

# 中国智能硬件系列报告之用户现状篇

2015年

[www.iresearch.com.cn](http://www.iresearch.com.cn)

iResearch

艾 瑞 咨 询

- 艾瑞与京东智能合作，于2015年7月-9月携手发起智能硬件产业深度研究，通过发布《中国智能硬件产业系列研究报告》的方式，从行业、用户、资本、市场等维度进行分析，描述和总结中国智能硬件产业的发展现状、产业特点、未来趋势，为更多的行业参与者加深认知，带来帮助。

## 中国智能硬件产业系列研究报告目录

### 报告名称

- |   |                     |
|---|---------------------|
| 1 | 产业链图谱篇——产业结构及产品分类   |
| 2 | 用户现状篇——用户渗透率及人群特征分析 |
| 3 | 市场现状篇——市场格局及大玩家战略分析 |
| 4 | 投资分析篇——智能硬件产业投融资分析  |
| 5 | 用户未来篇——用户需求及产品机会点分析 |
| 6 | 市场未来篇——智能硬件产业发展趋势分析 |
| 7 | 智能硬件用户研究报告（完整报告）    |
| 8 | 智能硬件行业研究报告（完整报告）    |

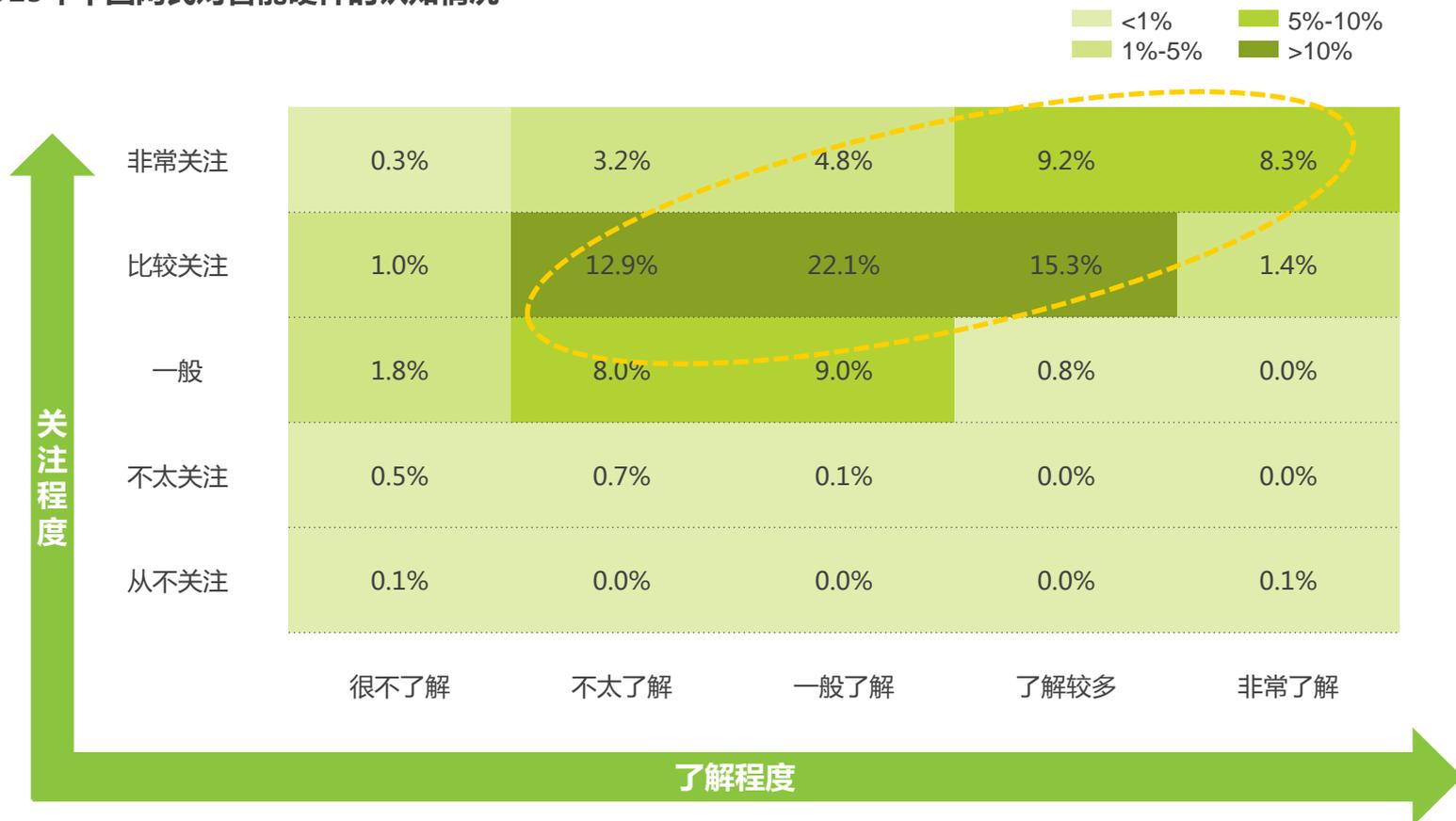
本次的《用户现状篇》是智能硬件用户研究的一部分，其中主要涉及：

- 用户对智能硬件的关注、认知、购买情况
- 用户性别、年龄、地域、收入等基本特征
- 用户生活方式特征

# 智能硬件你关注吗？你了解吗？——高度关注，不甚了解

- 目前用户对智能硬件产品关注度整体偏高，了解程度属于中等，整体上认知处于快速上升阶段。

2015年中国网民对智能硬件的认知情况

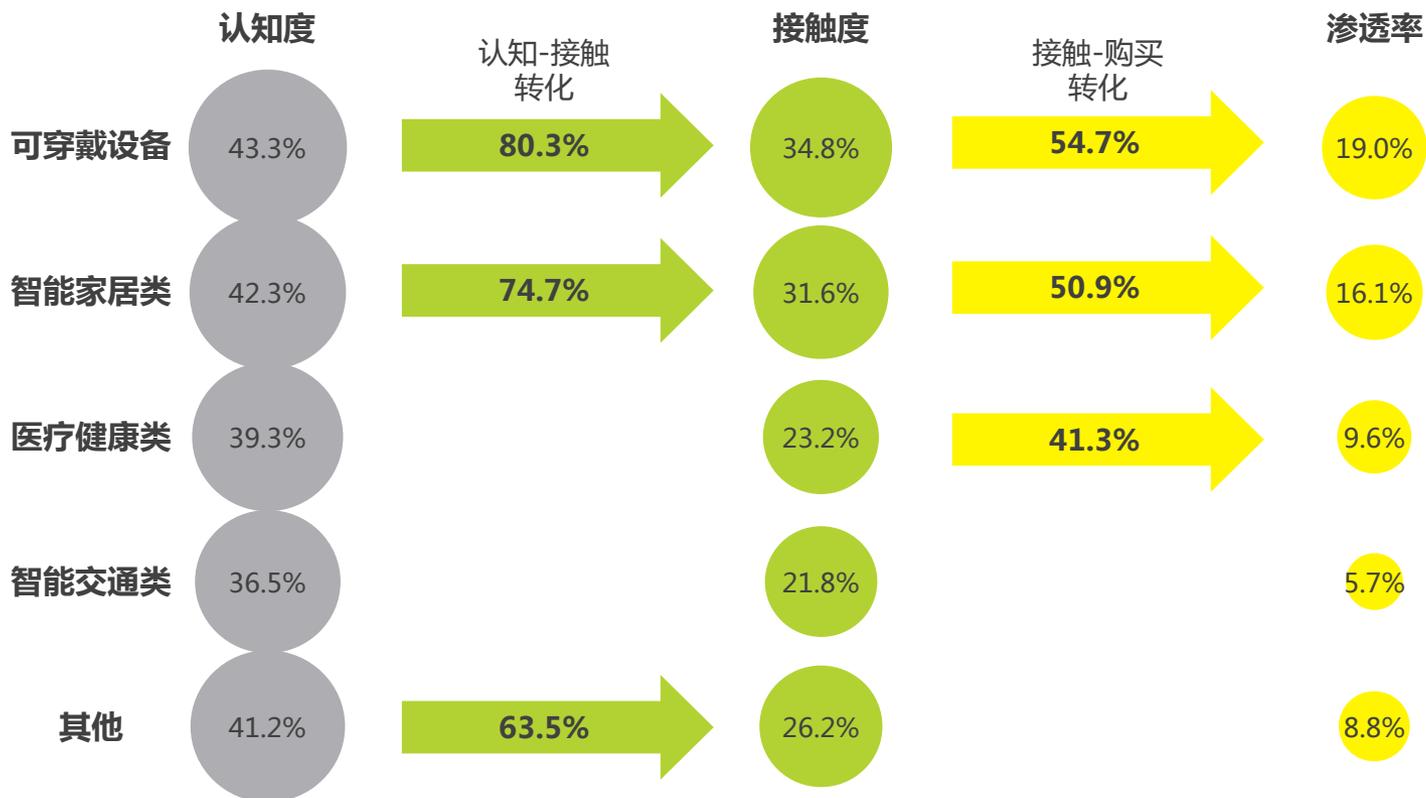


样本：N=2019，2015年8月通过用户在线调查获得。

# 智能硬件都买啥？——买家居，买穿戴

- 用户对智能硬件的整体认知度约在40%左右，接触度约在20%~34%，各类产品的渗透率差异较大，家居与穿戴类产品超过15%，其他类型的智能产品渗透率都在10%以内。

## 2015年中国智能硬件产品的渗透情况

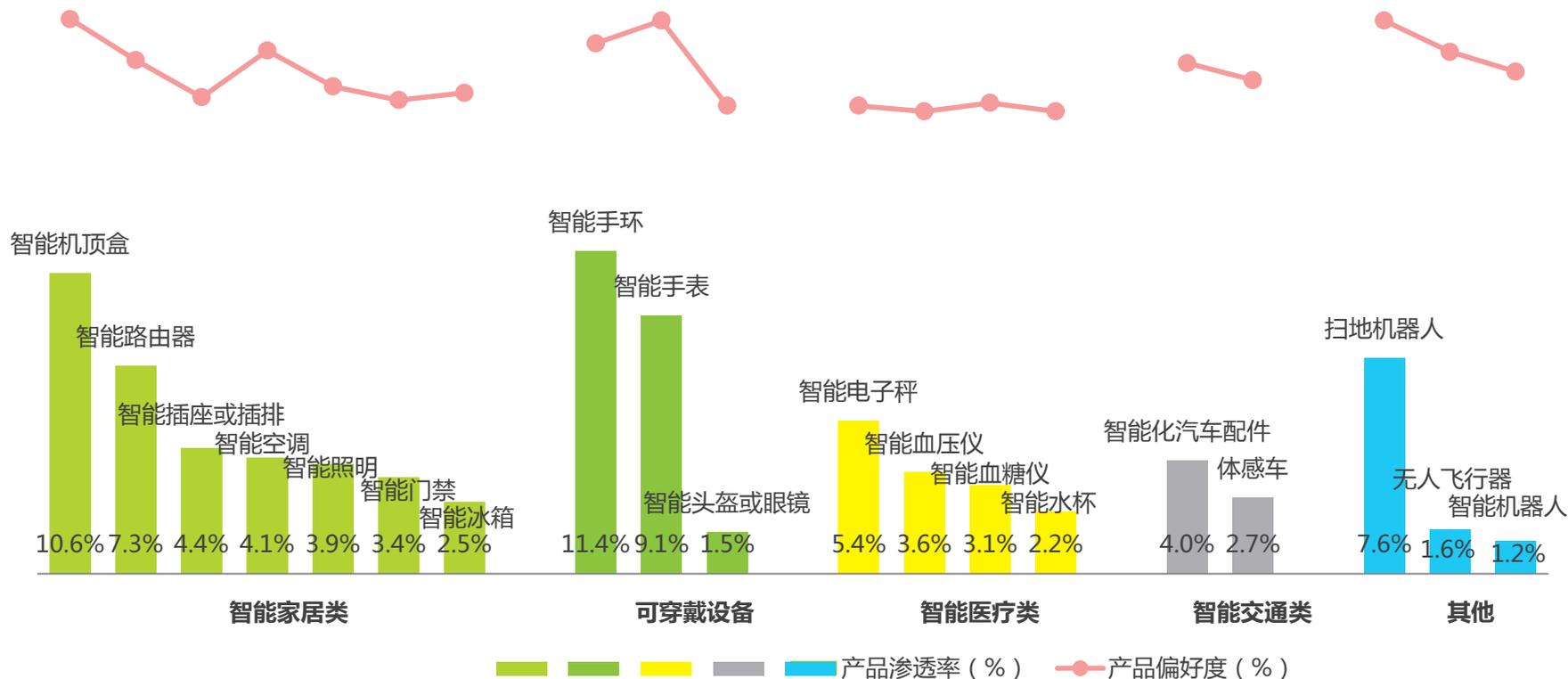


样本：N=2019，2015年8月通过用户在线调查获得。  
注释：此处大类别渗透率为拥有此类任意一种产品的比例。

# 智能硬件什么卖得好？——手环、机顶盒、扫地机器人

- 从市场渗透率来看，智能手环、智能机顶盒、扫地机器人是渗透率最高的产品；
- 从目前用户喜好度来看，智能机顶盒、智能手表和扫地机器人是最受欢迎的智能智能；  
这体现用户在拥有多款产品的时候，对市场普及度更高、更实用的产品喜好度更高。

2015年中国智能硬件产品渗透与偏好图

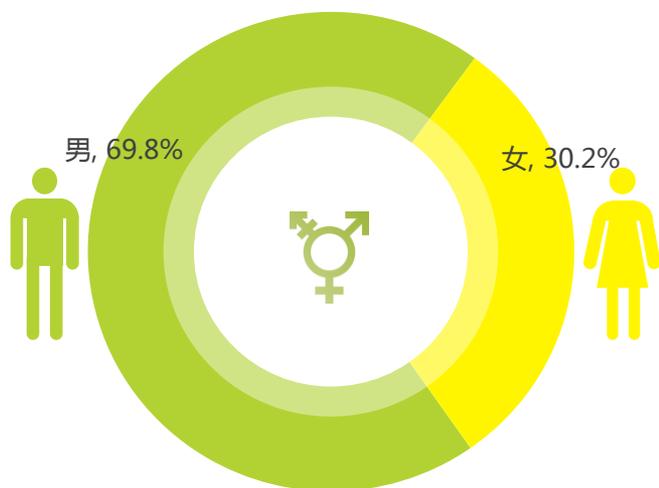


样本：N=2019，2015年8月通过用户在线调查获得。  
注释：本次研究产品未包含智能电视、智能手机、电脑。

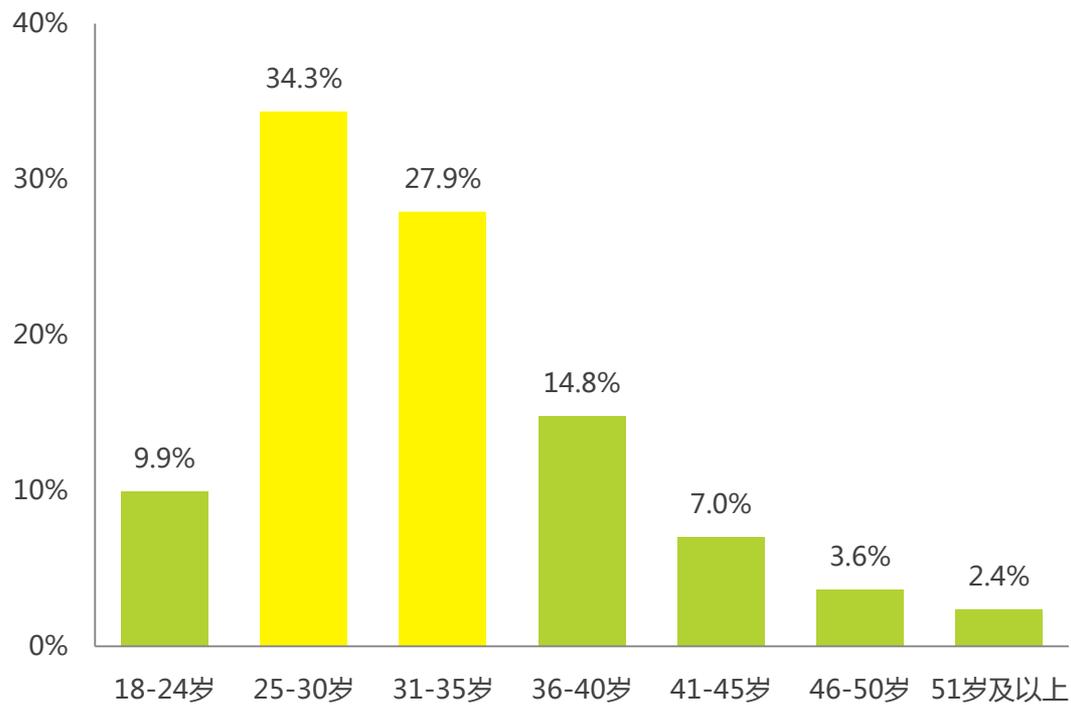
# 他们都是谁？——青年、男人

- 在拥有智能硬件的群体中，男性占比约有七成；其年龄集中于25~35岁，即80后构成了用户核心群体。

### 2015年中国智能硬件用户的性别分布



### 2015年中国智能硬件用户的年龄分布

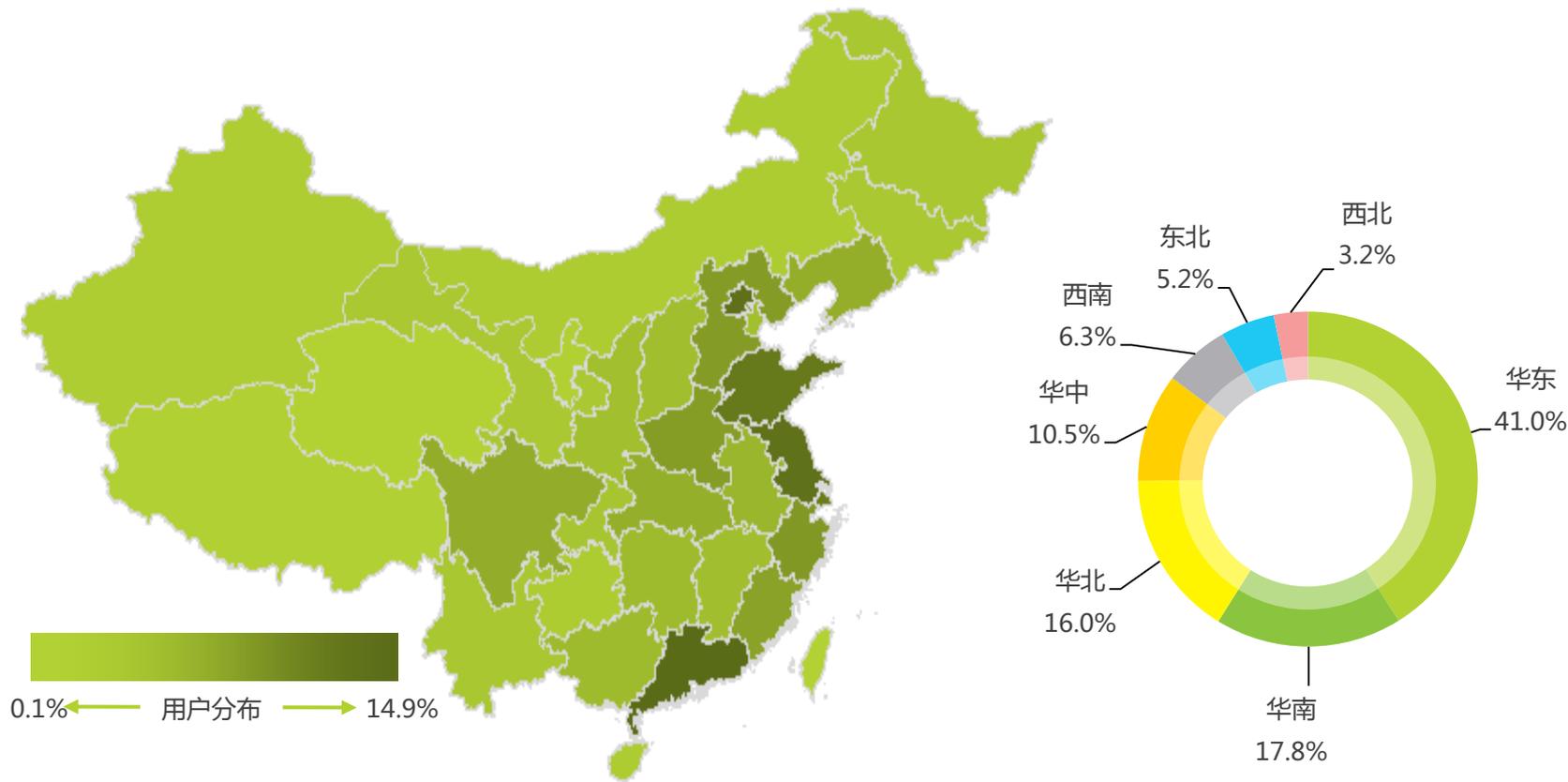


样本：N=2019，2015年8月通过用户在线调查获得。

# 他们在哪里？——华南、北京、华东

- 智能硬件用户在华南、华东地区较为集中，分布最多的省份是广东、北京和江苏。

## 2015年中国智能硬件用户的地区分布

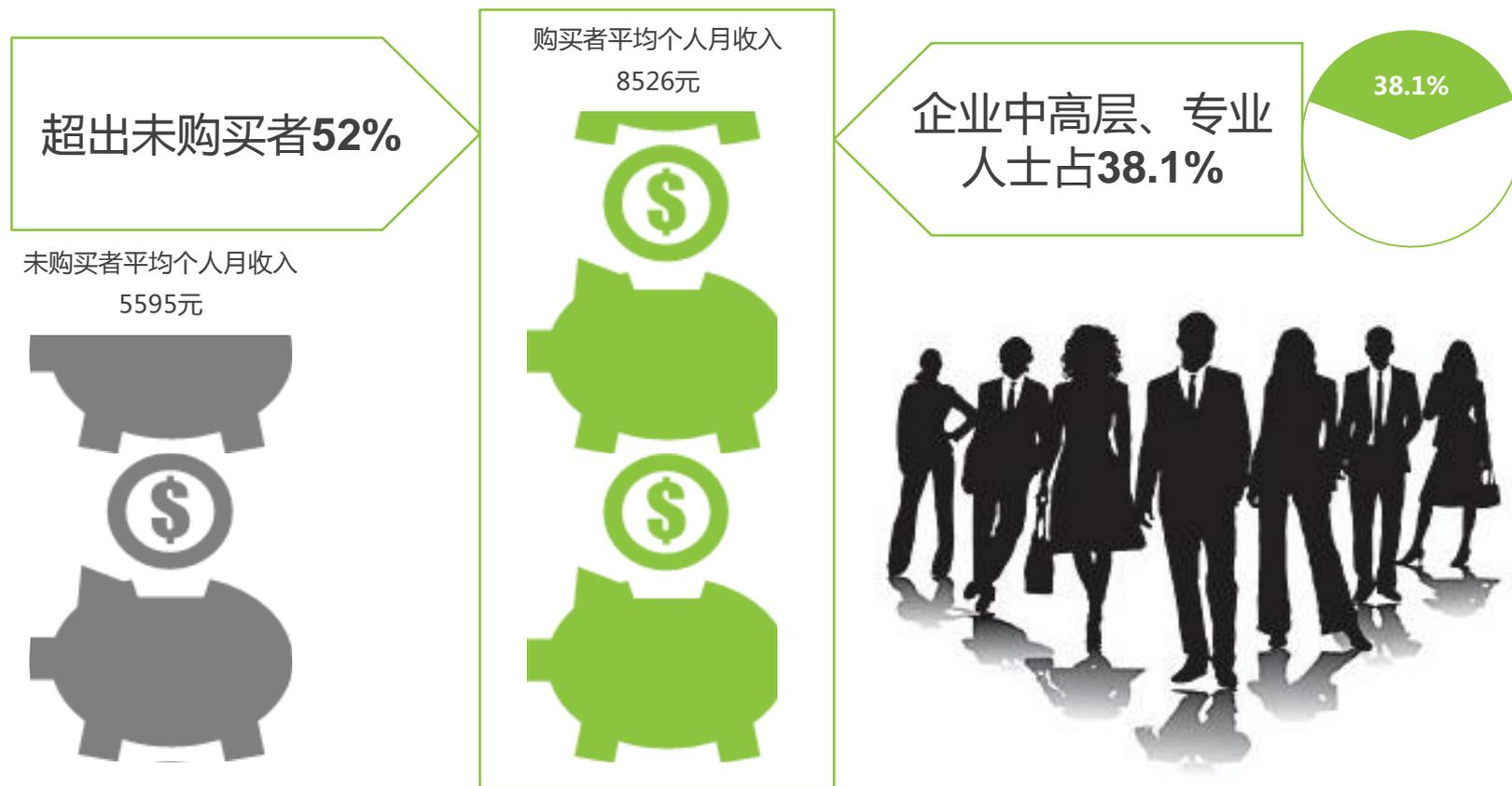


样本：N=2019，2015年8月通过用户在线调查获得。

# 他们收入如何？——中高收入有实力

- 智能硬件用户整体属于中高收入群体，平均家庭月收入比非用户高出51%；
- 其中企业中高层管理者、各行业专业人士比例大，消费实力强。

2015年中国智能硬件用户的个人收入分布图

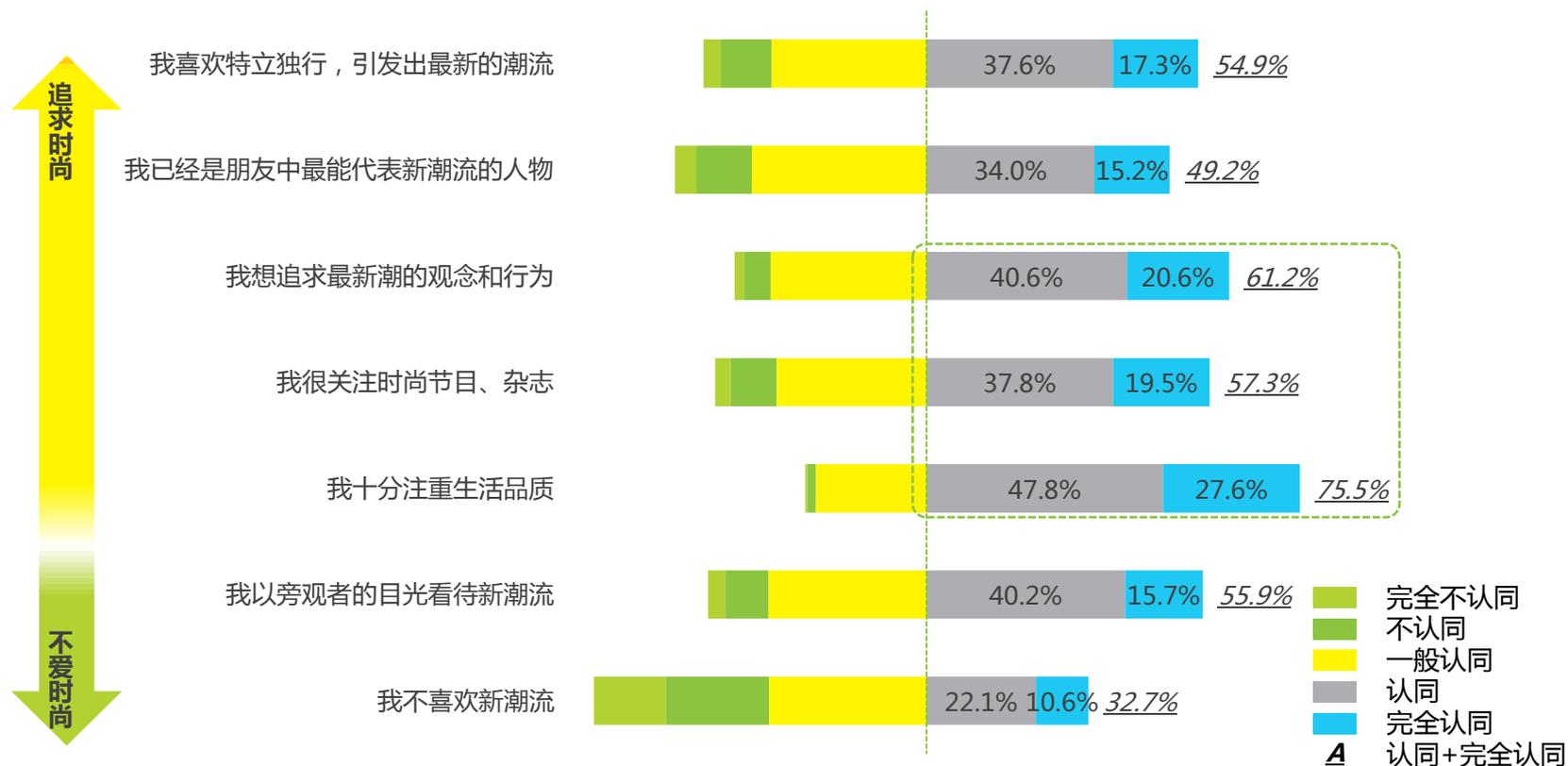


样本：N=2019，2015年8月通过用户在线调查获得。

# 他们爱什么？——重品质、爱时尚

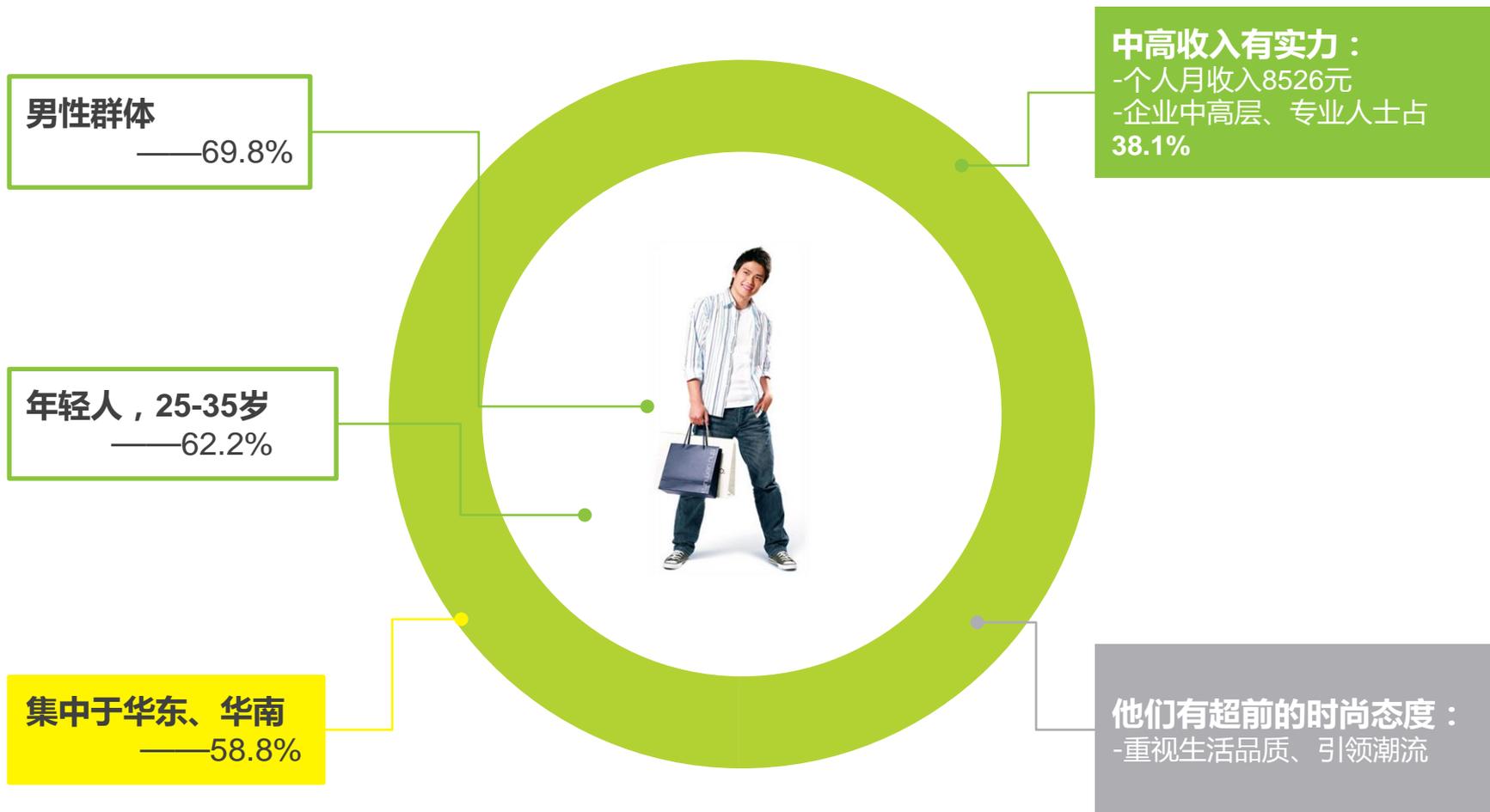
- 智能硬件用户普遍重视生活品质，有追逐时尚新潮的心理，也有一部分人已经处于引领潮流的阶段；不喜欢新潮流的用户占比较少。

## 2015年中国智能硬件用户的时尚态度



样本：N=2019，2015年8月通过用户在线调查获得。

# 小结：智能硬件用户画像



样本：N=2019，2015年8月通过用户在线调查获得。

本报告为上海艾瑞市场咨询有限公司制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

本报告中运营商收入及相关市场预测主要为公司研究员采用行业访谈、市场调查、二手数据及其他研究方法分析获得，部分数据未经运营商直接认可。本报告中发布的调研数据部分采用样本调研方法，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，部分数据不能够完全反映真实市场情况。本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据准确性不承担法律责任。

公司介绍：

艾瑞咨询集团：<http://www.iresearch.com.cn>

公司产品介绍：

艾瑞客户解决方案：<http://www.iresearch.com.cn/solution>

艾瑞连续数据研究产品：<http://www.iresearch.com.cn/product>

艾瑞专项研究咨询服务：<http://www.iresearch.com.cn/consulting>

艾瑞研究观点报告：<http://www.iresearch.com.cn/report>

艾瑞学院培训业务：<http://www.iresearch.com.cn/institute>

艾瑞媒体会议服务：<http://www.iresearch.com.cn/meeting>

公司资讯网站：

艾瑞网：<http://www.iresearch.cn>

艾瑞广告先锋：<http://www.iresearchad.com>

艾瑞网络媒体精品推荐：<http://www.iwebchoice.com>

联系方式

北京：86-010-51283899

上海：86-021-51082699

广州：86-020-38010229

# 洞察互联网的力量

UNLOCK THE POWER OF INTERNET

iResearch

艾 瑞 咨 询