头豹 LeadLeo

400-072-5588

2019 年
中国智能洗衣机行业概览

行业走势图



消费研究团队

曾亮 分析师

邮箱：cs@leadleo.com

相关热点报告

- 家用电器系列概览——2019年中国豆浆机行业概览
- 家用电器系列概览——2019年中国智能洗衣机行业概览
- 家用电器系列概览——2019年中国功能沙发行业概览

报告摘要

洗衣机是指由电能驱动，用于清洗衣物、毛巾等纺织品的机器。智能洗衣机即具有智能感应、自动投放、联网控制等功能的洗衣机。近 5 年来，受益于中国住宅数量快速增长、居民服装消费增多及智能洗衣机企业的持续投入，中国智能洗衣机销售额从 2014 年的 72.0 亿元增长到 2018 年的 282.1 亿元，年复合增长率达到 40.7%。未来随着智能洗衣机产品智能化程度的持续提升及居民对智能洗衣机的接受程度不断提高，预计中国智能洗衣机销售额仍将保持快速增长。

热点一：住宅数量及消费水平提升共同推动行业发展

中国房地产行业的兴盛促使中国住宅数量迅速增多，居民的洗衣机消费增长。同时，伴随着收入的增长，居民的消费水平和消费质量不断提升。在此情况下，居民的对提升生活品质的智能家电的接受程度不断提升，且居民服装消费持续增多，对服装的洗涤、保养的需求高涨，作为衣物洗涤、保养的重要设备，智能洗衣机的市场需求得以持续提高。

热点二：企业不断加大投入，智能洗衣机产品持续优化

中国洗衣机的市场已进入存量竞争阶段，中国家用洗衣机产量出现持续下降，行业竞争加剧。同时，洗衣机行业经过多年发展，各企业产品大同小异，仅具备基本洗衣功能的洗衣机产品市场竞争力持续下滑。在此情况下，各洗衣机企业将智能洗衣机作为市场竞争突破口，不断加大对智能洗衣机的投入，不断优化智能洗衣机的产品体验。

热点三：洗干一体机的市场份额有望快速提高

伴随着居民烘干需求的上升，集洗涤、烘干功能于一体的洗衣机产品有望迎来爆发。主要是因为洗干一体机相比于功能单一的干衣机，其优势明显：（1）洗干一体机占用空间小，无需分别购买洗衣机和干衣机；（2）洗干一体机便利性强，从衣物洗涤到烘干可一步到位；（3）洗干一体机性价比高，购买洗干一体机的价格低于分别购买干衣机和洗衣机。

目录

1 方法论 5

1.1 研究方法 5

1.2 名词解释 6

2 中国智能洗衣机行业市场综述 8

2.1 智能洗衣机定义及分类 8

2.2 中国智能洗衣机行业发展历程 9

2.3 中国智能洗衣机行业产业链 10

2.3.1 上游分析 11

2.3.2 中游分析 13

2.3.3 下游分析 13

2.4 中国智能洗衣机行业市场现状 14

2.5 中国智能洗衣机行业市场规模 15

3 中国智能洗衣机行业驱动与制约因素 17

3.1 驱动因素 17

3.1.1 中国住宅数量增长，居民消费水平提升 17

3.1.2 洗衣机企业不断加大投入，智能洗衣机产品持续优化 18

3.1.3 智能家居行业持续发展，推动智能洗衣机普及 19

3.2 制约因素 20

3.2.1 产品智能化水平低，用户体验差 20

3.2.2 智能家居行业缺乏统一标准，影响智能洗衣机产品普及 21

3.2.3 洗衣机整体市场需求饱和 22

4 中国智能洗衣机行业政策及监管分析.....23
5 中国智能洗衣机行业市场趋势.....25
5.1 烘干需求上升，洗干一体机产品有望爆发.....25
5.2 建立差异化竞争优势成企业发展重点.....26
5.3 迷你洗衣机、大容量洗衣机市场占比上升.....28
6 中国智能洗衣机行业竞争格局分析.....29
6.1 中国智能洗衣机行业竞争格局概述.....29
6.2 中国智能洗衣机行业典型企业分析.....30
6.2.1 小吉互联网科技有限公司.....30
6.2.2 山东小鸭集团有限责任公司.....33
6.2.3 广东格兰仕集团有限公司.....35

图表目录

图 2-1 滚筒洗衣机和波轮洗衣机简介与示意图 9

图 2-2 中国智能洗衣机行业发展历程 9

图 2-3 中国智能洗衣机行业产业链 11

图 2-4 钢材综合价格指数，2014 年 1 月-2019 年 8 月 12

图 2-5 各类智能洗衣机市场占比，2018 年 15

图 2-6 中国智能洗衣机销售额占洗衣机总销售额的比例，2014-2018 年 15

图 2-7 中国智能洗衣机行业市场规模（以销售额计），2014-2023 年预测 16

图 3-1 中国商品房销售额，2014-2018 年 17

图 3-2 中国家用洗衣机产量，2014-2018 年 18

图 3-3 2019 年上半年部分智能家居企业融资情况 20

图 3-4 部分智能洗衣机并未减轻用户劳动量 21

图 3-5 不同品牌的智能家电产品需使用不同的 APP 操控 22

图 3-6 中国登记结婚对数，2014-2018 年 23

图 4-1 中国智能洗衣机行业相关政策 25

图 5-1 洗干一体机有望爆发 26

图 5-2 小天鹅 T+3 订单制 28

图 5-3 不同容量的洗衣机市场份额变化，2015-2018 年 29

图 6-1 小吉科技产品展示图 32

图 6-2 小鸭集团小鸭圣吉奥 D856CHG 滚筒洗衣机展示图 34

图 6-3 格兰仕集团洗衣机产品展示图 36

1 方法论

1.1 研究方法

头豹研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 研究院依托中国活跃的经济环境，从家用电器、物联网等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。

- ✓ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。

- ✓ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。

- ✓ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

- ✓ 头豹研究院本次研究于 2019 年 9 月完成。

1.2 名词解释

- **KA 卖场：**Key Account，重要客户。对于家电企业而言，KA 卖场指营业面积、客流量等方面处于优势的销售终端，如国美电器、苏宁电器的大型门店。
- **智能家居：**以住宅为平台，将线路综合布置、网络通信、家庭安防、家电自动化、音频与视频等多种技术相融合，并将这些技术与日常生活中的设备、设施相集成，最终建立一个高效化、智能化的住宅设施集成系统，以此提高居住环境的便捷性、智能性、环保性与安全性。
- **AWE：**Appliance & Electronics World Expo，中国家电及消费电子博览会。AWE 由中国家用电器协会创办，是中国规格最高的大型家电展览会，多家家电企业会选择在 AWE 上发布新品。
- **无刷直流电机：**无电刷和换向器的直流电机，具有无换向火花、噪音低、运行寿命长等优点。
- **变频洗衣机：**主电机为无刷直流电机的洗衣机，具有节能、超低噪音、可变水流、高脱水转速等优点。
- **ABS 树脂：**Acrylonitrile Butadiene Styrene，丙烯腈-丁二烯-苯乙烯共聚物，是一种常见塑料，具有强度高、韧性好、易于加工成型的优点，广泛应用于家用电器、电话、汽车工业等领域。
- **聚丙烯：**Polypropylene，简称 PP，是一种性能优良的热塑性合成树脂。聚丙烯具有绝缘性，高耐磨性、高强度机械性能、耐化学性等优点，因此广泛应用于电器、汽车、建筑、纺织等领域。
- **白色家电：**可替代家务劳动的电器产品，如电冰箱、洗衣机、厨房电器等。此类家电通常是白色的，因此统称为白色家电，简称为白电。

- **设备原值：**企业在建造、购置某项固定资产时实际发生的全部支出，包括建造费、购置费、运输费和安装调试费等。

2 中国智能洗衣机行业市场综述

2.1 智能洗衣机定义及分类

洗衣机是指由电能驱动，用于清洗衣物、毛巾等纺织品的机器。智能洗衣机即具有智能感应、自动投放、联网控制等功能的洗衣机，可感应衣物重量、洗衣机水量、衣物脏污程度等信息，并根据感应信息进行洗涤时间自动设置、洗涤水量智能控制、洗衣液自动投放等操作。

与传统洗衣机相比，智能洗衣机主要是在洗衣机的操作方式、洗涤流程等方面进行了智能化升级，智能洗衣机在衣物洗涤的基本原理上与传统洗衣机没有区别。因此，智能洗衣机与传统洗衣机的分类一致，根据衣物洗涤基本原理的不同，智能洗衣机可分为滚筒洗衣机和波轮洗衣机两类：（1）滚筒洗衣机。滚筒洗衣机的洗涤方式类似于棒槌击打衣物，是利用滚筒的转动带动衣物做抛物运动，通过对衣物进行摔打来去除污渍。因此滚筒洗衣机具有衣物不缠绕、磨损率低的优点，但滚筒洗衣机能耗大、价格高；（2）波轮式洗衣机。波轮式洗衣机的洗涤方式类似于手工搓洗，是通过衣物面料的相互摩擦来去除污渍。因此波轮式洗衣机具有衣物缠绕严重、磨损率高的缺点（见图 2-1）。

除滚筒洗衣机和波轮洗衣机外，智能洗衣机的分类还包括搅拌式洗衣机和空气洗洗衣机：（1）搅拌式洗衣机通过搅拌棒、搅拌翼来回搓揉的方式洗涤衣物，其占地面积大，工作时会产生较大噪音；（2）空气洗洗衣机即无需使用洗衣液、清水即可完成衣物洗涤的洗衣机，其价格昂贵。由于上述两类洗衣机的消费群体小，目前中国智能洗衣机市场中的主流产品仍是滚筒洗衣机和波轮洗衣机两类。

图 2-1 滚筒洗衣机和波轮洗衣机简介与示意图

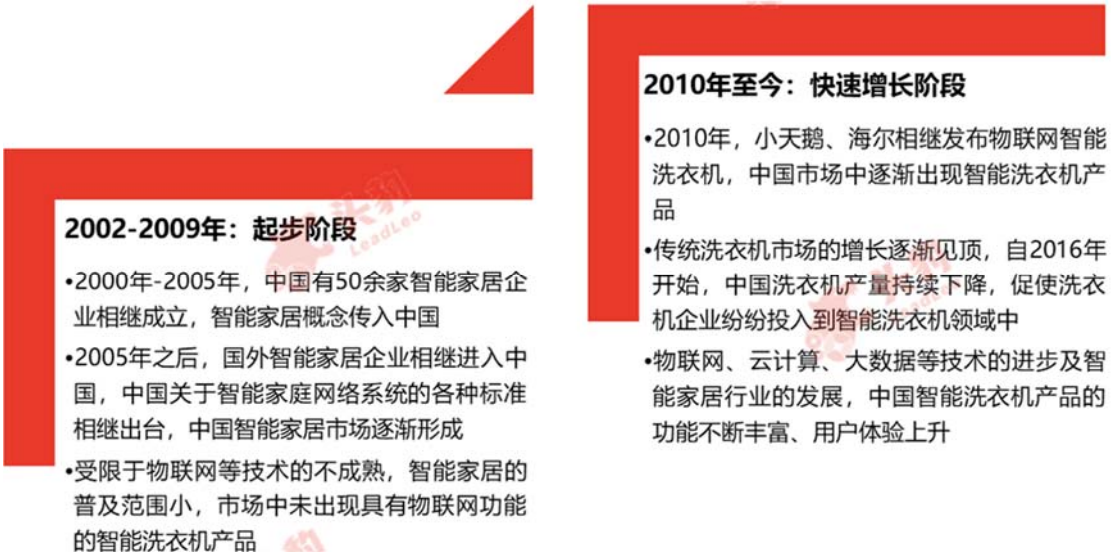
分类	洗涤方式	优缺点	示意图
滚筒式	➢ 洗涤方式类似于棒槌击打衣物 ➢ 运行时利用滚筒的转动带动衣物做抛物运动，通过对衣物进行摔打来去除污渍	➢ 优点：衣物不缠绕、磨损率低 ➢ 缺点：能耗大、价格高	
波轮式	➢ 洗涤方式类似于手工搓洗， ➢ 运行时通过衣物面料的相互摩擦来去除污渍	➢ 优点：价格相对低 ➢ 缺点：衣物缠绕严重、磨损率高	

来源：头豹研究院编辑整理

2.2 中国智能洗衣机行业发展历程

洗衣机的发展历史悠久，全球第一台洗衣机诞生于 1858 年，驱动方式依旧需要依靠人力。第一台由电力驱动的洗衣机则是于 1911 年由美国人费希尔在芝加哥制成，之后洗衣机迅速在世界范围内得到广泛传播。相比之下，智能洗衣机行业起步较晚，直到进入 21 世纪后，中国智能洗衣机行业才随着技术的进步及智能家居概念的普及而逐渐兴起，其发展历程可分为两个阶段（见图 2-2）：

图 2-2 中国智能洗衣机行业发展历程



来源：头豹研究院编辑整理

（1）2000-2009 年：起步阶段

智能家居概念起源于 20 世纪 80 年代的美国，但中国直到 2000 年才出现智能家居企业，标志着智能家居概念正式传入中国。到 2005 年，中国已有 50 余家智能家居企业相继成立，2005 年之后，国外智能家居企业相继进入中国，中国关于智能家庭网络系统的各种标准相继出台，部分新建住宅和小区已经配备基础的智能化设施和设备。在此阶段，中国智能家居市场逐渐形成，部分城市居民开始了解到智能家居的概念，但受限于物联网等技术的不成熟，智能家居的普及范围小，中国市场仍尚未出现具有物联网功能的智能洗衣机产品。

（2）2010 年至今：快速发展阶段

2010 年，智能洗衣机产品逐渐在中国市场中出现。小天鹅在 2010 年推出物联网智能洗衣机产品。同年 5 月，海尔也发布了物联网智能洗衣机，该款智能洗衣机可自动识别洗涤剂品类、自来水硬度、洗涤衣物重量、洗涤衣物布质等信息，进而自动判断和调整洗涤剂的投放量及洗涤模式。同时，随着传统洗衣机市场需求逐渐饱和，传统市场产量自 2016 年开始持续下降，智能洗衣机愈发受到洗衣机制造企业的关注，企业纷纷投入到智能洗衣机领域中，，，智能洗衣机开始成为洗衣机制造企业的发展重点领域。加之物联网、云计算、大数据等技术的进步及智能家居行业的发展，中国智能洗衣机产品的功能不断丰富、用户体验上升，智能洗衣机行业已进入快速发展阶段。

2.3 中国智能洗衣机行业产业链

中国智能洗衣机行业产业链上游参与者是提供制造智能洗衣机所需部件、材料的供应商。中国智能洗衣机行业产业链中游主体是智能洗衣机企业。中国智能洗衣机行业产业链下游涉及到销售渠道和消费者，其中中国智能洗衣机的销售渠道可分为线上渠道和线下渠道，消费者主要为洗衣机的存量用户（见图 2-3）。

图 2-3 中国智能洗衣机行业产业链



来源：头豹研究院编辑整理

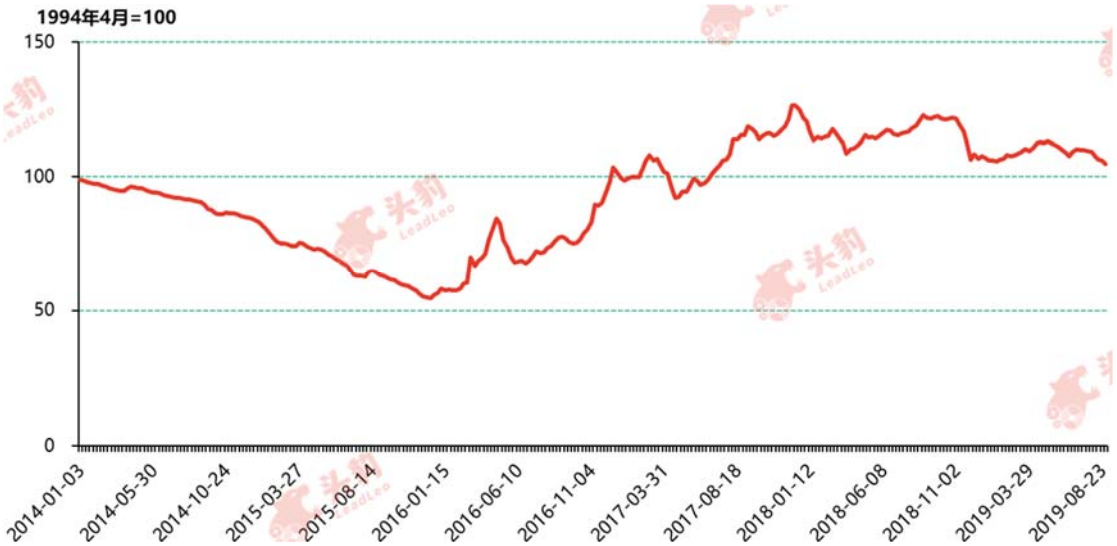
2.3.1 上游分析

智能洗衣机的构成复杂，所需部件达到上千件，因此智能洗衣机上游的参与者众多，各洗衣机部件市场情况不同，其中制造智能洗衣机所需的主要部件包括电机、电控系统以及各类金属件、塑料件等：

（1）钢材

钢材是用于制造洗衣机的各类金属件的主要材料，如金属外壳，金属内筒等。中国是钢材的生产大国，2018 年中国钢材产量高达 11.1 亿吨，中国生产各类钢材的企业众多，如河北钢铁、首钢、宝钢等，多为国企或央企。中国钢材价格在 2016 年、2017 年出现快速上涨，导致洗衣机企业成本压力上升，但 2018 年下半年以来，中国钢材价格出现下滑并保持稳定（见图 2-4）。整体而言，**钢材占洗衣机总制造成本的比例接近 30%。**

图 2-4 钢材综合价格指数，2014 年 1 月-2019 年 8 月



来源：中国钢铁工业协会，头豹研究院编辑整理

（2）塑料

各类塑料是用于智能洗衣机的生产外桶、板面等塑料件的主要材料。各类塑料中，ABS 树脂、PP（聚丙烯）是智能洗衣机企业最常用的塑料。中国 ABS 树脂的需求量大，但中国生产的 ABS 树脂多为低端产品，中国每年仍需大量进口。中国聚丙烯的产能持续扩大，2018 年的聚丙烯产能已达到 2,250 万吨/年，但聚丙烯的市场需求量仍高于国内企业的产能，高端聚丙烯产品仍需进口。整体而言，**塑料成本占洗衣机总制造成本的比超过 20%。**

（3）电机

电机是为洗衣机提供动力、决定洗衣机功率的部件。供洗衣机使用的电机种类多样，不同电机在功率、噪音、体积等方面差异大，导致其价格跨度大。如高档的变频电机、无刷电机等电机的功率高、噪音小、体积小，其价格可高达千元，低端的普通电机价格则仅在 200 元左右。整体而言，**电机成本在洗衣机总制造成本中的占比为 20%左右。**

由于电机对洗衣机产品质量影响大，因此业内企业多向产业链上游渗透，严格把控电机质量。如海尔在 2012 年收购了斐雪派克公司，后者已成为海尔主要的电机供应商。威灵电机是美的集团旗下公司，专业生产各类电机。惠而浦 2014 年正式成为合肥三洋公司的控股股东，合肥三洋公司同样具有电机生产能力。

（4）电控系统

电控系统由控制面板、减震器、传感器等部件组成。由于各智能洗衣机产品的电控系统构造有所不同，且电控系统能直接影响到产品的运转效率，因此智能洗衣机企业多自主生产智能洗衣机的电控系统。整体而言，**电控系统的制造成本占洗衣机总制造成本的 10%左右。**

除电机、电控、钢材、塑料外，洗衣机的制造成本还包括其他金属原料、人力成本、折旧费用等，合计占到洗衣机总制造成本的 20%左右。

2.3.2 中游分析

中国智能洗衣机产业链中游主体是智能洗衣机企业，智能洗衣机企业将上游提供的部件组装成洗衣机整机，生产和销售各类智能洗衣机产品。

从议价能力分析，洗衣机已成为居民日常生活中的常用电器产品之一，市场竞争愈发激烈，消费者选择余地大。因此智能洗衣机企业需要根据市场需求不断研发新的产品功能，**技术领先、产品优质的智能洗衣机企业才能对下游消费者具有高议价能力。**同时，中国智能洗衣机行业的集中度高，市场份额集中在海尔、美的等企业，**智能洗衣机行业的头部企业凭借规模优势对上游的供应商保持着较高的议价能力。**

2.3.3 下游分析

中国智能洗衣机行业产业链下游涉及到销售渠道和消费者：

（1）销售渠道

智能洗衣机的销售渠道可分为线上渠道和线下渠道：①线上渠道方面，智能洗衣机的线上销售占总销售额的 35.0%，较 2015 年增长了一倍，线上渠道发展迅速的主要原因为洗衣机企业可通过线上平台直接对接客户，避免中间经销商环节，受到众多洗衣机制造企业的重

视。现阶段，洗衣机的线上销售集中在天猫、京东、苏宁易购、国美在线等电商平台，尽管部分洗衣机制造企业拥有自建的线上平台，但由于该类自建平台流量少，智能洗衣机的线上销售仍依赖于第三方电商平台。

②线下渠道可分为连锁渠道和专卖店渠道，连锁渠道包括 KA 卖场、超市等家电卖场，专卖店渠道为品牌专卖店。由于线下门店的开设成本高，经营难度大，因此线下渠道主要掌握在经销商手中。**其中，连锁渠道中虽然售卖的电器品牌众多，但卖场经营者为实现利润最大化主要售卖中高端产品。专卖店渠道则专营单一品牌的高、中、低档产品。**相比之下，**线上渠道销售的多为低端产品，主要是因为高端产品消费者更倾向于在线下当面选购，且低端产品的利润有限，线下经销商售卖意愿不强。**不同销售渠道的产品差异导致不同渠道的产品均价差异明显，以海尔为例，海尔连锁渠道中洗衣机平均单价在 4,000 元左右，专卖店渠道的洗衣机平均单价在 1,500 元左右，1,000 元左右的产品则主要在线上渠道中销售。

（2） 消费者

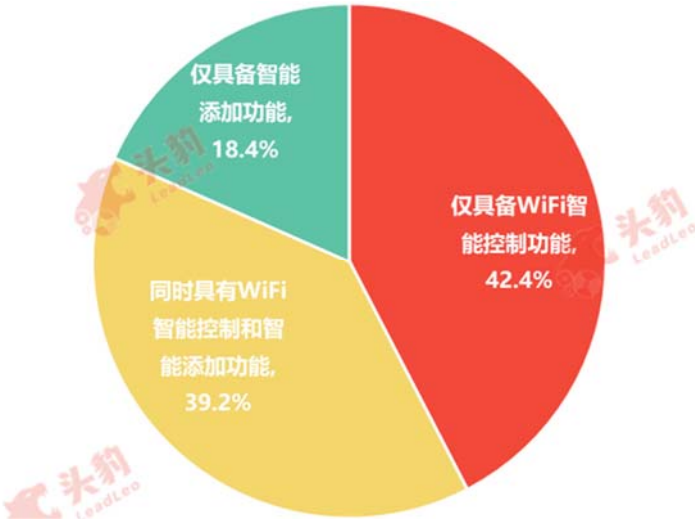
消费者方面，作为常用的家电产品之一，洗衣机在中国家庭以得到广泛普及，因此**中国智能洗衣机的消费者主要是洗衣机的存量用户**，即多数购买智能洗衣机的消费者是拥有过洗衣机、对洗衣机有置换需求的用户。尽管当前中国洗衣机整体的生产量处于下降阶段，但随着居民收入的增长，消费者对洗衣机置换的需求将会上升，智能洗衣机的市场规模将会继续扩大。

2.4 中国智能洗衣机行业市场现状

当前，智能洗衣机企业生产的智能洗衣机产品所具备的智能功能可分为 WiFi 智能控制和智能添加两大类。从市场占比来看，2018 年仅具备 WiFi 智能控制功能的洗衣机产品市场占比最高，达到 42.4%，其次是同时具备 WiFi 智能控制及智能添加的智能洗衣机产品，

市场占比达到 39.2%，仅具智能添加功能的智能洗衣机产品市场占比为 18.4%（见图 2-5）。

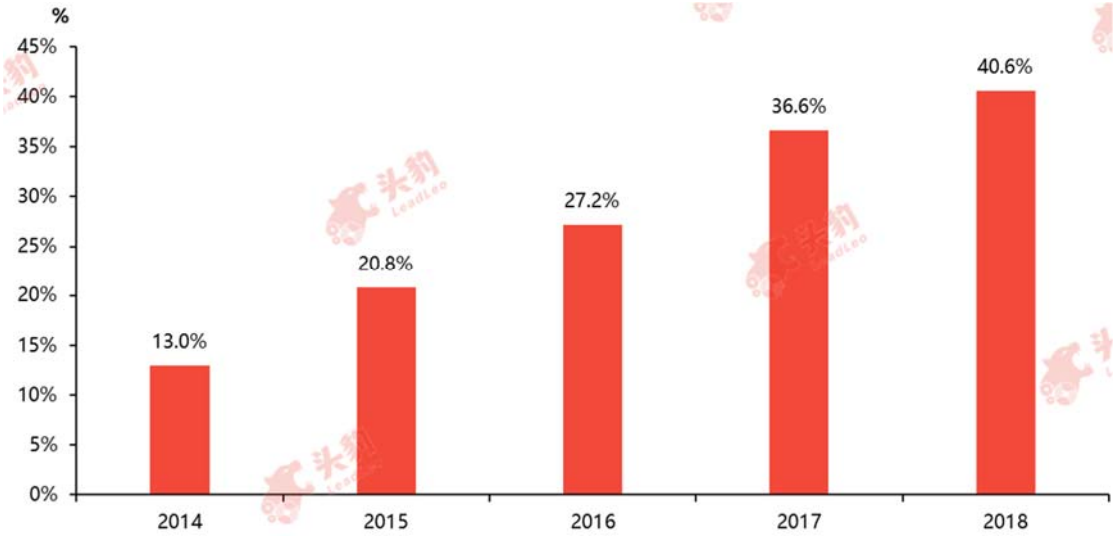
图 2-5 各类智能洗衣机市场占比，2018 年



来源：头豹研究院编辑整理

中国智能洗衣机行业如今正处于快速增长阶段，智能洗衣机已成为洗衣机企业最重要的产品类型，智能洗衣机销售额占洗衣机总销售额的比例快速上升。2018 年，中国智能洗衣机销售额占洗衣机总销售额的 40.6%，较 2014 年的 13.0%增长了 3 倍多（见图 2-6）。

图 2-6 中国智能洗衣机销售额占洗衣机总销售额的比例，2014-2018 年



来源：头豹研究院编辑整理

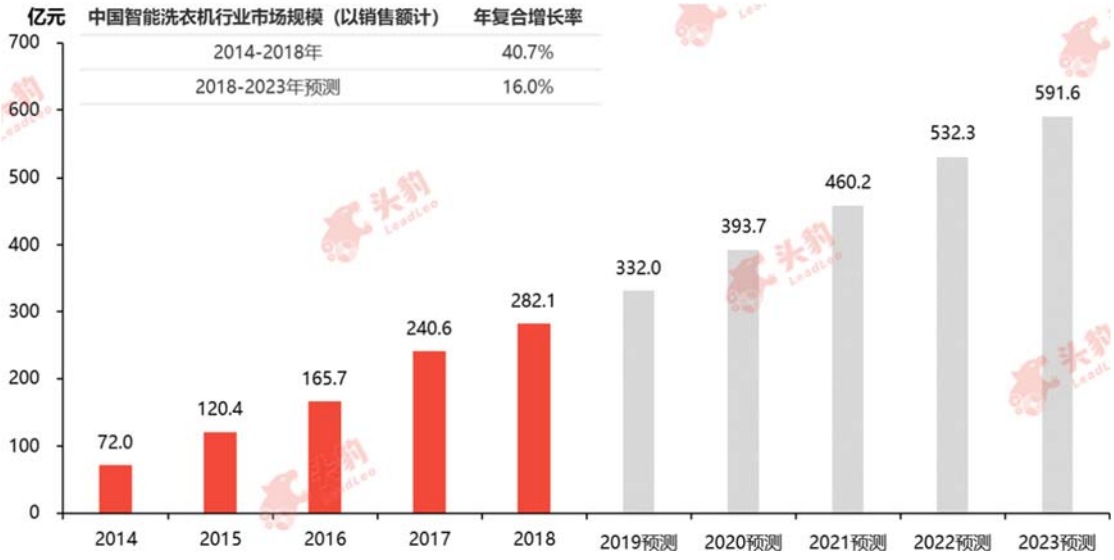
2.5 中国智能洗衣机行业市场规模

2018 年，中国智能洗衣机销售额达到 282.1 亿元，近 5 年的年复合增长率达到 40.7%。

中国智能洗衣机行业规模快速增长的主要原因有：（1）中国住宅数量持续增长及居民消费能力上升，共同拉动洗衣机消费增长；（2）中国传统洗衣机市场增长放缓，洗衣机企业纷纷以智能化为市场突破口，推动智能洗衣机行业加速发展；（3）智能家居行业发展迅速，智能洗衣机作为智能家居的重要单品，得以快速发展。

未来，中国智能洗衣机的销量仍将保持增长，其继续增长的原因包括但不限于：（1）居民消费能力进一步提升，洗衣机置换需求上升；（2）新技术持续应用于洗衣机中，洗衣机产品吸引力上升；（3）智能家居行业持续发展，推动智能洗衣机普及。但中国洗衣机整体销量已逐渐进入到增长瓶颈，洗衣机整体产量已出现下降，因此预计中国智能洗衣机行业市场规模的未来增速将出现下滑，中国智能洗衣机行业市场规模将在 2023 年达到 591.6 亿元（见图 2-7），

图 2-7 中国智能洗衣机行业市场规模（以销售额计），2014-2023 年预测



来源：头豹研究院编辑整理

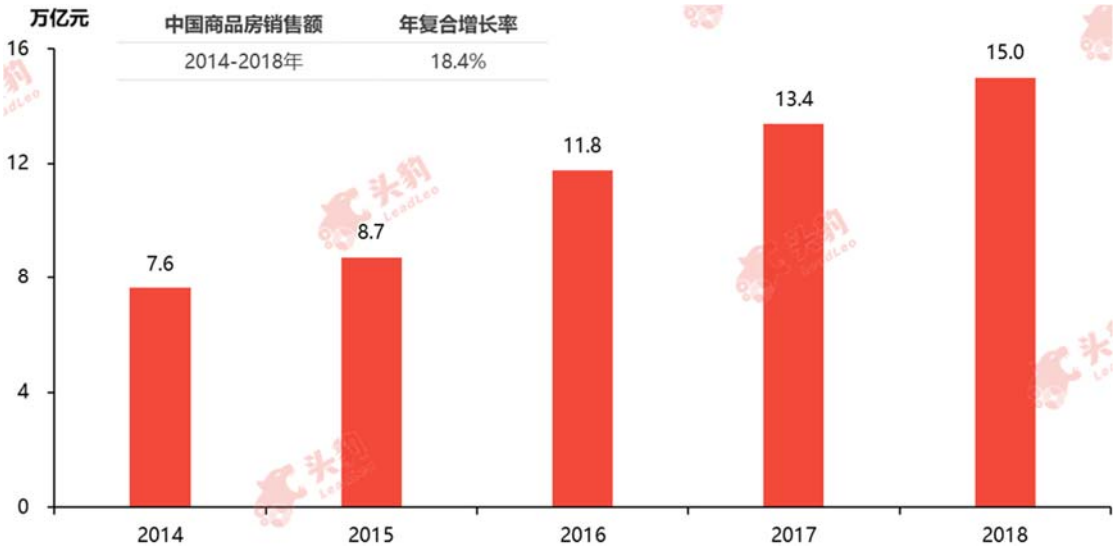
3 中国智能洗衣机行业驱动与制约因素

3.1 驱动因素

3.1.1 中国住宅数量增长，居民消费水平提升

洗衣机作为家庭生活必不可少的电器，中国住宅数量的增长促使其市场规模不断扩大。得益于中国经济快速而稳定的增长及中国城镇化进程的稳步推进，中国房地产行业长期保持高速增长。根据国家统计局数据显示，2018 年中国商品房销售额已达 15.0 万亿元，近 5 年的年复合增长率达到 18.4%（见图 3-1）。**中国房地产行业的兴盛带动了中国住宅数量的增长，居民对洗衣机的消费需求不断提升。**

图 3-1 中国商品房销售额，2014-2018 年



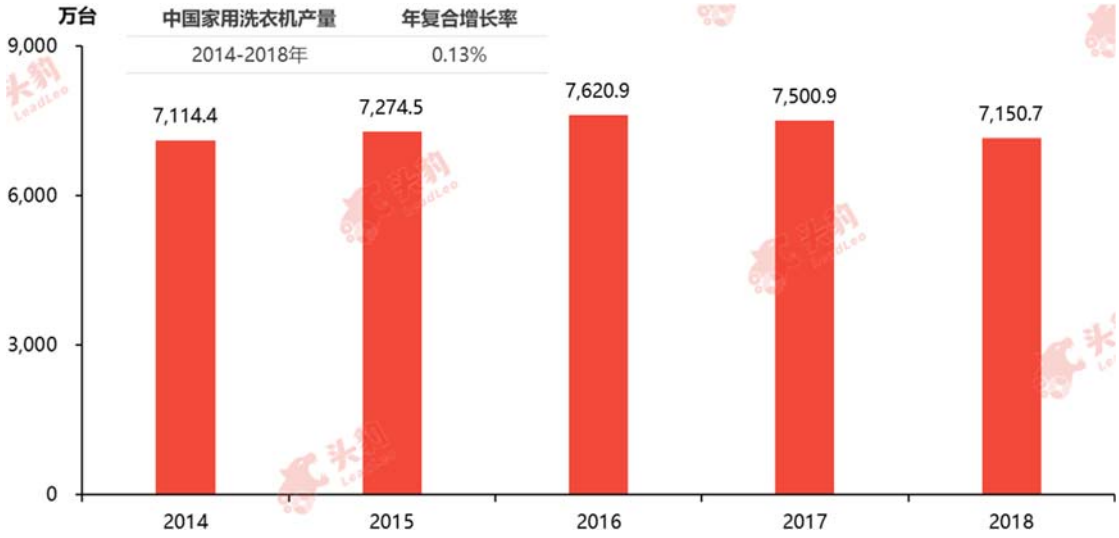
来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

同时，伴随着收入的增长，居民的消费水平和消费质量不断提升，进入到消费升级阶段。消费升级情况下，居民的对提升生活品质的智能家电的接受程度不断提升，从而带动智能洗衣机行业的发展。居民的服装消费也持续增多，对服装的洗涤、保养的需求高涨，作为衣物洗涤、保养的重要设备，智能洗衣机的市场需求得以持续提高。

3.1.2 洗衣机企业不断加大投入，智能洗衣机产品持续优化

自 2010 年开始，洗衣机企业对智能洗衣机的重视程度不断提高，推动智能洗衣机行业加速发展，其主要原因为：（1）中国洗衣机保有量已接近户均一台，洗衣机行业逐渐进入存量竞争阶段，家用洗衣机产量已出现持续下降的情况（见图 3-2），市场竞争不断加剧；（2）洗衣机行业经过多年发展，各企业的产品大同小异，仅具备基本洗衣功能的传统洗衣机市场竞争力持续下降。在此情况下，各洗衣机企业将智能洗衣机作为市场竞争突破口，开始大力推动洗衣机的智能化升级，不断加大对智能洗衣机的投入。

图 3-2 中国家用洗衣机产量，2014-2018 年



来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

为提升市场竞争力，洗衣机企业不断向市场推出智能洗衣机新品，不断优化智能洗衣机产品的体验。如在 AWE2019 上，美的旗下高端品牌 COLMO 推出了应用 AI 技术的滚筒洗衣机，该洗衣机通过应用 AI 技术，可实现衣物识别、洗涤剂自动投放、自动选择匹配程序等功能。AWE2019 上，康佳推出了应用“AI 透视眼”技术的玉玺系列洗衣机，该系列洗衣机产品能通过光感探测技术感知水的污浊度、泡沫量，选择出最佳的洗涤、漂洗次数。未来，随着洗衣机企业在智能洗衣机领域的不断投入，智能洗衣机产品功能将不断得到加强，消费者对智能洗衣机的认知程度和接受程度持续提升，智能洗衣机行业的发展将保持高速发展。

3.1.3 智能家居行业持续发展，推动智能洗衣机普及

智能洗衣机作为智能家居的组成部分之一，其发展受益于智能家居行业的发展。自 2013 年以来，智能家居行业得益于移动物联网、云计算、大数据等技术的进步及资本的扶持，取得明显进步，从而带动智能洗衣机的产品体验和普及程度上升。

智能家居平台的相继出现促使智能洗衣机的产品体验进一步上升。智能洗衣机与智能家居体系结合后，可与其他智能家电形成联动，并借助智能家居平台提升居民的居住体验。如夏普推出的内置 AIoT 云服务的智能洗衣机产品，该洗衣机可配合“COCORO WASH”APP 使用。当用户使用该洗衣机时，“COCORO WASH”APP 会自动根据环境和天气来提供洗涤建议。APP 还会推送洗衣的剩余时间、维护时间、洗涤报告、洗涤课程等，并支持 Google 助理、亚马逊 Alexa 等智能音箱。

智能家居的普及带动智能洗衣机产品的普及。随着物联网、5G 等技术的进步，智能家居成为资本的投资热点。仅在 2019 年上半年，便有十余家智能家居企业获得投资（见图 3-3)。除资本外，地产企业也在推动智能家居发展。如万科、华侨城、碧桂园、保利、招商蛇口、中海等地产公司均在旗下部分楼盘中融入智能家居设备，提升居民的居住体验。在智能家居企业、地产企业的推动下，智能家居概念在中国居民中不断普及，智能洗衣机作为智能家居的组成设备之一，智能家居概念的普及将提升居民对智能洗衣机的认知程度。

图 3-3 2019 年上半年部分智能家居企业融资情况

智能家居企业	投资方	融资时间	投资轮次	获投金额
易平方	阿里巴巴	2019-01	战略投资	——
KKTV	阿里巴巴	2019-01	战略投资	——
积加科技	线性资本、华创投资、智友金苗、IMO	2019-01	天使轮	数千万元
优点科技	阿里巴巴	2019-01	B轮	7亿元
猫王收音机	湖杉资本	2019-03	B+轮	——
铼锶信息	上海联合投资、联隐电子、丰金投资、飞桔大数据、富禾投资	2019-03	Pre-A轮	5,000万元
创米科技	执一资本、镕聿母基金、旭宁创新投资	2019-03	A轮	近亿元
桂花网	双湖资本	2019-03	B+轮	上千万美元
造梦者新风	红星美凯龙、三行资本	2019-05	战略投资	——
奕至家居	东方富海、元禾原点	2019-05	天使轮	数百万元
欧瑞博	美的集团、红星美凯龙	2019-05	C轮	1.3亿元
涂鸦智能	绿地控股	2019-06	战略投资	——

来源：头豹研究院编辑整理

3.2 制约因素

3.2.1 产品智能化水平低，用户体验差

当前智能洗衣机的智能功能主要分为 WiFi 智能控制和智能添加两大类，但这两类智能功能在改善用户体验上并不明显：（1）WiFi 智能控制，即用户可通过 WiFi 连接并控制智能洗衣机。但对用户而言，此功能仅是将洗衣机由以往的板面控制换成手机 APP 控制，用户在操作上与传统洗衣机并无实质性区别，并未减少用户劳动量（见图 3-4）；（2）智能添加功能，即洗衣机可自动加水、自动添加洗衣液，减少人工劳动量。但在实际使用过程中，用户容易遇到洗衣机识别错误、使用繁琐等问题，具体体现在以下方面：①智能添加功能需要智能洗衣机具有衣物识别功能，但部分企业的技术能力有限，导致智能洗衣机在识别衣物类型、数量方面易出现错误；②部分智能洗衣机为提高识别衣物的准确性，在使用时要求用户逐件添加衣物，增加了操作的繁琐程度。

图 3-4 部分智能洗衣机并未减轻用户劳动量



来源：头豹研究院编辑整理

此外，部分智能洗衣机企业宣称的智能化功能仅作为产品噱头或营销手段用于产品推广，洗衣机产品品质却并未得到提升，导致智能洗衣机产品容易出现质量问题。市场中智能功能体验差、产品质量低的智能洗衣机产品将导致消费者对智能洗衣机产生负面看法，影响到行业的未来发展。

3.2.2 智能家居行业缺乏统一标准，影响智能洗衣机产品普及

智能家居的物联网平台尚缺乏统一标准，限制了智能洗衣机的普及。如今进行智能家居平台建设的企业众多，各智能洗衣机企业均建有智能家居平台。但各企业的智能家居平台相互独立，消费者无法跨平台操作智能家电。如海尔优家 APP 只能绑定、操控海尔旗下的智能家电，而无法控制其他品牌的家电产品。因此，一旦消费者购买了不同品牌的智能家电产品，需分别下载各品牌的 APP 才可操控各品牌的产品（见图 3-5），严重影响了消费者的智能家居体验，不利于智能家电产品的普及。

图 3-5 不同品牌的智能家电产品需使用不同的 APP 操控



来源：头豹研究院编辑整理

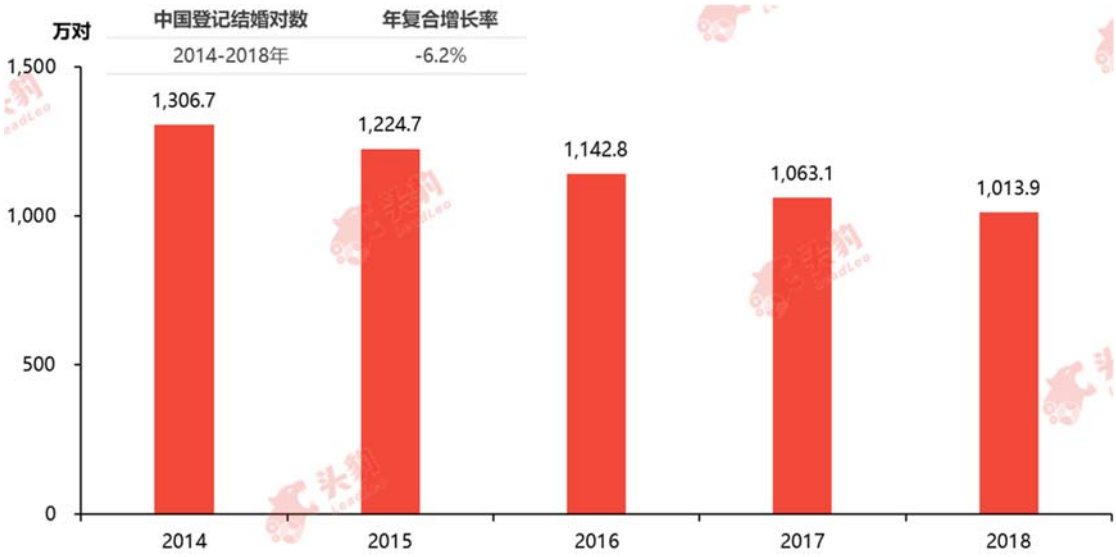
与此同时，中国智能洗衣机行业也尚未出现统一的、权威的规范和标准。现阶段，政府仅对所有洗衣机出台了通用性标准，尚未针对智能洗衣机这一细分领域出台相关标准和规范。智能洗衣机**智能化标准的缺失导致各智能洗衣机企业生产的智能洗衣机参差不齐，行业也难以形成有效的市场监管体系。**因此，消费者在面对市场中琳琅满目的智能洗衣机产品时，缺乏权威标准参考，容易被智能洗衣机企业的宣传误导，购买到不合适的产品。

3.2.3 洗衣机整体市场需求饱和

当前，中国洗衣机行业整体市场需求逐渐饱和，洗衣机产量出现下降，主要原因为：（1）2008 年至 2013 年间，受益于家电下乡、以旧换新等政策的影响，洗衣机行业发展迅速，洗衣机渗透率快速提高，导致现阶段中国居民中对洗衣机的需求逐渐饱和，洗衣机行业整体的市场增长空间缩小；（2）洗衣机使用寿命可达 10 年，已购买过洗衣机的居民在短期内难以产生置换需求；（3）中国人口出生率低，适婚人口数量下降，影响洗衣机增量需求增长。洗衣机作为家庭常用电器之一，新增家庭是洗衣机的主要增量需求来源。但中国人口出生率

如今处于低位，导致中国人口结构中老年人群比例持续上升，适婚人口数量下降，中国登记结婚对数从 2014 年的 1,306.7 万对下降至 1,013.9 万对（见图 3-6）。未来，中国适婚人口数量占比仍将保持长时间的下降，从而影响到洗衣机的增量需求。洗衣机整体市场需求的饱和或下降将直接导致智能洗衣机行业市场规模的增速下降和成长空间缩小。

图 3-6 中国登记结婚对数，2014-2018 年



来源：中国民政部，头豹研究院编辑整理

4 中国智能洗衣机行业政策及监管分析

当前，政府尚未针对智能洗衣机颁布相关政策法规，已有政策均是从智能家居、智能家电角度出发，从宏观上推动智能洗衣机行业的发展（见图 4-1）。

在智能家居方面，2016 年 12 月，国务院颁布《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》，提出要推动人工智能技术在各领域的应用，重点推进智能家居、智能可穿戴设备等研发和产业化发展。2017 年 1 月，工信部发布《信息通信行业发展规划物联网分册》，提出要推动家庭安防、家电智能控制、家居环境管理等智能家居应用的规模化发展，并促进不同厂家产品的互通性，带动智能家居技术和产品整体突破。2017 年 12 月，工信部发布《促进新一代人工智能产业发展三年行动计划(2018-2020)》，提出要支持智能传感、物联网、机

器学习等技术在智能家居产品中的应用，提升家电、智能网络设备、水电气仪表等产品的智能水平、实用性和安全性。通过颁布以上政策，政府推动了智能家居产品技术水平的提升，实现了智能家居行业的规模化发展，从而带动了智能洗衣机行业的发展。

在智能家电行业方面，政府政策从完善行业标准和刺激家电消费两个方面推动智能家电的发展：（1）完善行业标准：①2017 年 8 月，国务院颁布《关于进一步扩大和升级信息消费持续释放内需潜力的意见》，提出要推广智能电视、智能音响、智能安防等新型数字家庭产品，积极推广同样的产品技术标准及应用规范；②2018 年 10 月，国务院颁布《关于完善促进消费体制进一步激发居民消费潜力的若干意见》，提出要引领智能家居、智慧家庭等领域消费品标准制定，加大新技术新产品等创新成果的标准转化力度。通过颁布以上政策，政府不断推动智能家电产品标准的统一，从而推动智能洗衣机产品的普及。

（2）刺激家电消费：2019 年，国家发改委分别在 1 月份和 6 月份发布了《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成国内市场的实施方案（2019 年）》和《推动重点消费品更新升级畅通资源循环利用实施方案（2019-2020 年）》，提出要积极发展绿色智能家电，支持绿色、智能家电销售，有条件的地方对消费者购置节能、智能型家电产品给予适当支持。通过颁布以上政策，政府开始鼓励消费者购买智能家电产品，作为智能家电的重要品类，智能洗衣机的市场规模将进一步扩大。

图 4-1 中国智能洗衣机行业相关政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《推动重点消费品更新升级畅通资源循环利用实施方案（2019-2020 年）》	2019-06	国家发改委	牢牢把握新一轮产业变革大趋势，大力推动汽车产业电动化、智能化、绿色化，积极发展绿色智能家电，加快推进5G手机商业应用，鼓励5G手机研制和上市销售。鼓励消费者更新淘汰能耗高、安全性差的电冰箱、洗衣机、洗衣机、电视机等家电产品，有条件的地方对消费者购置节能、智能型家电产品给予适当支持
《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成国内市场的实施方案（2019年）》	2019-01	国家发改委	支持绿色、智能家电销售；促进家电产品更新换代；积极开展消费扶贫带动贫困地区产品销售等。有条件的地方可对消费者交售旧家电并购买新家电产品给予适当补贴；有条件的地方可对产业链条长、带动系数大、节能减排协同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
《关于完善促进消费体制进一步激发居民消费潜力的若干意见》	2018-10	国务院	引领智能家居、智慧家庭等领域消费品标准制定，加大新技术新产品等创新成果的标准转化力度
《促进新一代人工智能产业发展三年行动计划(2018-2020)》	2017-12	工信部	支持智能传感、物联网、机器学习等技术在智能家居产品中的应用，提升家电、智能网络设备、水电气仪表等产品的智能水平、实用性和安全性，发展智能安防、智能家具、智能照明、智能洁具等产品，建设一批智能家居测试评价、示范应用项目并推广。到2020年，智能家居产品类别明显丰富，智能电视市场渗透率达到90%以上，安防产品智能化水平显著提升
《关于进一步扩大和升级信息消费持续释放内需潜力的指导意见》	2017-08	国务院	鼓励企业发展面向定制化应用场景的智能家居“产品+服务模式，推广智能电视、智能音响、智能安防等新型数字家庭产品，积极推广同样的产品技术标准及应用规范
《信息通信行业发展规划物联网分册》	2017-01	工信部	推动家庭安防、家电智能控制、家居环境管理等智能家居应用的规模化发展，打造繁荣的智能家居生态系统。通过示范对底层通信技术、设备互联及应用交互等方面进行规范，促进不同厂家产品的互通性，带动智能家居技术和产品整体突破
《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》	2016-12	国务院	推动人工智能技术在各领域应用。发展多元化、个性化、定制化智能硬件和智能化系统，重点推进智能家居、智能汽车、智慧农业、智能安防、智慧健康、智能机器人、智能可穿戴设备等研发和产业化发展

来源：头豹研究院编辑整理

5 中国智能洗衣机行业市场趋势

5.1 烘干需求上升，洗干一体机产品有望爆发

中国南方地区天气潮湿，北方地区天气寒冷且雾霾严重，导致居民常遇到衣物晾晒不干的情况，中国居民对衣物烘干的需求始终旺盛。

拥有十余年从业经验，现任职于某知名家电企业销售总监的一位专家指出，伴随着居民收入提供，烘干需求的上升，集洗涤、烘干功能于一体的洗衣机产品有望迎来爆发，主要原因在于洗干一体机相比于功能单一的干衣机，其优势更加明显：**（1）洗干一体机占用空间小。**洗干一体机同时具有洗衣和烘干功能，无需分别购买洗衣机和烘干机，可节省一倍占用空间；**（2）洗干一体机便利性强。**用户只需将衣物放入洗干一体机内便可相继完成衣物洗涤和烘

干等程序，无需再分开操作洗衣机及烘干机，操作便利性得到提升；**（3）洗干一体机性价比高。**以市场常见的 8kg 容量的洗干一体衣机和干衣机为例，此容量的洗衣机价格多为 3,000 元左右，干衣机价格多为 4,000 元左右，二者合计在 7,000 元左右。而 8kg 容量的洗干一体机价格通常在 4,000-6,000 元左右，其性价比更高（见图 5-1）。

当前，海尔、美的、西门子、LG 等家电企业均已推出洗干一体机产品，洗干一体机 2018 年的销量同比增长了 33.8%，洗干一体机呈现出高速增长的态势，随着业内企业对洗干一体机产品的不断改善，洗干一体机市场有望进一步爆发。

图 5-1 洗干一体机有望爆发



来源：头豹研究院编辑整理

5.2 建立差异化竞争优势成企业发展重点

洗衣机作为家庭必需的家电产品之一，其渗透率高。行业发展至今，各企业推出的智能洗衣机产品在智能功能上无明显区别，均具备智能添加、WiFi 控制等功能，导致产品同质化问题严重。在此情况下，洗衣机企业在智能家居、产品功能、运营模式等方面不断做出努力，建立起差异化竞争优势，以保持市场竞争力。

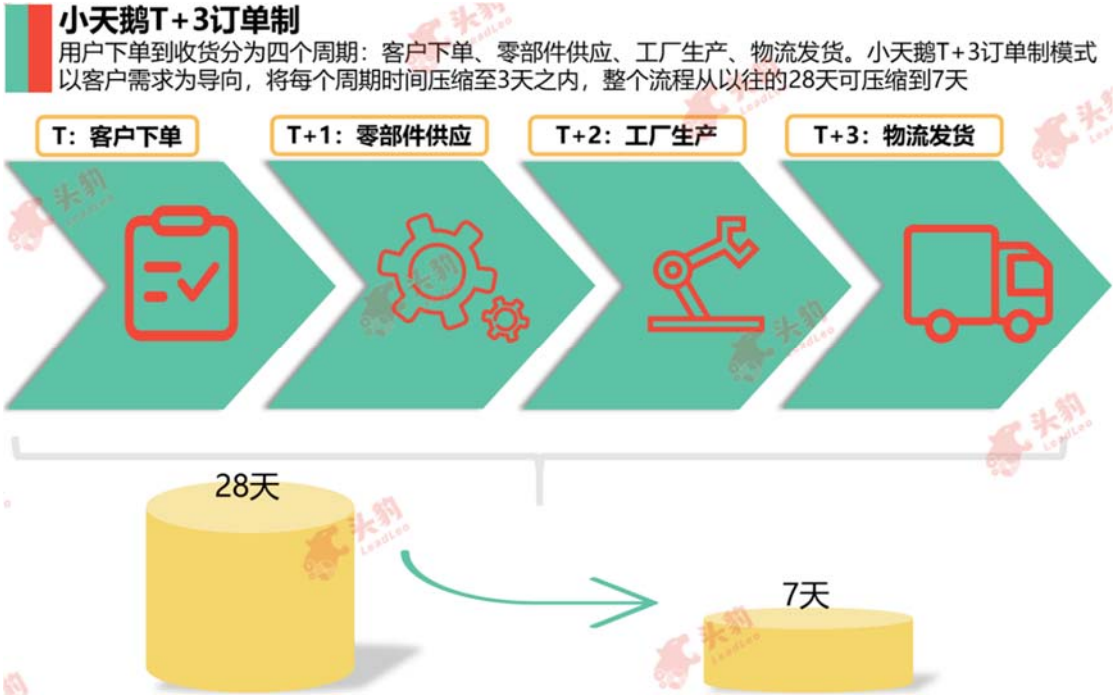
智能家居方面，如今已有部分洗衣机企业建立起智能家居体系，借助智能家居体系构建

差异化竞争优势。通过将智能洗衣机产品融入智能家居平台中，智能洗衣机可与其他智能家电产品形成联动，洗衣机企业也能凭借完善的智能家居平生态来吸引用户，带动智能洗衣机的消费。如海尔在 2016 年推出 U+智慧生活平台，旗下家电产品可统一在平台中运行。小米作为非家电企业，则是先构建智能家居体系，推出米家品牌，再销售融入该体系的智能家电产品，利用智能家电体系来带动智能家电产品的销售。

产品功能方面，洗衣机企业开始有针对性的研发产品功能，以占据细分市场。如海尔在 AWE2018 上推出首款空气洗洗衣机，之后美的、三洋也接连推出空气洗洗衣机产品。空气洗是指无需放入洗衣液，无需用水的洗衣技术，空气洗通过微蒸汽分子可对衣物纤维进行无损清洗，达到高档衣物的除菌、除螨、护色、平整等效果。此功能解决了丝绸、羊毛、貂皮等高档衣物的清洗难题，从而受到高档衣物拥有者的青睐。

运营模式方面，业内企业不断变革运营模式，以便更高效的满足市场需求。如小天鹅自 2014 年开始部署 T+3 订单制模式，此模式下小天鹅以客户为导向，根据用户需求生产产品，抛弃了以往大批量的预先生产的方式。小天鹅通过将资源集中到供应链终端，提升零部件供应商备货效率等方式，将客户下单、零部件供应、工厂生产、物流发货的 4 个环节的总耗时从以往的 28 天缩短至 7 天之内（见图 5-2），实现了对市场需求的快速满足。未来，**随着洗衣机行业的竞争日趋激烈，各企业在产品、运营模式等方面发展都将以构建差异化竞争优势为目的。**

图 5-2 小天鹅 T+3 订单制

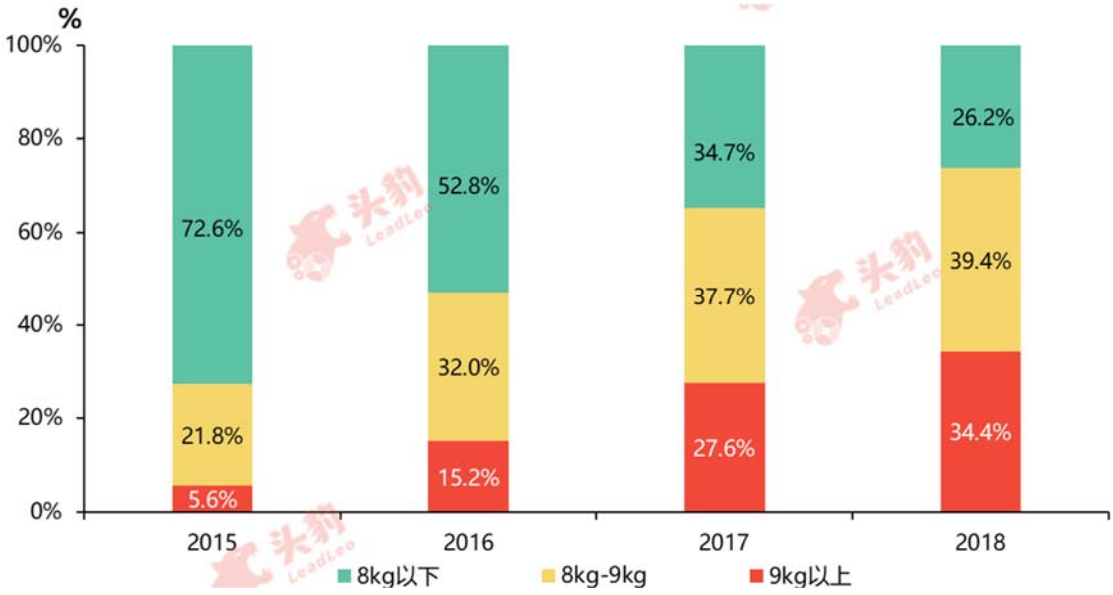


来源：头豹研究院编辑整理

5.3 迷你洗衣机、大容量洗衣机市场占比上升

当前，**中国智能洗衣机产品在容量上呈现出两极分化的趋势。**大容量洗衣机方面，容量在 8kg 以上的洗衣机产品市场份额从 2015 年的 27.4%增长到 2018 年的 73.8%，其中容量在 9kg 以上的洗衣机产品市场份额从 5.6%增长到 2018 年的 34.4%（见图 5-3）。大容量洗衣机的市场份额快速上升的主要原因有：（1）随着生活水平的提高，中国居民拥有的衣物数量增多，且衣物更换频率上升，因此一次性需要洗涤的衣物增加；（2）居民健康意识增强，越来越注重房屋卫生，床单被褥、窗帘、沙发罩等大件纺织品的换洗频率上升，因此中国居民对大容量洗衣机需求提高。

图 5-3 不同容量的洗衣机市场份额变化，2015-2018 年



来源：头豹研究院编辑整理

尽管容量在 8kg 以下的洗衣机产品市场份额持续下降，但容量在 3kg 左右的迷你洗衣机却逐渐受到企业重视，市场中迷你洗衣机产品持续增多。如小吉科技的洗衣机产品均是针对婴幼儿衣物而研发，洗涤容量在 3kg 左右。海尔不仅推出了针对儿童衣物的小神童迷你洗衣机，还推出了女性内衣专属洗衣机。行业中迷你洗衣机产品增多的主要原因有：（1）居民健康意识不断加强，居民对贴身衣物分开洗涤的意识提升，从而带动迷你洗衣机的市场需求增长；（2）二胎政策开放及有孩家庭对儿童健康关注程度上升，促使有孩家庭对儿童衣物洗涤的重视程度加强；（2）如今在一、二线城市独自居住的年轻人众多，其居住的房屋面积小，衣物有限，因此占地面积小、洗涤容量小的迷你洗衣机受到年轻群体的欢迎。

6 中国智能洗衣机行业竞争格局分析

6.1 中国智能洗衣机行业竞争格局概述

智能洗衣机是在传统洗衣机基础上升级而来，因此中国智能洗衣机市场由传统的洗衣机企业主导。现阶段，**中国洗衣机行业集中度高，以销售额计，海尔、小天鹅、美的三者占据**

的市场份额超过 60%，属于行业第一梯队。西门子、松下、海信、博世、三洋、惠而浦、三星、TCL、LG 等品牌属于行业第二梯队，合计占据 30%以上的市场份额。随着洗衣机行业进入存量竞争阶段，中国洗衣机行业集中度持续上升，规模领先的企业拥有更多的资金、人力投入到研发中，持续提高其产品的竞争力，获取更多的市场份额，导致中国洗衣机行业中品牌数量出现下降。现阶段，智能洗衣机企业为提升市场竞争力，多采取多品牌战略，推出多个品牌以深耕不同的细分市场。如海尔集团旗下拥有海尔、卡萨帝、统帅等品牌，其中卡萨帝主打高端市场，统帅定位为互联网品牌，主打年轻消费者群体。美的旗下拥有美的、小天鹅两大品牌，其中美的主打中低端市场，小天鹅主打高端市场。

除传统洗衣机企业外，智能家居企业逐渐成为智能洗衣机行业的新生力量。随着智能家居的普及，部分智能家居企业开始推出智能洗衣机产品，完善其智能家居生态。如小米旗下的米家品牌推出了多款智能洗衣机产品，与旗下其他米家品牌的家电实现联动。智能家居行业中也诞生了小吉科技这类专注于智能洗衣机研发的智能家居企业。当前在行业 TOP3 企业中担任全国销售负责人的专家指出，现阶段，此类智能家居企业并不会对行业带来过大的冲击，主要是因为此类智能家居企业并非专业的洗衣机制造商，其产品多采用代工方式生产，缺乏高技术的高端产品制造能力，因此只能在智能洗衣机行业中的低端市场中发展。

6.2 中国智能洗衣机行业典型企业分析

6.2.1 小吉互联网科技有限公司

6.2.1.1 企业概况

小吉互联网科技有限公司（以下简称“小吉科技”）成立于 2015 年 4 月，是一家专注于迷你家电领域的企业。小吉科技成立之初专注于洗衣机产品，在 2015 年 7 月推出第一代

迷你滚筒洗衣机产品，受到消费者认可。2016 年，小吉科技继续推出洗衣机产品，并在小米众筹、京东众筹为洗衣机产品筹得数千万元。2017 年，小吉科技陆续推出复古冰箱产品、洗手液、洗手机等产品。同年，小吉科技获得顺为资本、峰谷资本、小米科技等机构的投资。

6.2.1.2 产品简介

小吉科技的电器产品分为冰箱、洗衣机、洗手机三大类（见图 6-1）：

（1）小吉科技冰箱产品均为单门迷你冰箱，主要适用于化妆品、母婴产品的储存。小吉科技的冰箱储存容量在 100L 左右，并针对不同品类化妆品设置了专属收纳空间，采用导轨式设计，以方便化妆品取放。小吉科技的冰箱还可对母乳、辅食、奶瓶、奶袋等母婴产品实行分区存储，避免串味，并具备精准控温功能，确保母乳质量。

（2）小吉科技的洗衣机产品均以迷你型为设计理念，针对婴幼儿群体而研发，可分为水珠壁挂洗衣机和迷你滚筒洗衣机两类。其中水珠壁挂洗衣机外观形似水珠，可挂置于墙壁上，其洗涤容量为 3kg，专用于洗涤婴儿衣物和成人贴身衣物。迷你滚筒洗衣机外形与传统的滚筒洗衣机类似，其洗涤容量为 2.8kg，同样专用于洗涤婴儿衣物和成人贴身衣物。

（3）小吉科技洗手机产品仅有一款儿童泡沫洗手机产品，该洗手机同样针对儿童开发，可 0.25 秒快速自动感应出泡沫，并配备性质温和的洗手液，适用于儿童的敏感肌肤。

图 6-1 小吉科技产品展示图



来源：小吉科技官网，头豹研究院编辑整理

6.2.1.3 竞争优势

（1）产品设计美观，吸引消费者

小吉科技的设计能力受到多家机构认可，其产品获得多项设计大奖，如德国 IF 奖、中国红星奖、台湾金点奖等设计大奖。小吉科技的自动感应泡沫洗手机也获得了 2018 年台湾金点、日本 G-Mark 等设计奖项。凭借其设计能力，小吉科技能够为消费者提供具有时尚艺术感与科技体验的产品，受到消费者的认可。

（2）研发具有针对性，贴近用户需求

小吉科技的产品研发注重用户需求，投入大量时间与精力解决用户痛点。如小吉科技的第一款智能迷你滚筒洗衣机产品研发历时近两年，耗资两千余万元。为解决传统洗衣机噪音大、振动大的痛点，小吉科技引入韩国 Amotec 首创的迷你 DD 变频电机，将洗衣机运行噪音控制到 42.8 分贝，小吉科技还引入与豪车同级的德国 SUSPA 减震系统，确保洗衣机以能够稳定安放。

当前，小吉科技的产品均针对婴幼儿而研发，其洗衣机产品的洗涤容量、产品功能均充分考虑到目标用户的需求，具备小容量、高温煮洗、衬衫免熨洗等特色，受到婴幼儿家庭的认可。此外，消费者可通过“米家 APP”对小吉智能迷你洗衣机进行操作，并将小吉科技的洗衣机与所有小米及生态链的智能产品联通，从而提升小吉科技产品的用户体验。

6.2.2 山东小鸭集团有限责任公司

6.2.2.1 企业概况

山东小鸭集团有限责任公司（以下简称“小鸭集团”）成立于 1979 年，是一家大型国资企业，总部位于山东省济南市。小鸭集团成立之初专注于洗衣机业务，并在 1984 年生产出亚洲第一台滚筒洗衣机，从而在中国洗衣机行业快速崛起。发展至今，小鸭集团的主营业务已涉及家用电器、商用电器、冷链产业、汽车装备产业、新能源和国际贸易等领域，旗下拥有山东小鸭零售设备有限公司、山东小鸭集团家电有限公司、山东小鸭精工机械有限公司、山东小鸭集团洗涤机械有限公司、山东小鸭小家电有限公司、山东小鸭新能源科技有限公司等多个子公司，其产品远销欧、非、美、东南亚、中东等 30 多个国家和地区。

6.2.2.2 产品简介

小鸭集团的家用电器产品可分为冰洗电器、厨卫及生活电器两大类，其中冰洗电器具体分为滚筒系列、套筒系列及冰箱系列。滚筒系列和套筒系列均为洗衣机产品：（1）滚筒系列产品数量十余种，包括 6kg、8kg、9kg、10kg、11kg 洗涤容量的滚筒洗衣机及洗涤容量为 3kg 的迷你壁挂式滚筒洗衣机；（2）套筒系列产品均为波轮洗衣机产品，包括 7kg、8kg 洗涤容量的家用洗衣机及 4.5kg 洗涤容量的迷你洗衣机。小鸭集团主推的明星产品为小鸭圣吉奥 D856CHG 滚筒洗衣机，属于滚筒系列的产品。该洗衣机具备智能烘干、高温蒸煮

等多种功能，满足消费者对洗衣机的智能、健康、环保的需求（见图 6-2）。

图 6-2 小鸭集团小鸭圣吉奥 D856CHG 滚筒洗衣机展示图



来源：小鸭集团官网，头豹研究院编辑整理

6.2.2.3 竞争优势

（1）业务起步时间早，品牌知名度高

小鸭集团在 1979 年成为国家轻工业部的全国六大洗衣机生产基地之一，其洗衣机业务起步早。1984 年，小鸭集团从意大利引进滚筒洗衣机生产技术，推出亚洲第一台滚筒洗衣机产品，小鸭集团得以在洗衣机行业中占得先机。20 世纪 80、90 年代，小鸭集团在中国洗衣机行业中处于领先地位，小鸭品牌因此成为中国第一批“中国驰名商标”、“中国名牌”，市场知名度高。发展至今，小鸭集团在洗衣机领域的历史已有 40 年，在中国洗衣机行业具备品牌影响力。

（2）规模庞大，研发投入大

当前，小鸭集团已拥有家电产业园、工业洗涤设备产业园、齐鲁茶文化城、二七现代综合体等产业园区，占地 870 余亩，在技术、装备、人才等方面积累了众多资源。

小鸭集团凭借其规模优势，从海外引进先进的生产、检验技术和设备，大力建设研发机构，现已拥有博士后科研工作站、院士专家基层服务工作站、省级技术中心、省级工程技术

中心等技术研发平台，并与济南大学联合组建了“物联网及智能电器研发中心”及“产学研合作基地”。小鸭集团的技术中心已有中高级工程师 100 余人，市级以上专家 3 人，技术中心实验仪器等设备原值超过 3,000 万元。通过对研发的大力投入，小鸭集团得以不断提高产品竞争力，提高企业的市场竞争力。

6.2.3 广东格兰仕集团有限公司

6.2.3.1 企业概况

广东格兰仕集团有限公司(以下简称“格兰仕集团”)的前身桂洲羽绒制品厂成立于 1978 年 9 月 28 日的广东省佛山市顺德区，当时主要从事轻纺业务，直到 1992 年，格兰仕集团才开始将业务转型至家电领域，并更名为“广东格兰仕企业（集团）公司”。1993 年，格兰仕集团对外售出第一款家电产品，微波炉。1998 年，格兰仕集团关闭轻纺业务，专注于微波炉业务的发展。2000 年，格兰仕集团进军空调行业。2008 年，格兰仕集团推出洗衣机产品。2010 年，格兰仕集团确认了综合性白色家电的发展战略。发展至今，格兰仕集团已成为中国知名的综合性白色家电企业，其产品远销海外近 200 个国家和地区，2018 年格兰仕集团营收达到 212.4 亿元，位居 2019 中国民营企业 500 强第 415 位。

6.2.3.2 产品简介

格兰仕集团的家电产品丰富，包括微波炉、电烤箱、电蒸炉、空调、冰箱、洗衣机、干衣机、洗碗机、嵌入式微蒸烤一体机、电热水器、油烟机、消毒柜、电压力锅、电饭煲、电开水瓶等。

格兰仕集团的洗衣机产品可进一步分为迷你滚筒系列、滴滴滚筒系列、贝加尔滚筒系列、幸福波轮系列、酷金波轮系列（见图 6-3）：（1）各滚筒系列的滚筒洗衣机产品是格兰仕集

团主推的洗衣机产品。其中迷你智能滚筒洗衣机容量为 3kg，适用于儿童衣物的洗涤。G+云滴嘀智能滚筒洗衣机具备蒸气洗功能，该洗衣机还可通过 APP 操控，连接智能家居系统。贝加尔滚筒洗衣机具备高温除菌、智能洗涤等功能；（2）幸福波轮系列、酷金波轮系列的产品均为全自动波轮洗衣机，产品数量少。

图 6-3 格兰仕集团洗衣机产品展示图



来源：格兰仕集团官网，头豹研究院编辑整理

6.2.3.3 竞争优势

（1）微波炉销量高，建立起品牌影响力

格兰仕集团的电器业务以微波炉起步，发展至今已有 20 余年的历史，其微波炉销量长期位居行业前列。如今中国微波炉市场已形成格兰仕集团与美的集团两家独大的格局，借在微波炉市场的影响力，格兰仕集团的品牌影响力在消费者、行业机构中不断扩大。2018 年，格兰仕集团获得中国微波炉行业顾客最推荐品牌（C-NPS）奖，被广东省制造业协会与广东省产业发展促进会评为“广东省制造业功勋企业”、“广东省优秀品牌示范企业”等。发展至今，格兰仕在全球一百余个国家和地区申请注册了自主商标，产品和品牌受到世界各地消费者的认可。此外，格兰仕集团采取了多品牌战略，除 Galanz、格兰仕外，格兰仕集团还拥有 Yamatsu、Almison、UOVO 等多个品牌，不断提升其市场知名度。

（2）研发投入大，生产投入大

研发方面，格兰仕集团在研发上持续投入，累计申请获得国内国际专利两千余项，并被政府评为国家高新技术企业，国家火炬高新技术企业，国家两化融合示范企业。发展至今，格兰仕集团在中国已拥有博士后工作站、家电研究院、家电技术研发中心、国家级实验室等研发平台。同时，格兰仕集团还在日本、英国建设研发中心，并与当地专业科研机构、知名企业研发中心建立了广泛的合作关系，确保研发的产品紧跟世界潮流，贴合消费者需求。

生产方面，格兰仕集团当前拥全球领先的全自动洗衣机生产线，格兰仕集团从欧洲引进的一流滚筒洗衣机自动化生产线在2015年11月成功启动，平均生产节拍提升至12秒/台。格兰仕集团还采取全产业链精品战略，在全球范围内寻找供应商，定制先进的高端自动化装备，引进优秀人才和先进的管理理念，从而实现高品质产品的生产。

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家 B2B 模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，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，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告**服务、**管理咨询**、**战略**调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场**服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项**评选、行业**白皮书**等服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区**企业孵化服务

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报


图说


表说


专家说


数说

详情请咨询

客服电话

400-072-5588

上海

王先生： 13611634866
李女士： 13061967127

南京

杨先生： 13120628075
唐先生： 18014813521

深圳

李先生： 18916233114
李女士： 18049912451