

AI 重塑智家时代，扩容开启万亿蓝海

——智能家居深度报告

报告要点：

● 智能家居迈入主动智能、跨生态互联新时代

5G+AIoT 的赋能全面革新智能家居产品形态；Matter 协议标准化实现了设备的跨品牌互通、通信协议兼容，同时互联平台入场，设备企业全面支持多平台，生态融合（跨品牌兼容、云服务互通、协议兼容等）成为主流趋势；此外，2022 年生成式 AI 的突破性发展，通过深度学习用户行为模式，设备可自主制定个性化场景策略，推动智能家居进入“主动智能”新阶段。

● 政策持续加码，智能家居产业迈向标准化、场景化新生态

自 2020 年以来，国务院、工信部等多部门密集出台《国家新一代人工智能标准体系建设指南》《推进家居产业高质量发展行动方案》等政策，重点围绕技术标准化（加快 AIoT 技术标准统一，推动跨品牌设备互联）、产业链协同（鼓励绿色智能产品研发、场景化集成）、消费激励（以旧换新、补贴等）、场景扩容（智慧社区、适老化改造与医疗健康等新场景深度融合）等方面推动智能家居行业持续健康发展。

● 行业规模扩容叠加细分赛道多级增长，新蓝海蓄势待发

2023 年，中国智能家居市场规模 7558.1 亿元，2020-2023 年 CAGR 为 13.68%。细分来看，智能家电、智能娱乐占据智能家居超 80% 的市场规模，其次是智能连接（756 亿元）、智能安防（378 亿元）、智能光感（227 亿元）、智能能源管理（76 亿元）。根据全国专业标准化技术委员会委员、中国智能家居产业联盟投资董事长周军的报告《2025 智能家居消费趋势洞察》，美国、中国、英国、日本、德国是当前全球智能家居最活跃的国家，亚太地区增速最快，中国未来 3-5 年有望实现翻倍增长。

● 智能家居核心产业链：头部玩家路径分化，四大阵营同台竞争

核心产业链主要玩家可以分为四大类：**1) 智能家居全生态链企业（小米、华为、萤石等）：**平台+硬件双轮驱动，聚焦全屋智能方案，依靠强研发能力，产品覆盖家居全场景，主打自有生态闭环。**2) 单品硬件企业（科沃斯、石头科技、极米等）：**专注特定垂直领域，以技术驱动型爆品打开市场。**3) 传统家电企业（美的、格力、海尔等）：**利用品牌影响力和渠道资源，将传统家电智能化升级，并扩展至全屋产品。**4) 互联网企业（阿里、京东、腾讯等）：**以平台生态构建为核心，整合第三方硬件品牌，扩展服务场景。

投资建议

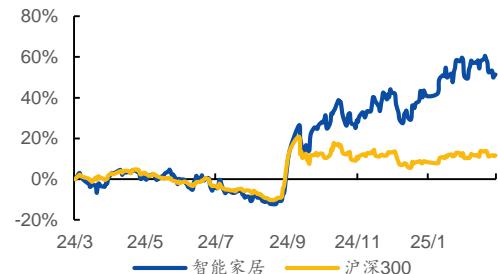
智能家居行业在技术奇点、政策扶持与消费升级共振下，有望持续增长，投资逻辑分为 4 条主线：1) 建议关注聚焦智能家居全生态链领先企业，如小米、萤石网络等；2) 智能家居细分赛道的领先企业，如科沃斯，石头科技等；3) 凭借品牌、渠道、资金实力，积极布局智能家居赛道的传统家电企业，如美的、格力、海尔等，4) 积极入局 AIoT 平台生态构建的互联网企业，如阿里、京东、腾讯等。

风险提示

AI 落地不及预期、协议兼容性推进不及预期、政策变动风险。

推荐|维持

过去一年市场行情



资料来源：Ifind

相关研究报告

《国元证券行业研究-智能家居行业双周报：两会政策定调，智能家居迎估值重构》2025.03.14

《国元证券行业研究-智能家居行业双周报：巨头借力 DeepSeek，竞推“AI+”新品》2025.03.02

报告作者

分析师 朱宇昊

执业证书编号 S0020522090001

电话 021-51097188

邮箱 zhuyuhao@gyzq.com.cn

目 录

| | |
|--------------------------------------|----|
| 1. 智能家居迈入主动智能、跨生态互联新时代 | 4 |
| 2. 政策持续加码，智能家居产业迈向标准化、场景化新生态 | 6 |
| 3. 行业规模扩容叠加细分赛道多级增长，新蓝海蓄势待发 | 7 |
| 4. 智能家居核心产业链：头部玩家路径分化，四大阵营同台竞争 | 8 |
| 5. AI 奇点催生智能家居新纪元，技术、场景驱动生态扩容 | 11 |
| 5.1 全屋智能硬件企业 | 11 |
| 5.1.1 小米 | 11 |
| 5.1.2 华为 | 13 |
| 5.1.3 萤石网络 | 15 |
| 5.2 单品硬件企业 | 16 |
| 5.2.1 科沃斯 | 16 |
| 5.2.2 石头科技 | 17 |
| 5.2.3 极米科技 | 18 |
| 5.3 传统家电企业 | 18 |
| 5.3.1 格力电器 | 18 |
| 5.3.2 美的集团 | 19 |
| 5.3.3 海尔智家 | 20 |
| 5.4 互联网企业 | 21 |
| 5.4.1 百度 | 21 |
| 5.4.2 阿里 | 22 |
| 5.4.3 京东 | 22 |
| 5.4.4 腾讯 | 23 |
| 6. 投资建议 | 24 |
| 7. 风险提示 | 24 |

图表目录

| | |
|-------------------------------------|----|
| 图 1：智能家居发展历史 | 4 |
| 图 2：中国智能家居市场规模及增速 | 7 |
| 图 3：智能家居分品类市场规模及占比（亿元，%） | 7 |
| 图 4：智能家居全屋产品体系 | 8 |
| 图 5：智能家居产业链 | 9 |
| 图 6：小米集团 IoT 与生活消费产品业务收入及增速 | 11 |
| 图 7：小米集团 IoT 设备数量及增速 | 11 |
| 图 8：拥有五件及以上连接至小米 AIoT 平台设备用户数 | 11 |
| 图 9：米家 app、小爱同学月活 | 11 |
| 图 10：小米集团大家电业务收入增速 | 12 |
| 图 11：部分智能家电产品出货量情况 | 12 |
| 图 12：小米 IoT 平台合作企业 | 12 |

| | |
|--|----|
| 图 13: 华为鸿蒙智联中智能家居生态产品矩阵 | 13 |
| 图 14: 华为智能家居产品矩阵（仅列举冰箱、洗衣机、浴霸、扫地机器人四个品类） | 14 |
| 图 15: 华为鸿蒙智家“1+2+N”解决方案 | 15 |
| 图 16: 萤石网络总收入、归母净利及增速 | 16 |
| 图 17: 萤石网络月活数据 | 16 |
| 图 18: 萤石物联网云平台核心数据（截至 2023 年底） | 16 |
| 图 19: 萤石网络智能家居硬件产品销量及增速 | 16 |
| 图 20: 科沃斯收入、归母净利及增速 | 17 |
| 图 21: 科沃斯服务机器人、智能生活电器收入及增速 | 17 |
| 图 22: 石头科技收入、归母净利及增速 | 17 |
| 图 23: 智能扫地机销售量及增速 | 17 |
| 图 24: 极米科技收入、归母净利及增速 | 18 |
| 图 25: 极米科技投影设备出货量及增速 | 18 |
| 图 26: 格力电器收入、归母净利及增速 | 19 |
| 图 27: 格力零碳健康家 | 19 |
| 图 28: 美的集团收入、归母净利及增速 | 20 |
| 图 29: 美居 APP 情况 | 20 |
| 图 30: 海尔智家收入、归母净利及增速 | 20 |
| 图 31: 三翼鸟发展历史 | 20 |
| 图 32: 2023 年 2 月小度 APP 月活及增速 | 21 |
| 图 33: 已接入小度智能家居平台的品牌及平台 | 21 |
| 图 34: 云小微平台整合微信生态、AI 技术与腾讯系内容资源 | 23 |
| 图 35: 云小微合作客户 | 24 |
| | |
| 表 1: 智能家居大事记 | 5 |
| 表 2: 智能家居产业支持政策 | 6 |
| 表 3: 智能家居核心产业链主要玩家 | 10 |
| 表 4: 华为智能家居发展历程 | 15 |
| 表 5: 京东物联网发展历程 | 22 |

1. 智能家居迈入主动智能、跨生态互联新时代

智能家居迈入主动智能、跨生态互联新时代。21世纪以来，随着科技的不断进步和人们生活水平的提高，智能家居产业正逐渐成为现代生活的重要组成部分。智能家居以其便捷、高效、舒适的特点，越来越受到消费者的青睐。回顾智能家居的发展历史，主要可以分为萌芽期、单品智能、场景互联、全面智能四个发展阶段：

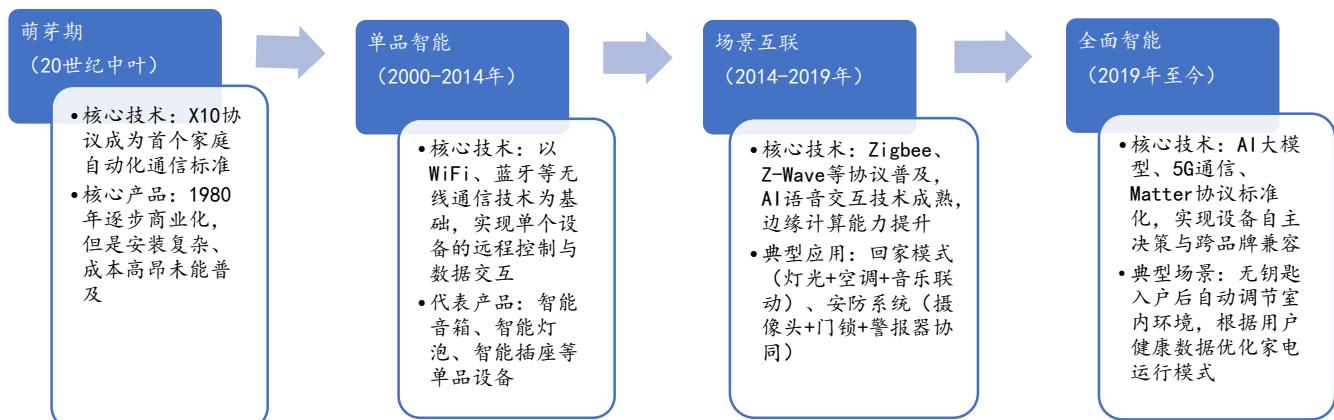
(1) 萌芽期（20世纪）：智能家居的萌芽可追溯至20世纪，西屋电气工程师发明Echo IV家庭智能中控主机，成为世界首个智能家居中控。1971年，用于智能家居领域的微控制器和微处理器诞生。1975年，X10协议成为智能家居行业首个里程碑，它通过电力线载波技术实现设备互联，1980年商业化后曾短暂掀起热潮，但因安装复杂、成本高昂未能普及。

(2) 单品智能阶段（2000-2013年）：进入21世纪，无线通信技术与总线系统的突破为智能家居注入新活力。宽带网络和Wi-Fi的普及，为设备联网进行远程控制奠定了基础。技术成熟催生了首批消费级智能单品。这些产品虽以独立功能为主，但通过手机APP实现了基础远程控制，初步构建起“单品智能”生态。

(3) 场景互联阶段（2014-2019年）：互联网、手机等企业开始搭建平台式的Link生态圈，设备厂家开始全面提及“全屋智能”概念。智能音箱、智能门锁、智能摄像机成为千万级的爆品种类，平台企业赛道相互融合。这一阶段以科技巨头主导的平台竞争为核心，通过协议升级和标准探索，实现了设备从单品智能到跨品牌联动的突破，但兼容性问题仍待解决。

(4) 全面智能阶段（2019年至今）：5G+AIoT的赋能全面革新智能家居产品形态；Matter协议标准化实现了设备的跨品牌互通、通信协议兼容，同时互联平台入场，设备企业全面支持多平台，生态融合（跨品牌兼容、云服务互通、协议兼容等）成为主流趋势；此外，2022年生成式AI的突破性发展，通过深度学习用户行为模式，设备可自主制定个性化场景策略，推动智能家居进入“主动智能”新阶段。

图1：智能家居发展历史



资料来源：2020中国智能家居生态发展白皮书，36氪，DoNews快讯，电子产品世界，泛家居网，百度开发者中心，Silicon Labs公众号，电子工程专辑，国元证券研究所

表 1：智能家居大事记

| 时间 | 大事记 |
|---------|--|
| 1971 年 | 用于智能家居领域的微控制器和微处理器诞生。 |
| 1975 年 | X10 协议成为智能家居行业首个里程碑，它通过电力线载波技术实现设备互联，1980 年商业化后曾短暂掀起热潮，但因安装复杂、成本高昂未能普及。 |
| 21 世纪初期 | 以 Zigbee、Z-Wave、WiFi、蓝牙为代表的无线通信技术突破，与总线系统的革新共同为智能家居产业奠定技术基础。此时，智能家居通信网络架构逐步明确为总线技术、无线技术及电力载波技术三大核心体系，标志着现代智能家居系统通信架构的基本成型。 宽带网络和 Wi-Fi 的普及，为设备联网进行远程控制奠定了基础。 |
| 2007 年 | iPhone 问世使得移动端控制家居设备成为可能。 |
| 2014 年 | 国外：谷歌收购 Nest，创下当时智能家居领域最高收购纪录，彼时 Nest 凭借 Nest Learning Thermostat（2011 年）和 Nest Protect（2013 年）两款产品，已建立起“硬件设计+AI 学习”的差异化优势。亚马逊发布首款智能音箱 Echo，搭载语音助手 Alexa，标志着人机交互从手动操作向自然语言过渡。苹果推出智能家居平台 Apple HomeKit，通过 iOS 设备和 Siri 语音助手实现对家居设备的统一控制与自动化管理。七家组织（谷歌、三星、Nest、ARM、Big Ass Fans、飞思卡尔和 Silicon Labs）联合成立 Thread Group，致力于解决物联网（IoT）市场和技术上的固有挑战。 国内：小米推出 69 元的智能灯泡和 49 元的智能插座，凭借低价策略迅速打开市场。 |
| 2016 年 | 谷歌推出 Google Assistant、Google Home，加速安卓系统与智能家居设备的整合。 Zigbee 3.0 协议的发布统一了跨品牌设备通信标准，降低了兼容性门槛。 |
| 2018 年 | Apple、Lutron、Nordic 和 Siemens 加入 Thread Group 董事会，推动基于 IPv6 的稳定连接协议。 |
| 2019 年 | 亚马逊、苹果、谷歌、三星 SmartThings 和 ZigBee 联盟联合发起成立 CHIP 联盟，联合全球超过 200 家公司和数千名专家，共同推广新的应用层协议-CHIP（Connected Home over IP）协议，将 Zigbee、Thread、蓝牙和 Wi-Fi 等不同组件整合到一个总体标准中，以简化智能家居设备商开发成本，提高产品之间兼容性，标志着行业首次系统性制定跨平台互操作标准。 |
| 2020 年 | 5G 开启商业化进程。 |
| 2021 年 | Zigbee 联盟更名为 CSA（Connectivity Standards Alliance，连接标准联盟），CHIP 项目也更名为 Matter。 |
| 2022 年 | CSA 发布 Matter 标准协议 1.0 版本，使 Matter 等应用层能与 Thread 和互联网协议路由、服务发现的全部功能无缝协作。 ChatGPT 发布，凭借自然语言交互能力迅速走红全球。 |
| 2023 年 | GPT-4 发布，具备多模态理解与生成能力。 |
| 2025 年 | DeepSeek-R1 发布，进一步推动了大模型技术的发展。 |

资料来源：2020 中国智能家居生态发展白皮书，36 氪，DoNews 快讯，电子产品世界，泛家居网，百度开发者中心，Silicon Labs 公众号，电子工程专辑，国元证券研究所

2. 政策持续加码，智能家居产业迈向标准化、场景化新生态

在国家政策持续推动下，智能家居行业已迈入快速增长期。自 2020 年以来，国务院、工信部等多部门密集出台《国家新一代人工智能标准体系建设指南》《推进家居产业高质量发展行动方案》等政策，重点围绕技术标准化（加快 AIoT 技术标准统一，推动跨品牌设备互联）、产业链协同（鼓励绿色智能产品研发、场景化集成）、消费激励（以旧换新、补贴等）、场景扩容（智慧社区、适老化改造与医疗健康等新场景深度融合）等方面推动智能家居行业持续健康发展。

表 2：智能家居产业支持政策

| 时间 | 文件 | 出台部门 | 重点内容 |
|----------|--|------------------|--|
| 2016. 05 | 《互联网+人工智能三年行动实施方案》 | 发改委、科技部、工信部 | 在智能家居、智能可穿戴设备、智能机器人等方面进行重点扶持，如福建省、黑龙江省政府印发相关实施方案 |
| 2016. 06 | 《关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》 | 国务院 | 鼓励家电、家具、汽车、电子等耐用消费品更新换代，适应绿色环保、方便快捷的生活需求 |
| 2016. 08 | 《轻工业发展规划（2016 - 2020 年）》 | 工信部 | 开发绿色、智能、健康的多功能中高端产品，支持骨干企业加快绿色食品、高效照明产品、环境友好型洗涤用品、高效净化型吸油烟机、智能家电、智能卫浴、智能玩具、高档圆珠笔、高端机械手表、高档皮革制品、新颖健康文体教育用品、老年健康产品等开发和市场推广 |
| 2017. 07 | 《新一代人工智能发展规划》 | 国务院 | 抢抓人工智能发展的重大战略机遇，构筑我国人工智能发展的先发优势，加快建设创新型国家和世界科技强国 |
| 2018. 03 | 《政府工作报告》 | 国务院 | 工作报告中涉及发展智能产业，拓展智能生活的内容。并推广“智慧小区”建设，关于对智慧小区和装配式建筑项目实施相关激励政策 |
| 2018. 09 | 《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》 | 国务院 | 重点发展适应消费升级的中高端移动通信终端、可穿戴设备、智能家庭产品等新型信息产品 |
| 2019. 03 | 《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案（2019 年）》 | 发改委等 10 部门 | 支持绿色、智能家电销售；有条件的地方可对产业链条长、带动系数大、节能减耗效应明显的新型绿色、智能化家电产品销售，给予消费者适当补贴；促进家电产品更新换代；有条件的地方也可对消费者交售旧家电（冰箱、洗衣机、空调、电视机、抽油烟机、热水器、灶具、计算机）并购买新家电产品给予适当补贴，推动高质量新产品销售 |
| 2020. 04 | 新基建政策 | 中共中央政治局常务委员会 | 新基建将加速数字化、智能化、网络化向传统产业渗透。5G、人工智能、云计算与大数据对智能家居行业有深度渗透与结合应用 |
| 2020. 07 | 《国家新一代人工智能标准体系建设指南》 | 国家标准化管理委员会等 5 部门 | 规范智能家居行业产品、服务和应用标准，推动人工智能技术在智能家居领域的标准化发展 |
| 2021. 04 | 《关于加快发展数字家庭提高居住品质的指导意见》 | 住建部等 16 部门 | 推进智能家居产品跨企业互联互通和质量保障，规范智能家居系统平台架构、网络接口等标准。推动设备、用户、数据跨终端互联互通，提升对 IPv6 的支持能力 |
| 2021. 09 | 《物联网新型基础设施建设三年行动计划（2021-2023）》 | 工信部等 8 部门 | 到 2023 年底初步建成物联网新型基础设施，推动智能家居与物联网技术深度融合 |
| 2021. 12 | 《“十四五”数字经济发展规划》 | 国务院 | 引导智能家居产品互联互通，促进家居产品与家居环境智能互动，丰富“一键控制”“一响应”的数字家庭应用场景 |

| 时间 | 文件 | 出台部门 | 重点内容 |
|----------|-------------------------------------|-------------|--|
| 2022. 08 | 《推进家居产业高质量发展行动方案》 | 工信部、住建部等4部门 | 到2025年培育50个家居知名品牌、500家智能家居体验中心。加快智能家居标准体系建设，推动从单品智能到设备互联、场景互通的标准研究 |
| 2022. 12 | 《“十四五”扩大内需战略实施方案》 | 发改委 | 加快培育智能家居等新型消费，鼓励研发智能家电、智能穿戴等产品 |
| 2023. 07 | 《关于促进家居消费若干措施的通知》 | 商务部等13部门 | 促进智能家居设备互联互通，推动单品智能向全屋智能发展。支持家居卖场设置智能家居体验馆，鼓励旧房装修中推广绿色智能产品 |
| 2024. 03 | 《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》 | 国务院 | 持续推进居家适老化改造，培育智能家居等新型消费，支持居民更换绿色智能家居产品 |
| 2024. 08 | 《关于推进移动物联网“万物智联”发展的通知》 | 工信部办公厅 | 推进智能家居终端（如灯控、门锁、安防监控）的集成应用，提升全场景智能化服务能力 |
| 2024. 11 | 《5G规模化应用“扬帆”行动升级方案》 | 工信部等12部门 | 推动智能家居与5G技术融合，鼓励智能穿戴、家庭服务机器人等产品研发 |
| 2025. 01 | 《关于2025年加力扩围实施大规模设备更新和消费品以旧换新政策的通知》 | 发改委、财政部 | 要求各地聚焦绿色、智能、适老等方向，支持个人消费者进行旧房装修、局部改造、居家适老化改造等，并对相关物品和材料的购置提供补贴 |
| 2025. 02 | 《优化消费环境三年行动方案（2025—2027年）》 | 市场监管总局等5部门 | 提出加强家电、家居等领域质量、标准和品牌建设；支持家居产品等消费升级，促进家电换“智”、家装厨卫“焕新” |

资料来源：中国政府网，四海咨询，国元证券研究所

3. 行业规模扩容叠加细分赛道多级增长，新蓝海蓄势待发

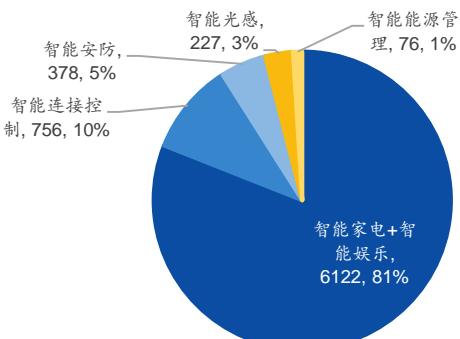
2023年，中国智能家居市场规模7558.1亿元，2020-2023年CAGR为13.68%。细分来看，智能家电、智能娱乐占据智能家居超80%的市场规模，其次是智能连接（756亿元）、智能安防（378亿元）、智能光感（227亿元）、智能能源管理（76亿元）。根据全国专业标准化技术委员会委员、中国智能家居产业联盟投资董事长周军的报告《2025智能家居消费趋势洞察》，美国、中国、英国、日本、德国是当前全球智能家居最活跃的国家，亚太地区增速最快，中国未来3-5年有望实现翻倍增长。

图2：中国智能家居市场规模及增速



资料来源：嘉世咨询，国元证券研究所

图3：智能家居分品类市场规模及占比（亿元，%）

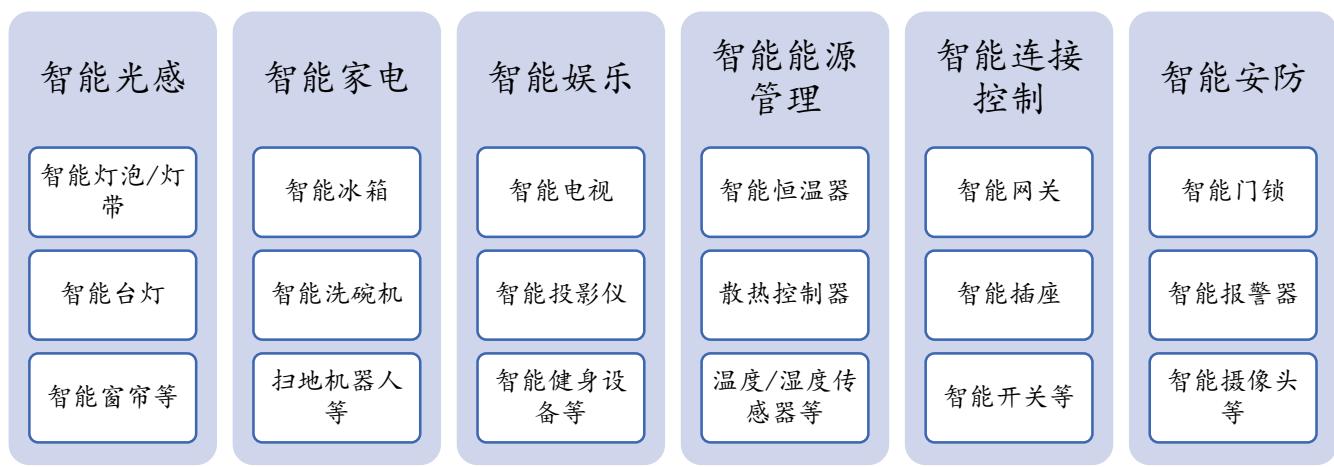


资料来源：嘉世咨询，国元证券研究所

智能家居 6 个细分行业处于不同发展阶段：

- (1) 智能能源管理处于萌芽期，因技术门槛高、多领域协同开发难度大，加之消费者认知不足、市场活力偏低，品牌入局受限，大规模渗透受阻；
- (2) 智能安防与智能光感处于成长期，技术持续改进且实用性提升，消费者认知度较高，行业整合降低市场门槛，新品牌大量涌现，市场潜力逐步激活；
- (3) 智能连接控制、智能家电、智能娱乐处于快速发展期，技术与产品成熟，性能品质稳定，消费者接受度高、需求场景成熟，品牌结构趋于完善，头部品牌占据市场，但仍存新用户开发空间。

图 4：智能家居全屋产品体系



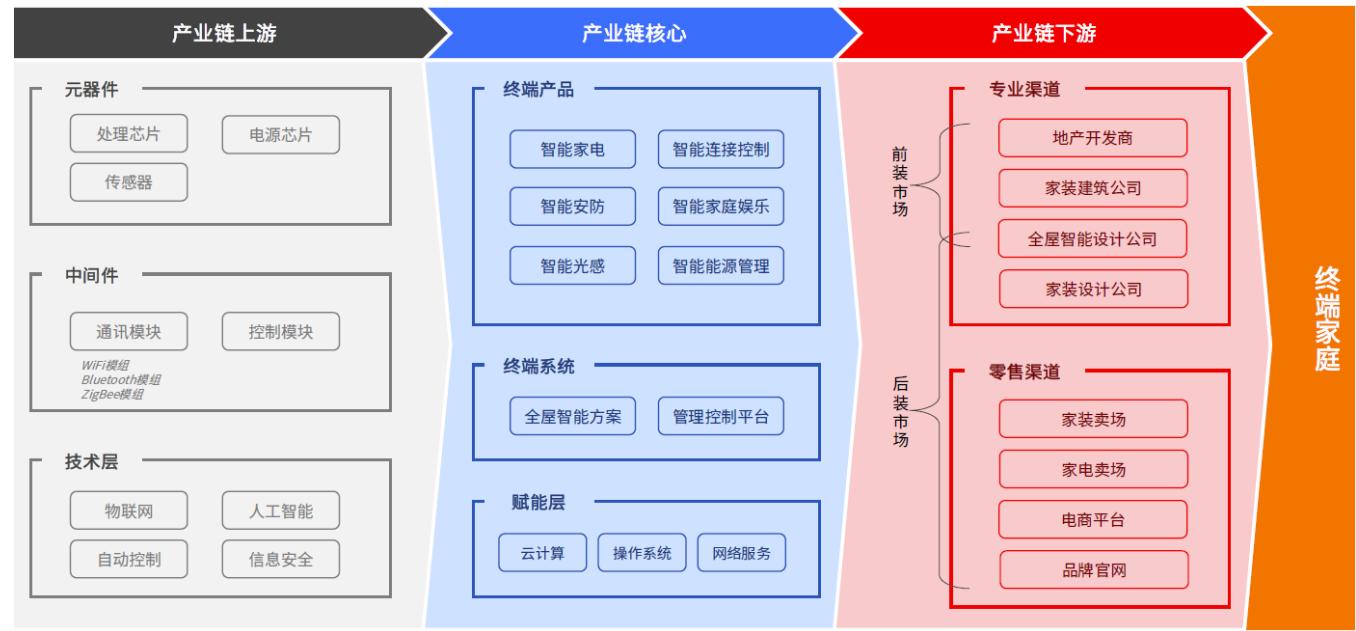
资料来源：飞书深诺，国元证券研究所

4. 智能家居核心产业链：头部玩家路径分化，四大阵营同台竞争

当物联网与人工智能的底层技术革新与数以亿计的消费场景交织，一条垂直整合产业链的崛起正重新定义居住边界。从产业链的角度来看，智能家居涉及多个环节，包括上游的元器件供应、中游的终端产品制造和下游的市场渠道。上游的智能芯片和 5G 通信模块等如同“神经元”，让设备具备感知与交互能力；中间的核心产品层通过操作系统与全屋系统方案完成功能集成，将零散的智能单品编织成主动服务的体验网络；而触达消费者的最后一公里，则需要依托地产前装市场与后装零售渠道的双向发力。细分来看：

- 1) 上游为基础支撑层，涵盖芯片/传感器等元器件、通信中间件及物联网等硬件和技术支撑；
- 2) 核心层聚焦产品与服务中枢，包括六大终端产品品类、全屋智能系统等终端系统及云计算等数字化能力；
- 3) 产业链下游为渠道分发与终端触达，分为专业集成（地产/家装 B 端）与零售端（电商/卖场 C 端），最终连接终端家庭用户。

图 5：智能家居产业链



资料来源：飞书深诺，国元证券研究所

核心产业链竞争格局：头部玩家路径分化，四大阵营同台竞争。核心层聚焦产品和系统中枢。智能家居终端产品包括智能家电、智能光感、智能娱乐、智能安防、智能连接控制、智能能源控制六大类，终端系统包括全屋智能方案和管理控制平台。核心产业链主要玩家可以分为智能家居全生态链企业、单品硬件企业、传统家电企业、互联网企业四大类。

- 1、**智能家居全生态链企业（小米、华为、萤石等）：**平台+硬件双轮驱动，聚焦全屋智能方案，依靠强研发能力，产品覆盖家居全场景（安防、照明、家电控制等），主打自有生态闭环（如小米米家、华为 HiLink）。优势在于生态整合度高。
- 2、**单品硬件企业（科沃斯、极米等）：**专注特定垂直领域，以技术驱动型爆品打开市场（如扫地机器人、投影仪）。优势是单品性能领先（如科沃斯的路径规划算法）、灵活性高（适配多平台）。
- 3、**传统家电企业（美的、格力、海尔等）：**利用品牌影响力和渠道资源，将传统家电（空调、冰箱等）智能化升级，并扩展至全屋产品（智能锁、窗帘机）。优势是制造基础雄厚、线下渠道完善。
- 4、**互联网企业（阿里、京东、腾讯等）：**以平台生态构建为核心（如阿里飞燕、京东小京鱼），整合第三方硬件品牌，扩展服务场景（智慧社区、智能物流）。阿里和腾讯侧重纯平台模式（技术+流量赋能），京东则尝试“自研硬件+平台开放”双路径。优势在于用户数据洞察和规模化协同（如京东供应链）。

表 3：智能家居核心产业链主要玩家

| 主要玩家 | 特点 | 代表公司 | 公司智能家居产品发展情况 |
|----------|-----------------------|--|--|
| 全屋智能硬件企业 | 硬件能力强，产品矩阵丰富，推动全屋智能渗透 | 小米 华为 萤石 联想 360 绿米联创 欧瑞博 | 智能音箱、智能门锁、智能摄像机、窗帘电机、晾衣机、智能灯具、智能开关、扫拖机器人等 智能门锁、智能音箱、智能摄像头、智能照明等，以 HiLink 平台为核心打造生态体系 智能家居摄像机、智能门锁、智能猫眼、智能中控屏、智能服务机器人等 智能家居摄像机、智能门锁、智能猫眼等 智能监控、智能门锁、扫地机器人、洗地机等 智能家居摄像机、智能门锁、智能开关、智能电动晾衣架等 集成空调、智能中控屏、智能照明系统等 |
| | 单品硬件企业 | 科沃斯 石头科技 极米科技 疯景科技 | 扫地机器人、擦窗机器人等 扫地机器人、洗地机、吸尘器等 以智能投影产品为主 全景相机、叮零智能视频门铃等智能视频产品 |
| | 传统家电企业 | 格力电器 美的集团 海尔智家 | 推出智能门锁、智能开关、智能风扇、智能除湿机、智能取暖机等智能家电 推出 M-smart 平台（逐步开放生态），强调“去中心化”策略，开放 SDK 和协议，支持与华为、腾讯、小米、TCL 等企业合作，并实现与车联网（如通用安吉星）的跨行业互联；推出智能锁、智能照明、智能窗帘机等智能家电 推出扫地机器人、洗地机、电动窗帘等；推出智慧家庭 U+ 平台，已与华为、京东、阿里、腾讯、苹果 HomeKit 等主流平台对接，形成跨品牌、跨品类的互联互通能力； |
| | 互联网企业 | 百度 阿里 京东 腾讯 | 推出百度 DuerOS 平台，已接入超 500 个品牌及平台，支持照明电工、大家电、智能小家电等 60 多个品类接入，连接设备数已超 2 亿台；硬件产品线涵盖智能音箱、门锁、摄像头、学习机等纯平台模式，聚焦生态连接。推出飞燕平台，为第三方品牌提供技术赋能和生态支持，已经与 500+ 品牌达成合作 自研硬件+供应链整合，瞄准 C 端家庭场景。依托小京鱼智能平台，推出 12 大 AI 品类硬件，包括 AI 门锁、AI 摄像头、AI 音箱等 12 大单品；和美的、格力、科沃斯等家电品牌合作推出智能冰箱、空调、扫地机器人等家电产品；和华为达成战略协议，实现终端互联互通 强平台+硬件合作，侧重 B 端地产、社区解决方案。推出云小微平台，提供全屋智能设备管理、场景联动等服务，整合了微信生态（如小程序控制）、AI 技术（语音助手、人脸识别）及腾讯系内容资源（如 TME 音乐、腾讯视频），与第三方厂商合作，推出家庭中控、照明、安防等产品 |

资料来源：嘉世咨询，四海咨询，各品牌官网，国元证券研究所

国内智能家居平台在我国智能家居市场占据主导地位。虽然海外智能家居平台（亚马逊 Alexa、苹果 HomeKit、谷歌 Google Assistant、微软 Microsoft Azure 等）具有领先优势，但海外智能家居平台生态由于政策、市场偏好、本地化能力、兼容性等因素影响，在国内发展受限。目前，国内智能家居平台凭借生态整合、政策合规性以及价格优势在我国智能家居市场占据主导地位。

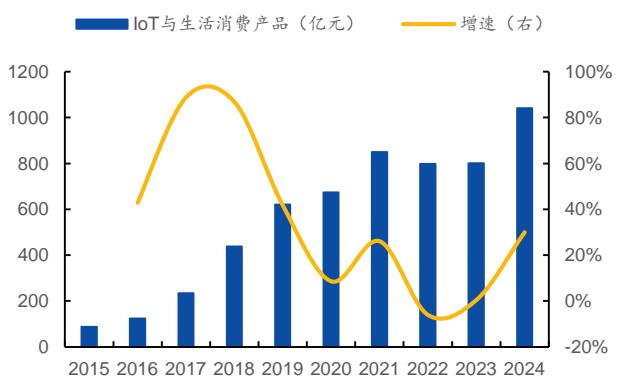
5. AI 奇点催生智能家居新纪元，技术、场景驱动生态扩容

5.1 全屋智能硬件企业

5.1.1 小米

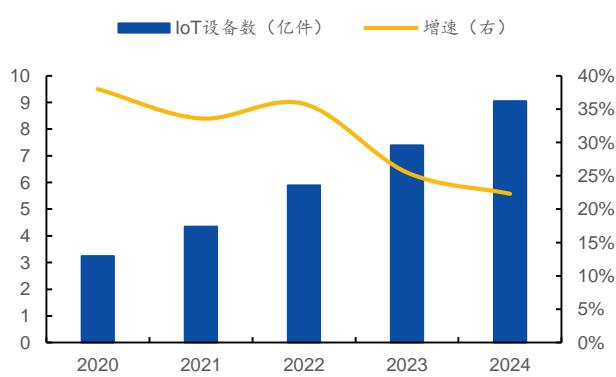
打造 IoT 生态链，持续扩大生态规模。2024 年，小米集团 IoT 与生活消费产品业务收入首次突破人民币 1,000 亿元，同比增长 29.95%。2024 年底，小米 IoT 平台已连接的设备数量数超过 9 亿，同比增长 22%，其中拥有五件及以上连接至小米 AIoT 平台设备的用户数量达 1830 万，同比增长 26.1%，小米生态用户粘性持续增强，多设备协同的“全场景互联”模式加速渗透。2024 年 12 月，米家月活已突破 1 亿，同比 17.5%。同时，平台的合作伙伴破万，共建了繁荣的硬件生态。

图 6：小米集团 IoT 与生活消费产品业务收入及增速



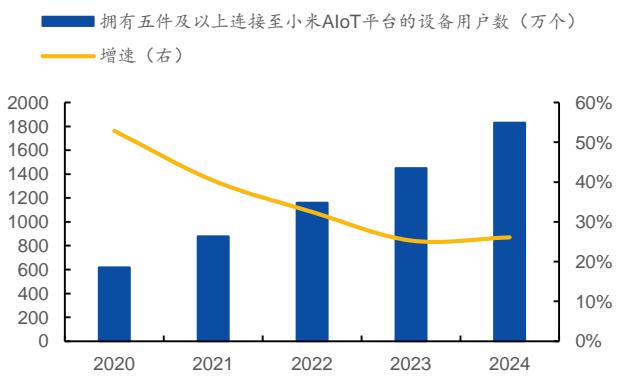
资料来源：小米集团公司公告，国元证券研究所

图 7：小米集团 IoT 设备数量及增速



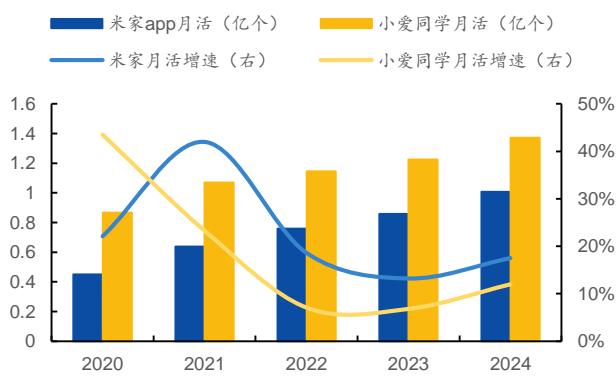
资料来源：小米集团公司公告，国元证券研究所

图 8：拥有五件及以上连接至小米 AIoT 平台设备用户数



资料来源：小米集团公司公告，国元证券研究所

图 9：米家 app、小爱同学月活

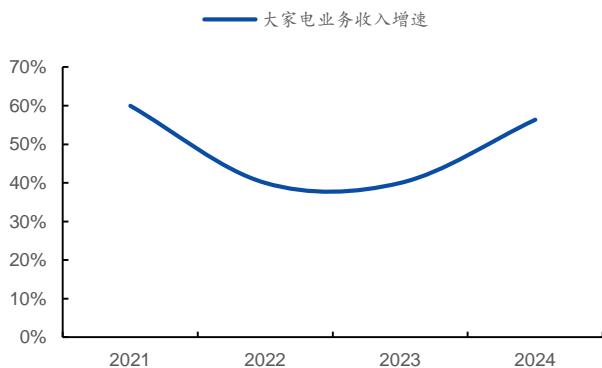


资料来源：小米集团公司公告，国元证券研究所

小米集团大家电业务持续高增，2020-2024 年收入 CAGR 约达 49%。2013 年 9 月，小米发布首款小米电视，正式进入家电领域；2019 年，小米将家电业务列为战略重点，并成立大家电事业部，系统性推进大家电战略，2022 年小米智能电视出货量达 1240 万台，全球电视出货量保持前五位置，并持续丰富大家电产品，2024 年小米空

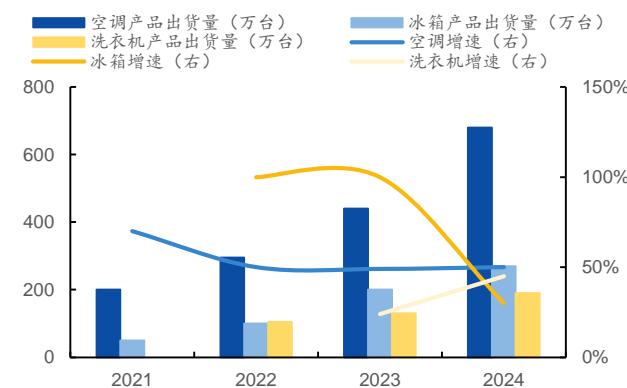
调、冰箱、洗衣机出货量分别达到 680、270、190 万台，拉动大家电业务收入持续实现高增。

图 10：小米集团大家电业务收入增速



资料来源：小米集团公司公告，国元证券研究所

图 11：部分智能家电产品出货量情况



资料来源：小米集团公司公告，国元证券研究所

小米生态开放可持续，已有超 1 万+企业加入小米 IoT 平台。小米 IoT 平台已经形成完整的商业闭环，平台支持一站式接入服务，最快 7 天即可实现设备智能化接入，并提供最高效的接入工具、最完备的服务体系和最规范的认证体系，与合作伙伴共创智慧生活新生态。

图 12：小米 IoT 平台合作企业



资料来源：小米 IoT 开发者平台，国元证券研究所

持续扩大生态规模的同时，小米 IoT 平台围绕 AI 大模型技术，开启家居的智能化体验革命。通过六大技术基建重构全面智能化体验：基于小米物模型将所有品类设备抽象为统一语义空间；多模态感知技术融合多设备和环境等信息，更准确的判断用户场景；全新的 IoT 子系统实现手机/手表等个人设备、汽车和家居设备的全面协同；多端一致的智能入口让用户随时随地可以享受智能体验；引入大模型能力提供场景化的主动智能服务；全新的超级小爱显著提升了语音指令的理解能力。

5.1.2 华为

华为鸿蒙生态持续开放。从 2016 年华为 HiLink 智能家居战略发布至今，华为 HiLink 平台通过开放的 IoT 平台，持续引入跨行业、多品牌、多品类的物联网智慧家庭生态产品。2021 年 4 月 8 日，HUAWEI HiLink 升级为鸿蒙智联。鸿蒙智联（HarmonyOS Connect）是华为面向智能硬件生态伙伴打造的全新品牌和开放平台，为生态产品伙伴、解决方案伙伴接入 HarmonyOS Connect 生态提供一站式服务，助力伙伴做好产品、卖好产品、运营好产品。根据华为 2023 年报，鸿蒙生态技术品牌鸿蒙智联已有超过 2,500 家合作伙伴，超过 7,000 款生态产品，2023 年新增生态产品发货量突破 1.8 亿台，覆盖了全场景智慧生活的方方面面。截至 2024 年 6 月 21 日，华为鸿蒙生态设备已超过 9 亿台，HarmonyOS 开发者人数已超过 254 万人。

图 13：华为鸿蒙智联中智能家居生态产品矩阵



资料来源：华为官网，国元证券研究所

目前华为的三大产品模式：1) 华为自有品牌，包括华为手机、华为鸿蒙智家；2) 华为联合友商打造的品牌鸿蒙智行；3) 符合华为标准的第三方品牌华为智选。其中，作为首批全品类接入鸿蒙系统的家电品牌，美的早在 2021 年便实现了全品类的鸿蒙适配。2024 年 3 月，美的与华为达成深度合作，美的在智能家居门店引入华为智慧屏等鸿蒙生态产品，华为则为美的开通了线上线下销售渠道，让双方形成“双向赋能”的商业闭环。

图 14：华为智能家居产品矩阵（仅列举冰箱、洗衣机、浴霸、扫地机器人四个品类）

| 品牌 | 产品名称 | 分类 | 购买途径 | | |
|-------|-----------------------------|------|--------|-----------|--------|
| | | | 华为全屋门店 | 华为Vmall商城 | 厂家自有渠道 |
| COLMO | COLMO冰箱CRBF620 | 全屋推荐 | ✓ | ✓ | ✓ |
| | COLMO冰箱CRBS613AC-A8 | 全屋推荐 | ✓ | ✓ | ✓ |
| | COLMO冰箱S615 | 全屋推荐 | ✓ | | ✓ |
| | COLMO冰箱CRBTU406W-A2 | | | | ✓ |
| | COLMO冰箱CRZTU400W-A2 | | | | ✓ |
| 美的 | 美的冰箱BCD-437WFGPZM(E) | 全屋推荐 | ✓ | | ✓ |
| | 美的冰箱BCD-509WSGPZM(E) | 全屋推荐 | ✓ | ✓ | ✓ |
| | 美的冰箱BCD-600WKGPZM(E) | 全屋推荐 | ✓ | | ✓ |
| | 美的冰箱BCD-BCD-603WKGPZM(Q) | | | | ✓ |
| | 美的冰箱BCD-440WFGPZM(Q) | | | | ✓ |
| | 美的冰箱BCD-472WSPZM(E) | | | | ✓ |
| | 美的冰箱BCD-519WSGPZM(Q) | | | | ✓ |
| 西门子 | 美的冰箱BCD-601WKPZM(E) | | | | ✓ |
| | 西门子对开门冰箱BCD-630W(KX63ES56T) | | | | ✓ |
| | 西门子多门冰箱BCD-478W(KM49FA92T) | | | | ✓ |
| 海尔 | 海尔智能冰箱BCD-600WGHTD1JB5U1 | | | | ✓ |
| | 美菱503L冰箱BCD-503WPUC9CA | | | | ✓ |
| 华凌 | 美菱550L冰箱BCD-550WPUCX | | | | ✓ |
| | 华凌冰箱BCD-239WTPZH | | | | ✓ |
| | 华凌冰箱BCD-398WFPZH | | | | ✓ |
| 澳柯玛 | 华凌冰箱BCD-498WSPZH | | | | ✓ |
| | 澳柯玛智慧冰箱BD-236WSPG | | | | ✓ |
| | 澳柯玛智慧冰箱BD-196WSPG | | | | ✓ |
| 创维 | 澳柯玛智能冰箱BCD-335WPGX | | | | ✓ |
| | 创维宝马系列冰箱BCD-500WVGPSI | | | | ✓ |
| 哈士奇 | 哈士奇赛博朋克冰吧-98ZZAS | | ✓ | | ✓ |
| | 新飞冰箱BCD-445WKQ8AT | | | | ✓ |
| 新飞 | 新飞冰箱BCD-450WKQ9AT | | | | ✓ |
| | 美菱511冰箱BCD-511WPU9CY | | ✓ | | ✓ |
| 长虹美菱 | 美菱552冰箱BCD-552WPUCX | | | | ✓ |

家电-清洁-扫地机器人

| 品牌 | 产品名称 | 分类 | 购买途径 | | |
|--------|-----------------------------|------|--------|-----------|--------|
| | | | 华为全屋门店 | 华为Vmall商城 | 厂家自有渠道 |
| 云鲸 | 云鲸智能拖扫一体机器人J3-YJCC012 | 全屋推荐 | ✓ | | ✓ |
| | 云鲸智能拖扫一体机器人CX1R-YJCC017 | | | | ✓ |
| | 云鲸智能拖扫一体机器人J4-YJCC015 | | | ✓ | ✓ |
| 科沃斯 | 科沃斯扫地机器人DG31 | | | | ✓ |
| | 科沃斯扫地机器人D36F | | | | ✓ |
| | 科沃斯扫地机器人DEEBOT | | | | ✓ |
| 美的 | 美的灵眸扫地机器人W20 Pro | | | | ✓ |
| | 美的智能吸尘器VR1716 | | | | ✓ |
| | 美的智能吸尘器VR1717 | | | | ✓ |
| 360 | 360扫地机器人X90 | | | | ✓ |
| | 360智能扫地机2 | | | | ✓ |
| | 360智能扫地机2Pro | | | | ✓ |
| 清易 | 360智能扫地机2S-X80V2 | | | | ✓ |
| | 清易智慧集尘扫拖机器人H40 PLUS-QYSDJ10 | | | | ✓ |
| | 清易智慧扫地机器人QYSDJ01 | | | | ✓ |
| ELECTA | 爱莱克特智能擦地机ELZB18 | | | | ✓ |
| 绿克 | 绿克扫拖一体机LYM-HS1-W08 | | | | ✓ |
| 亚摩斯 | 亚摩斯扫地机AS-X5E | | | | ✓ |

家电-阳台-洗衣机

| 品牌 | 产品名称 | 分类 | 购买途径 | | |
|-------|-----------------------------|------|--------|-----------|--------|
| | | | 华为全屋门店 | 华为Vmall商城 | 厂家自有渠道 |
| 松下 | 松下洗衣机XQG100-V19R | 全屋推荐 | ✓ | | ✓ |
| 小天鹅 | 小天鹅滚筒洗衣机TG100Q81Y | 全屋推荐 | ✓ | | ✓ |
| COLMO | COLMO CLGS10CE-Z 10公斤 滚筒洗衣机 | 全屋推荐 | ✓ | | ✓ |
| COLMO | COLMO滚筒洗衣机CLGS10E | | | | ✓ |
| 海爾 | 海爾智能洗衣机XQG100-HBM14266LU1 | | | | ✓ |
| 海爾 | 海爾智能洗衣机XQG100-BM14266LU1 | | | | ✓ |
| 美的 | 美的滚筒洗衣机MG100T10WDQCY | | | | ✓ |
| 美的 | 美的洗烘一体机MD100T10WDQCY | | | | ✓ |
| 西门子 | 西门子洗衣机XQG100-WD14U5X8HW | | | | ✓ |
| 西门子 | 西门子洗衣机XQG100-WG54C3B8HW | | | | ✓ |
| 小天鹅 | 小天鹅10公斤 滚筒洗衣机TG100MS19ILZ | | | | ✓ |
| 小天鹅 | 小天鹅 10公斤 洗干一体机TD100MS19ILZ | | | | ✓ |
| 小天鹅 | 小天鹅滚筒洗衣机TG100MS9ILZ | | | | ✓ |
| 小天鹅 | 小天鹅洗烘一体机TD100MS9ILZ | | | | ✓ |
| 小天鹅 | 小天鹅洗烘一体机TD100Q81Y | | | | ✓ |
| 小天鹅 | 小天鹅洗衣机TG30-DSN1 | | | | ✓ |

家电-卫浴-浴霸

| 品牌 | 产品名称 | 分类 | 购买途径 | | |
|------|----------------------------|------|--------|-----------|--------|
| | | | 华为全屋门店 | 华为Vmall商城 | 厂家自有渠道 |
| 箭牌 | 箭牌浴霸AYB001-HM | 全屋推荐 | ✓ | | ✓ |
| 欧普 | 欧普暖芯浴霸JF-HWPB10i | 全屋推荐 | ✓ | | ✓ |
| 松下 | 松下隐蔽式浴霸FV-45BH2C | 全屋推荐 | ✓ | | ✓ |
| 松下 | 松下语音浴霸无烟款FV-54BE2C | 全屋推荐 | ✓ | | ✓ |
| 九牧 | 九牧语音浴霸照明款FV-54BET2C | 全屋推荐 | ✓ | | ✓ |
| 九牧 | 九牧智能浴霸JD172 | 全屋推荐 | ✓ | | ✓ |
| 九牧 | 九牧多功能取暖器JD174-21118/2M23-4 | | | | ✓ |
| 九牧 | 九牧智能浴霸JD176S | | | | ✓ |
| 奥普 | 奥普浴霸QDP3026AHW | | | | ✓ |
| 奥普 | 奥普浴霸QDP2826BHW-Pro | | | | ✓ |
| 奥普 | 奥普浴霸QDP6020AHW | | | | ✓ |
| 奥普 | 奥普浴霸轻智QDP3622AHW | | | | ✓ |
| 奥普 | 奥普浴霸炫彩QDP2826AHW | | | | ✓ |
| 奥普 | 奥普浴霸炫彩B-QDP2826BHW | | | | ✓ |
| 百朗 | 百朗桑那200系列HB-NL200-H | | | | ✓ |
| 百朗 | 百朗桑那280系列HB-NL280-H | | | | ✓ |
| 欧普 | 暖芯HW6102i | | | | ✓ |
| 友邦 | 友邦浴霸X7 | | | | ✓ |
| 佳普乐 | 佳普乐致尚智能浴霸BH1ZS-01N | | | | ✓ |
| 佳普乐 | 佳普乐致雅智能浴霸BH1ZY-01N | | | | ✓ |
| 法狮龙 | 法狮龙灵悦S智能浴霸LDXD-2A-S | | | | ✓ |
| 怀里 | 怀里智能浴宝HL-YB-X7 | | | | ✓ |
| 美尔凯特 | Z7音乐暖空调SH90603780AA | | | | ✓ |

资料来源：乐创智能影音公众号，国元证券研究所

前装市场地位领先，后装市场未来可期。根据奥维云网 (AVC) 监测数据显示：2024年中国房地产精装修市场智能家居系统配套项目 393 个，同比上升 13.3%；配套规模 19.63 万套，同比上升 2.8%；配置率为 29.6%，同比上升 9.2%。而华为全屋智能（鸿蒙智家前身）连续 2 年位居中国房地产精装市场 TOP1 品牌，华为鸿蒙智家在前装市场的地位已经得到了市场认可。2024 年以来，华为加大投入发力后装市场，11 月 26 日，华为将“华为全屋智能”全新升级，正式推出新品牌“鸿蒙智家”，通过“1+2+N”架构、全场景硬件矩阵、开放生态与 AI 技术，实现从单品智能到全屋一体化的跨越。

表 4：华为智能家居发展历程

| 时间 | 事件 |
|---------|---|
| 2015.12 | 华为推出智能家居开放互联平台 HiLink |
| 2020.12 | 华为发布全屋智能 ALL IN ONE 解决方案 |
| 2021.04 | 华为发布“1+2+N”全屋智能解决方案 |
| 2021.05 | HiLink 升级为鸿蒙智联，同时启动硬件生态品牌升级 |
| 2022.07 | 华为推出全屋智能 2.0，实现交互体验、后装方案等升级 |
| 2022.11 | 华为升级全屋智能到 3.0，开启空间智能化 |
| 2023.05 | 华为全屋智能 4.0 发布，推出业界首款空间穿越智能中控屏 S2、智能 MINI、超级快控 |
| 2023.11 | 华为全屋智能 5.0 发布，“智”与“美”再次进阶 |
| 2024.11 | 华为将全屋智能全新升级，正式推出新品牌“鸿蒙智家” |

资料来源：QuestMobile, IT之家，国元证券研究所

图 15：华为鸿蒙智家“1+2+N”解决方案



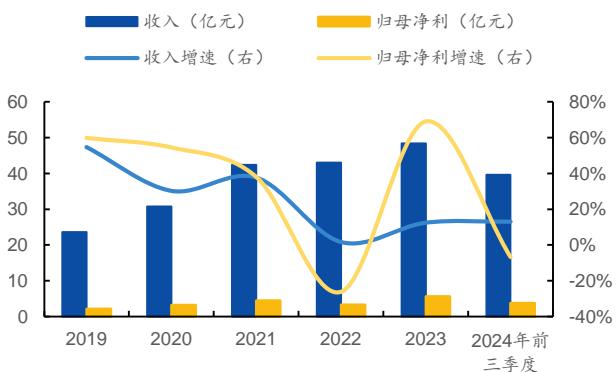
资料来源：华为官网，国元证券研究所

5.1.3 萤石网络

打造“智能家居+物联网云平台服务”双主业，具备完整垂直一体化服务能力的 AIoT 企业。萤石网络以 AI 和萤石物联网云平台为核心，围绕智能家居摄像机、智能入户、智能服务机器人和智能控制推出四大核心自研产品线。2024 年，公司实现总收入 54.42 亿元。截止到 2023 年底，平台上的设备接入数超过 2.5 亿，其中视频类设备

超过 2 亿。

图 16：萤石网络总收入、归母净利及增速



资料来源：萤石网络公司公告，国元证券研究所

图 17：萤石网络月活数据

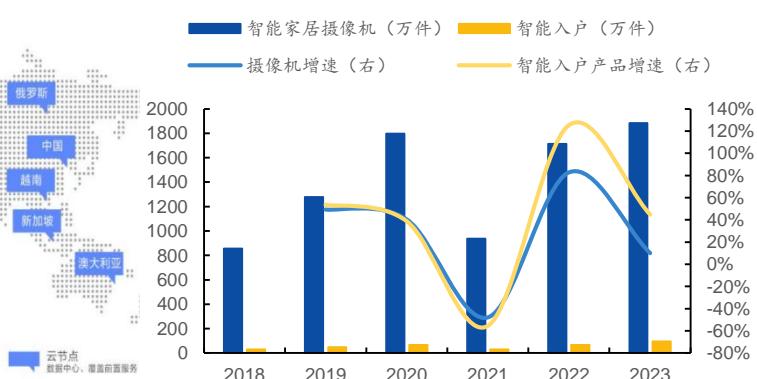


资料来源：萤石网络公司公告，国元证券研究所

图 18：萤石物联网云平台核心数据（截至 2023 年底）



图 19：萤石网络智能家居硬件产品销量及增速



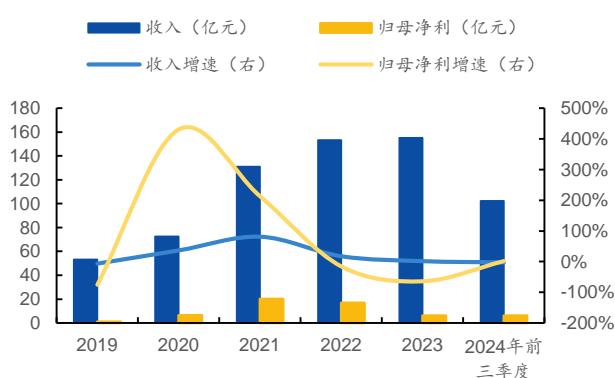
资料来源：萤石网络公司公告，国元证券研究所

5.2 单品硬件企业

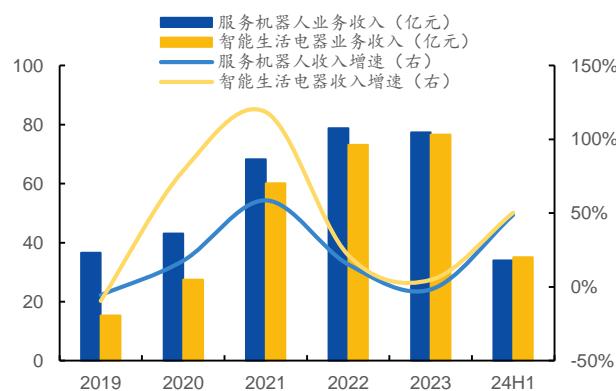
5.2.1 科沃斯

扫地机器人领先企业。科沃斯是全球家用服务机器人和智能生活电器行业的核心玩家，旗下拥有科沃斯品牌服务机器人及添可品牌智能生活电器产品。2023年，科沃斯总收入155.02亿元，其中服务机器人业务收入为77.42亿元，智能生活电器业务收入为76.62亿元。根据中怡康数据，2023年，科沃斯品牌扫地机器人（含一点品牌）在中国市场线上零售额份额为37.6%，线下零售额份额为77.1%。

扫地机器人竞争格局较集中。根据GfK、中怡康、NPD和Stackline数据统计，2023年，全球扫地机器人市场规模66亿美元，同比增长0.8%。其中，国内扫地机市场零售额138亿元人民币，同比增长5.1%，零售量412万台，同比增长0.5%。其中，按零售额统计，中国线上市场前四大品牌市场占有率合计达85.4%。

图 20：科沃斯收入、归母净利及增速


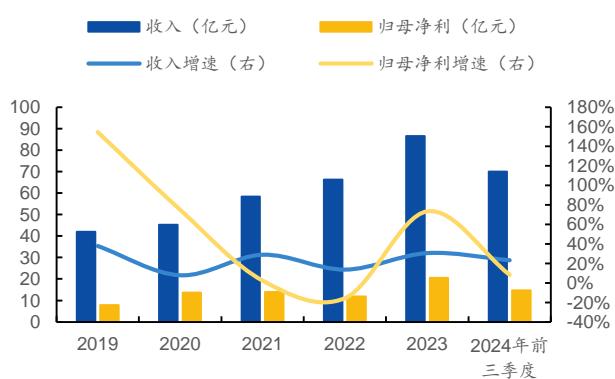
资料来源：科沃斯公司公告，国元证券研究所

图 21：科沃斯服务机器人、智能生活电器收入及增速


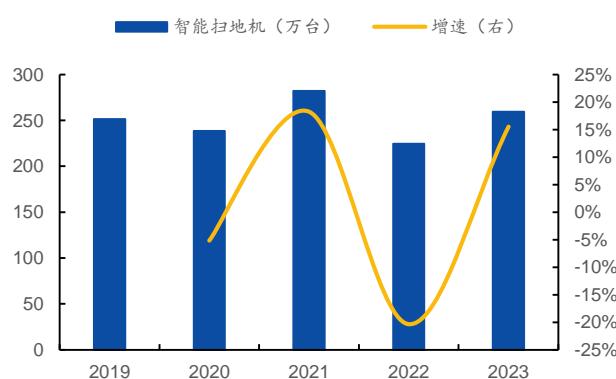
资料来源：科沃斯公司公告，Ifind，国元证券研究所

5.2.2 石头科技

扫地机器人领先企业。石头科技是全球领先的智能扫地机器人品牌，2023年，公司实现总收入86.54亿元。根据奥维云网数据，在2023年，公司扫地机器人线上市场零售额份额达到23.89%，同比提升2.61个百分点。

图 22：石头科技收入、归母净利及增速


资料来源：石头科技公司公告，国元证券研究所

图 23：智能扫地机销售量及增速


资料来源：石头科技公司公告，Ifind，国元证券研究所

国内清洁电器渗透率有望持续提升，扫地机器人为主要受益品类之一。奥维云网（AVC）推总数据显示，2023年中国清洁电器零售额344亿元，同比增长6.8%，零售量2534万台。在国内市场方面，自2017年以来智能家居产业掀起一轮创新浪潮，GFK数据显示，从2012年到2022年，清洁电器的销售额复合增长率达到28%。作为新晋生活刚需，清洁电器当前的渗透率依然较低，2022年的吸尘器每百户平均拥有量仅有23.5台，其中主力品类扫地机器人占5.1台、洗地机仅有1.5台，均处于起步阶段。GFK预计到2030年，清洁电器的市场规模能达到600亿元、4000万台左右。其中，洗地机和扫地机器人分别作为深度清洁和自动化清洁的典型代表，现在以及未来都是典型品类，根据奥维云网数据，在各类清洁电器中，扫地机器人以40%的市场份额领先，国内2023年扫地机器人销售额同比增长10%。

国外扫地机市场持续扩容。在海外市场方面，IDC指出，2023-2027年全球智能家居

市场的规模将持续增长，这一增长动力来自于对便利性、能源效率和安全性的需求。IDC 预测，到 2027 年，全球扫地机的市场容量将增长至 2320 万台。

5.2.3 极米科技

极米科技是国内投影设备市场领先企业。2023 年，极米科技实现总收入 35.57 亿元，销售额 2020 年至今连续四年保持中国投影设备市场第一。

投影设备市场竞争格局：极米出货量排名第一。根据 IDC 数据，2018 年我国投影设备市场出货量前五大品牌分别为极米、爱普生、明基、索尼和日电，国产品牌极米首次成为年度出货量第一品牌。2023 年中国投影设备市场总出货量累计达 473.6 万台，出货量前五大品牌分别为极米、坚果、爱普生、峰米和当贝，极米出货量已连续六年保持中国投影设备市场第一。

图 24：极米科技收入、归母净利及增速

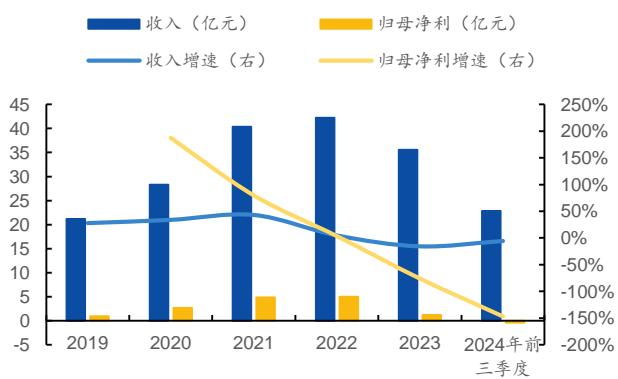
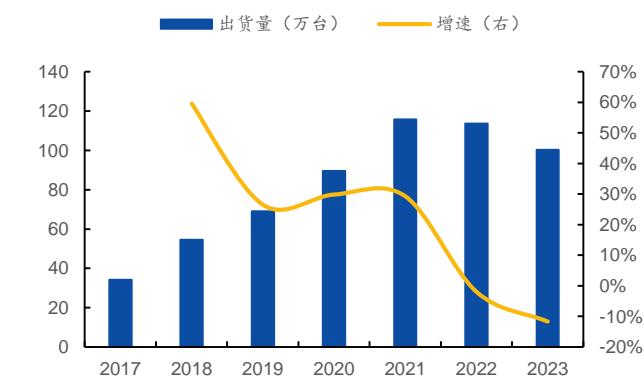


图 25：极米科技投影设备出货量及增速



资料来源：极米科技公司公告，国元证券研究所

资料来源：极米科技公司公告，ifind，国元证券研究所

5.3 传统家电企业

5.3.1 格力电器

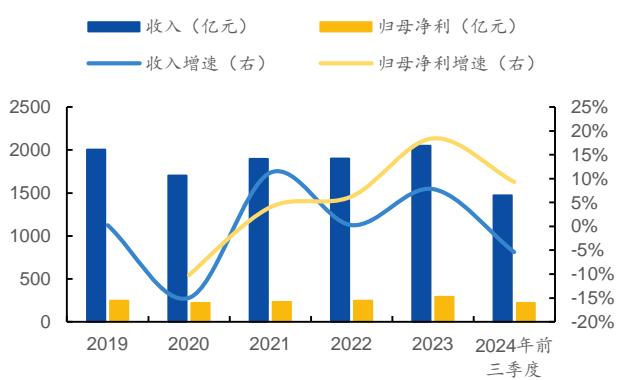
传统家电领先企业，收入规模超 2000 亿元。格力电器是国内传统家电领先企业之一，旗下拥有格力、TOSOT、晶弘三大消费品牌及凌达、凯邦、新元等工业品牌，产业覆盖家用消费品和工业装备两大领域。2023 年，公司实现总收入 2050.18 亿元。

格力在智能家居系统、智能家居网络、智能语音交互、智能场景方案、智能产品技术等方面深入布局。根据知识产权产业媒体 IPRdaily 公布的“2023 年全球智慧家庭发明专利 Top100 排行榜”，格力以 3,011 件位居全球前五。

- 1) 全屋智能家居方面，格力零碳健康家在全国各地落户，同时在四川、重庆、河南、安徽、广西、江西等地区落地数十家格力舒享家门店，通过六大技术、五大系统以及空间部署，实现了智能减排，打造节能环保、舒适健康的智能家居。
- 2) 集中管理平台方面，公司在武汉、珠海、洛阳、江西、天津等地区输出智慧公寓整体解决方案，通过搭载格力智慧空调集中管理系统以及智能门锁，提供包括入住退住在线信息化、住户安全异常报警、公寓及宿舍家电远程控制及管理等服务，降低运营成本、减少人员投入、提升管理水平，为公寓住户提升生活品质。

3) 智能家居生态互联方面，格力标准云与国内外知名厂商强强合作，通过为合作厂商提供授权服务，为海量的用户提供便捷的格力设备查询和控制，提高公司的影响力和品牌效应。

图 26：格力电器收入、归母净利及增速



资料来源：格力电器公司公告，国元证券研究所

图 27：格力零碳健康家



资料来源：人民日报，国元证券研究所

5.3.2 美的集团

美的是一家覆盖智能家居、新能源及工业技术、智能建筑科技、机器人与自动化及其他创新业务的领先的全球化科技集团。其中，美的智能家居业务主要覆盖智慧家电、智慧家居及周边相关产业和生态链，面向终端用户的智能化场景搭建，用户运营和数据价值发掘，致力于为终端用户提供最佳体验的全屋智能家居及服务。

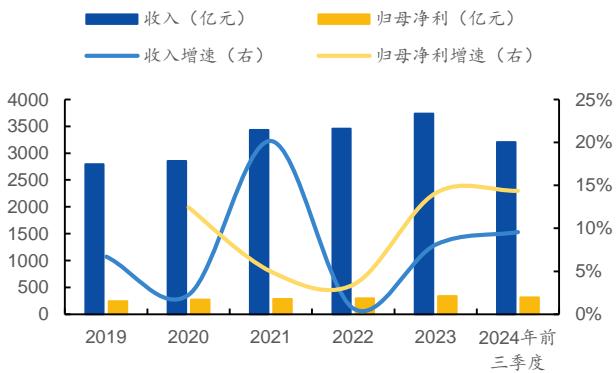
基于全屋智能战略主轴，形成“智能家电+智能家居”全屋智能体系。基于全屋智能战略主轴“1+3+4+N”，构建长期竞争能力，围绕智能中控、家庭主机、智能传感三大核心终端，建立包含智能门锁、灯光驱动、开关面板等多品类智能家居产品矩阵；整合全系列智能家电，推出四大家电系统，提供可视化、主动化、智能化的家电家居一体化功能与服务，形成“智能家电+智能家居”的全屋产品体系与能力。

旗下 COLMO 品牌打造高端全屋智能解决方案，覆盖智能家电、家居多品类产品。旗下高端品牌 COLMO 以高端全屋智能解决方案服务高端用户，在产品端，COLMO 高端全屋智能解决方案全面覆盖智能家电与智能家居两大板块，布局中央空调、全屋用水、冰箱、酒柜、干衣机、洗衣机、护理柜、厨电、小家电等多个家电品类，发布行业首个家居领域大模型，升级高端全屋智能解决方案，同时推出首款全屋智能门锁和空气魔方，进一步夯实“墅智专家”行业定位。在用户与市场端，COLMO 构建围绕家电生命全周期的用户权益体系，提升用户全程体验并推出家电深度清洗、1V1 管家、会员私享活动等亮点权益和服务，覆盖会员用户超 130 万人；COLMO 会员人数 2023 年同比增长超过 200%，COLMO 小程序月活同比增长近 400%。

推出美的美居 App，打造美居生态链。美的美居 APP 是美的集团旗下重要的智能家居平台，由公司 2014 年与阿里、华为等合作推出；2015 年美的发布《M-Smart 系统白皮书》，明确开放生态路径；2019 年启动“M-Smart”数字化项目，与精益管理结合，建立智能预警系统和全流程可视化平台。目前美的美居 App 已接入了美的集团旗下所有品牌，实现跨品牌设备无缝兼容，积极扩展支持第三方智能家电设备加入

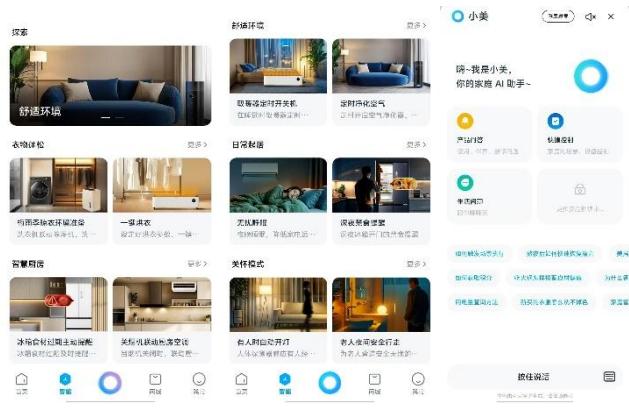
美居生态链，实现智能家居快捷控制。截至 2023 年底，美居 APP 注册用户累计超过 5,500 万，月活跃用户数量超过 820 万。

图 28：美的集团收入、归母净利及增速



资料来源：美的集团公司公告，国元证券研究所

图 29：美居 APP 情况

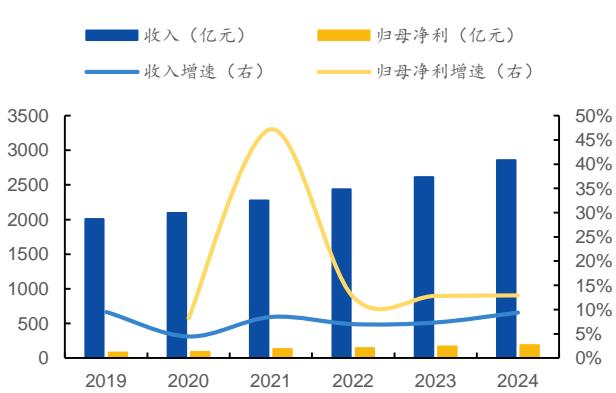


资料来源：美的美居 APP，国元证券研究所

5.3.3 海尔智家

全球大家电行业领先企业。根据权威市场调查机构欧睿国际数据显示，海尔智家连续 16 年蝉联全球大型家用电器品牌零售量第一名，旗下家电品牌集群包括海尔、卡萨帝、Leader、GE Appliances、Candy、Fisher&Paykel 及 AQUA。2008-2024 年，海尔品牌冰箱、洗衣机零售量在全球大家电品牌中分别连续 17 年和 16 年蝉联第一。2024 年，海尔智家实现总收入达 2859.81 亿元。

图 30：海尔智家收入、归母净利及增速



资料来源：海尔智家公司公告，国元证券研究所

图 31：三翼鸟发展历史

| 时间 | 事件 |
|------------|--|
| 2020 年 9 月 | 海尔智家发布全球首个智慧家庭场景品牌-三翼鸟 |
| 2021 年 | 三翼鸟发布智慧家庭一站式定制平台，提供家电、家居、家生活于一体的解决方案 |
| 2022 年 | 三翼鸟正式推出“1+3+5+N”全屋智慧全场景解决方案及行业首套分布式场景屏一智家大脑屏 |
| 2023 年 | 场景方案定制化，设计能力、交付能力、智慧能力全新升级 |
| 2024 年 | 智慧家电家居一体化定制，为用户打造了智慧家庭生活新范式 |

资料来源：海尔集团官网，国元证券研究所

全球智慧家庭解决方案领先企业。根据欧睿数据统计，依托全品类的家电产品优势，海尔智家是业内首批推出智慧家庭解决方案的家电企业之一。三翼鸟持续聚焦“智慧家生活，让家更美好”的使命，围绕定制平台、交付平台、智家大脑平台等三大能力升级，坚持为用户提供定制化、专业的智慧家电解决方案。2024 年，三翼鸟引入行业先进大模型工具，提升语音交互和场景数据驱动能力，并进行垂直领域训练，使 AI 技术在家庭场景中应用更精准高效；对 AI 底座进行服务化和组件化升级，提升数据处理效率，实现数据驱动的个性化服务；提升语音交互技术，实现多意图识别和更自

然复杂的对话；引入视觉识别技术如 AI 之眼，实现对食材、环境的识别和监控，以及多种场景应用。

国内三翼鸟智慧家庭日活超 1000 万，海尔智慧家庭海外注册用户总数已超 2000 万。根据海尔集团微信公众号 2025 年 3 月文章，目前，在国内，三翼鸟智慧家庭日活超 1000 万；在美国，Smart HQ 平台联网用户已超过 400 万；在欧洲，hOn 平台接入了 Candy、Hoover 等多个品牌，注册用户已超 925 万；在日本，AQUA 正持续加速布局智慧社区洗；在东南亚，海尔智家也在通过 Haismart 平台为当地用户提供智慧家庭服务。截至目前，海尔智慧家庭的海外注册用户总数已经超过了 2000 万。

5.4 互联网企业

5.4.1 百度

百度在智能音箱和智能屏领域保持持续领先地位，推动小度智能家居平台生态持续演进繁荣。小度智能家居开放平台 DuerOS 为智能家居设备厂商、酒店方案厂商和模组厂商提供基于云云对接、蓝牙 Mesh 直连等方式接入小度助手服务的 IoT 开放平台。根据国际权威数据机构 IDC、Canalys、Strategy analytics 公开数据统计，小度连续三年保持中国智能音箱出货第一，同时 2019 年至今小度持续保持全球智能屏出货第一，至今小度已成为千万家庭的智能家居中控入口。百度在智能音箱和智能屏领域的持续领先地位，成功占据智能家居入口的核心地位，推动小度智能家居平台生态持续演进繁荣。根据官网数据，小度智能家居平台接入品牌和平台商已超 500 家，并已接入照明电工、大家电、智能小家电等 60 多个品类，连接设备数超过 2 亿台。

SLG 包括 DuerOS 及小度业务，2020 年获分拆融资。百度的智能生活事业群组 (Smart Living Group, 简称 SLG) 成立于 2018 年 3 月，由原百度“度秘事业部”、百度“硬件生态渠道部”和收购来的“Raven Studio 工作室”共同组成。2018 年 6 月，百度发布了首款自有品牌智能音箱“小度智能音箱”，市场份额持续提升。2020 年 9 月 30 日，百度宣布旗下智能生活事业群组 (SLG) 完成了独立融资协议的签署。融资完成后，百度公司对小度科技仍然拥有绝对控制权，小度科技的相关业务及财务数据仍将继续在百度公司整体财报中体现。根据 2024 年报，百度运营 SLG 的拥有多数股权的子公司于 2020 年至 2022 年完成了第一轮及第二轮融资。

图 32：2023 年 2 月小度 APP 月活及增速

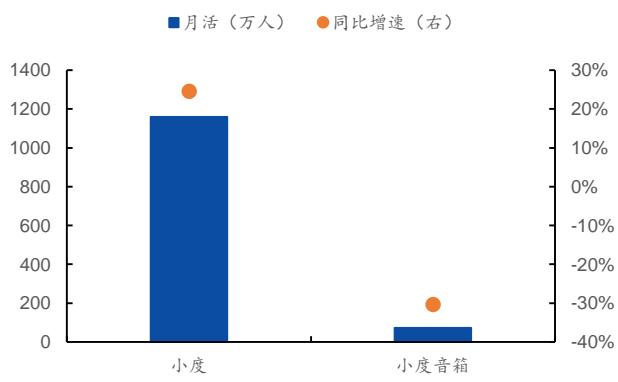
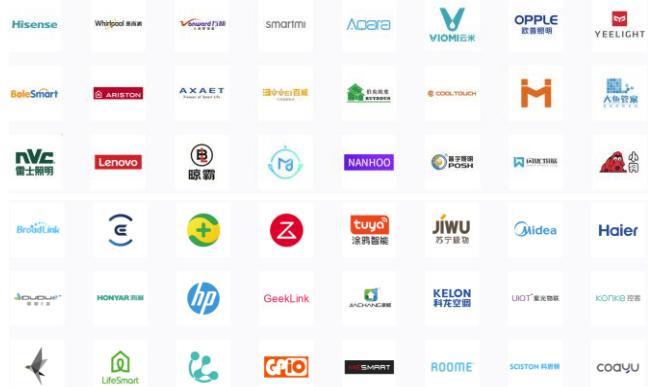


图 33：已接入小度智能家居平台的品牌及平台



资料来源：QuestMobile，国元证券研究所

资料来源：百度官网，国元证券研究所

5.4.2 阿里

阿里巴巴打造消费级智能设备 IoT 平台——飞燕平台。阿里云 IoT 生活物联网平台（飞燕平台）是面向智能家居等领域推出的物联网平台，可以将设备低成本快速智能化上云。2020 年 7 月，天猫精灵 IoT 开放平台和阿里云生活物联网平台完成融合。融合后的物联网平台，成为阿里巴巴集团内统一的消费级智能设备 IoT 平台。阿里巴巴消费级智能设备 IoT 平台拥有 2 种业务形态：1) 面向智能生活行业赋能的云产品，为全球客户提供全球化、智能化的付费云服务；2) 面向天猫精灵 IoT 生态的设备接入，与国内设备厂商共同搭建围绕天猫精灵的 IoT 生态。目前天猫精灵 IoT 生态已接入 1500 多个品牌，200 多个类目，7000 多个型号。

天猫精灵已服务超 4000 万+家庭，连接设备超 5 亿台。天猫精灵是阿里巴巴集团阿里云智能事业群于 2017 年 7 月 5 日发布的 AI 智能终端品牌，经过七年的发展至 24 年，天猫精灵已成为服务超过 4000 万+家庭，累计为 6300 万+用户提供智能应用服务，生态可连接设备超 5 亿+的人工智能硬件品牌，其用户每月交互次数超过 80 亿，每日使用 IoT 场景达 500 万余次。

天猫精灵加注全屋智能赛道。天猫精灵于 2022 年底正式迈入全屋智能赛道，并于 2024 年推出全屋智能 1.0 产品，持续迭代技术与 AI 应用。2024 年 9 月，天猫精灵全屋智能在云栖大会正式开启“百城灯塔计划”，计划至 2025 年底，在全国范围内落地超 100 家核心城市体验店。

天猫精灵全屋智能 1.0 产品：天猫精灵全屋智能采用 1+3+N 的产品架构，1 是围绕 AI+连接的空间智慧大脑 GenieOS+；3 是核心的三大交互入口，分别是最适合全屋的中控面板、全新的精灵未来家 App，以及天猫精灵的智能音箱；N 是全屋丰富的场景应用。基于此架构，天猫精灵设计推出了全屋智能 1.0 产品家族——支持 PLC-Mesh 融合组网的一体式 10 寸中控主机、4 寸中控主机、几何系列面板、魔方系列面板等全新全屋智能产品。同时，天猫精灵宣布本次将会分别与行业 top 厂商合作，推出智能照明，智能遮阳，智能安防，智能环境及全屋影音，从而丰富全屋生态的产品家族，构建更完善的空间智能体验。

5.4.3 京东

自研硬件+供应链整合，瞄准 C 端家庭场景。京东依托小京鱼智能服务平台，2024 年 618 期间推出 12 大 AI 品类硬件，包括 AI 门锁、AI 摄像头、AI 音箱等 12 大单品，计划推动超 300 万用户换新 AI 设备；同时和美的、格力、科沃斯等家电品牌合作推出智能冰箱、空调、扫地机器人等家电产品，丰富硬件生态；并和华为达成战略协议，实现终端互联互通。

表 5：京东物联网发展历程

| 时间 | 事件 |
|--------|--|
| 2014 年 | 京东推出京东微联，主要用于连接家庭场景 |
| 2017 年 | 京东推出 Alpha 平台，扩展至车联网场景 |
| 2018 年 | 京东 IoT 业务全面整合升级为小京鱼 AIoT 生态，并推出全新科技品牌“京鱼座”，进一步扩展了可穿戴场景，将 IoT 平台聚焦在智能家居、车联网与可穿戴三个场景。根据京东官方公布，目前京东 IoT 平台已经服务了超过 1000 万家庭，连接 500+ 个合作伙伴，200+ |

| 时间 | 事件 |
|--------|---|
| 2020 年 | 个品类，2000+个 SKU (库存量单位)。 |
| 2021 年 | 京东将京东云、AI 事业两个部门整合，升级为京东智联云，其原有的 IOT 业务也升级为小京鱼 AIoT 生态。 618 期间，京东小京鱼平台上连接的智能家居产品品类已超过 260+个，合作的品牌商超过 1000 家，平台连接设备数量突破 2.2 亿台，服务 3000 万家庭。 |

资料来源：小京鱼助手公众号，智东西公众号，36 氪，国元证券研究所

5.4.4 腾讯

三大开放平台提供多元服务入口。腾讯推出云小微平台，由小微硬件开放平台、小微 Skill 开放平台、小微服务机器人平台三大平台组成。小微硬件开放平台通过音箱、电视、玩具、OTT 盒子、投影仪或汽车均可实现接入；Skill 平台包含腾讯自有音乐及各种有声音读物、新闻、笑话、天气等内容与服务，还可以让开发者创建自己的内容和服务；小微机器人是腾讯推出的 AI 语音助手。

接入腾讯海量服务资源。小微整合了微信生态（如小程序控制）、AI 技术（语音助手、人脸识别）及腾讯系内容资源（如 TME 音乐、腾讯视频）；得益于微信的社交大数据，以及庞大的运算资源和先进的人工智能技术，腾讯云小微在自然语言理解和对话系统上形成语音交互的优势；同时尖端模式识别结合腾讯大数据，让设备充满智慧。

图 34：云小微平台整合微信生态、AI 技术与腾讯系内容资源



资料来源：云小微官网，国元证券研究所

此外，腾讯积极与第三方厂商合作，推出家庭中控、照明、安防等硬件产品，丰富硬件生态。

图 35：云小微合作客户



资料来源：云小微官网，国元证券研究所

6. 投资建议

智能家居行业在技术奇点、政策扶持与消费升级共振下，有望持续增长，投资逻辑分为 4 条主线：1) 建议关注聚焦智能家居全生态链领先企业，如小米、萤石网络等；2) 智能家居细分赛道的领先企业，如科沃斯，石头科技等；3) 凭借品牌、渠道、资金实力，积极布局智能家居赛道的传统家电企业，如美的、格力、海尔等，4) 积极入局 AIoT 平台生态构建的互联网企业，如阿里、京东、腾讯等。

7. 风险提示

AI 落地不及预期、协议兼容性推进不及预期、政策变动风险。

投资评级说明

(1) 公司评级定义

| | |
|----|------------------------|
| 买入 | 股价涨幅优于基准指数 15%以上 |
| 增持 | 股价涨幅相对基准指数介于 5%与 15%之间 |
| 持有 | 股价涨幅相对基准指数介于-5%与 5%之间 |
| 卖出 | 股价涨幅劣于基准指数 5%以上 |

(2) 行业评级定义

| | |
|----|--------------------------|
| 推荐 | 行业指数表现优于基准指数 10%以上 |
| 中性 | 行业指数表现相对基准指数介于-10%~10%之间 |
| 回避 | 行业指数表现劣于基准指数 10%以上 |

备注：评级标准为报告发布日后的 6 个月内公司股价（或行业指数）相对同期基准指数的相对市场表现，其中 A 股市场基准为沪深 300 指数，香港市场基准为恒生指数，美国市场基准为标普 500 指数或纳斯达克指数，新三板基准指数为三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的），北交所基准指数为北证 50 指数。

分析师声明

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告。本人承诺报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于作者的职业操守和专业能力，本报告清晰准确地反映了本人的研究观点并通过合理判断得出结论，结论不受任何第三方的授意、影响，特此声明。

证券投资咨询业务的说明

根据中国证监会颁发的《经营证券业务许可证》(Z23834000)，国元证券股份有限公司具备中国证监会核准的证券投资咨询业务资格。证券投资咨询业务是指取得监管部门颁发的相关资格的机构及其咨询人员为证券投资者或客户提供证券投资的相关信息、分析、预测或建议，并直接或间接收取服务费用的活动。证券研究报告是证券投资咨询业务的一种基本形式，指证券公司、证券投资咨询机构对证券及证券相关产品的价值、市场走势或者相关影响因素进行分析，形成证券估值、投资评级等投资分析意见，制作证券研究报告，并向客户发布的行为。

法律声明

本报告由国元证券股份有限公司（以下简称“本公司”）在中华人民共和国境内（台湾、香港、澳门地区除外）发布，仅供本公司的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。若国元证券以外的金融机构或任何第三方机构发送本报告，则由该金融机构或第三方机构独自为此发送行为负责。本报告不构成国元证券向发送本报告的金融机构或第三方机构之客户提供的投资建议，国元证券及其员工亦不为上述金融机构或第三方机构之客户因使用本报告或报告载述的内容引起的直接或连带损失承担任何责任。本报告是基于本公司认为可靠的已公开信息，但本公司不保证该等信息的准确性或完整性。本报告所载的信息、资料、分析工具、意见及推论只提供给客户作参考之用，并非作为或被视为出售或购买证券或其他投资标的的投资建议或要约邀请。本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会波动。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推论不一致的报告。本公司建议客户应考虑本报告的任何意见或建议是否符合其特定状况，以及（若有必要）咨询独立投资顾问。在法律许可的情况下，本公司及其所属关联机构可能会持有本报告中所提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，还可能为这些公司提供或争取投资银行业务服务或其他服务，上述交易与服务可能与本报告中的意见与建议存在不一致的决策。

免责条款

本报告是为特定客户和其他专业人士提供的参考资料。文中所有内容均代表个人观点。本公司力求报告内容的准确可靠，但并不对报告内容及所引用资料的准确性和完整性作出任何承诺和保证。本公司不会承担因使用本报告而产生的法律责任。本报告版权归国元证券所有，未经授权不得复印、转发或向特定读者群以外的人士传阅，如需引用或转载本报告，务必与本公司研究所联系并获得许可。

网址：www.gyzq.com.cn

国元证券研究所

合肥

地址：安徽省合肥市梅山路 18 号安徽国际金融中心 A 座国元证券
邮编：230000

上海

地址：上海市浦东新区民生路 1199 号证大五道口广场 16 楼国元证券
邮编：200135

北京

地址：北京市东城区东直门外大街 46 号天恒大厦 A 座 21 层国元证券
邮编：100027