



2024年 头豹行业词条报告

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

企业竞争图谱：2024年家庭服务机器人 头豹词条报告系列



文上等2人

2024-06-07

未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：

制造业/电气机械和器材制造业/家用电力器具制造/家用清洁卫生电器具制造

消费品制造/家电家用

词条目录

<h3>行业定义</h3> <p>家庭机器人是为人类服务的特种机器人，主要从事家...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业分类</h3> <p>根据不同的应用领域，服务机器人可分为家庭服务机...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业特征</h3> <p>家庭服务机器人行业特征主要包括行业成长周期短、...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>发展历程</h3> <p>家庭服务机器人行业目前已达到 3个阶段</p> <p>AI访谈</p>
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业规模</h3> <p>家庭服务机器人行业规模暂无评级报告</p> <p>AI访谈 SIZE数据</p>	<h3>政策梳理</h3> <p>家庭服务机器人行业相关政策 7篇</p> <p>AI访谈</p>	<h3>竞争格局</h3> <p>家庭服务机器人市场正处在快速发展的阶段，市场集...</p> <p>AI访谈 数据图表</p>

摘要

家庭服务机器人是为人类服务的特种机器人，能够代替人完成家庭服务工作的机器人，它包括行进装置、感知装置、接收装置、发送装置、控制装置、执行装置、存储装置、交互装置等。家庭服务机器人市场不断扩大，预计到2025年将达到411.2亿美元，年复合增长率达到17.2%。竞争格局方面，iRobot、Ecovacs、Roomba、Husqvarna等公司是市场主要参与者，它们在技术创新、产品质量和品牌知名度等方面具有优势。产业链方面，家庭服务机器人主要由硬件和软件组成，包括传感器、控制器、执行器等硬件组件和机器视觉技术、语音识别技术、路径规划技术等软件技术。未来，随着人工智能技术的不断发展，家庭服务机器人的功能和应用场景将不断拓展，同时隐私保护和安全问题等挑战也将面临。家庭服务机器人行业正迅速崛起，市场规模不断扩大，预计未来五年将保持高速增长。消费者需求增长和技术突破是推动行业发展的主要因素。家庭用户，特别是老年人、家庭主妇和残障人士，对家务劳动替代和辅助有较高需求。然而，市场竞争激烈，企业需要加大研发投入，提高产品和服务质量，以应对市场挑战。尽管存在不确定性因素，但家庭服务机器人行业增长潜力巨大，企业需紧跟市场趋势，提升竞争力。

家庭服务机器人行业定义^[1]

家庭机器人是为人类服务的特种机器人，主要从事家庭服务，维护、保养、修理、运输、清洗、监护等工作的特种机器人。在家居环境或类似环境下使用的，以满足使用者生活需求为目的的服务机器人。除工业自动应用外，能为人类或设备完成有用任务的机器人。**家庭服务机器人**是指在家庭以及类似环境中由非专业人士使用的服务机器人，包括但不限于清洁、烹饪、保健、娱乐等。家庭服务机器人通常具有自主导航、语音识别、人脸识别、智能控制等功能，能够与人类进行交互和沟通。

家庭服务机器人行业分类^[2]

根据不同的应用领域，服务机器人可分为家庭服务机器人和商用服务机器人。家庭服务机器人包括扫地机器人、拖地机器人、擦窗机器人、陪伴型机器人、教育机器人及休闲娱乐机器人等。^[3]

家庭服务机器人（按照应用场景划分）

家庭服务机器人分类

扫地机器人

扫地机器人在家务型机器人市场中占据最大的份额。这类机器人通过激光导航、智能避障等技术，能够高效地清扫地面，节省大量时间和人力。

拖地机器人

拖地机器人在家务市场中占比逐年增长。与扫地机器人类似，拖地机器人也采用智能避障技术，能够自主进行拖地工作。与扫地机器人不同的是拖地机器人配备拖布和拖地水箱，能够在不需人为干预的情况下进行湿拖。

擦窗机器人

擦窗机器人是一种新型的家务机器人，它们能够自动擦拭窗户，避免高空擦窗的危险。擦窗机器人一般通过吸附在窗户表面，然后通过自主移动和擦窗装置进行清洁。

儿童陪伴机器人

儿童陪伴机器人是陪伴型机器人中的主要类别。它们具备智能语言交互、故事播放、音乐播放等功能，能够陪伴孩子玩耍和学习。

老人陪伴机器人

老人陪伴机器人的需求在逐渐上升。它们能够陪伴老人聊天、播放音乐或戏曲，还可进行简单的家务活动，如打开电视、倒水等。老人陪伴机器人的使用能够缓解老年人的孤独感，提高老年人的生活质量。

教育型机器人

教育型机器人针对不同年龄段的学生，提供智能化教育和培训。它们一般具智能化教育和培训。它们一般具有智能语音交互、图形化编程、多功能教材等功能，能够帮助学生在游戏中学习，提高学习兴趣和动手能力。

智能音响

智能音响是一种集音响、语音助手和互联网服务于一身的休闲娱乐机器人。它们能够通过智能语音控制播放音乐、相声等娱乐内容，还可以与用户进行简单的对话交流。

游戏机器人

游戏机器人是一种专门为游戏玩家设计的休闲娱乐机器人。它们能够自动识别游戏机的画面内容，通过智能控制实现游戏的操作，大大提高游戏体验。

家庭服务机器人行业特征^[4]

家庭服务机器人行业特征主要包括行业成长周期短、市场竞争环境较激烈和用户画像明确等。^[5]

1 行业成长周期短

家庭服务机器人目前处于成长期

目前，家庭服务机器人行业正处于成长期，市场需求迅速增长，企业需要加大研发投入，提高产品和服务质量，扩大市场份额。尽管家庭服务机器人目前市场规模相对较小，但复合增长率较高，随着技术的不断进步和消费者需求的变化，该行业具有较大的增长潜力。

2 竞争环境激烈

市场规模增长快，创新研发速度快

家庭服务机器人行业竞争激烈，主要表现在以下几个方面：市场份额争夺、技术创新竞争、产品质量比拼等。其中，市场份额争夺是最为直接的竞争方式。在当前的市场环境下，企业需要不断提高产品质量和服务水平，加强品牌营销，扩大市场份额。同时，还需要加强技术创新和研发，推出更具创新性和竞争力的产品，以满足不断变化的市场需求。在这个市场中，主要参与者包括iRobot、Ecovacs、Neato、Roomba等公司。各企业通过不断推出新的产品和服务，改善用户体验，提高市场占有率。此外，随着新进入者的不断增加，市场竞争也日趋激烈。

3 用户画像明确

用户主要是家庭用户和企业用户

家庭用户主要包括老年人、家庭主妇、残障人士等，对家庭服务机器人有着较高的需求，尤其是对于家务劳动的替代和辅助。家庭用户主要分布在欧美和亚太地区。在购买机器人产品时，用户更注重产品的功能、性能、安全性以及易用性等方面。此外，随着年轻一代消费者的不断崛起，对于智能家居的需求也在不断增加，这将进一步推动家庭服务机器人行业的发展。

[4] 1: <https://dsj.guizho...> | 2: 中国电子学会

[5] 1: <https://www.chinai...> | 2: 中研网

家庭服务机器人发展历程^[6]

家庭服务机器人行业的发展可分为三个阶段，分别为萌芽期、启动期和高速发展期，目前处于高速发展期。在萌芽期，家庭服务机器人整体市场规模较小，消费者对于机器人的认知也相对较低；到启动期后，智能家居需求逐渐增加，行业开始逐步发展；目前行业正在高速发展中，预计未来随着技术的进步和消费者需求的变化，家庭服务机器人市场将会持续发展。^[7]

萌芽期 · 1980-01-01~2000-01-01

家庭机器人开始进入市场，但是它们的功能比较简单，主要是作为玩具或宠物伴侣。这个时期家庭服务机器人主要是一些简单的自动化设备，如自动扫地机器人、自动洗碗机等。机器人主要是基于传统机器人技术和自动化技术，智能化程度较低，功能和性能也比较单一。同时，这个时期的家庭服务机器人行业受到来自技术、成本、安全等多方面的挑战和限制，市场发展相对缓慢。

该时期家庭服务机器人还处于早期概念验证和市场探索阶段。尽管初创企业开始在这个领域展开探索，但受限于技术水平和成熟度，家庭服务机器人的市场应用有限。

启动期 · 2000-01-01~2005-12-31

TOSHIBA公司推出ROC-3轮式机器人，主要面向家庭。Mitsubishi Electric公司推出名为P-3型机器人，这是一个能够进行语音交流和简单家庭任务的机器人。索尼公司推出AIBO机器狗，一种旨在成为家庭伴侣的机器人，具有情感和学习能力。同时，政府也开始出台一系列的政策和措施，支持家庭服务机器人的研发和应用，推动行业的发展。

随着市场竞争的激烈，各企业需要不断提升自己的技术水平和产品质量，以保持市场竞争力。这个时期的家庭服务机器人行业还受到一些市场趋势的影响，如消费者对于智能家居和智能服务的日益增长的需求。

高速发展期 · 2006-01-01~2023-09-01

Roomba550由iRobot公司推出，它是能够进行硬地板吸尘的机器人。同时，随着5G、人工智能等新技术的不断发展，家庭服务机器人的功能和性能也将得到进一步提升。LG公司推出了名为HOM-BOT的轮式机器人，这是一个能够进行语音识别和回应的机器人。Boston Robotics公司推出Handle机器人，这是一个轮式机器人，结合吸尘器、搬运和配送等功能。iRobot公司推出了Roomba i7+，这是第一个能够识别和绘制家庭地图的吸尘器机器人。

该时期家庭服务机器人开始呈现出更多的智能化、个性化和定制化的特征。家庭服务机器人开始进入快速发展期。家庭服务机器人的功能和性能得到较大提升。各企业开始进入这个领域，市场竞争逐渐

激烈，市场集中度有所提高。同时，该时期出现一些技术突破，如人工智能技术的应用和机器视觉技术的突破，这对于家庭服务机器人的智能化提升起到重要的推动作用。

[6] 1: <https://www.robot...>

2: 中国机器人网

[7] 1: <https://gebt.gymf...>

2: messe frankfurt

[10]

家庭服务机器人产业链分析^[8]

产业链构成主要包括家庭服务机器人产业链包括上游原材料、中游制造商和下游销售商三个主要环节。上游包括电机、传感器、电池、控制器等零部件供应商，中游主要是家庭服务机器人制造商和智能家居设备制造商，下游包括各应用领域。

上游零部件是产业链中技术壁垒高、成本占比较大的环节。大部分零部件皆可国产化替代，且对外购买的渠道也已成熟。因此，上游企业掌握较为核心的生产技术，议价能力较高。下游环节中，不同领域的客户组成消费者群体，消费需求涉及家庭清洁、儿童教育、老年人陪伴、娱乐休闲等。随着家庭服务机器人可应用的范围变广，下游公司的类型也越来越丰富。总体来看，产业链质量和技术水平将直接影响到家庭服务机器人的性能和可靠性，因此上游供应商的选择和管理对制造商来说至关重要。同时，下游销售渠道和广告代理公司的选择和管理也直接影响到家庭服务机器人的销售和市场推广。^[9]

上 产业链上游

生产制造端

硬件与系统集成：芯片、伺服系统、控制器、传感器、减速器等零部件，以及机器视觉、语音识别等系统集成

上游厂商

[华为技术有限公司 >](#)

[浙江大华技术股份有限公司 >](#)

[宁德时代新能源科技股份有限公司 >](#)

[查看全部](#) ▾

产业链上游说明

家庭服务机器人主要零部件价格维持在相对稳定的水平。其中，**电池、电机、电子元件等核心原材料的均价在1,000-2,000元之间，占整体生产成本的15%-20%**。另外，部分原材料如金属、塑料等的价格也有所波动，但对整体生产成本的影响较小，**价格波动幅度在10%-20%之间**。家庭服务机器人的市场平均售价约为**3,000-5,000元**。通过对不同类型和功能的家庭服务机器人的价格进行分析，可以发现产品单价与产品性能、品牌影响力等因素密切相关。

家庭服务机器人的供给量和需求量均**呈现稳步增长的态势，年增长率约为10%-15%**。由于部分关键原材料的供应紧张，导致部分生产商的供给能力受到一定的限制。因此，**市场供需关系仍然处于紧张状态，对家庭服务机器人的生产和销售产生一定的影响。**

从竞争格局来看，中国与日本、欧美技术差距仍然很大，尤其是减速机和伺服电机。约有75%的精密减速器由日本进口，主要供应商是哈默纳科、纳博特斯克和住友公司等；伺服电机和驱动超过80%依赖进口，主要来自日本、欧美。然而，核心零部件国产化的趋势逐渐显现。例如谐波减速器出货量已经达到了每年8万台，RV减速器近几年累计在自主品牌机器人上实现近2万台的应用。**综上所述，中国家庭服务机器人上游环节对外依赖强，但国产化趋势明显，议价能力逐渐提高。**

中 产业链中游

品牌端

家庭服务机器人的研发和制造

中游厂商

[北京小鱼在家科技有限公司 >](#)

[厦门雅迅网络股份有限公司 >](#)

[深圳市图为科技发展有限公司 >](#)

[查看全部 >](#)

产业链中游说明

格局分析：家庭服务机器人中游**市场集中度较高**。其中，XYZ-Robotics公司以导航技术和工作流程占据行业领头羊的地位，其市场份额达到20%。此外，其他头部企业包括SoftBank的Pepper机器人、KUKA的LBR iiwa系列等。

盈利/商业模式分析：家庭服务机器人盈利模式主要包括**产品销售、服务收费和订阅模式等**。以XYZ-Robotics公司的机器人为例，其**产品价格**在**10,000美元至20,000美元之间**，其中成本结构主要包括硬件、软件研发及制造成本。此外，XYZ-Robotics提供升级和维护服务，以及基于SaaS模式订阅服务，进一步提高盈利水平。

技术路线分析：在导航技术方面，**激光雷达、摄像头和传感器等技术的发展使得机器人在家庭环境中的导航和定位精度不断提高**。在机械臂设计方面，KUKA、ABB等公司开发的机械臂技术已经成熟，能够完成各种复杂任务。在人工智能方面，机器人的智能水平逐渐提升，可学习和适应新的任务场景。

渠道分析：家庭服务机器人产业链中的渠道主要包括**直销、代理商、电商平台和线下零售店等**；各渠道占比各渠道占比情况如下：电商平台50%，实体店30%，代理商15%，直销5%。其中，直销和代理商模式在机器人的推广和销售中发挥重要作用。电商平台如Amazon、京东等则提供便捷的销售渠道，降低产品推广的门槛。此外，线下零售店也是机器人销售的重要渠道之一，消费者可以在实体店

中亲自体验和购买机器人产品。渠道的多样性和灵活性为家庭服务机器人的市场拓展提供有力支持。家庭服务机器人行业的平均营业利润率约10%。

产业链下游

渠道端及终端客户

家庭服务机器人应用领域：包括医疗、养老、家政、消防、物流等领域

渠道端

阿里巴巴（中国）网络技术有限公司 >

京東集團股份有限公司 >

国美电器有限公司 >

查看全部 v

产业链下游说明

家庭服务机器人用户可根据购买目的和使用场景分为家庭清洁、儿童教育、老年人陪伴、娱乐休闲等。不同类型用户的选择取决于需求和生活习惯。家庭服务机器人核心消费人群主要是年轻家庭和有孩子的家庭，对于家庭清洁和儿童教育的需求较大。此外，老年人陪伴和娱乐休闲类的机器人也逐渐受到年轻人的青睐。目前，用户在使用家庭服务机器人时，主要痛点包括机器人的**智能化程度不足、使用体验不佳、功能单一且重复等**。预计行业将更加注重产品的智能化、个性化和服务化，机器人的功能和应用场景将进一步拓展，涵盖家庭清洁、陪伴教育、医疗护理、健康护理、家庭安防等多个领域。

[8] 1: <https://baijiahao.b...> | 2: 中关村产业研究院

[9] 1: <https://www.seccw...> | 2: 深圳电子商会

[10] 1: <https://baijiahao.b...> | 2: <https://www.seccw...> | 3: 深圳电子商会

家庭服务机器人行业规模

一、行业规模数据：家庭服务机器人行业在全球范围内迅速崛起，市场规模不断扩大。同时，预计未来五年家庭服务机器人市场规模将继续保持高速增长，到2027年年复合增长率达到20%。在市场份额方面，家庭服务机器人市场呈现出高度集中的特点。几家头部企业如iRobot、Roomba、Ecovacs等占据市场份额的70%以上。其中，扫地机器人是家庭服务机器人的主要类别，占据市场份额的50%以上。

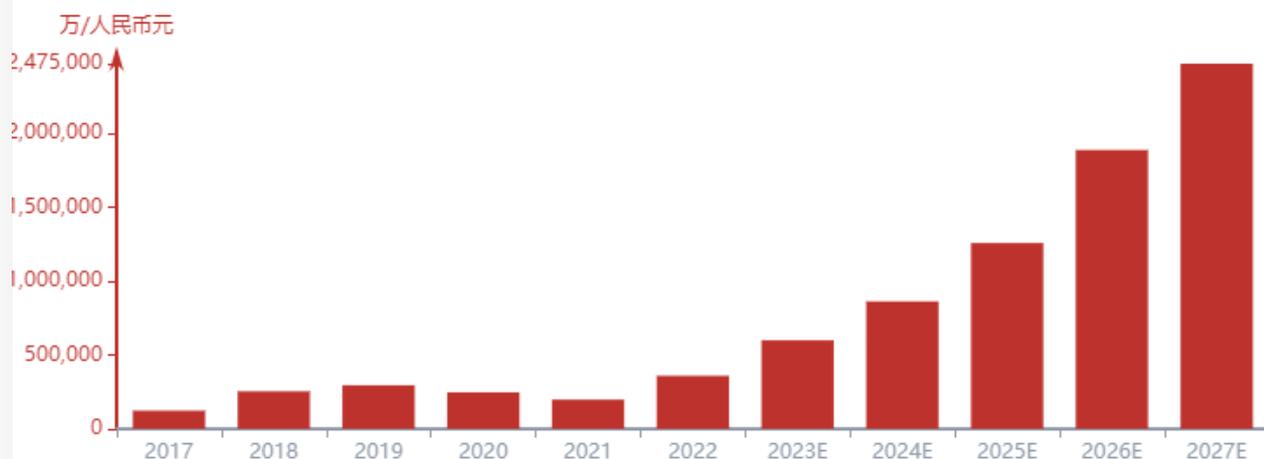
二、行业规模历史增长原因：家庭服务机器人市场规模的增加主要受到以下因素的影响：**1) 需求拉动：**消费者对于家庭服务机器人的需求不断增加。一是消费者对家务劳动的省力和高效的需求，二是消费者对家庭健康和安全的关注度提高。目前全球家庭服务机器人出货量达到5,000万台，同比增长35%。其中，智能扫地机器人、家庭智能助手等产品的销量逐年上升，表明消费者对家庭服务机器人的需求不断增长。**2) 技术突破：**近年来，人工智能、机器视觉、传感器等技术的不断突破，使得家庭服务机器人的智能化程度不断提高，能够更好地理解用户需求，提供更加高效、精准的服务。例如，智能扫地机器人通过不断升级的导航系统和传感器技术，能够更加智能地规划清扫路径，提高清洁效率。同时，家庭智能助手的智能化程度也在不断提高，能够更好地帮助用户完成各种家务任务。

三、行业规模趋势形成原因：行业的发展与增长受到多方面因素影响，主要包括：**1) 中国老龄化人口增长加快：**2023年中国人口自然增长率为-1.48%，中国65岁及以上老年人口达到2.17亿，占全国总人口的15.4%；预计到2030年中国将进入超级老龄化社会，65岁及以上老年人口将超过20%；人口老龄化的发展趋势使家庭服务机器人需求将持续扩大。**2) 新消费带动作用增强：**中国居民消费内容和消费模式正在发生转变，从注重质的需求到个性多样化需求转变；此外，年轻消费群体对于智能产品需求加速发展，带动家庭服务机器人市场增长。**3) 技术进步赋能：**人工智能、物联网、大数据、云计算等产业跨界深度融合，以及智能芯片、传感器等硬件国产化替代加速，家庭服务机器人软硬件技术的商业化步伐加快，逐渐告别“伪智能”负面标签，预计中国家庭服务机器人市场将逐步扩大。

家庭服务机器人行业规模

家庭服务机器人行业规模

家庭服务机器人行业规模，2017-2027E



数据来源：中国统计局、深圳人工智能协会、头豹研究院

家庭服务机器人政策梳理^[11]

[12]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	关于促进家庭服务机器人产业发展的指导意见	中国工业和信息化部	2023-01-01	7
政策内容	政策提出发展家庭服务机器人产业的指导思想和基本原则，明确了政府、企业和社会的责任和义务。同时，政策还提出了一系列支持家庭服务机器人产业发展的措施，包括财政支持、税收优惠、人才引进等。			
政策解读	该政策的出台将进一步促进家庭服务机器人产业的发展，提高家庭服务机器人的质量和安全性，同时也为企业提供了更多的发展机遇。政策鼓励企业进行技术创新，促进家庭服务机器人的普及和应用，满足人们对智能家居的需求。			
政策性质	鼓励性政策			

[12]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	关于加强家庭服务机器人安全管理的通知	中国国家市场监督管理总局	2023-04-01	8
政策内容	政策提出了加强家庭服务机器人安全管理的措施，包括加强产品质量监管、完善安全标准、加强售后服务等。同时，政策还要求企业对家庭服务机器人的使用进行充分说明和指导，确保居民的安全使用。			
政策解读	该政策的出台将进一步保障家庭服务机器人的安全性和稳定性，确保居民的生命财产安全。同时，政策还将促进家庭服务机器人行业的规范化发展，提高家庭服务机器人的质量和竞争力。			
政策性质	规范类政策			

[12]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	智能家居产业发展法案	国务院	2022-01-01	8
政策内容	法案提出了发展智能家居产业的指导思想和基本原则，明确了政府、企业和社会各方面的责任和义务。同时，法案还提出了一系列支持智能家居产业发展的措施，包括财政支持、税收优惠、人才引进等。			
政策解读	该法案的出台将进一步促进智能家居产业的发展，提高智能家居产品的质量和安全性，同时也为企业提供了更多的发展机遇。			
政策性质	规范类政策			

[12]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	家庭机器人安全标准	国家市场监督管理总局	2023-04-01	8
政策内容	标准对家庭机器人的各项安全指标进行了详细规定，包括机械安全、电气安全、软件安全等方面。同时，标准还对家庭机器人的性能和功能进行了规定，确保家庭机器人的稳定性和可靠性。			
政策解读	该标准的出台将进一步保障家庭机器人的安全性和稳定性，确保家庭成员的安全和健康。同时，标准还将促进家庭机器人行业的规范化发展，提高家庭机器人的质量和竞争力。			
政策性质	指导性政策			

[12]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	机器人教育普及计划	教育部	2022-09-01	5
政策内容	计划提出了针对不同年龄段学生的机器人教育课程，包括基础课程、拓展课程和深入课程。同时，计划还提出了一系列机器人教育实践活动，包括机器人设计比赛、机器人志愿服务等。			
政策解读	该计划的出台将进一步促进机器人技术的发展和應用，提高青少年对机器人技术的认识和兴趣，为中国机器人产业的发展提供更多的人才支持。政策性质：该政策是一项教育性政策，具有教育指导意义。			
政策性质	鼓励性政策			

[12]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	家庭机器人税收优惠政策	财政部	2023-05-01	7
政策内容	政策规定对购买家庭机器人进行一定的税收减免，减免幅度根据不同类型的家庭机器人和购买者的情况而定。同时，政策还规定了对家庭机器人维修和保养的税收优惠政策。			
政策解读	该政策的出台将鼓励家庭购买和使用家庭机器人，提高家庭生活质量。同时，税收优惠政策也将促进家庭机器人行业的发展，提高家庭机器人的市场竞争力和占有率。			
政策性质	鼓励性政策			

[12]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
------	------	------	------	----

	《关于限制家庭服务机器人使用范围的通知》	国家机器人技术监管局	2023-05-01	-4
政策内容	1. 规定在部分区域和场合限制使用家庭服务机器人，如儿童无人看护、老年人照料、危险作业等场景。2. 要求家庭服务机器人在产品设计和功能实现上，必须经过国家机器人技术监管局的审批和测试，方能投入市场。			
政策解读	该政策出台的原因是为了保障居民的人身安全和隐私权益，避免家庭服务机器人在某些场景下可能带来的风险。同时，政策也强调了家庭服务机器人制造商和销售商的责任，要求在产品设计和使用上遵循严格的规范，以确保机器人的安全性和可靠性。			
政策性质	规范类政策			

[11] 1: <https://www.gov.c...> | 2: <https://www.gov.c...> | 3: 中国政府网

[12] 1: <http://www.report...> | 2: 中机院

家庭服务机器人竞争格局^[13]

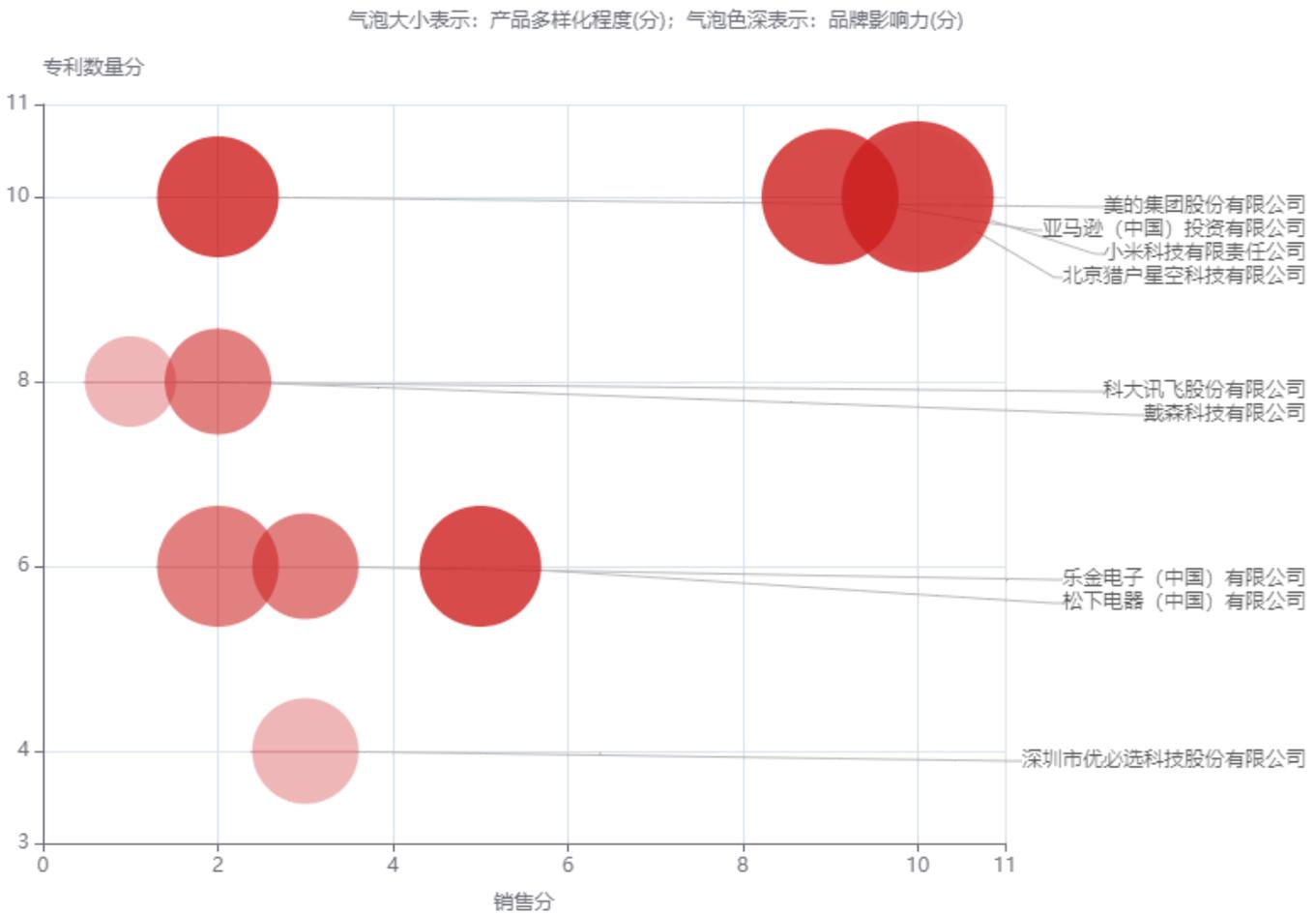
家庭服务机器人市场正处在快速发展的阶段，**市场集中度较高。在全球市场中，家庭服务机器人格局分为四类厂商：传统机器人企业、家电企业、互联网企业和创业公司。**1) **传统机器人企业**：包括Roomba、iRobot凭借先发优势，占据市场的主导地位；2) **家电企业**：包括Whirlpool、LG电子等也凭借其品牌和渠道优势，在家庭服务机器人市场占据重要地位；3) **互联网企业**：Google、Amazon等则通过其强大的技术实力和大数据优势，成为市场的重要参与者；4) **创业公司**：Kuri、Anki等则以创新的产品设计和营销策略，赢得消费者的喜爱。

目前，中国本土市场竞争格局来看，第一梯队为科沃斯、云鲸、小米、石头等，科沃斯起步较早、资金充足并且品类较丰富，市占率在40%-50%之间；而云鲸（市占率在15%-20%）、小米（~10%）和石头（~10%）等企业通过产品创新、品牌营销和技术也迅速抢占市场。第二梯队为美的、海尔、iRobot、360等品牌（总体市占率~10%），在渠道或技术方面具备明显优势，但综合实力有待增强；第三梯队为哇力、云米、追觅、浦桑尼克等，处于行业中等水平，但市场份额较小（市占率~5%）；第四梯队为清易、睿米、致洁、松乔等，创新能力有待提高。

在未来，预计家庭服务机器人竞争格局将发生以下几个变化：1) **竞争将更加激烈**：随着更多企业的加入，市场竞争将更加激烈，各企业将需要不断提升产品和服务质量，以赢得消费者的青睐。2) **领域将更加多元化**：未来的家庭服务机器人将不再局限于传统的家务劳动替代，而是将涉及更多的领域，例如健康护理、情感陪伴

等。3) **智能化和个性化将成为竞争的关键**：随着消费者对家庭服务机器人的需求越来越个性化和智能化，拥有先进技术和优秀用户体验的产品将在竞争中占据优势。^[14]

[18]



上市公司速览

小米集团 (01810)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
3.8千亿	2.8千亿	-14.7000	-

美的集团股份有限公司 (000333)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	2.7千亿元	3.45	23.61

科大讯飞股份有限公司 (002230)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	28.9亿元	-17.64	41.88

[13] 1: <https://m.ofweek.com> | 2: <http://www.rmlt.com> | 3: 维科网, 人民论坛网

[14] 1: <https://www.chinain.com> | 2: 中研网

[15] 1: <https://dsj.guizho.com> | 2: 各企业年报和官网

[16] 1: <https://baijiahao.baidu.com> | 2: 央广网

[17] 1: <http://www.rmlt.c...> | 2: 各企业官网, 人民论坛网

[18] 1: <https://dsj.guizho...> | 2: 各企业官网和年报, 中...

家庭服务机器人代表企业分析

1 科大讯飞股份有限公司【002230】

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	232308.4333万人民币
企业总部	合肥市	行业	研究和试验发展
法人	刘庆峰	统一社会信用代码	91340000711771143J
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	1999-12-30
品牌名称	科大讯飞股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	增值电信业务; 专业技术人员培训; 计算机软、硬件开发、生产和销售及技术服务; 系统工... 查看更多		

· 财务数据分析

财务指标	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023(Q1)
销售现金流/营业收入	0.85	0.96	0.99	0.92	0.96	0.92	0.97	-	-	-
资产负债率(%)	24.5358	22.2538	30.6817	40.3875	46.3375	41.6202	47.7703	44.775	48.729	47.213
营业总收入同比增长(%)	41.5968	40.8734	32.7766	63.9731	45.4119	27.3008	29.2297	40.607	2.766	-17.638
归属净利润同比增长(%)	36.0031	12.0878	13.9047	-10.2707	24.7058	51.1211	66.4831	-	-	-
应收账款周转天数(天)	189.3242	188.7089	174.9526	143.8159	135.0895	151.3877	145.873	127	166	306
流动比率	2.3836	2.9774	2.1947	1.6112	1.3354	1.6648	1.4413	1.63	1.635	1.788
每股经营现金流(元)	0.5231	0.4007	0.2275	0.2612	0.5487	0.6966	1.0207	0.384	0.271	-0.718
毛利率(%)	55.6343	48.8951	50.5196	51.3794	50.0261	46.0202	45.1162	-	-	-
流动负债/总负债(%)	84.8198	85.7468	78.8999	83.4317	81.9754	82.0683	87.5915	82.941	75.458	69.547
速动比率	2.1896	2.6381	1.8456	1.2479	1.0898	1.3901	1.1547	1.421	1.409	1.511

摊薄总资产收益率(%)	8.1809	6.4392	5.2837	4.0345	4.315	5.3276	6.4169	5.536	1.747	-0.179
营业总收入滚动环比增长(%)	46.3676	30.1759	73.622	60.2335	27.0359	49.4961	95.599	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	191.2552	207.3742	8790.7143	455.0873	5358.7679	997.3604	793.0686	-	-	-
加权净资产收益率(%)	10.79	9.17	7.5	5.74	6.94	8.22	10.97	-	-	-
基本每股收益(元)	0.47	0.34	0.37	0.33	0.27	0.4	0.64	0.7	0.24	-0.03
净利率(%)	21.884	17.4578	14.9611	8.8009	7.8054	9.3571	11.0696	8.7952	2.6494	-3.2905
总资产周转率(次)	0.3738	0.3688	0.3532	0.4584	0.5528	0.5694	0.5797	0.651	0.586	0.089
归属净利润滚动环比增长(%)	123.0864	150.3192	820.3134	333.7751	264.9265	141.9939	173.4243	-	-	-
每股公积金(元)	2.4136	2.8846	3.1329	3.7834	2.1924	3.1699	3.2988	4.4466	4.3172	4.3217
存货周转天数(天)	69.0979	69.4806	100.4324	101.6145	87.8027	61.7369	80.7121	80	83	150
营业总收入(元)	17.75亿	25.01亿	33.20亿	54.45亿	79.17亿	100.79亿	130.25亿	183.14亿	188.20亿	28.88亿
每股未分配利润(元)	1.1009	0.91	1.1507	1.3041	1.0581	1.3038	1.6917	2.0884	2.157	2.1327
稀释每股收益(元)	0.47	0.34	0.37	0.32	0.26	0.38	0.61	0.68	0.24	-0.02
归属净利润(元)	3.79亿	4.25亿	4.84亿	4.35亿	5.42亿	8.19亿	13.64亿	15.56亿	5.61亿	-57895269
扣非每股收益(元)	0.36	0.26	0.2	0.27	0.13	0.24	0.36	0.44	0.18	-0.1456
经营现金流/营业收入	0.5231	0.4007	0.2275	0.2612	0.5487	0.6966	1.0207	0.384	0.271	-0.718

竞争优势

科大讯飞作为中国人工智能领域的领先企业，拥有强大的人工智能技术和语音识别技术。这些技术实力使得科大讯飞能够为家庭服务机器人提供更加精准、高效的语音识别和交互功能，提升消费者的使用体验。其次，科大讯飞注重创新和研发，不断推出具有创新性和前瞻性的家庭服务机器人产品。其产品设计新颖、功能齐全，能够满足消费者多样化的需求。比如，科大讯飞推出的智能家居机器人具备了智能语音助手、智能家居控制等多项功能，成为消费者生活中不可或缺的伙伴。此外，科大讯飞拥有完善的售后服务和保障体系。家庭服务机器人作为一种高价值、需要后续服

务的商品，科大讯飞提供的优质售后服务能够让消费者更放心地购买和使用其产品。通过建立完善的售后服务体系和线上服务平台，科大讯飞能够及时响应消费者的需求并提供专业的解决方案。

2 美的集团股份有限公司【000333】



公司信息

企业状态	开业	注册资本	702169.8756万人民币
企业总部	佛山市	行业	商务服务业
法人	方洪波	统一社会信用代码	91440606722473344C
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	2000-04-07
品牌名称	美的集团股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	生产经营家用电器、电机及其零部件；中央空调、采暖设备、通风设备、热泵设备、照明设... 查看更多		

财务数据分析

财务指标	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2022	2023(Q1)
资产负债率(%)	61.983	56.511	59.568	66.577	64.94	64.4	65.526	64.046	63.398
营业总收入同比增长(%)	17.105	-2.278	14.882	51.349	7.874	7.144	2.158	0.787	6.508
应收账款周转天数(天)	22	26	27	23	26	25	26	28	30
流动比率	1.182	1.297	1.352	1.426	1.403	1.5	1.312	1.265	1.234
每股经营现金流(元)	5.88	6.273	4.133	3.725	4.181	5.535	4.204	4.953	1.325
毛利率(%)	25.9636	26.542	28.9257	26.5116	29.1557	30.5529	6.79	14.28	-
流动负债/总负债(%)	98.098	98.892	87.759	72.097	76.049	74.215	77.982	76.245	79.448
速动比率	0.976	1.152	1.177	1.179	1.175	1.275	1.144	1.042	1.084
摊薄总资产收益率(%)	9.669	10.201	9.808	8.256	7.906	8.56	8.22	7.293	1.862
营业总收入滚动环比增长(%)	2.6389	-6.3292	9.453	-13.7679	-14.5344	-14.583	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-56.7302	-20.9411	-59.7344	-59.6838	-40.9464	-64.8072	-	-	-
加权净资产收益率(%)	29.49	29.06	26.88	25.88	25.66	26.43	-	-	-

基本每股收益 (元)	2.49	2.99	2.29	2.66	3.08	3.6	3.93	4.34	1.18
净利率(%)	8.2209	9.8415	9.9733	7.7317	8.3378	9.0854	9.6779	8.6678	8.462
总资产周转率 (次)	1.304	1.111	1.062	1.15	1.015	0.984	0.858	0.849	0.223
归属净利润滚动 环比增长(%)	-33.8719	-36.9555	-43.3379	-45.4121	-53.0454	-52.7606	-	-	-
每股公积金(元)	3.0895	3.4009	2.1051	2.4251	2.7692	2.8171	3.1989	2.8144	3.0277
存货周转天数 (天)	51	45	41	45	57	56	54	64	49
营业总收入(元)	1423.11亿	1393.47亿	1598.42亿	2419.19亿	2618.20亿	2793.81亿	2857.10亿	3457.09亿	966.36亿
每股未分配利润 (元)	5.1744	6.9208	5.8998	7.2591	8.8192	10.4295	12.3862	17.1037	18.1854
稀释每股收益 (元)	2.49	2.99	2.28	2.63	3.05	3.58	3.9	4.33	1.18
归属净利润(元)	105.02亿	127.07亿	146.84亿	172.84亿	202.31亿	242.11亿	272.23亿	295.54亿	80.42亿
扣非每股收益 (元)	2.2479	2.57	2.1	2.41	3.05	3.38	3.55	4.2	1.0968
经营现金流/营 业收入	5.88	6.273	4.133	3.725	4.181	5.535	4.204	4.953	1.325

• 竞争优势

美的集团作为中国家电行业的领军企业，拥有强大的品牌影响力和市场份额。这一优势使得消费者对美的集团推出的家庭服务机器人产品保持高度的关注度和信任度，从而促进产品的销售和市场份额的增长。其次，美的集团在家庭电器和智能制造领域拥有丰富的技术积累和经验。这使得美的集团能够为家庭服务机器人提供更先进、更稳定的算法和硬件，保障产品的性能和质量。同时，美的集团在人工智能和物联网领域也具有强大的研发实力，这为开发高性能、高质量的家庭服务机器人提供了强大的技术支持。此外，美的集团注重创新和设计，不断推出具有创新性和前瞻性的家庭服务机器人产品。其产品设计新颖、功能齐全，能够满足消费者多样化的需求。同时，美的集团还通过与合作伙伴的联合开发，拓展了家庭服务机器人产品的应用场景和功能范围。最后，美的集团注重为消费者提供优质的售后服务和保障。家庭服务机器人作为一种高价值、需要后续服务的商品，美的集团提供的优质售后服务能够让消费者更放心地购买和使用其产品。同时，美的集团还通过建立完善的销售渠道和拓展线上销售平台，为消费者提供更加便捷的购买体验和售后服务。

3 TCL科技集团股份有限公司【000100】

• 公司信息

企业状态	开业	注册资本	1877908.0767万人民币
------	----	------	------------------

企业总部	惠州市	行业	研究和试验发展
法人	李东生	统一社会信用代码	91441300195971850Y
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	1982-03-11
品牌名称	TCL科技集团股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	研究、开发、生产、销售：半导体、电子产品及通讯设备、新型光电、液晶显示器件，货物... 查看更多		

财务数据分析

财务指标	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023(Q1)
资产负债率(%)	71.079	66.329	68.909	66.223	68.422	61.247	65.082	61.246	63.294	63.637
营业总收入同比增长(%)	18.406	3.515	1.811	4.794	1.598	-33.898	2.328	113.284	1.769	-2.77
应收账款周转天数(天)	43	47	46	46	45	53	49	34	35	34
流动比率	1.156	0.996	1.128	1.109	1.019	1.118	0.925	1.079	1.091	1.161
每股经营现金流(元)	0.573	0.605	0.657	0.681	0.774	0.849	1.19	2.343	1.079	0.263
毛利率(%)	125.2113	18.8436	16.9088	20.536	15.6683	11.4715	13.6089	-	-	-
流动负债/总负债(%)	72.673	72.813	66.371	68.061	59.773	42.648	42.309	42.72	38.419	35.873
速动比率	0.96	0.829	0.938	0.929	0.766	0.987	0.801	0.905	0.885	0.946
摊薄总资产收益率(%)	3.724	2.509	1.238	1.733	1.965	1.464	2.076	3.55	0.078	-0.148
营业总收入滚动环比增长(%)	25.2185	11.1498	-1.8436	-2.171	4.7288	7.5088	44.2097	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-12.269	-23.9402	-249.2973	-79.9017	-101.2319	-206.068	205.6968	-	-	-
加权净资产收益率(%)	18.21	10.4	7.17	10.86	11.98	9.09	13.75	-	-	-
基本每股收益(元)	0.348	0.2141	0.1312	0.2178	0.2566	0.1986	0.3366	0.7463	0.0191	-0.0326
净利率(%)	4.1896	3.0886	2.0076	3.1769	3.5861	4.8813	6.6059	9.1469	1.0736	0.2823
总资产周转率(次)	1.182	1.022	0.823	0.726	0.642	0.419	0.363	0.577	0.498	0.107
归属净利润滚动环比增长(%)	29.2951	13.3689	-93.1339	-13.0659	8.2798	-91.6626	189.188	-	-	-

每股公积金(元)	0.27	0.4151	0.2891	0.4395	0.4426	0.4226	0.3879	0.4333	0.7335	0.7033
存货周转天数 (天)	47	38	44	52	64	69	39	31	38	47
营业总收入(元)	1012.97 亿	1048.78 亿	1066.18 亿	1117.27 亿	1134.47 亿	750.78亿	768.30亿	1636.91 亿	1666.32 亿	394.66亿
每股未分配利润 (元)	0.5591	0.5556	0.5982	0.6347	0.7381	0.8216	0.9985	1.6007	1.1415	1.1093
稀释每股收益 (元)	0.3475	0.2141	0.1312	0.2178	0.2562	0.1935	0.3226	0.7354	0.0185	-0.0322
归属净利润(元)	31.83亿	25.67亿	16.02亿	26.64亿	34.68亿	26.18亿	43.88亿	100.57亿	2.61亿	-548999 154
扣非每股收益 (元)	0.1993	0.1401	0.0011	0.0973	0.1175	0.0178	0.225	0.7009	-0.1972	-0.0428
经营现金流/营 业收入	0.573	0.605	0.657	0.681	0.774	0.849	1.19	2.343	1.079	0.263

竞争优势



TCL作为一家全球知名的电子产品制造商，在家庭电器和智能制造领域拥有丰富的经验和技術积累。这使得TCL能够为家庭服务机器人提供更稳定、更可靠的硬件和软件，保障产品的性能和质量。同时，TCL在人工智能、物联网和云计算等新兴技术领域也具有强大的研发实力，这为开发高性能、高质量的家庭服务机器人提供了强大的技术支持。其次，TCL注重创新和设计，不断推出具有创新性和前瞻性的家庭服务机器人产品。其产品设计新颖、功能齐全，能够满足消费者多样化的需求。同时，TCL还通过与合作伙伴的联合开发，拓展家庭服务机器人产品的应用场景和功能范围。此外，TCL注重为消费者提供优质的售后服务和保障。家庭服务机器人作为一种高价值、需要后续服务的商品，TCL提供的优质售后服务能够让消费者更放心地购买和使用其产品。同时，TCL还通过建立完善的销售渠道和拓展线上销售平台，为消费者提供更加便捷的购买体验和售后服务。

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包

括但不限于数据、文字、图表、图像等)，可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

业务合作

- ◆ 头豹是中国领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商。围绕“协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：**报告库、募投、市场地位确认、二级市场数据引用、白皮书及词条报告**等产品，以及其他以企业为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的增长咨询服务等。
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展。

合作类型

会员账号

阅读全部原创报告和百万数据

定制报告/词条

募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

白皮书

定制行业/公司的第一本白皮书

招股书引用

内容授权商用、上市

市场地位确认

赋能企业产品宣传

云实习课程

丰富简历履历

13080197867 李先生

18129990784 陈女士

www.leadleo.com

深圳市华润置地大厦E座4105室

诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

词

