

机密

中国智能晾衣架行业独立市场研究 (节选)

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系沙利文公司独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经沙利文公司事先书面许可，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，沙利文公司保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。

©2024 Frost & Sullivan. All the information contained herein (including without limitation data, words, charts and pictures) is the sole property of Frost & Sullivan, treated as highly confidential document, unless otherwise expressly indicated the sources in the report. Should no one copy, reproduce, diffuse, publish, quote, adapt, compile all or any part of the report without the written consent of Frost & Sullivan. In the event of the violation of the above stipulation, Frost & Sullivan reserve the right of lodging claim against the relevant persons for all the losses and damages incurred.

2024.01

FROST & SULLIVAN

沙利文



■ 沙利文简介

- 沙利文于1961年在纽约成立，是一家独立的国际咨询公司，在全球设立45个办公室，拥有超过2,000名咨询顾问。通过丰富的行业经验和科学的研究方法，我们已经为全球1,000强公司、新兴崛起的公司和投资机构提供可靠的咨询服务。作为沙利文全球的重要一员，沙利文中国团队在战略管理咨询、融资行业顾问等方面均奠定了良好的基础。2014至2023年，沙利文始终保持境外IPO市场行业研究顾问市场份额第一的领导地位。

■ 研究背景

- 沙利文对中国的智能晾衣架市场进行定性、定量研究，目的在于梳理头部品牌在中国智能晾衣架市场的份额情况，对当前的行业竞争格局进行分析与确认

■ 研究范围

- 中国智能晾衣架市场

目录

1. 中国智能晾衣架市场概览

2. 中国智能晾衣架市场竞争格局

FROST & SULLIVAN

沙利文



中国智能晾衣架市场概览

定义与分类

定义



- 智能晾衣架初期是在手摇类晾衣架的基础上，配备电机、光源等基础配件，使其具备自动升降和照明的功能。随着智能晾衣架行业的不断发展和产品的迭代更新，逐渐演变为具有烘干、消毒杀菌等多功能的电动晾衣架。目前，市场主流的智能晾衣架整体向着全域照明、智能语音家居、超轻超薄等方向发展。
- 烘干——通过恒温均匀热烘，模拟自然风加速衣物风干
- 消毒——通过紫外线灯对衣物进行智能有效消杀
- 全域照明——通过搭配巨型大灯，实现全域广角照明，即便晾衣架晒满衣服，也不会挡住阳台的灯光
- 智能语音控制——通过AI智控，连接手机App可以24小时语音召唤衣架升降，同时也可以无线遥控

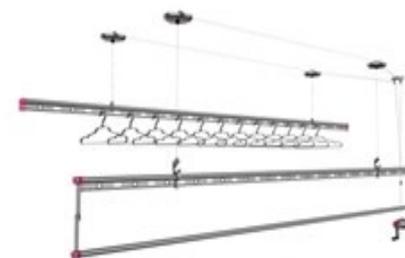
落地类晾衣架

落地类是可移动系列的主导产品，其产品材质多样，使用灵活便捷，落地晾衣架因占地面积较小，便于移动和折叠，且价位不高，通常与其他类型晾衣架搭配使用，是当前体量最大的一个产品类别。



手摇类晾衣架

因手摇类产品通过在阳台顶面安装，不占有地面空间，而且因其晾杆长度较长，所能承载晾晒的衣物较多。晾晒时，可通过手动方式操作固定在墙面的手摇器。该产品价位适中，是市场上使用度最高的固定安装式的晾晒产品。



推拉类晾衣架

推拉类主要是指固定在阳台内、外墙壁的晾衣架，具有简单机械原理，一般有三到四根晾杆组成，主要材料为铝合金材料。该产品在晾晒衣物时，通过人力，将最接近人体一侧的晾衣架往外推或拉，实现晾晒方式。



智能晾衣架

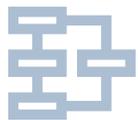
智能晾衣架产品具有集成化、互联网化、智能化、个性化等智能家居产品特点。操作上通过控制器实现升降、照明、风（烘干、杀菌等使用功能，当前正快速占领晾衣架行业市场，智能晾晒将会是未来的消费发展趋势。



中国智能晾衣架市场概览

智能交互

智能交互



- 智能晾衣架作为智能家居系列重要的一环，将通过交互性和智能化与多种智能家居产品智能交互，从用户角度出发，构建用户体验全景生态图，以简化用户操作、提升用户满意度。

家电智能交互

- 智能晾衣架能够通过多种方式实现与洗衣机、烘干机等家电产品的智能化联动

手机APP连接控制

- 智能晾衣架能够和手机APP进行连接控制，随时随地进行相关操作

音箱智能交互

- 智能晾衣架能够通过和智能音箱的连接实现语音交互，从而实现快速响应、控制与操作。

智能窗帘交互

- 在有阳光的时候，智能窗帘可通过与环境感知系统的交互自动开启，以便进行衣物晾晒。

传感器智能交互

- 智能晾衣架可通过内置的温湿度传感器、光感传感器、人体存在传感器、门磁传感器等传感器模块进行交互，实现自动风干、照明控制、自动升降等智能化操作。

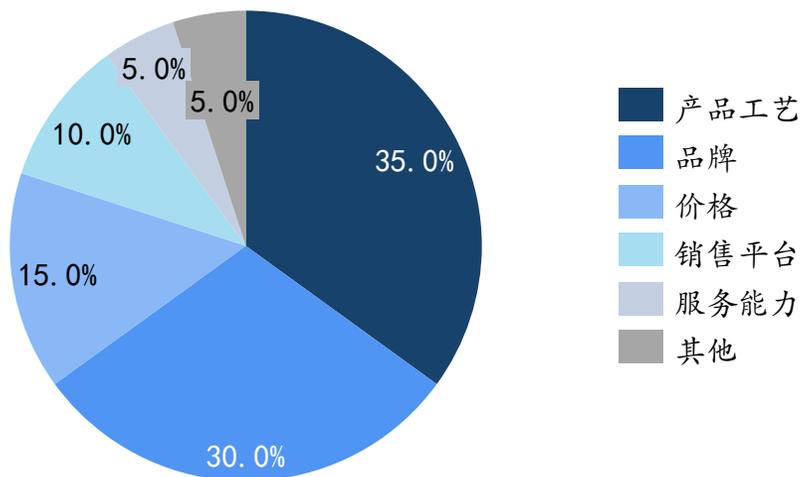
中国智能晾衣架市场概览

用户画像

用户画像

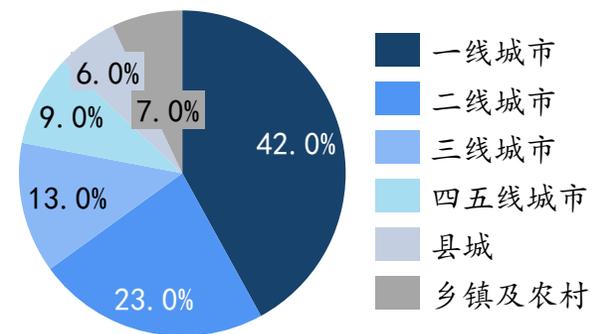


- 智能晾衣架的受众主要以85后和90后、中高收入、具有新房装修需求的高线城市消费者为主。这些群体的特点是，消费能力较强，注重品质且具有较强的信息检索和鉴别能力。
- 其中，智能晾衣架的受众还以多雨多霾地区的居民为主。干燥问题已成为雨区居民头疼的问题，由于衣服长时间不能干而导致衣物滋养细菌。雾霾地区的衣服则很容易附着小颗粒，从而引起呼吸疾病危害身体。智能晾衣架已成为他们的优先选择。
- 对于用户选品的考虑因素，根据调查显示，产品工艺，品牌和价格是消费者在选购智能晾衣架产品时考虑的首要因素。



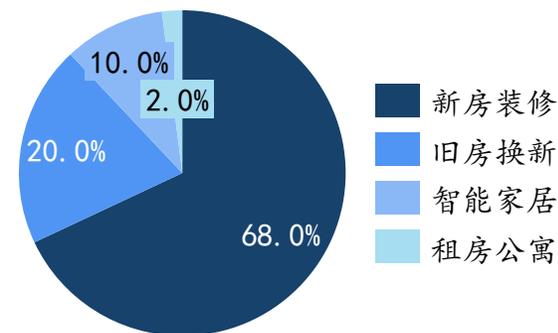
城市线级分布

- 一线和新一线城市在智能晾衣架市场中占据了较大的销售份额，约为42%，而三线及以下城市和乡镇的下沉市场份额相对较低，仅占35%。这显示了高线城市对智能晾衣架的消费需求较高，而下沉市场的开发潜力有待挖掘。
- 随着市场竞争的加剧，部分智能晾衣架厂商价格持续降低，以迎合下沉市场消费者的需求从而扩大份额。



应用场景

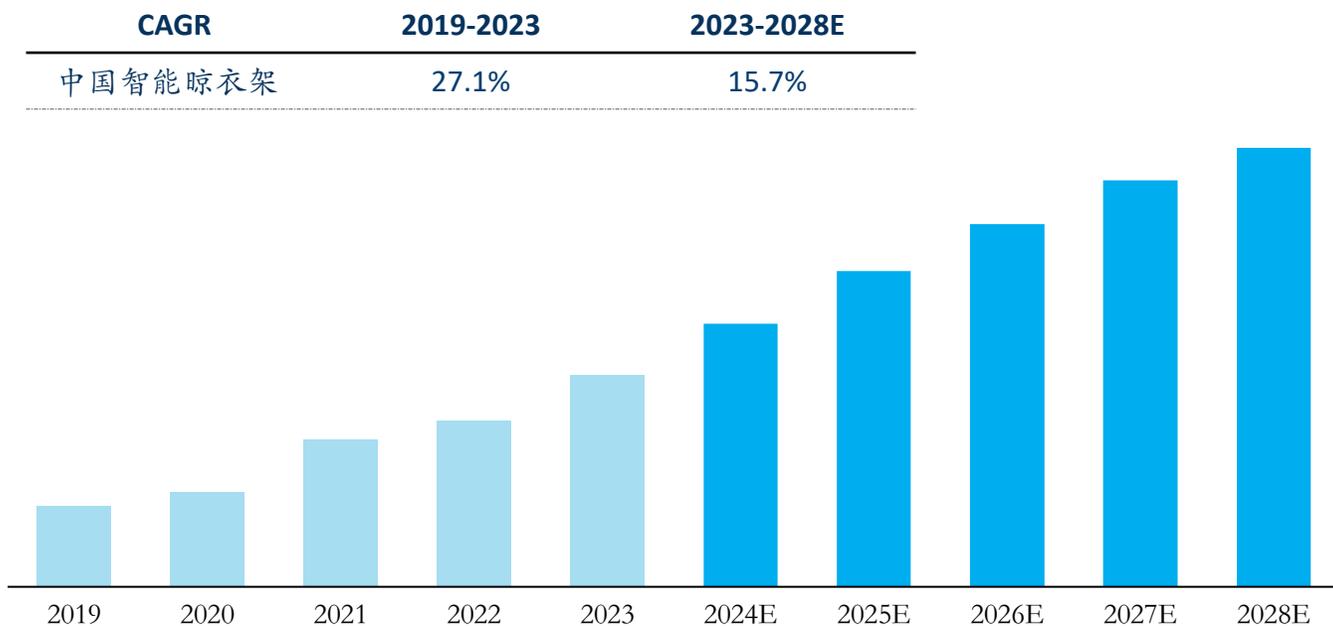
- 目前，智能晾衣架的主要应用场景集中在新房装修和旧房换新，大约有68%的消费者选择在新房装修时购买智能晾衣架。其次，20%的消费者在旧房换新时选择购买智能晾衣架。
- 随着国家提出推动消费品以旧换新行动方案以及出台相关老旧小区改造政策，其在撬动消费者存量市场的同时，让更多智能化、高品质产品进入消费者家庭，提高居民生活质量。智能晾衣架安装便利、转换成本较低，未来以旧换新场景占比及整体渗透率有望进一步大幅提高。



中国智能晾衣架市场概览

市场规模(1/2)

中国智能晾衣架市场规模，按销售额计
亿元, 2019-2028E



关键发现

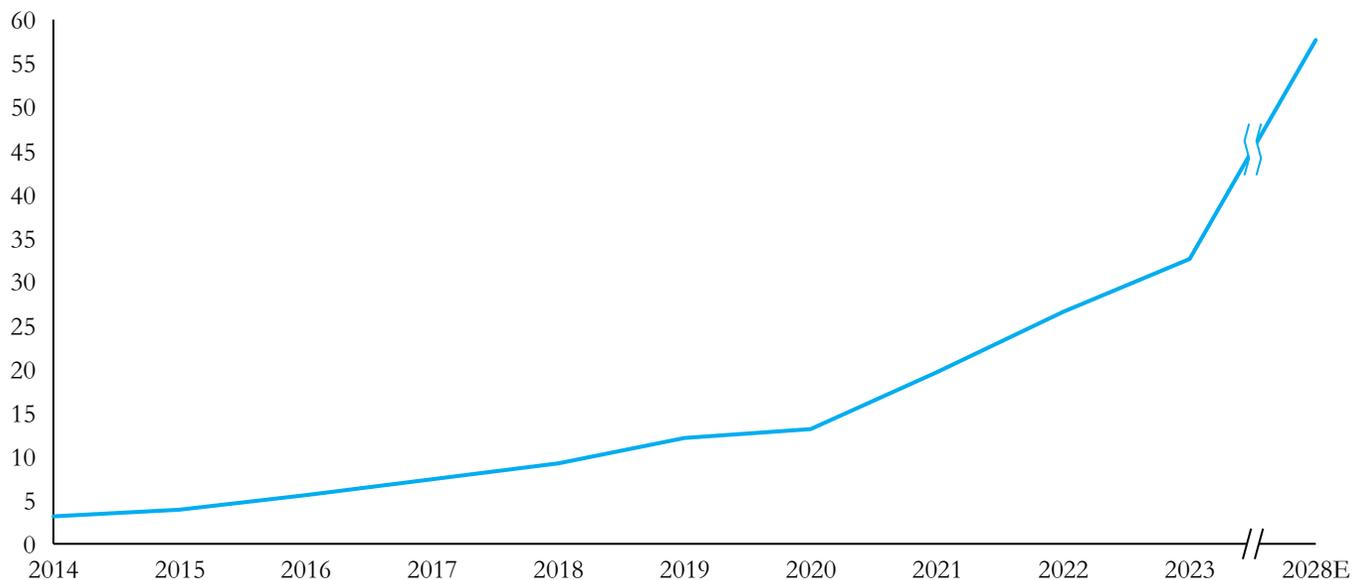
- 中国智能晾衣架市场规模从销售额角度来看，2023年中国智能晾衣架总销售额已经达到xx亿元，相比2019年的xx亿元，整体市场增幅明显。
- 随着智能晾衣架的渗透率不断提高以及消费者接受度提高，预计到2028年，整体智能晾衣架市场规模将达到xx亿元，年均复合增长率约为15.7%。预计未来下沉市场将成为主要增长动力，出货量持续走高但行业竞争将愈加激烈导致产品价格趋势降低。



中国智能晾衣架市场概览

渗透率趋势

中国智能晾衣架产品渗透率*
%, 2014-2028E



关键发现

- 2014至2018年，中国智能晾衣架市场处于发展早期，产品渗透率整体低于10%，传统手摇、户外推拉和落地类晾衣架仍为市场主流品类。
- 2019至2023年，居民消费水平逐步提高，智能家居迅速在年轻一代和中高收入家庭中普及开来，中国智能晾衣架行业飞速发展，众多主打智能晾衣架品类的新兴品牌涌现，且受益于网购平台上层出不穷的内容种草、直播带货等新营销方式的发展，五年间市场渗透率从xx%上升至xx%。
- 伴随着智能交互技术的不断进步和电机厂商产能的扩大，预计未来五年产品渗透率将呈持续上升趋势，至2028年产品渗透率将达xx%。



备注：渗透率是指每年中国智能晾衣架市场出货量占整体晾衣架市场出货量的百分比

中国智能晾衣架市场概览

行业驱动因素(1/2)



电商平台的推广与营销优势

- 电子商务平台为智能晾衣架的销售开辟了广阔市场，尤其是在疫情之后，消费者对于在线购物的偏好显著增强。电商平台通过提供全面的产品描述、用户评价、视频展示及价格比较服务，极大地简化了消费者的购买决策过程。
- 此外，电子商务平台上的数据分析工具使得制造商能够更精确地把握消费者偏好和市场动向，进而优化其营销策略和产品开发计划。通过电子商务销售智能晾衣架，不仅可以触及更广泛的潜在客户群，还有助于降低传统零售环节中的物流和库存成本。



居民可支配收入提升带来的消费升级

- 根据国家统计局数据，2023年，全年全国居民人均可支配收入39,218元，比上年增长6.3%，扣除价格因素，实际增长6.1%。
- 随着中国居民可支配收入的持续增长，消费者对高品质生活的追求也随之增加，推动了智能家居设备的需求。
- 收入的增加使得消费者更愿意为能提升居住舒适度和便利性的产品支付额外费用。同时，市场需求增加促使厂商在功能和设计上不断创新，以满足不同收入层次消费者的需求。

中国智能晾衣架市场概览

行业驱动因素(2/2)



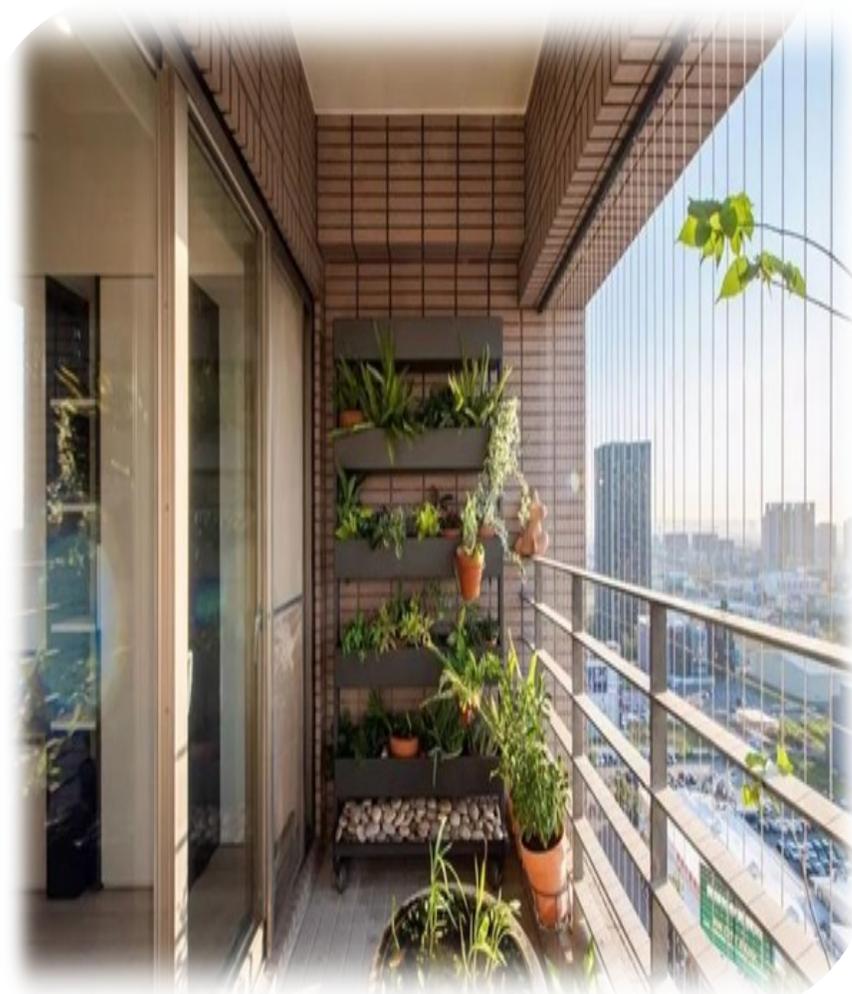
国家相关政策支持与国民环保意识的增强

- 相关政策支持和居民环保意识的提高对智能晾衣架行业的发展具有显著的推动作用。
- 例如，国家发展和改革委员会等部门印发《促进绿色消费实施方案》，其中提出，全面促进绿色用品消费，大力推广智能家电。智能晾衣架作为家庭常用电器，其节能特性符合国家鼓励的方向，从而受益于此类政策。
- 同时，随着中国消费者环保意识的增强，越来越多的人开始关注产品的环保和节能特性。智能晾衣架能够根据环境调整工作模式，例如自动识别空气湿度和温度，智能调节烘干或通风时间，这不仅节省能源，还降低了电力消耗。这些功能符合现代消费者对环保和节能的需求，从而会吸引了一大批环保意识较强的消费者。



物联网技术的整合与应用

- 物联网技术的应用在智能晾衣架行业中显著提升了产品的智能化水平及用户体验。借助物联网，智能晾衣架可以实现智能交互等功能，例如实施远程控制、自动化操作、环境适应性调整及设备间的协同工作。
- 举例来说，用户可以通过移动应用控制晾衣架的升降和烘干功能，或者根据气候变化自动调整晾衣架的设置。这些功能不仅极大地便利了用户的日常生活，还通过在电费较低的时间段自动启动烘干功能，优化了能源消耗，从而提高了能源效率。
- 这些创新不仅满足了现代家庭的需求，也体现了智能家居设备在实用性和节能方面的进步。



中国智能晾衣架市场概览

未来发展趋势



产品端：多功能化和智能交互愈加显现

从产品本身的特性来说，智能晾衣架的产品特性将进一步提升。未来，智能晾衣架将注重实用性能的增强，加入人机交互功能，并全面融入智能家居系统，实现全屋语音唤醒、衣物除味消毒等多功能。这种发展趋势将促成集成式智慧阳台的形成，通过局部交互和协同单品接收指令动作，实现一个或多个功能体系的软硬件结合，最终构建起完整的阳台生态系统。



渠道端：线上销售渠道多元化

从销售渠道来说，未来智能晾衣架行业的线上布局将成为品牌发展的重点，淘宝、天猫、京东、抖音电商等销售渠道多点开花。直播带货的模式将可能成为新的销量增长渠道。这种方式通过结合娱乐与购物的互动性特点，可以有效地展示智能晾衣架的高科技特性和使用便利性，吸引消费者的兴趣并促进即时购买。预计未来直播带货将在智能家居产品销售中占据越来越重要的位置。



价格端：产品价格趋于下降

从产品价格来说，随着生产工艺的不断进步和市场竞争的加剧，除少数头部品牌外，智能晾衣架产品均价未来或呈下降趋势。与此同时，部分厂商推出的多功能产品始终保持较高的单价。这种价格下降趋势主要源于技术进步降低了单一产品的生产成本，且同质化竞争导致了价格战，而部分消费者对个性化、高品质产品的接受度的提高则使得新一代多功能产品价格的居高不下。



品牌端：头部品牌表现强劲

从市场竞争格局来说，随着各类营销手段的竞争加剧及消费者对知名品牌认知的加深，中国智能晾衣架市场的头部品牌影响力进一步增强，出现强者恒强的马太效应。这类头部企业或高端品牌在产品技术、产品价格等方面，还是存在一定竞争优势。整体来看，未来几年智能晾衣架市场的头部企业在业务端表现仍然呈现强劲势头。



资料来源：沙利文研究

中国智能晾衣架市场概览

行业壁垒

1 营销壁垒

- 营销壁垒主要是如何实现差异化竞争并占据消费者心智。企业需要投入大量资源并采用创新的营销策略来建立品牌意识和消费者偏好。此外，对于采用新技术的产品，市场教育也是一大挑战，新品牌需投入重大资源以促使消费者了解并接受这些技术的优势。

2 品牌壁垒

- 用户在购买智能晾衣架时会考虑品牌因素，包括品牌的口碑，品调，风格，质量等。新进入者很难在短时间内建立一个口碑优秀且认知度高而被大众广泛接受的品牌。

3 规模化壁垒

- 当市场竞争逐渐加剧时，产品的利润压缩，价格竞争力很大程度上受制于企业的生产和运营成本。而头部品牌由于市场先发优势而具备较大的市场份额，从而有更强的议价能力，其生产成本也就更低，这是新进入者短时也难以达到的。



目录

1. 中国智能晾衣架市场概览

2. 中国智能晾衣架市场竞争格局

FROST & SULLIVAN

沙利文



感谢审阅!

FROST & SULLIVAN

