

中国扫地机行业发展深度分析与未来投资预测报告（2024-2031年）

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《中国扫地机行业发展深度分析与未来投资预测报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202409/727562.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

一、中国企业实现技术引领，扫地机内销数量及全渠道均价不断提升

扫地机起源于海外，但在中国完成了技术升级与规模化生产,实现快速成长。全球扫地机的发展大致可以分为“三大步”，分别解决了扫地机的功能性、智能性和便捷性问题，中国企业在智能性的后程接棒，随后实现技术引领，降低LDS生产成本的同时，不断进行基站类功能性拓展。

全球扫地机发展历程	阶段	发展情况	具体发展情况	第一阶段
解决扫地机清扫的功能性问题，产品以随机型为主。1996年，伊莱克斯发布世界上第一台扫地机器人三叶虫（Trilobite），使用超声波进行导航避障；2002年，iRobot推出“边刷+滚刷+吸尘口”三段式清扫结构，以随机碰撞导航为主。至此“扫地”功能的雏形搭建完成，在iRobot推动下，尝鲜人群的购买带动了渗透率首次提升。然而，随机规划式扫地机清扫效率低、有遗漏等问题始终存在。				
第二阶段 解决扫地机的智能性问题，产品进步为规划型。2004年，iRobot推出“灯塔定位”产品首次开始尝试进行清扫规划。Neato（2010年）和戴森（2014年）分别推出激光/视觉导航类产品，但方案尚未完全成熟，产品性能未能实现较大升级，渗透率提升出现瓶颈。2012年彼时行业龙头 iRobot 收购 Evolution Robotics 并获得 vSLAM 导航专利，于 2015 年推出革命性产品 Roomba 980，产品性能及售价较大幅度提升。2016年，石头科技为小米代工的“米家扫地机器人”第一次将 LDS 技术大规模应用于扫地机产品上，大幅降低了规划类产品的消费门槛。				
第三阶段 解决扫地机的便捷性问题，产品进步为基站型。2019年，iRobot推出了业内首款自集尘产品 S7+，云鲸推出首款自清洁产品 J1，行业开始进入基站时代。2021年起，中国扫地机厂商不陆续推出自动上下水、全基站、机械臂、底盘升降产品，继续朝着解放双手的便捷性出发，逐渐实现了扫地机品类的技术引领。				

资料来源：观研天下整理

中国扫地机发展历程 阶段 时间 发展情况 单机款时代 2009-2019年 相较海外，国内扫地机行业起步较晚，科沃斯于2009年推出首款扫地机器人“地宝七系”，但未能收获较大反响。2016年，石头科技为小米代工出业内第一款将激光雷达技术大规模应用于扫地机的产品“米家扫地机器人”，开始引领行业LDS技术路径更迭，当时2016年行业规模达到38亿元，随后以33%的CAGR成长至2019年的89亿元。自清洁时代 2019-2021年 2019年，云鲸推出首个自清洁产品，又于2021年推出自动上下水产品。2021年科沃斯推出首款集“自清洁”+“自集尘”的全能基站产品X1Omni，但并未实现自动上下水功能。2021年行业规模继续增长至120亿元，2019-2021年CAGR达16%。全基站时代 2021年至今 龙头厂商陆续补足全基站产品线，拉动规模继续增长至137亿元。然而，昂贵的基站类产品并未带动行业规模快速提升，20

21-2023年CAGR仅达7%。2023年下半年开始，行业开始进行全基站产品以价换量，并继续针对边角覆盖率低等痛点推出机械臂等微创新产品，行业开始有了性价比和质价比兼具的产品，2023H2/2024H1市场规模同比分别+15%/+19%。

资料来源：观研天下整理

技术升级、产品迭代，带动中国扫地机2020年销量达到顶峰，为654万台；中国扫地机内销全渠道均价也不断提升，2020-2023年由1437元增长至2991元，2024年H1达3139元。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

二、中国扫地机内销结构优化，3000-4000为主流价格带，全基站产品持续渗透
内销市场产品结构不断优化。分价格带看，3000-4000为主流价格带，主要销售入门级全基站产品。2021-2024年是全基站扫地机产品渗透率逐渐提高的过程。由于全基站产品相较于单洗产品均价更高，行业4000元以上的高端产品销量逐渐提升，3000元以下的低端产品销量则快速下降，3000-4000元价格带产品销量及其占比则始终保持相对稳定水平，成为行业主流价格带。

数据来源：观研天下数据中心整理

分产品结构看，行业以价换量大背景下，消费者对于产品性能要求上升，倾向购买入门级全基站产品而非低价产品，全能款销量占比已经超过八成。另一方面，全基站产品价格有所下降，2023年全能款产品均价达4041元，同比下降14.0%，对于产品吸引力的提升同样具有促进作用。2024年全基站产品均价继续下降，消费者购买门槛进一步降低，2024年1-7月全基站产品销量占比已达83%。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

三、国内扫地机市场竞争格局较为稳固，各企业布局领域存在差异
国内扫地机市场竞争格局较为稳固，行业CR5超过90%，各企业之间布局领域存在差异。如小米专注于低价机型，迅速成为3000元以下低端市场的头部品牌；石头科技着力于中高端市场，2023年在3000-4000元主流价格带、5000元以上价格带内销线上渠道销量市占率分别为31%、23%，同比分别增长17pcts、14pcts；同样专注于高端市场的追觅2023年5000元以上价格带内销线上渠道销量市占率为40%，同比增长37pcts。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

四、中国品牌抓准机遇积极出海，扫地机出口市场愈发繁荣

海外品牌扫地机产品以单机和单集尘产品为主，产品力整体较为落后。中国品牌全基站扫地机产品力保持引领的同时，也针对不同地区的差异化需求推出了多种产品线布局，竞争力整体领先。

近年来，扫地机出口市场愈发繁荣，品牌的主要出海地区包括欧洲、亚太和北美，目前已在大多数地区实现份额领先。根据数据，目前中国品牌在西欧、亚洲（不含中国）、俄语区和中东非地区的销额市占率均超过50%。此外，从德亚、法亚等区域看，中国品牌同样已实现引领，日亚市场还有较大突破空间。

2024年1-7月我国扫地机品牌外销市场份额

品牌	美亚	德亚	法亚	英亚	日亚	石头科技
	30%	42%	40%	17%	4%	
irobot	20%	18%	9%	10%	43%	shark
	24%	-	9%	6%	追觅	2%
	18%	34%	13%	1%	科沃斯	2%
	16%	16%	9%	17%	Eufy	6%
	4%	1%	42%	28%	云鲸	2%
	1%	-	-	-	-	-

数据来源：观研天下数据中心整理（zlj）

注：上述信息仅作参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国扫地机行业发展深度分析与未来投资预测报告（2024-2031年）》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，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。行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国扫地机行业发展概述

第一节 扫地机行业发展情况概述

一、扫地机行业相关定义

二、扫地机特点分析

三、扫地机行业基本情况介绍

四、扫地机行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、扫地机行业需求主体分析

第二节 中国扫地机行业生命周期分析

一、扫地机行业生命周期理论概述

二、扫地机行业所属的生命周期分析

第三节 扫地机行业经济指标分析

一、扫地机行业的赢利性分析

二、扫地机行业的经济周期分析

三、扫地机行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球扫地机行业市场发展现状分析

第一节 全球扫地机行业发展历程回顾

第二节 全球扫地机行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲扫地机行业地区市场分析

一、亚洲扫地机行业市场现状分析

二、亚洲扫地机行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲扫地机行业市场前景分析

第四节 北美扫地机行业地区市场分析

一、北美扫地机行业市场现状分析

二、北美扫地机行业市场规模与市场需求分析

三、北美扫地机行业市场前景分析

第五节 欧洲扫地机行业地区市场分析

一、欧洲扫地机行业市场现状分析

二、欧洲扫地机行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲扫地机行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界扫地机行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球扫地机行业市场规模预测

第三章 中国扫地机行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对扫地机行业的影响分析

第三节 中国扫地机行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对扫地机行业的影响分析

第五节 中国扫地机行业产业社会环境分析

第四章 中国扫地机行业运行情况

第一节 中国扫地机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 中国扫地机行业市场规模分析

一、影响中国扫地机行业市场规模的因素

二、中国扫地机行业市场规模

三、中国扫地机行业市场规模解析

第三节 中国扫地机行业供应情况分析

一、中国扫地机行业供应规模

二、中国扫地机行业供应特点

第四节 中国扫地机行业需求情况分析

一、中国扫地机行业需求规模

二、中国扫地机行业需求特点

第五节 中国扫地机行业供需平衡分析

第五章 中国扫地机行业产业链和细分市场分析

第一节 中国扫地机行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、扫地机行业产业链图解

第二节 中国扫地机行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对扫地机行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对扫地机行业的影响分析
- 第三节 我国扫地机行业细分市场分析
 - 一、细分市场一
 - 二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国扫地机行业市场竞争分析

第一节 中国扫地机行业竞争现状分析

- 一、中国扫地机行业竞争格局分析
- 二、中国扫地机行业主要品牌分析
- 第二节 中国扫地机行业集中度分析
 - 一、中国扫地机行业市场集中度影响因素分析
 - 二、中国扫地机行业市场集中度分析
- 第三节 中国扫地机行业竞争特征分析
 - 一、企业区域分布特征
 - 二、企业规模分布特征
 - 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国扫地机行业模型分析

第一节 中国扫地机行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节 中国扫地机行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁

六、中国扫地机行业SWOT分析结论

第三节 中国扫地机行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国扫地机行业需求特点与动态分析

第一节 中国扫地机行业市场动态情况

第二节 中国扫地机行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 扫地机行业成本结构分析

第四节 扫地机行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国扫地机行业价格现状分析

第六节 中国扫地机行业平均价格走势预测

一、中国扫地机行业平均价格趋势分析

二、中国扫地机行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国扫地机行业所属行业运行数据监测

第一节 中国扫地机行业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 中国扫地机行业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 中国扫地机行业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

第十章 2019-2023年中国扫地机行业区域市场现状分析

第一节 中国扫地机行业区域市场规模分析

一、影响扫地机行业区域市场分布的因素

二、中国扫地机行业区域市场分布

第二节 中国华东地区扫地机行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区扫地机行业市场分析

(1) 华东地区扫地机行业市场规模

(2) 华东地区扫地机行业市场现状

(3) 华东地区扫地机行业市场规模预测

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、华中地区扫地机行业市场分析

(1) 华中地区扫地机行业市场规模

(2) 华中地区扫地机行业市场现状

(3) 华中地区扫地机行业市场规模预测

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、华南地区扫地机行业市场分析

(1) 华南地区扫地机行业市场规模

(2) 华南地区扫地机行业市场现状

(3) 华南地区扫地机行业市场规模预测

第五节 华北地区扫地机行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区扫地机行业市场分析

- (1) 华北地区扫地机行业市场规模
- (2) 华北地区扫地机行业市场现状
- (3) 华北地区扫地机行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区扫地机行业市场分析
 - (1) 东北地区扫地机行业市场规模
 - (2) 东北地区扫地机行业市场现状
 - (3) 东北地区扫地机行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区扫地机行业市场分析
 - (1) 西南地区扫地机行业市场规模
 - (2) 西南地区扫地机行业市场现状
 - (3) 西南地区扫地机行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区扫地机行业市场分析
 - (1) 西北地区扫地机行业市场规模
 - (2) 西北地区扫地机行业市场现状
 - (3) 西北地区扫地机行业市场规模预测

第十一章 扫地机行业企业分析（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、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

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

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国扫地机行业发展前景分析与预测

第一节 中国扫地机行业未来发展前景分析

一、扫地机行业国内投资环境分析

二、中国扫地机行业市场机会分析

三、中国扫地机行业投资增速预测

第二节 中国扫地机行业未来发展趋势预测

第三节 中国扫地机行业规模发展预测

一、中国扫地机行业市场规模预测

二、中国扫地机行业市场规模增速预测

三、中国扫地机行业产值规模预测

四、中国扫地机行业产值增速预测

五、中国扫地机行业供需情况预测

第四节 中国扫地机行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国扫地机行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国扫地机行业进入壁垒分析

一、扫地机行业资金壁垒分析

二、扫地机行业技术壁垒分析

三、扫地机行业人才壁垒分析

四、扫地机行业品牌壁垒分析

五、扫地机行业其他壁垒分析

第二节 扫地机行业风险分析

一、扫地机行业宏观环境风险

二、扫地机行业技术风险

三、扫地机行业竞争风险

四、扫地机行业其他风险

第三节 中国扫地机行业存在的问题

第四节 中国扫地机行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国扫地机行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国扫地机行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国扫地机行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 扫地机行业营销策略分析

一、扫地机行业产品策略

二、扫地机行业定价策略

三、扫地机行业渠道策略

四、扫地机行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202409/727562.html>