

数码家电行业 周度市场观察

趋势探讨 | 业务运营 | 投资合作 | 新品专利 | 市场表现

01

行业要闻

INDUSTRY NEWS

本周看点:

- 5G-A商用元年开启
- 2024手机行业将迎来大变局
- 跨境电商上线海外托管服务
- 各品牌推出智能可穿戴新品

行业环境:

1. 5G-A商用元年：嫁接AI，从样板间到商品房

关键词：5G-A、发展元年、AI技术、商业化难题

概要：5G-A(5G-Advanced)在2024年迎来发展元年，世界移动通信大会(MWC2024)期间，产业链各方积极合作加速5G-A应用落地。芯片厂商如英伟达、Arm等与通信公司合作，借助AI技术优化通信能力。运营商如中国移动计划于今年构建5G-A商业模式，并预计2026年底实现全量商用。5.5G作为5G的演进，通过软件升级的方式部署以增强和扩展5G能力，成本方面，专家认为不会有大幅增加，因主要依赖软件升级而非硬件替换。AI技术深度融合通信行业，AI-RAN联盟成立推动提高网络效率、降低功耗并改造基础设施。随着5G-A推进，商业化难题是目前面临的主要挑战，而华为等企业已发布全套解决方案，包括5G-A智能核心网、大容量低时延产品等。5G-A的应用融合加速，尤其在2B行业场景如5G专网、工业控制、交通及低成本RedCap设备等方面具有广阔前景。

[原文链接](http://news.cheaa.com/2024/0229/632650.shtml)：http://news.cheaa.com/2024/0229/632650.shtml

2.三大变量影响下，2024手机行业将迎来大变局

关键词：智能手机回暖、供应链涨价潮、AI创新体验、生态系统竞争

概要：2024年，智能手机行业历经三年寒冬后有望回暖，全球及中国市场销量预计将上涨。供应链涨价潮成为新挑战，存储器、屏幕等关键器件价格上扬，利好头部品牌如华为、小米，它们在高端市场与苹果竞争加剧。AI浪潮加速推进手机创新体验，各大厂商纷纷布局AI大模型，提升图像处理、语音交互等功能，小米14 Ultra搭载的Xiaomi AISP即为该领域代表作。同时，手机行业正从功能竞争转向生态体验竞争，苹果、华为、小米等通过构建自家生态系统，提供跨设备无缝衔接的用户体验，以巩固市场地位和增强竞争力。

[原文链接](http://news.cheaa.com/2024/0227/632569.shtml)：http://news.cheaa.com/2024/0227/632569.shtml

02

行业要闻
INDUSTRY NEWS

3. 2030年全球智能厨房达30亿 三星西门子海尔惠而浦成行业标杆

关键词：智能厨房、复合年增长率、用户驱动、头部品牌
概要：智能厨房在全球家电行业中展现强劲增长势头，预计将以8.4%的复合年增长率快速发展，市场规模至2030年底将从18亿美元增至32亿美元。这一趋势受到用户驱动、技术驱动、体验驱动和头部品牌驱动四大因素影响。随着消费升级，消费者对智能厨房的需求日益迫切，追求健康饮食成为重要诉求；而物联网、人工智能等先进技术的融入使厨电产品智能化，实现食材管理、精准烹饪等功能。在中国市场，个性化、智能化厨房成主流，如AI烹饪助手、智能冰箱等创新产品涌现。头部企业如三星、LG、西门子、海尔智家和惠而浦等通过智能互联家电及创新功能引领行业发展，提供便捷高效的智慧厨房解决方案。尽管家电行业整体增速放缓，但智能厨房凭借其带来的高效便利与健康生活体验，在全球各地区展现出巨大的增长潜力。

原文链接：<http://news.cheaa.com/2024/0226/632473.shtml>

4.行业首个《平嵌电冰箱》标准发布 家居家电一体化加速推进

关键词：卡萨帝冰箱、《平嵌电冰箱》标准、家电家居一体化
概要：卡萨帝冰箱联合中国标准化协会等机构发布全球首个《平嵌电冰箱》标准。该标准详细规定了平嵌冰箱在尺寸、设计等方面的多个维度要求，旨在解决行业中平嵌冰箱嵌装效果参差不齐、用户体验不佳等问题。随着消费者对家电家居一体化需求的提升，平嵌冰箱市场快速发展，但因缺乏统一标准，存在诸如缝隙大小不一、冰箱门与橱柜不平齐等诸多乱象。新发布的原创标准基于六大嵌装技术，确保冰箱与橱柜深度宽度匹配、线条融合、底部前置散热、嵌入式铰链使用以及专业嵌装服务，从而实现真正意义上的平嵌效果，满足用户需求并推动家电家居一体化进程。

原文链接：<https://new.qq.com/rain/a/20240227A04A7700>

5. AI巨头燃起创新之火，人形机器人走入家庭提上日程？

关键词：通用人工智能、人形机器人、产业化进程
概要：Sora模型的出现预示着通用人工智能的到来，中国互联网企业应发展企业级、产业级、场景化和垂直化的AI大模型。Sora视频扩散模型对影视制作和机器人领域产生重大影响，尤其能提升人形机器人的视觉理解与复杂指令执行能力，推动其产业化进程。2024年被认为是人形机器人发展的关键加速期，受益于以Sora为代表的视频模型技术进步以及科技巨头如特斯拉、英伟达等的投入，人形机器人在感知、决策控制、人机交互及学习技术等方面取得突破，有望在汽车制造、老年护理、家政服务等领域实现应用，并预计在2025年至2030年间逐步走进家庭，但还需解决技术升级、成本、用户接受度及法律法规等问题。目前，人形机器人在本体结构设计、环境感知、核心部件及运动控制策略等方面仍有较大提升空间。

原文链接：<http://news.cheaa.com/2024/0301/632720.shtml>

6.自动驾驶驶入商业化前夜

关键词：无人驾驶汽车体验、商业化进程、自动驾驶技术突破
概要：百度创始人李彦宏体验Waymo无人驾驶汽车后，在朋友圈分享的照片引发了内部关注，提振了百度自动驾驶团队信心。尽管当前自动驾驶行业经历低潮和业务调整，百度智能驾驶业务部总经理陈卓坚信自动驾驶商业化进程临近，并从百度2023年财报和李彦宏的年度OKR变化中捕捉到积极信号。萝卜快跑作为百度智能驾驶业务的核心部分，在武汉等城市逐步实现规模化运营及技术突破，如成功完成“长江第一跨”，标志着其在复杂交通场景下达到全球领先水平。同时，随着政策支持、用户满意度提高以及成本下降，萝卜快跑正稳步迈向商业化，有望通过扩大规模和服务区域，摊薄成本，实现单位经济模型（UE）转正，并最终推动整个行业的商业化进程。

原文链接：<https://www.techweb.com.cn/it/2024-03-02/2941618.shtml>

03

行业要闻
INDUSTRY NEWS

跨境出海：

7.跨境电商争当保姆，阿里速卖通全托、半托模式后上线海外托管

关键词：海外托管服务、半托管模式、业务链条优化
概要：阿里巴巴旗下的跨境电商平台速卖通在年初上线半托管服务后，“海外托管”新模式于29日正式上线。该模式主要针对备货海外的商家，提供经营托管服务，商家负责发货履约环节，销售交由平台协商定价，以提升物流时效和拓展大件商品品类市场。同时，不同平台如Temu和速卖通的半托管服务内容有所差异，但均致力于降低企业触网门槛，优化跨境电商业务链条。通过创新服务，各大平台加速争夺优质的外贸工厂、工贸型企业、产业带企业和国内品牌企业资源，以保持竞争力和持续增长。

原文链接：<http://news.cheaa.com/2024/0229/632643.shtml>

8. TikTok北美电商冲击175亿美元！

关键词：TikTok电商、北美地区崛起、GMV目标
概要TikTok电商在北美地区的崛起引发了卖家、品牌和各类机构的广泛关注。自2023年9月起，TikTok Shop通过更新用户数据库、明确变现路径以及设立2024年500亿美元GMV目标（其中北美市场计划扩大10倍至175亿美元），吸引了大量国内消费品牌及跨境卖家入驻。平台历经多个发展阶段，从“半闭环小店”模式逐步转向本土店和ACCU店铺模式，并加强了对卖家资质和运营规范的要求。随着市场日趋成熟，入场门槛提高，流量玩法定型，2024年被看作是商家最后的窗口期。尽管存在挑战和担忧，如年轻化主力消费人群、不断提高的准入门槛以及佣金费率上调等，但许多卖家依然认为当下是押注TikTok电商的良好时机。

原文链接：<http://news.cheaa.com/2024/0228/632597.shtml>

9.数智化推动中国产品在德国掀起新风潮

关键词：中国品牌、德国市场、电商平台、智能小家电
概要：在新技术浪潮推动下，以拼多多旗下Temu、京东Ochama、希音Shein等为代表的中国电商平台凭借优质且价格亲民的产品迅速赢得德国消费者青睐。通过高效的算法和数据分析，中国电商能快速响应流行趋势，提供个性化商品推荐，提升用户粘性。众多中国智能小家电品牌如科沃斯、小米、追觅等借助跨境电商平台成功打入德国市场，并在评测中获得优质评价。德国智能家居市场规模预计在未来数年将以9%以上的年增长率持续扩大，为中国家电企业带来更大的机遇。此外，随着德国太阳能市场的蓬勃发展，中国产的锂电池储能系统因性能优越和高性价比逐渐被德国家庭接受，成为太阳能发电或供暖储能解决方案的重要组成部分，进一步助力中国品牌在德国绿色能源领域占据一席之地。

原文链接：<http://news.cheaa.com/2024/0227/632548.shtml>

10.美的旗下品牌“Comfee”将开启日本线下销售

关键词：美的集团、日本线下销售、2027年战略目标
概要：美的集团旗下“Comfee”品牌电器近日宣布将首次在日本各大电器连锁店开启线下销售，该品牌主打时尚设计、简约功能及高性价比，主要面向海外市场特别是年轻消费者。自2019年在亚马逊、乐天等电商平台上线以来，“Comfee”产品深受日本消费者好评，销售额在疫情期间持续增长。为实现日本市场战略目标，即到2027年成为白色家电领域市场份额和在线销售份额第一的中国家电制造商，日本美的株式会社制定了中长期战略和品牌战略，并聘请日本艺人谷真理佳作为品牌代言人以吸引年轻群体，提升品牌认知度与影响力。尽管较晚进入日本市场，美的将聚焦确定目标客户、推出符合市场需求的产品及加强市场营销推广来突破现状。

原文链接：<http://news.cheaa.com/2024/0228/632633.shtml>

04

企业要闻
CORPORATE NEWS

投资运营：

11.阿里云大降价，京东云应战

关键词：阿里云降价、核心产品、中小企业受益

概要：阿里云于2024年2月29日宣布大幅度降价，涉及100多款核心产品平均降幅达20%，其中对象存储OSS降价高达55%。此轮降价范围最广、受益群体最多，并首次惠及存量订单未履约部分，显示了阿里云对中小企业及个人开发者的吸引力增强。为回应阿里云的降价举措，京东云开启比价活动并承诺再降10%且实施“买贵就赔”政策。尽管企业客户在考虑迁移成本和风险，阿里云提供了详尽的迁移方案与工具。分析认为，此次降价有助于阿里云稳定客户群并在中腰部市场扩大份额，但要深度拓展政府、国央企等关键客户还需强化综合服务优势。在业绩压力下，阿里云通过削减低利润率项目提高收入质量，并持续加大研发投入以保持技术领先地位，市场份额增长成为其当前战略重点。

原文链接：<http://news.cheaa.com/2024/0301/632695.shtml>

12.美的光伏“厚积薄发”布局光伏赛道

关键词：美的光伏、智慧能源解决方案、全球化产业链布局

概要：美的光伏以“光生万物、智慧未来”为主题，发布智慧能源解决方案、户用光伏解决方案及绿色零碳园区解决方案等产品方案。依托美的集团品牌影响力和全球化产业链布局，美的光伏凭借四大运营优势，在新能源领域开启双碳时代新赛道，并通过与行业TOP5品牌战略合作保障高质量市场供给。面对市场需求多样化，美的光伏已完成三大解决方案拓展，涵盖户用、工商业场景，并创新经营模式，提供多种商业运营模式。在国内市场快速崛起的同时，美的光伏致力于打造全场景能源解决方案，为中国光伏产业发展注入动力，并有望在全球市场发挥更大作用。

原文链接：<https://new.qq.com/rain/a/20240229A04CX700>

产品技术：

13.海信以真空冰箱为起点重构厨房空间艺术

关键词：海信冰箱、空间艺术厨房、真空科技

概要：在消费者需求升级和家居一体化趋势下，海信冰箱推出“空间艺术厨房”新品发布会，以真空科技为核心，打造集健康、智能、美学于一体的璀璨套系产品。海信冰箱公司常务副总裁李强强调，冰箱应从单品转型为高品质厨居生活载体，满足用户对协调一体化、智慧化的需求。历经5年研发的海信璀璨“空间艺术厨房”，通过实地调研中国家庭，将东方艺术、一体协调及从容智慧完美融合，以冰箱为起点重构厨房空间艺术，并推出“艺术家509冰箱”作为代表作，实现全嵌入式设计、真空保鲜、精细化收纳与除菌净味等功能。该套系涵盖冰箱、烟灶、蒸烤一体机、洗碗机等6大产品，致力于提供全新的烹饪与生活体验，引领行业创新与发展。

原文链接：<http://news.cheaa.com/2024/0301/632687.shtml>

14.三星智能戒指爆了，小米一加也有王牌！

关键词：智能穿戴设备、AI技术应用

概要：在MWC 2024大会上，智能穿戴设备领域亮点频出。三星发布的Galaxy Ring智能戒指成为焦点，它内置心电图传感器和血流量感应器，主打健康监测，并作为“AI设备”加入“Galaxy AI”家族，有望解决续航、佩戴体验等问题，引领智能穿戴形态新趋势。一加推出的OnePlus Watch 2以其军工级标准设计和长达100小时的超长续航引人注目，采用骁龙W5 Gen1芯片和WearOS 4系统。小米则展示了Xiaomi Watch 2等三款新品，其中Xiaomi Watch 2搭载骁龙W5+ Gen1芯片，具备高亮度AMOLED显示屏。此外，三星Galaxy Ring将打造“环境感知”生态，联动智能家居，实现更全面的健康管理；而华米和vivo等品牌也在推动AI大模型技术在智能穿戴设备上的应用，预示着智能穿戴向“AI穿戴”演变的进程加速。

原文链接：<https://new.qq.com/rain/a/20240227A01VAW00>

关于艾瑞/法律声明

关于艾瑞

艾瑞是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。