

2018年中国家庭服务机器人市场分析报告- 行业深度分析与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国家庭服务机器人市场分析报告-行业深度分析与发展前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/jixie/342758342758.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

按照国际机器人联盟（IFR）的分类，机器人一般分为工业机器人和服务机器人，工业机器人一般用于制造业生产环境，而服务机器人一般用于生活等非制造业环境。服务机器人是指除从事工业生产以外的，为人类健康或设备良好状态提供有帮助服务的一类机器人，服务机器人又可分为专业和家用/个人两大类。

服务机器人分类

资料来源：公开资料整理

根据数据，目前世界上至少有48个国家在发展机器人，其中25个国家已涉足服务型机器人开发。在日本、北美和欧洲等发达地区，迄今已有7种类型共计40余款服务型机器人进入实验和半商业化应用。

统计数据显示，全球服务机器人市场规模从2010年的39.64亿美元增长到2016年的74.5亿美元，年均复合增速11.14%。销售数量从2010年的216.6万台增长到2016年的622.86万台，年均复合增速为19.2%。预计2015-2018年全球服务机器人市场总规模约394亿美元，CAGR为21.07%。

家庭服务机器人是服务机器人最活跃的品种，而在家庭服务机器人中，家务机器人在家庭服务机器人的销售量中占据主要部分，根据数据，2013年全球家庭服务机器人总销售量中，家务机器人占比约69%，预计2018年家务机器人销售量占家庭服务机器人的比重将达到75%。

与其他类型家庭服务机器人相比，扫地机器人功能简单、价格便宜，清洁又是人们日常生活的必需，是非常适合导入个人及家庭使用的类消费品。目前，扫地机器人具有生产技术相对成熟、技术可实现性强等特点，在全球范围内已进入大规模量产阶段，极大地推动了家庭服务机器人市场的迅速增长。根据数据，2013年家务机器人销量中约96%以上为扫地机器人，2016~2019年全球扫地机器人销售总量将达到3000万台，占家务服务机器人销售总量的比例为97.4%。也就是说，扫地机器人占家庭服务机器人的比重至少在66%以上。

人工智能推动了语音识别、多个领域图像识别（如人脸识别领域、视频监控领域、图像搜索/场景识别领域、图像和食品编辑领域）、搜索行业、视频行业等多个领域的发展，而这些对一个“与人打交道”的服务机器人而言，是保证其高质量完成任务、提供良好体验性的基础。未来随着深度学习算法以及计算机视觉、机器学习、智能语音等多种智能算法的应用，服务机器人的机器视觉、人机交互能力以及基于大数据的机器学习能力等方面的人工智能水平也将呈现质的飞跃，甚至具有“人格化”的特征。

根据数据，2017年全球物联网设备数量将达到84亿，同比增长31%，预计到2020年物联网设备数量将达到204亿。从全球物联网硬件支出金额方面来看，2017年企业物联网硬件支出将达到人民币6.63万亿元，消费者物联网硬件支出为人民币4.99万亿元。到2020年，消费者和企业物联网硬件方面的支出总和将达到20.7万亿元。随着物联网蓝海市场的开启，有望给服务机器人发展带来机遇。

机器人是未来各国经济发展的有力支柱之一，各国均不断提高对机器人产业的重视程度，将机器人技术上升至国家战略层面。近年来全球主要发达国家纷纷出台政策支持机器人技术的发展，并制定技术发展路线图，无疑给全球服务机器人行业注入强心剂。

城市化进程带来的快节奏生活导致人们家务劳作时间减少，人口结构逐渐向老龄化发展等问题使得人们对家务机器人的刚性需求越来越明显。根据数据，2013年、2014年我国机器人吸尘器销售额分别约为8亿元、15亿元，而截至2017年机器人吸尘器年销售额已经近56.7亿元，销售量396.9万台；2013~2017年销售额和销量的CAGR分别为61.19%和62.80%。

我国家庭服务机器人在沿海城市的产品渗透率仅为5%，内地城市仅为0.4%，而美国的渗透率为16%。从市场渗透率来看，国内扫地机器人行业仍有很大的提升空间。预计2020年我国扫地机器人销售规模可达168.84亿元，销量1125.60万台，到2021年将增长到224.36亿元，对应销量1495.72万台，2018~2021年销售额的CAGR达到了42.71%。

扫地机器人以线上销售为主，我国互联网用户群体不断扩大，网络购物已经成为一种趋势。根据中国互联网信息中心数据，我国网购用户规模从2007年的4641万人，增长到2017年的5.33亿人，在基数增大的同时，依然保持在10%以上的增速。线上市场逐渐成为我国扫地机器人产品的主要销售途径。2016年我国机器人吸尘器的线上/线下零售额分别为38亿元和5亿元，2017年线上/线下零售额分别达到50亿元和6亿元，线上零售已经成为扫地机器人最重要的销售方式。

观研天下发布的《2018年中国家庭服务机器人市场分析报告-行业深度分析与发展前景预测》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国家庭服务机器人行业发展概述

第一节 家庭服务机器人行业发展情况概述

- 一、家庭服务机器人行业相关定义
- 二、家庭服务机器人行业基本情况介绍
- 三、家庭服务机器人行业发展特点分析

第二节 中国家庭服务机器人行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、家庭服务机器人行业产业链条分析
- 三、中国家庭服务机器人行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国家庭服务机器人行业生命周期分析

- 一、家庭服务机器人行业生命周期理论概述
- 二、家庭服务机器人行业所属的生命周期分析

第四节 家庭服务机器人行业经济指标分析

- 一、家庭服务机器人行业的赢利性分析
- 二、家庭服务机器人行业的经济周期分析
- 三、家庭服务机器人行业附加值的提升空间分析

第五节 国中家庭服务机器人行业进入壁垒分析

- 一、家庭服务机器人行业资金壁垒分析
- 二、家庭服务机器人行业技术壁垒分析
- 三、家庭服务机器人行业人才壁垒分析
- 四、家庭服务机器人行业品牌壁垒分析
- 五、家庭服务机器人行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球家庭服务机器人行业市场发展现状分析

第一节 全球家庭服务机器人行业发展历程回顾

第二节 全球家庭服务机器人行业市场区域分布情况

第三节 亚洲家庭服务机器人行业地区市场分析

- 一、亚洲家庭服务机器人行业市场现状分析
- 二、亚洲家庭服务机器人行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲家庭服务机器人行业市场前景分析

第四节 北美家庭服务机器人行业地区市场分析

- 一、北美家庭服务机器人行业市场现状分析
- 二、北美家庭服务机器人行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美家庭服务机器人行业市场前景分析

第五节 欧盟家庭服务机器人行业地区市场分析

- 一、欧盟家庭服务机器人行业市场现状分析
- 二、欧盟家庭服务机器人行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟家庭服务机器人行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界家庭服务机器人行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球家庭服务机器人行业市场规模预测

第三章 中国家庭服务机器人产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品家庭服务机器人总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国家庭服务机器人行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国家庭服务机器人产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国家庭服务机器人行业运行情况

第一节 中国家庭服务机器人行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国家庭服务机器人行业市场规模分析

第三节 中国家庭服务机器人行业供应情况分析

第四节 中国家庭服务机器人行业需求情况分析

第五节 中国家庭服务机器人行业供需平衡分析

第六节 中国家庭服务机器人行业发展趋势分析

第五章 中国家庭服务机器人所属行业运行数据监测

第一节 中国家庭服务机器人所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国家庭服务机器人所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国家庭服务机器人所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国家庭服务机器人市场格局分析

第一节 中国家庭服务机器人行业竞争现状分析

一、中国家庭服务机器人行业竞争情况分析

二、中国家庭服务机器人行业主要品牌分析

第二节 中国家庭服务机器人行业集中度分析

一、中国家庭服务机器人行业市场集中度分析

二、中国家庭服务机器人行业企业集中度分析

第三节 中国家庭服务机器人行业存在的问题

第四节 中国家庭服务机器人行业解决问题的策略分析

第五节 中国家庭服务机器人行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国家庭服务机器人行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国家庭服务机器人行业消费特点

第二节 中国家庭服务机器人行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 家庭服务机器人行业成本分析

第四节 家庭服务机器人行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国家庭服务机器人行业价格现状分析

第六节 中国家庭服务机器人行业平均价格走势预测

一、中国家庭服务机器人行业价格影响因素

二、中国家庭服务机器人行业平均价格走势预测

三、中国家庭服务机器人行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国家庭服务机器人行业区域市场现状分析

第一节 中国家庭服务机器人行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区家庭服务机器人市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区家庭服务机器人市场规模分析

四、华东地区家庭服务机器人市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区家庭服务机器人市场规模分析

四、华中地区家庭服务机器人市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区家庭服务机器人市场规模分析

第九章 2016-2018年中国家庭服务机器人行业竞争情况

第一节 中国家庭服务机器人行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国家庭服务机器人行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国家庭服务机器人行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 家庭服务机器人行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国家庭服务机器人行业发展前景分析与预测

第一节 中国家庭服务机器人行业未来发展前景分析

- 一、家庭服务机器人行业国内投资环境分析
- 二、中国家庭服务机器人行业市场机会分析
- 三、中国家庭服务机器人行业投资增速预测

第二节 中国家庭服务机器人行业未来发展趋势预测

第三节 中国家庭服务机器人行业市场发展预测

- 一、中国家庭服务机器人行业市场规模预测
- 二、中国家庭服务机器人行业市场规模增速预测
- 三、中国家庭服务机器人行业产值规模预测
- 四、中国家庭服务机器人行业产值增速预测
- 五、中国家庭服务机器人行业供需情况预测

第四节 中国家庭服务机器人行业盈利走势预测

- 一、中国家庭服务机器人行业毛利润同比增速预测
- 二、中国家庭服务机器人行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国家庭服务机器人行业投资风险与营销分析

第一节 家庭服务机器人行业投资风险分析

- 一、家庭服务机器人行业政策风险分析
- 二、家庭服务机器人行业技术风险分析
- 三、家庭服务机器人行业竞争风险分析
- 四、家庭服务机器人行业其他风险分析

第二节 家庭服务机器人行业企业经营发展分析及建议

- 一、家庭服务机器人行业经营模式
- 二、家庭服务机器人行业销售模式
- 三、家庭服务机器人行业创新方向

第三节 家庭服务机器人行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国家庭服务机器人行业发展策略及投资建议

第一节 中国家庭服务机器人行业品牌战略分析

- 一、家庭服务机器人企业品牌的重要性
- 二、家庭服务机器人企业实施品牌战略的意义
- 三、家庭服务机器人企业品牌的现状分析
- 四、家庭服务机器人企业的品牌战略
- 五、家庭服务机器人品牌战略管理的策略

第二节 中国家庭服务机器人行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国家庭服务机器人行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国家庭服务机器人行业发展策略及投资建议

第一节 中国家庭服务机器人行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国家庭服务机器人行业定价策略分析

第三节 中国家庭服务机器人行业营销渠道策略

一、家庭服务机器人行业渠道选择策略

二、家庭服务机器人行业营销策略

第四节 中国家庭服务机器人行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国家庭服务机器人行业重点投资区域分析

二、中国家庭服务机器人行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jixie/342758342758.html>