



德施曼

天猫 Tmall.com

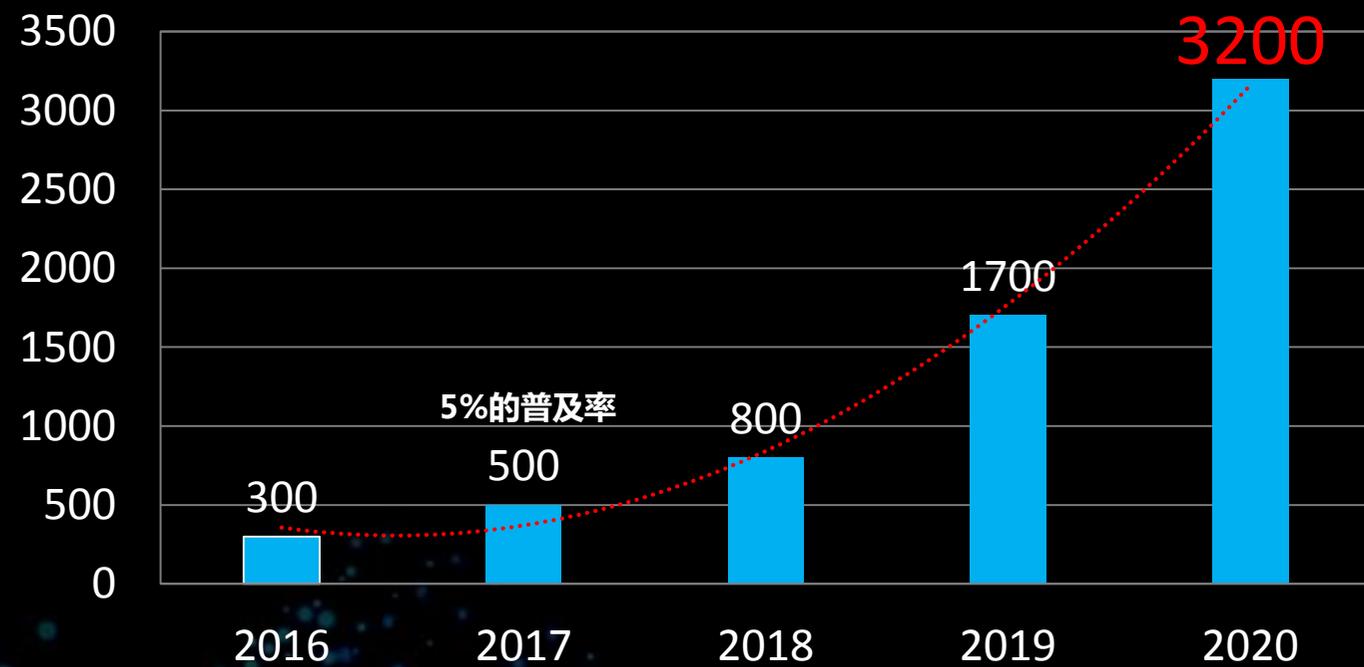
网易家居  
home·163·com

# 2018 中国智能锁消费 白皮书

联合出品：德施曼小嘀 | 天猫 | 网易家居

关键词一

3200万套



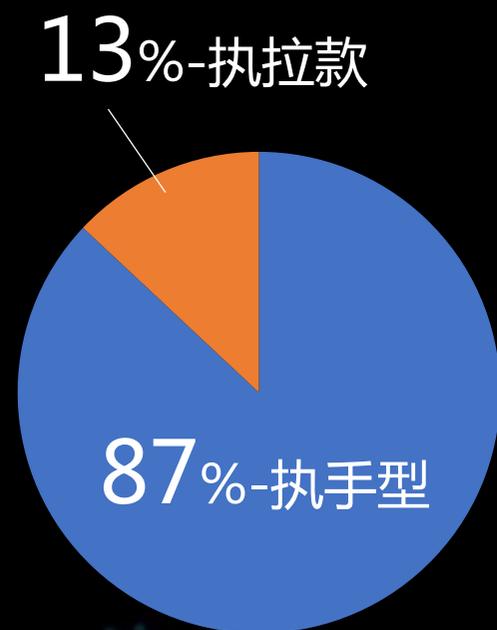
## 产业规模

2016 ~ 2018年：入户门锁为主要增长点

2019 ~ 2020年：将带动其他品类智能锁大规模增长

2017年，中国智能锁行业整体销量超过500万套。

预计到2020年，中国智能锁销量将突破3200万套。



87%

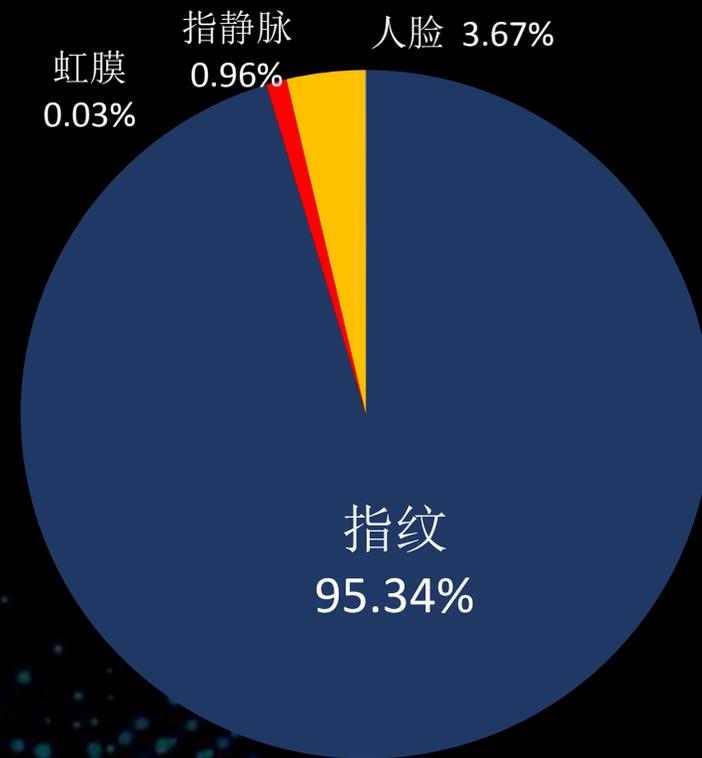
13%

## 智能锁机械结构领域 技术发展现状

目前智能锁主要以传统执手型为主，推拉型智能锁由于大多不能带动天地钩，不符合中国国情及相关安全需求，目前总体上占比不高。

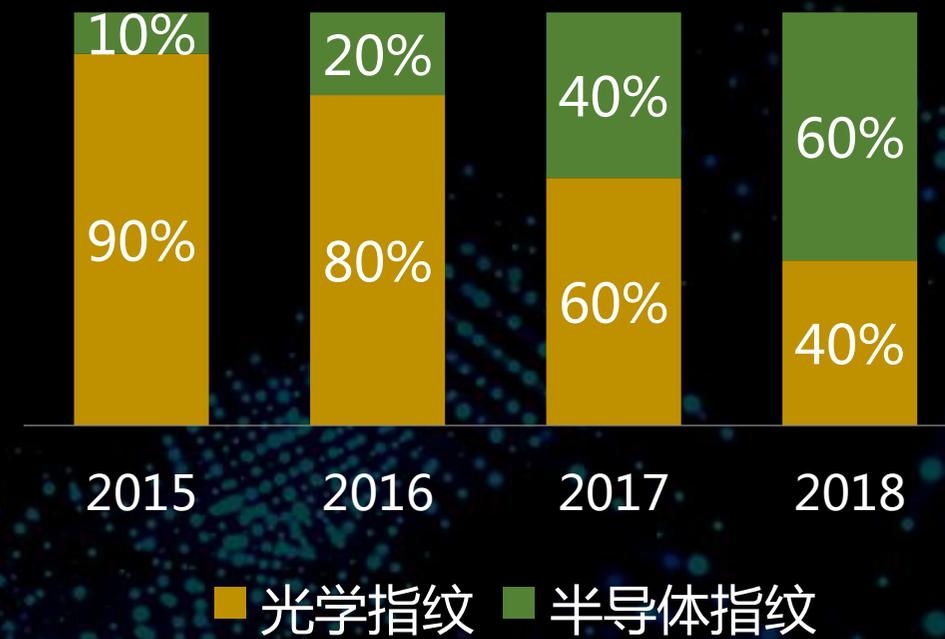
# 技术发展

### 生物识别技术市场占比



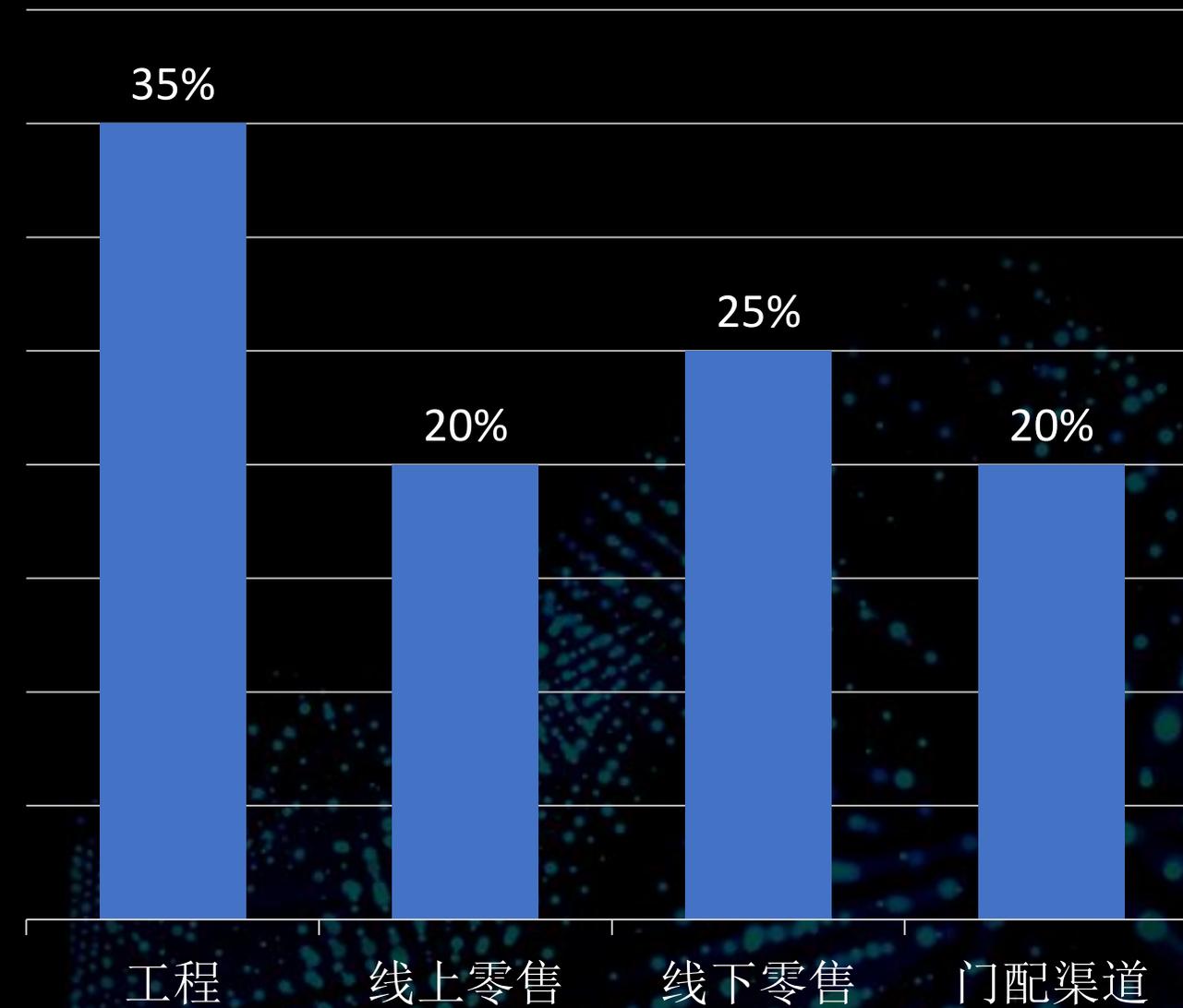
### 2018年

### 半导体识别智能锁的占比将超过光学识别



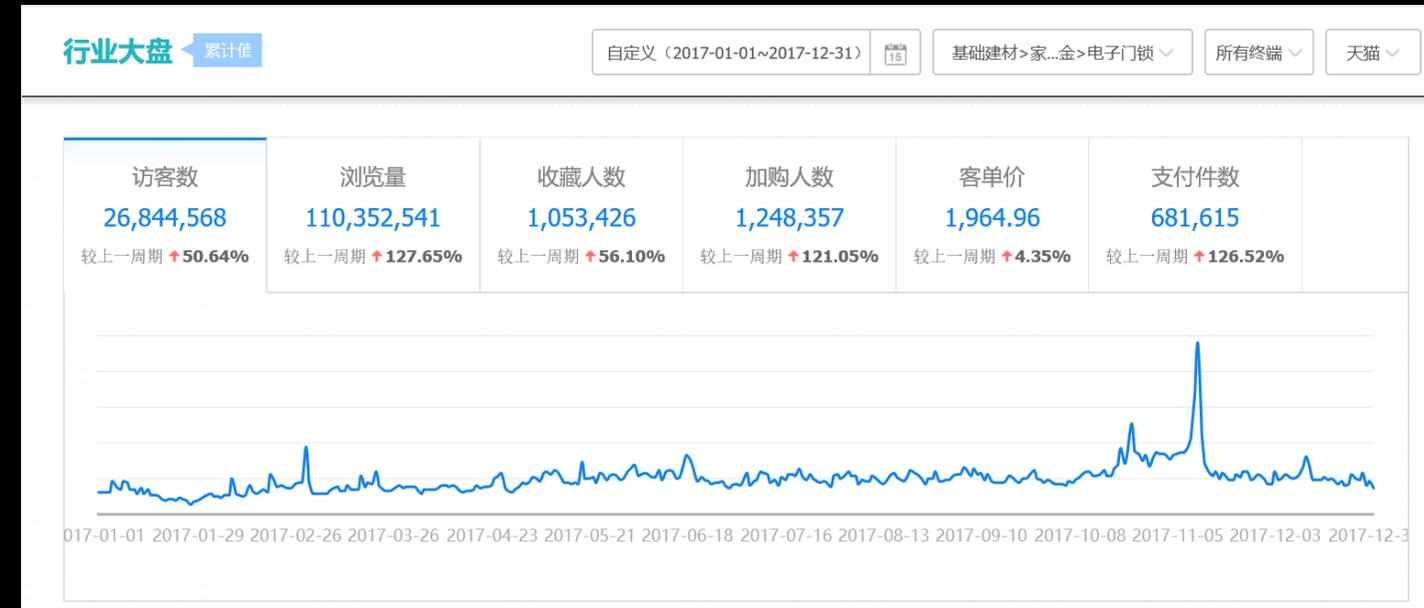
## 各渠道销售占比

房地产市场B2B工程采购仍旧是行业出货最大的领域，占比约达35%。但是在增速上，线上及线下零售增长最快，2017年增长超过100%



# 零售市场

线上零售的增长速度明显快于线下零售，以线上智能锁销售的核心平台天猫为例：  
相比2016年，2017天猫平台智能锁的支付件数增长了126.52%。**目前线上智能锁零售平台中，天猫已形成绝对优势。**





2017年10月 天猫智能锁联盟成立，  
并启动了《天猫智能门锁行业标准》，  
旨在联合各核心品牌共同推进行业的规范化及客户体验的最优化。

## 首届天猫智能锁联盟成员名单

理事长单位：德施曼（小嘀）

理事单位：西勒奇

理事单位：凯迪仕

理事单位：亚太天能

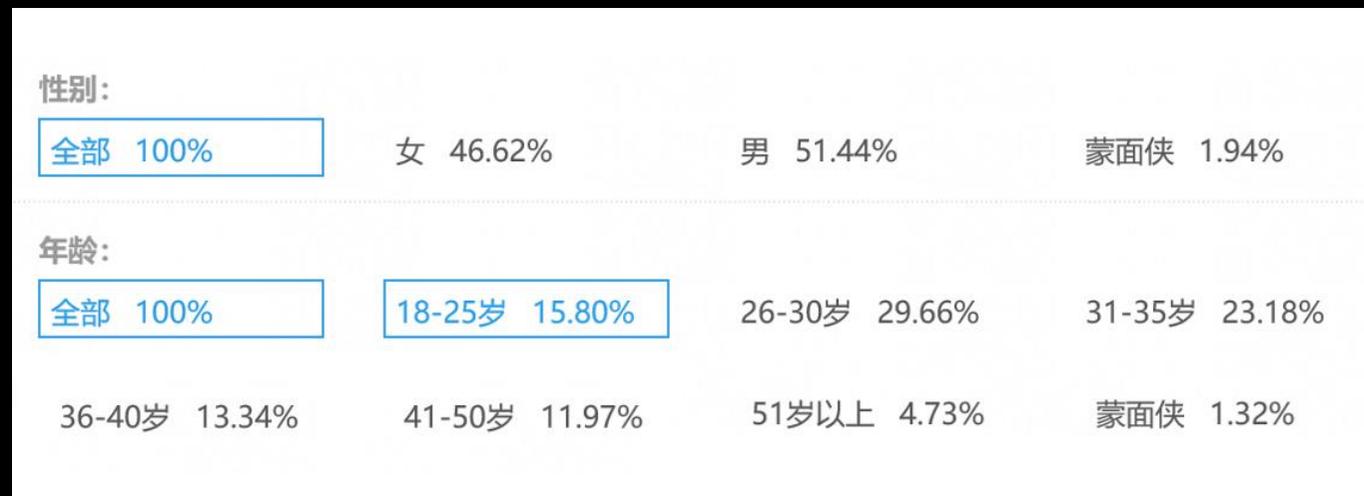
理事单位：金指码

## 关键词二

渗透率 **10**%

## 人群特征

天猫平台消费者大数据分析显示，总体上男性消费者略多于女性消费者，而消费年龄段以26-35岁为主，约占总消费人群的52.84%

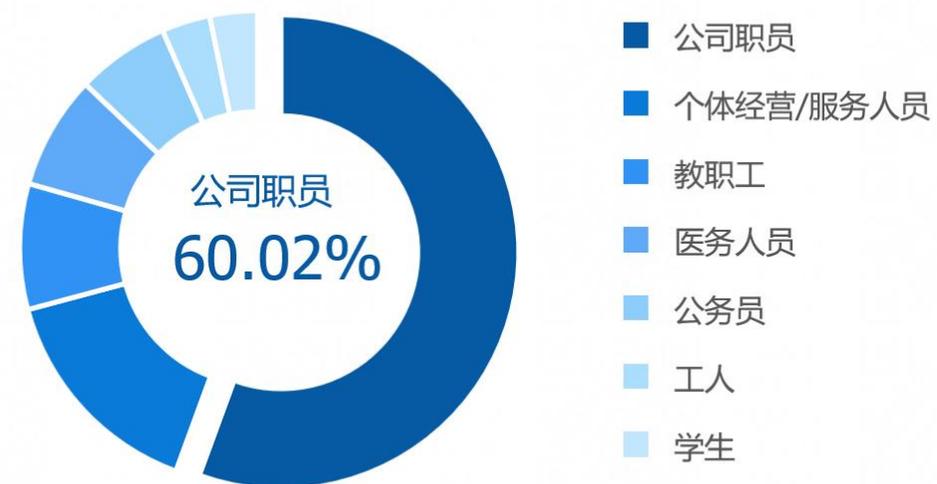


注：本数据来自生意参谋，取数周期为2018年6月1-30日

## 职业结构

线上消费人群以公司职员为主，但是教职工和医务人员的占比值得关注，这两类人群的比例异常突出

职业分布



注：本数据来自生意参谋，取数周期为2018年6月1-30日

## 区域结构

浙江、江苏以及广东为智能锁零售大省，而杭州和上海的消费能力在所有城市中遥遥领先

| 省份分布排行 |     |         |         | 城市分布排行 |     |         |         |
|--------|-----|---------|---------|--------|-----|---------|---------|
| 排名     | 省份  | 支付买家数占比 | 客单价     | 排名     | 城市  | 支付买家数占比 | 客单价     |
| 1      | 浙江省 | 13.43%  | 2153.68 | 1      | 杭州市 | 8.02%   | 2168.58 |
| 2      | 江苏省 | 11.50%  | 2069.48 | 2      | 上海市 | 6.23%   | 2222.31 |
| 3      | 广东省 | 9.11%   | 2731.15 | 3      | 北京市 | 3.89%   | 2238.9  |
| 4      | 山东省 | 6.63%   | 2095    | 4      | 南京市 | 3.86%   | 2169.28 |
| 5      | 上海  | 6.23%   | 2222.31 | 5      | 成都市 | 3.44%   | 2085.17 |
| 6      | 四川省 | 4.50%   | 2056.33 | 6      | 重庆市 | 3.01%   | 2000.57 |
| 7      | 福建省 | 4.24%   | 2078.04 | 7      | 武汉市 | 2.76%   | 2014.28 |
| 8      | 北京  | 3.89%   | 2238.9  | 8      | 深圳市 | 2.60%   | 4029.8  |
| 9      | 湖北省 | 3.83%   | 1984.29 | 9      | 广州市 | 2.45%   | 2216.81 |
| 10     | 河南省 | 3.72%   | 1954.01 | 10     | 长沙市 | 2.40%   | 2033.13 |

注：本数据来自生意参谋，取数周期为2018年6月1-30日

# 消费偏好

智能锁用户搜索关键词以指纹锁及智能锁为主，而德施曼、三星等少数品牌词也是搜索目标，行业TOP品牌偏好中，德施曼、亚太天能以及鹿客（云丁）较为受到关注。



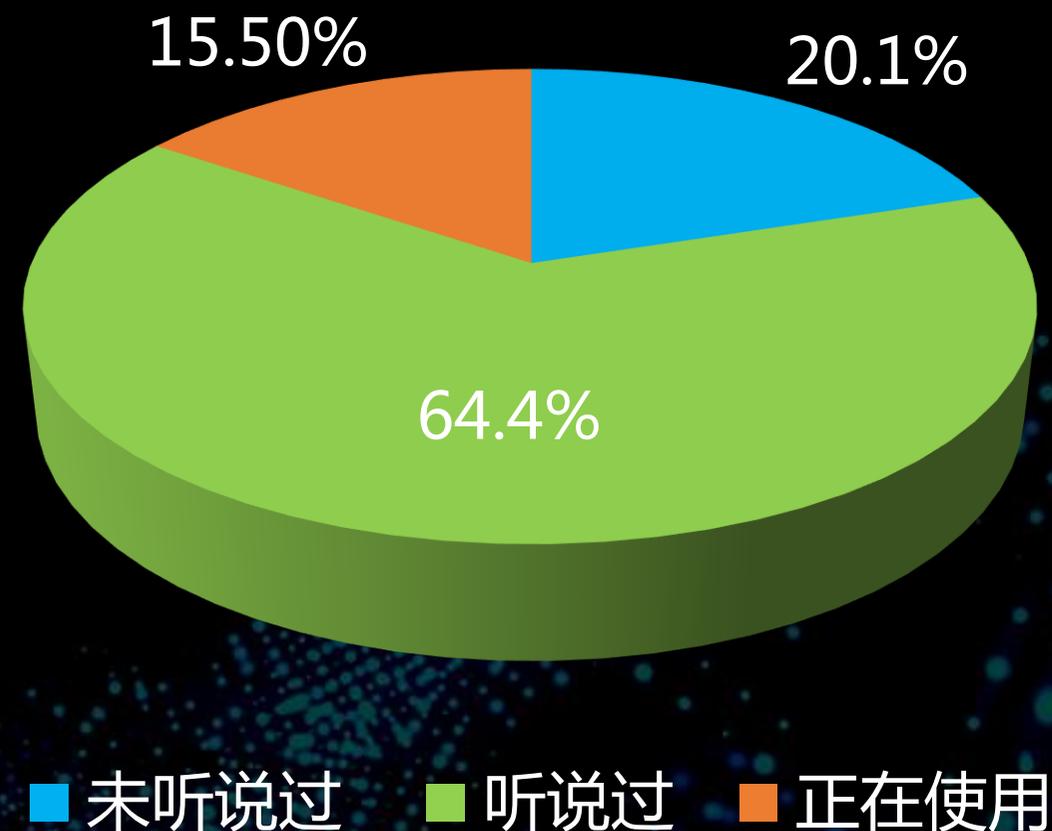
注：本数据来自生意参谋，取数周期为2018年6月1-30日

## 消费认知

20.1%的消费者未听说过智能锁

64.4%的消费者听说过智能锁或者在某些场合接触过智能锁，但因为缺乏了解或者对智能锁存在误解而暂时不打算购买

15.5%的消费者正打算更换或正在使用智能锁



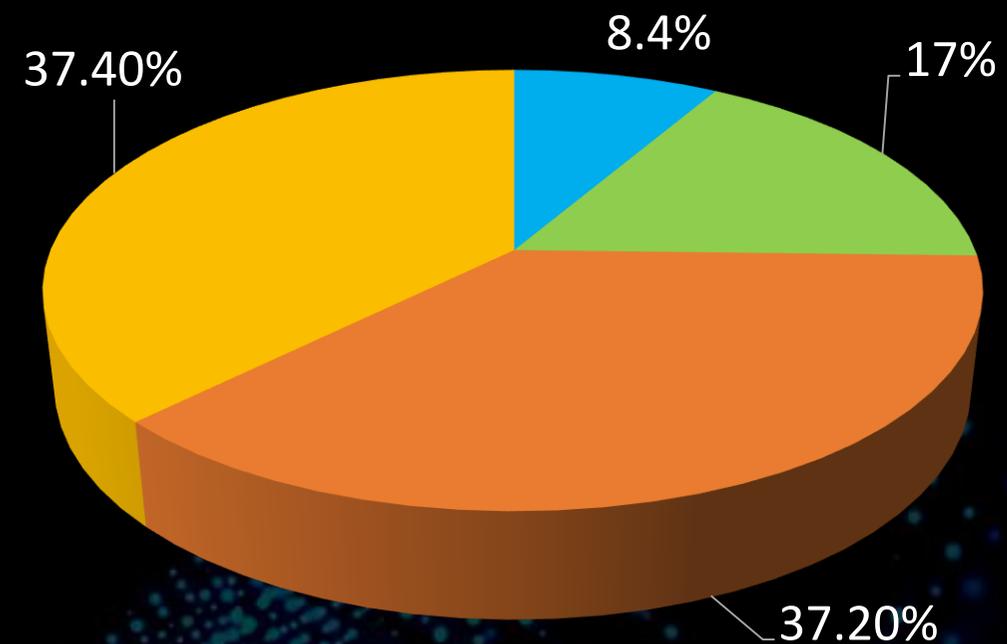
## 不愿更换的原因

8.4%的消费者出于对智能锁安全情况的担忧

17%的消费者担忧电子产品容易损坏

37.2%的消费者因为价格太贵

37.4%的消费者其他原因不打算更换



安全担忧

容易损坏

价格太贵

其他原因

## 消费者选择智能锁的 首要因素

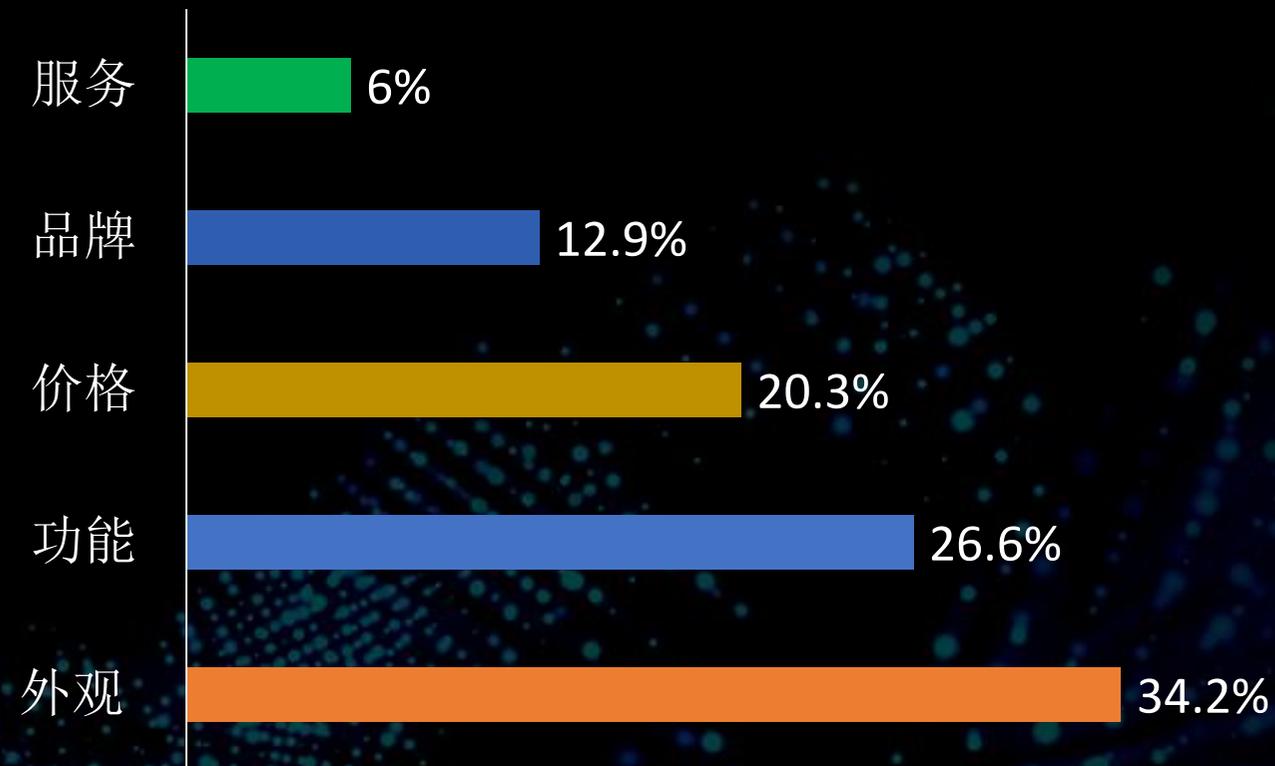
**外观**：跟大多数产品一样，消费者在选择智能锁时，外观也是吸引选择第一要素。

**功能**：智能锁的产品功能，如安全功能、便捷功能、人性化联动功能等，是消费者关注的核心因素之一。

**价格**：满足了消费者对外观和功能的需求，货比三家后，价格会是促使消费者做出选择，最终产生购买行为的主要因素。

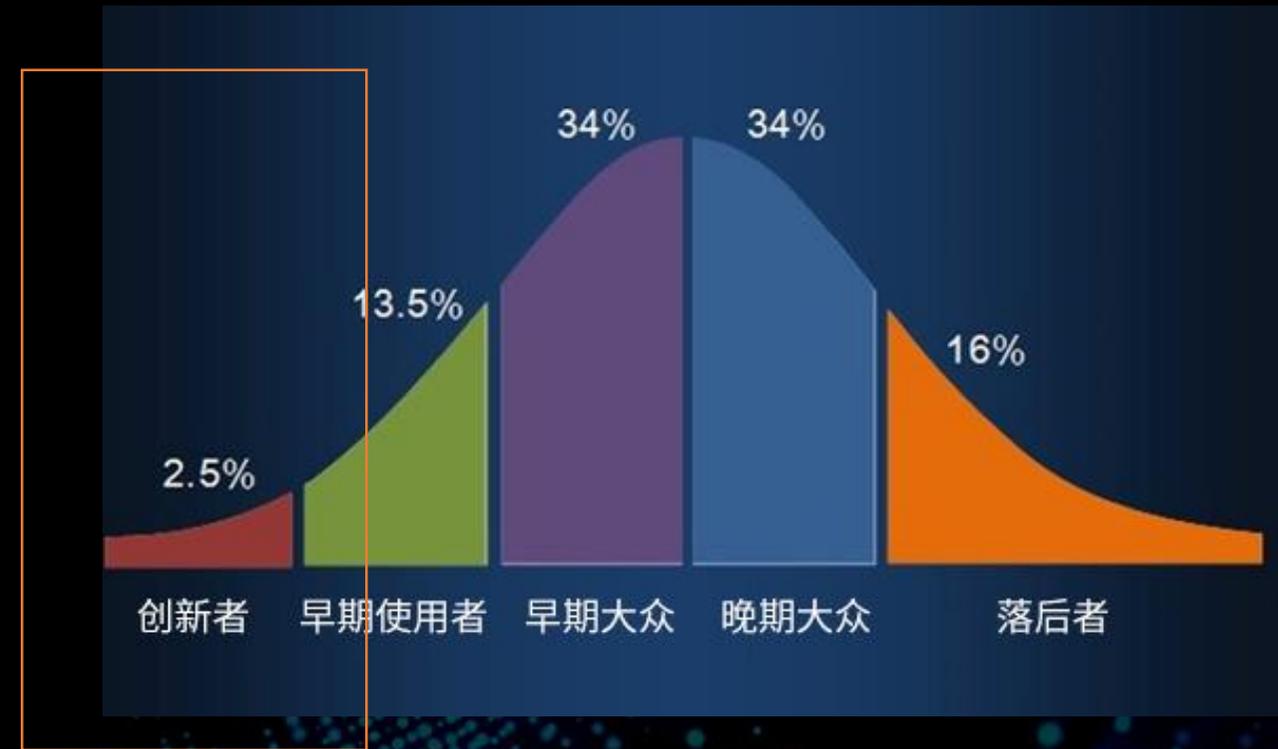
**品牌**：在任何行业，品牌对消费者选择产品时的影响力都不可忽视。品牌过硬，意味着智能锁的产品品质能够得到保证。

**服务**：智能锁具备保障家庭安全的特殊性，企业服务能力的强弱，成为了消费者在选择智能锁时重要的考虑因素。



## 每个行业都有其生命周期

目前智能锁仍旧处于发展初期，购买者以创新者和早期使用者为主，还没到大众普及使用阶段



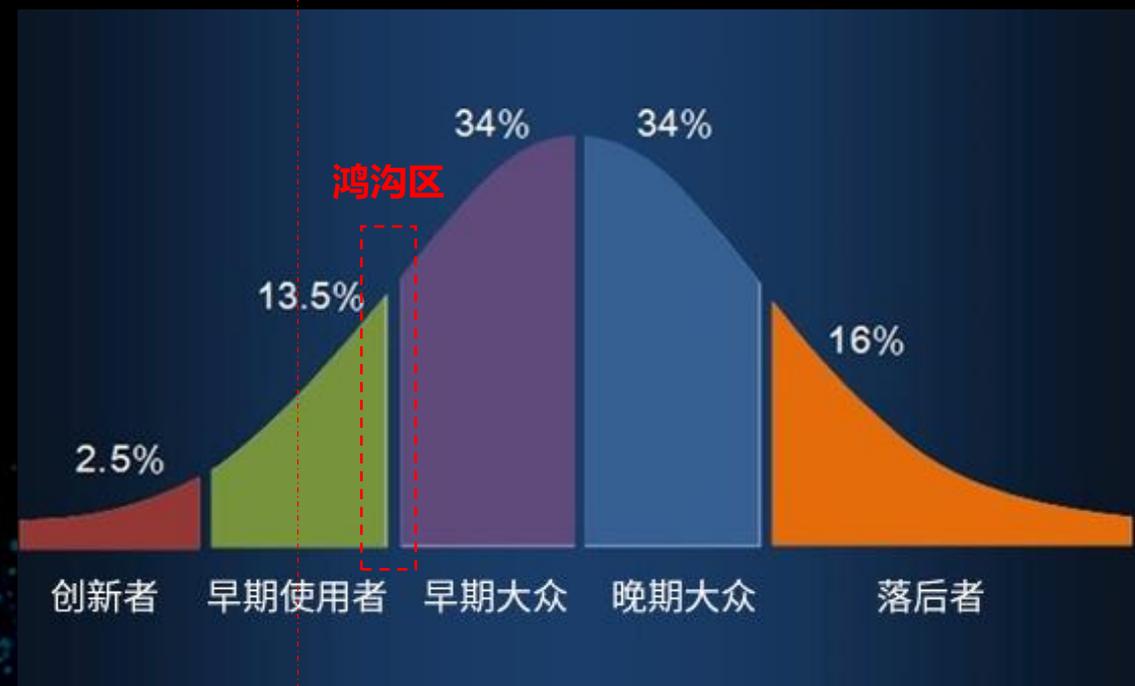
- ①创新者：大胆热衷于尝试新事物，见多识广
- ②早期采用者：地位受人尊敬，通常是社会系统内部最高层次的意见领袖
- ③早期大众：深思熟虑，经常与同事沟通，但很少居于意见领袖的地位
- ④晚期大众：疑虑较多，通常是出于经济必要或社会关系压力才行动
- ⑤落后者：因循守旧，比较闭塞，参考资料是以往经验

## 突破与爆发

我国智能锁消费者主要集中在一二线城市，按一二线城市1.5亿户家庭来算，一二线城市的渗透率已经超过10%。一个新产品想在大众市场上获得成功，就必须到达15%~18%的市场接受度这个转折点（突破鸿沟区），在那时之后，市场才真正打开。

目前在一二线城市，智能锁整体处于跨越鸿沟的前夜，一旦跨越，销量将会骤增。

一二线城市约10%的渗透率

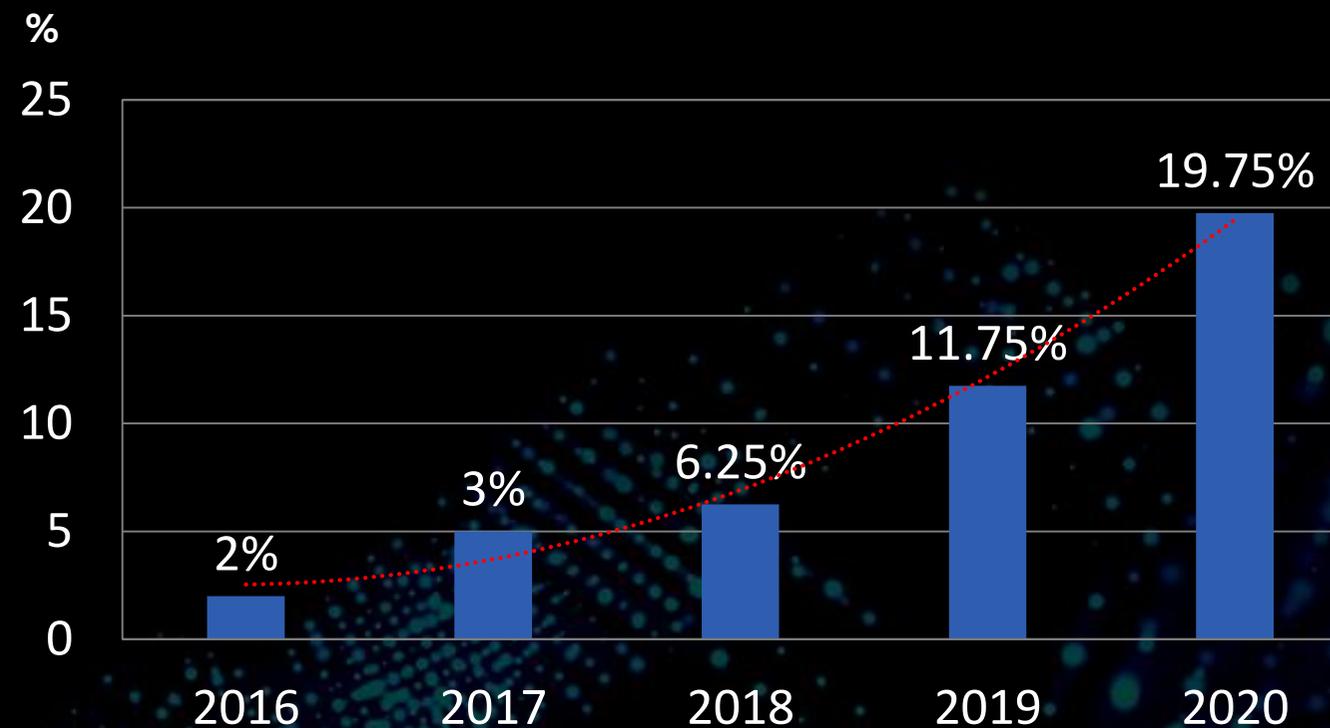


## 关键词三

# O2O新零售

## 新零售驱动行业增长

近两年中国智能锁行业仍以消费者普及和教育为主，整体市场渗透率不高。未来随着智能锁消费市场的成熟，随着新零售的发展与驱动，预计到2020年，我国智能锁市场渗透率将达到19.75%，大幅缩小与日韩等成熟市场的差距。



## 消费发展展望

O2O

### O2O零售市场

线下进行产品体验和服务，线上进行购买，线上线下结合的O2O零售市场，未来将成为我国智能锁行业最大的增长市场。



### 工程市场

商品房精装修后交付，未来有可能成为大部分房产企业的常态，而智能锁将成为中高端楼盘的标配。这部分需求的释放，将会巩固工程市场被O2O零售挤压的市场份额。



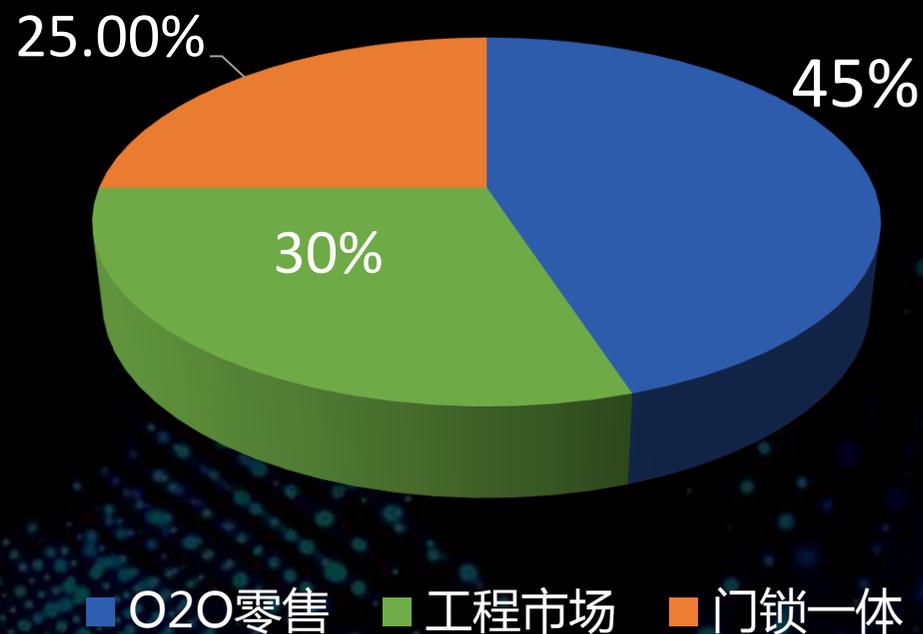
### 智能门锁结合市场

识别、监控、关门等功能全部融合在智能门中，简化消费者的装修行为，智能门与智能锁结合，未来将会成为新的智能锁应用市场。

## 消费发展展望

预计未来我国智能锁应用市场将以线下体验和服务、线上购买的O2O零售为主，工程市场份额将进一步降低，门锁一体市场份额将加大。

**预计到2020年，O2O零售将占45%，工程市场将占30%，门锁一体市场将占25%。**



感谢聆听  
THANK YOU!