出货量
单位/百万件



2020-2026年亚太地区主要家居智能市场设备出货量
单位/百万件



来源: statista

www.10100.com





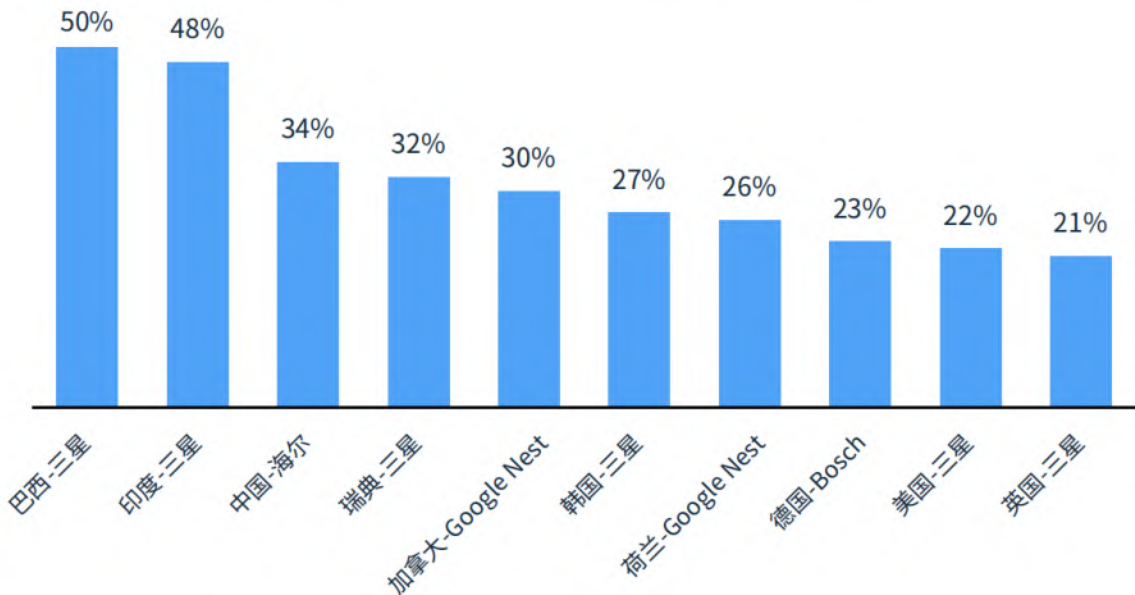
发展困境



大品牌垄断智能家居市场，小众品牌难以出头

大品牌凭借强大的研发实力、广泛的市场渠道和雄厚的资金支持，占据了市场主导地位。小众品牌由于资源有限，在技术创新、市场推广和品牌建设方面面临诸多挑战。尽管小众品牌可能在特定细分市场具有独特优势，但在大品牌的强势竞争下，市场份额和发展空间受到严重挤压。

部分国家智能家居设备最高拥有率品牌市场份额



来源: statista



数据安全与隐私风险问题尚未解决

智能家居设备的联网特性使其容易成为网络攻击的目标，用户的数据隐私和设备安全面临较大风险。近年来，智能设备被黑客攻击和用户隐私数据泄露的事件时有发生，导致消费者对智能家居的信任度受到影响。

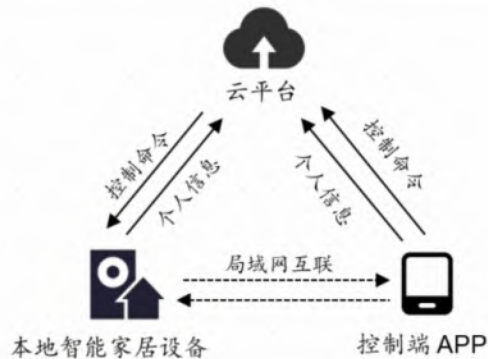


智能家居常见的个人信息处理场景

搜集目的	账号注册与登录	设备连接	设备控制与管理	设备升级
信息类型	账号名称 登陆密码 手机号码等	蓝牙信息 无线网络 IP地址等	智能设备信息 家庭名称等等	设备型号 设备ID

特殊人群的个人信息保护

老年用户
儿童用户





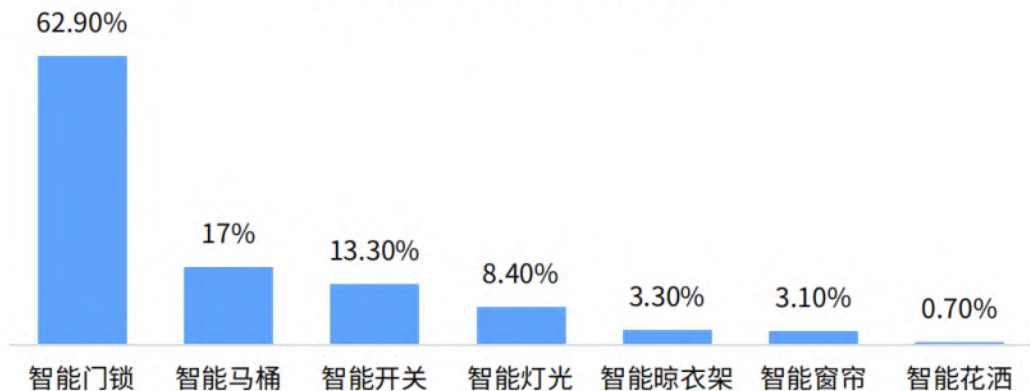
发展趋势



房地产推动前装市场发展

目前，房地产行业正逐步由粗放式扩展向精细化运营转变，开发商通过提升物业价值、增强市场竞争力、实现差异化营销、提升住户体验、推动标准化发展、降低消费者成本等多方面推动智能家居前装市场的发展。在品质化需求和技术进步的驱动下，智能家居前装市场展现出广阔的发展前景。

精装楼盘智能家居产品配套率



生活便利性

个性化需求

节能环保

健康与舒适

安全与保障



消费者品质化需求推动后装市场发展

随着消费者对高品质生活的追求，后装市场迅速崛起。现代消费者不仅重视家居的基本功能，更渴望个性化、高端和智能化的居住体验。智能家居设备，如智能照明、安防和家电，成为市场的热门选项，显著提升了居家的便利与舒适。后装市场的灵活性和定制服务迎合了个性化居住需求，加速了市场扩张。在品质需求的推动下，后装市场展现出巨大的潜力和广阔的发展前景。





发展趋势



HVAC 系统在智能家居市场中的应用率逐步提升

随着有关效率的新政府法规的出台，暖通空调系统的使用预计会增加。这为建筑物中最先进的供暖和空调装置打开了智能 HVAC 控制系统的大门。因此，必须更换或改造现有的暖通空调设备，以根据政府标准调整能源效率。这将推动暖通空调改造的需求，从而积极促进整体市场的增长。

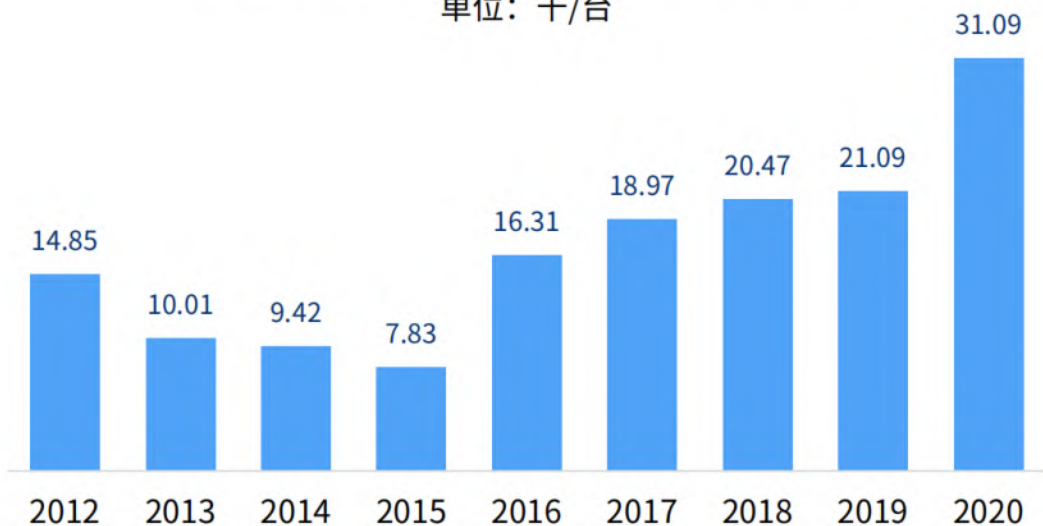


智能家居产品技术依赖性增强

智能家居经历了从1.0至3.0的变化，其技术依赖性不断增强。物联网技术的普及使得家居设备互联互通成为可能，促进了智能家居的整体生态系统发展。AI技术的进步提升了设备的智能化水平，例如语音助手和智能安防系统的自学习能力。5G网络的高速低延迟特性大幅提高了智能家居设备的响应速度和稳定性。

2012-2020年澳大利亚热水热泵安装数量

单位：千/台



来源：mordorintelligence

智能家居1.0

开始标配APP、WiFi和云

智能家居2.0

更多细分场景和子系统，并通过组合进行全屋职能的构建

智能家居3.0

基于大量设备AoT化底层与云端互联进一步加深，实现主动智能

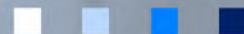


04

PART FOUR

品牌案例

BRAND CASE





Haier海尔智家



品牌介绍

海尔智家是全球领先的智慧家居生态品牌，隶属于海尔集团，全称为海尔智家股份有限公司，总部位于山东青岛。海尔智家主要从事智能家电产品与智慧家庭场景解决方案的研发、生产和销售的企业。提供包括冰箱、洗衣机、空调、热水器、厨电等在内的多样化智能家电产品，致力于通过技术创新，为用户提供便捷、舒适的智慧家庭生活体验。

作为全球家电行业的领导者，海尔智家致力于为消费者提供智能、健康、高效的家庭解决方案，以“智享生活，海尔无界”为品牌理念，通过不断技术创新与进步，在全球智能家电市场中树立了良好的品牌形象。

海尔智家作为智能家居行业的领军企业，在全球市场上取得了令人瞩目的成绩，其全球化布局覆盖了100多个国家和地区，产品市占率稳步提升，尤其是在空调领域全球市占率达到7.68%，并且连续多年获得"全球最受赞赏公司"的荣誉。公司通过本土化策略深入不同地区市场，同时积极拥抱数字化转型，优化用户体验并提高服务效率。分析海尔智家不仅因为它是行业的领导者和全球化的典范，而且它的创新实践、市场洞察、品牌建设和战略规划为其他企业提供了宝贵的经验和参考，帮助理解智能家居行业的全球趋势和消费者需求，指导企业制定有效的国际化战略和实现可持续发展。





案例分析



海尔智家海外营收占比超过5成

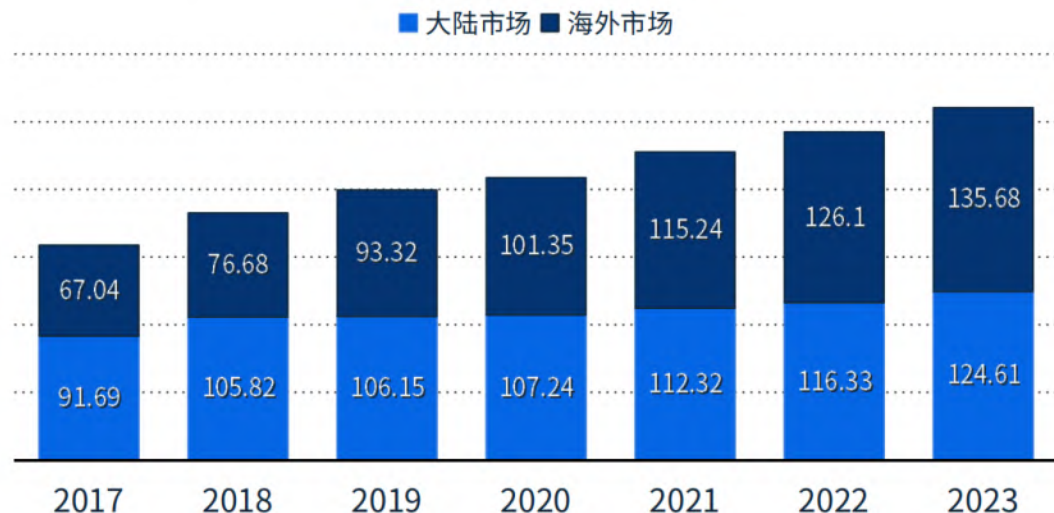
2023年，海尔智家在大陆市场创造了约1250亿元的收入，而在海外市场则创作了约1357亿元的收入。作为中国出海创牌代表性企业之一，目前，海尔智家海外营收占比超过5成。这一成绩凸显了其在全球市场上的竞争力和品牌影响力



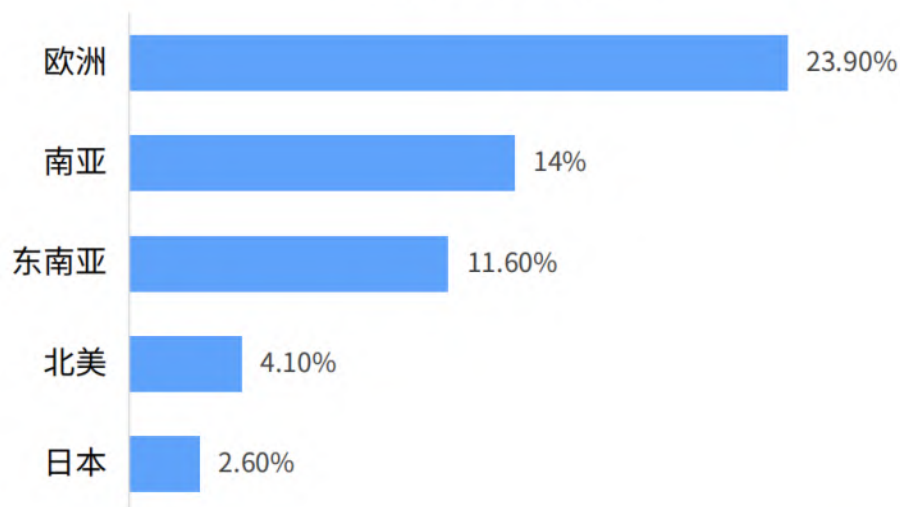
海尔在欧洲和亚太市场存在广阔的拓展空间

目前海尔智家再欧洲市场较为成熟，基础家电渗透率较高，需求稳定，竞争要点在于产品端的发力突破，在推新速度与产品力方面与竞品拉开差距。而在南亚和东南亚新兴市场，海尔利用高性价比策略迅速占领市场，满足不同用户层次，从高端到中低端全面渗透。

2017-2023年海尔智能家居有限公司国内外营收情况
单位：十亿/元（人民币）



海尔智家2023年销售收入同比变化情况
(按照市场划分)



01 品牌全球化与本土化融合

海尔智家在全球市场的成功得益于其品牌全球化战略与本土化深耕的有机结合。公司通过深入研究不同地区文化、消费行为和市场趋势，实现了产品的本地化创新。例如，针对东南亚市场的湿热气候，海尔推出了高制冷效率的空调产品，而在欧洲市场则推出了符合节能要求的低能耗家电。

海尔智家不仅在产品功能上进行本土化调整，还在设计上融入当地元素，以增强产品的文化共鸣。此外，海尔智家通过全球研发中心的布局，加强了与当地市场的联系，加速了从概念到市场的转化过程，确保了产品创新与市场需求的同步。

02 数字化转型与用户运营

海尔智家的数字化转型是其营销策略的核心，通过构建数字化生态系统，实现了用户运营的全面升级。公司利用先进的数据分析和用户洞察工具，优化了产品开发和服务流程，提高了市场响应速度。海尔智家的数字化中台和用户数据中台，使得公司能够快速捕捉并响应用户需求，实现了产品和服务的个性化定制。

此外，海尔智家通过数字化工具，如CRM系统和DMP平台，实现了用户信息的整合和分析，为精准营销和个性化服务提供了数据支持。数字化转型不仅提升了用户体验，也提高了运营效率，为海尔智家在全球市场的竞争力提供了有力支撑。

03 内容营销与品牌年轻化

海尔智家通过内容营销与年轻消费者建立了深厚的情感联系。公司巧妙地结合热点IP和文化元素，通过春晚等大型节目的内容营销，展现了品牌魅力，激发了年轻消费者对品牌的认知和兴趣。海尔智家的内容营销策略不仅局限于广告宣传，更通过故事化的内容传递品牌价值，与消费者产生共鸣。

例如，通过与春晚等文化盛事的结合，海尔智家成功地将品牌信息融入到消费者的节日体验中，增强了品牌的情感价值。此外，海尔智家还通过社交媒体和网络平台与年轻消费者进行互动，通过用户生成内容（UGC）等方式，进一步扩大了品牌的影响力和亲和力。

04 高质量服务与口碑建设

海尔智家深知高质量服务是建立良好用户口碑的关键。公司通过提供全流程的高质量服务，确保用户在购买、使用和售后的每个环节都能获得最佳体验。海尔智家的服务体系涵盖了从前期咨询、产品推荐，到中期的物流配送、安装服务，再到后期的维护保养和客户关怀。公司不断创新服务模式，如“一二三四”服务举措，通过送新拆旧、清洗维保等增值服务，提升了用户的满意度和忠诚度。

此外，海尔智家还通过数字化平台收集用户反馈，及时调整服务策略，确保服务内容始终符合用户需求。通过这些高质量的服务，海尔智家在全球市场上建立了良好的口碑，成为用户心中可信赖的品牌。



品牌案例

Eufy



品牌介绍

Eufy是安克创新旗下的智能家居品牌，以“智简生活”作为品牌主张，旗下包含两大品线，Eufy Clean主打家庭智能清洁解决方案；Eufy Security主打智能家庭安防系统，出海线上业务主要依托于亚马逊和品牌独立站进行销售。目前Eufy在海外37个国家已覆盖500万用户，单品常年占据欧美日多国亚马逊扫地机类目销量榜首。

品牌名“Eufy”源自希腊语，意味着“智能的、聪明的”。Eufy品牌成立于2016年，其产品线涵盖智能扫地机器人、无线吸尘器、车载吸尘器等，致力于为消费者提供专业智能清洁电器，以“细节控、匠心造”作为产品理念。



Eufy的案例深刻地阐释了在全球化竞争中，品牌如何通过一系列战略性的步骤实现突破和发展。首先，它通过精准的市场洞察，挖掘了消费者对智能家居产品的深层需求和顾虑，特别是对于数据安全和隐私保护的关注，从而推出了满足这些需求的创新产品。其案例价值在于它提供了一个全面的框架，展示了品牌如何在全球化市场中通过综合运用市场洞察、产品创新、营销策略、用户运营和品牌建设等手段，实现可持续的增长和成功。这个案例为其他品牌提供了宝贵的经验和启示，特别是在如何通过创新和用户中心的设计，在竞争激烈的智能家居市场中获得优势。



 **www.eufy.com**

月访问量
332万+

每次访问页面数
6.29

平均跳出率
50.08%

平均访问时长
03:37

 **市场占比**



美国
39.78%



英国
13.75%



德国
7.67%



加拿大
4.15%

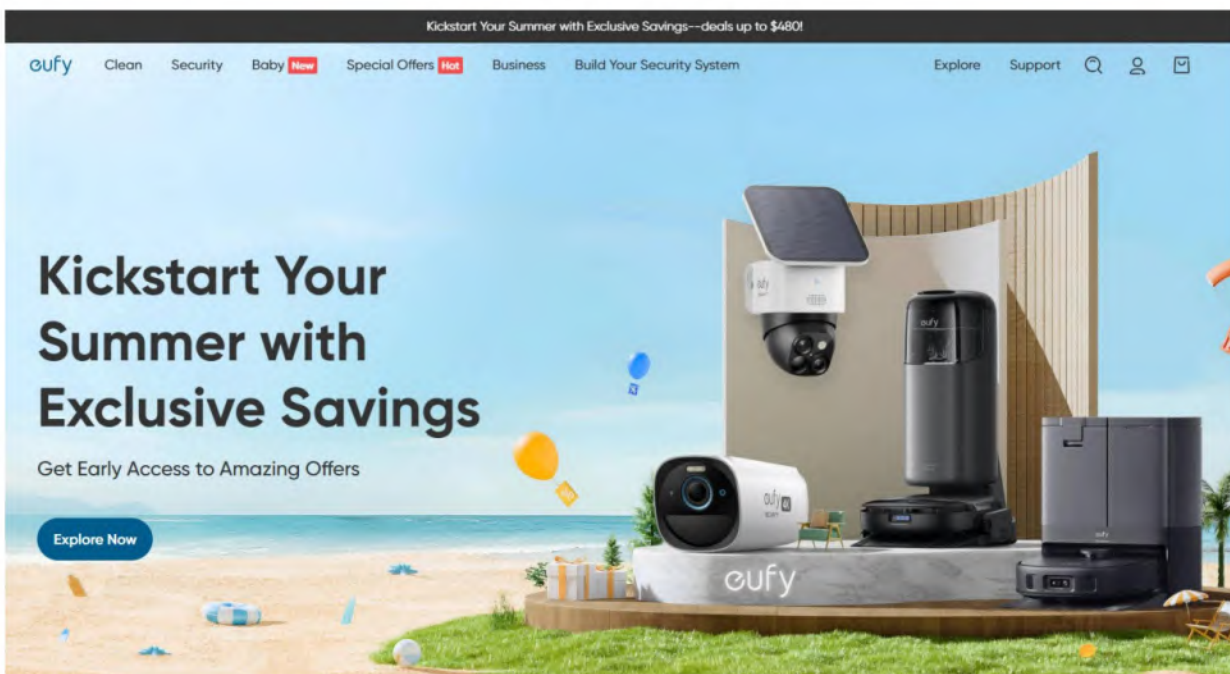


荷兰
3.40%

 **设备分布**



■ 移动端 72.92%
■ 桌面 27.08%





独立站分析



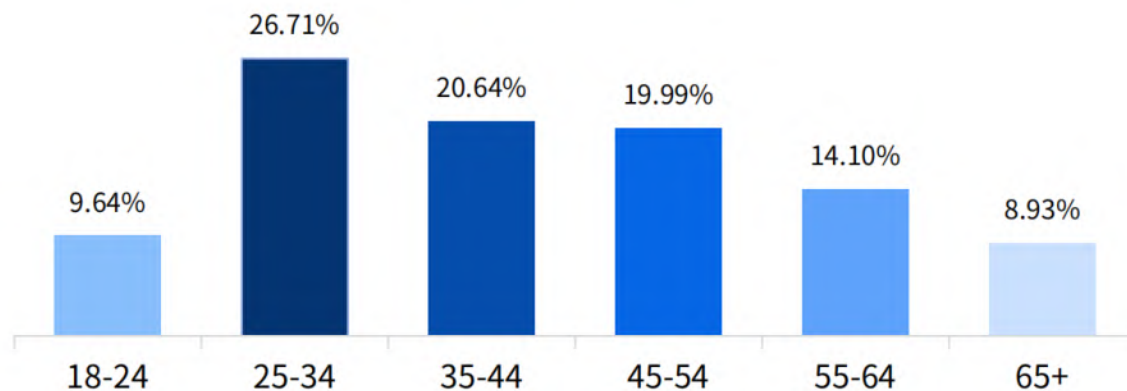
访客性别分布



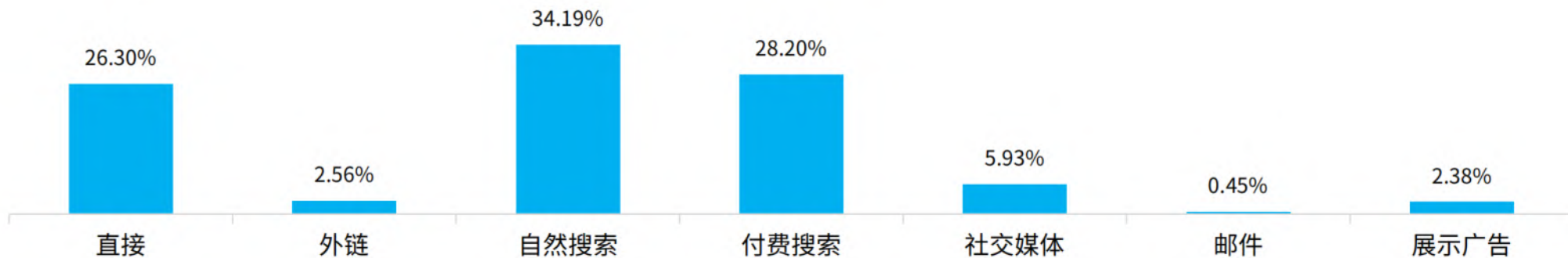
■ 男性 63.52%
■ 女性 36.48%



访客年龄分布



流量来源渠道





01 差异化产品定位

Eufy品牌通过深入的市场洞察，发现并解决了消费者的核心痛点，例如在智能安防市场中，多数用户不愿意支付月费且担心数据安全问题。针对这一点，Eufy推出了"无月费、本地存储"的产品，迅速获得市场的认可。"帮助用户解决核心问题"的品牌理念，使其在安防市场中脱颖而出。



02 扩大品牌影响力

Eufy通过在Kickstarter等众筹平台发布产品，成功吸引了大量关注和资金支持。例如，其安全摄像头众筹金额突破300万美金，而2022年3月发布的安全智能锁众筹金额也突破了百万美金。这种策略不仅验证了市场需求，也快速提升了品牌在海外市场的知名度。



03 社交媒体和社区营销

Eufy在社交媒体上有着全面的布局，通过Facebook、YouTube和Reddit等平台发布与品牌调性相符的内容，建立了品牌的私域流量。特别是其在Reddit上的板块，拥有2.4万会员，排名前TOP3，通过社区互动增强了用户粘性和品牌忠诚度。



04 强化用户体验和运营

Eufy注重提供优秀的用户体验，并通过用户运营活动来增强品牌与消费者之间的联系。例如，在官网上发起的分享#eufyMoments活动，鼓励用户分享使用Eufy设备的时刻，通过奖励机制激励用户参与，有效提升了用户对品牌的认同感和活跃度。



结语 EPILOGUE

在全球化的浪潮中，智能家居行业的国际市场已成为企业拓展的重要战场。随着技术的不断进步和消费者需求的日益增长，智能家居产品正迅速渗透到全球各地的家庭中。

本报告综合运用市场规模发展、行业趋势分析、消费者行为研究、热点地区市场洞察以及品牌案例分析等多个维度，为您提供一个全面而深入的视角，以洞察智能家居行业的全球出海市场。通过这些方法，我们旨在揭示智能家居产品在不同文化、经济和法规背景下的表现，并评估企业如何通过创新和适应性策略来抓住国际市场的机遇。

后续大数跨境还将陆续推出更多的市场及行业报告，为各位跨境从业者提供更加深入全面的观察和分析。航行的海洋无边无际，唯有不断研究洞察，才能更好的驾航未来。扫描右下角二维码，关注大数跨境公众号，在这里您可以及时获取跨境行业资讯和最新市场解读，期待与您在这个旅程中相遇。



“让全球消费者爱上中国品牌”的美好愿景
值得我们每个跨境人人为之努力。

关于我们

- 大数跨境来源于世界最大数古戈尔数（GOOGOL），我们旨在成为跨境媒体界的古戈尔数，并探索更大的品牌能级。大数跨境集合了跨境行业优质企业资源，为行业从业者提供真实有效的一线资讯，赋能跨境生态优质发展，为中国出海事业实力护航。
- 全链路的跨境资源整合。运营管理、汇率支付、仓储物流等优质信息都可以在这里找到，大数跨境积极为商家解决出海难题、发掘更多行业机会。
- 高质量的跨境资讯平台。从海外消费趋势解读到行业内容深度洞察，从跨境知识百科到圈内趣闻八卦，大数跨境致力于提供一个全方位、多角度的跨境电商信息集合地。
- 数字化的跨境生态领域。大数跨境始终秉持着“让信息无差共享”的理念，在这里凝聚起出海力量，以期跨境企业注入出海新动力，为中国电商事业在海外的蓬勃发展贡献新力量。
- 大数一下马上跨境，关注www.10100.com。

