



AI市场趋势洞察分析

SPEAKER: 魔镜分析师团队

DATE: 2024年5月

Contents 目录

01 AI市场概览

02 智能3C市场分析

03 智能家电市场分析

Part1 AI市场概览

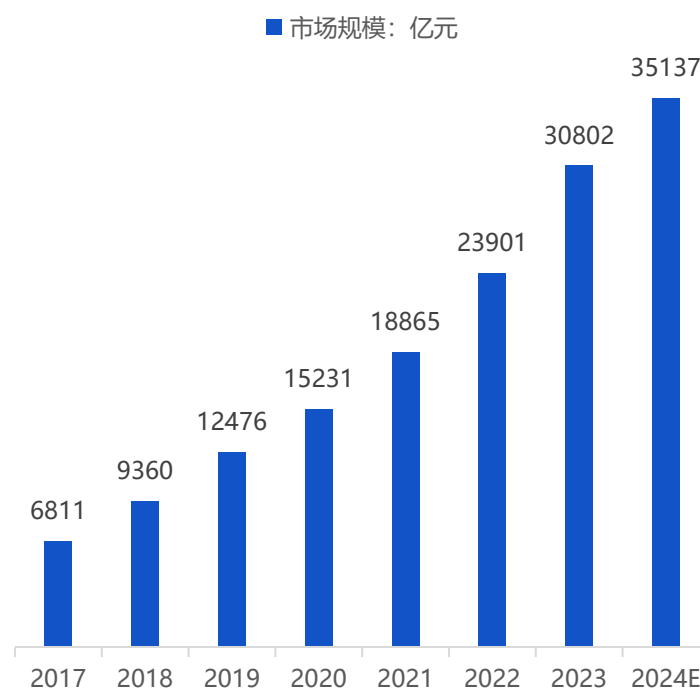
AI发展历程及行业现状

- 自二十世纪50年代图灵提出人工智能概念以来，人工智能技术经历了几十年的迅速发展。基于互联网行业飞速发展形成的海量数据、数据储存成本的下降以及GPU的不断成熟，人工智能领域的深度学习发挥出了强大的能力，在语音识别、图像识别、NLP等领域不断刷新纪录，让AI产品真正能够为人所用。随着人工智能在交通、医疗、安防、家居等方面应用加深，全球人工智能市场规模持续快速增长，2024年全球人工智能市场规模预计达35137亿元，国内规模预计达4015亿元。

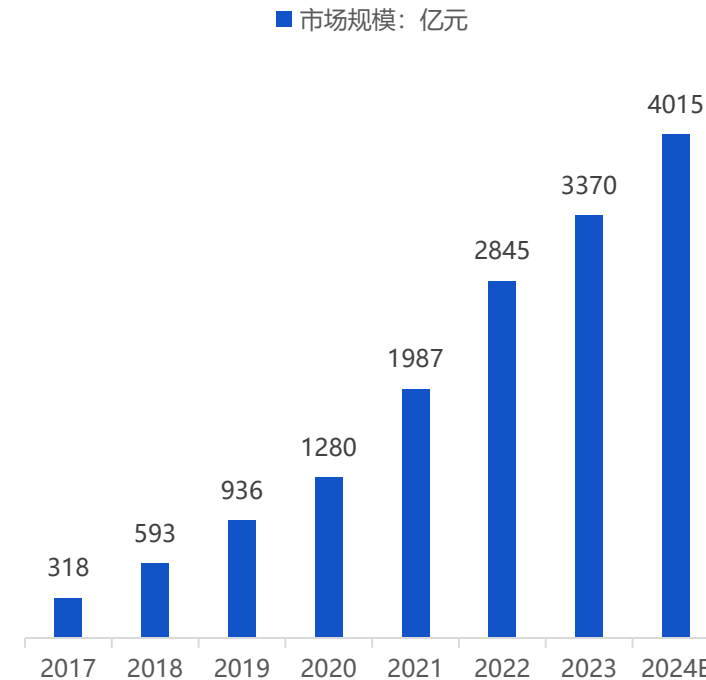
AI 发展历史



2017-2024年 全球人工智能市场规模及预测



2017-2024年 中国人工智能市场规模及预测

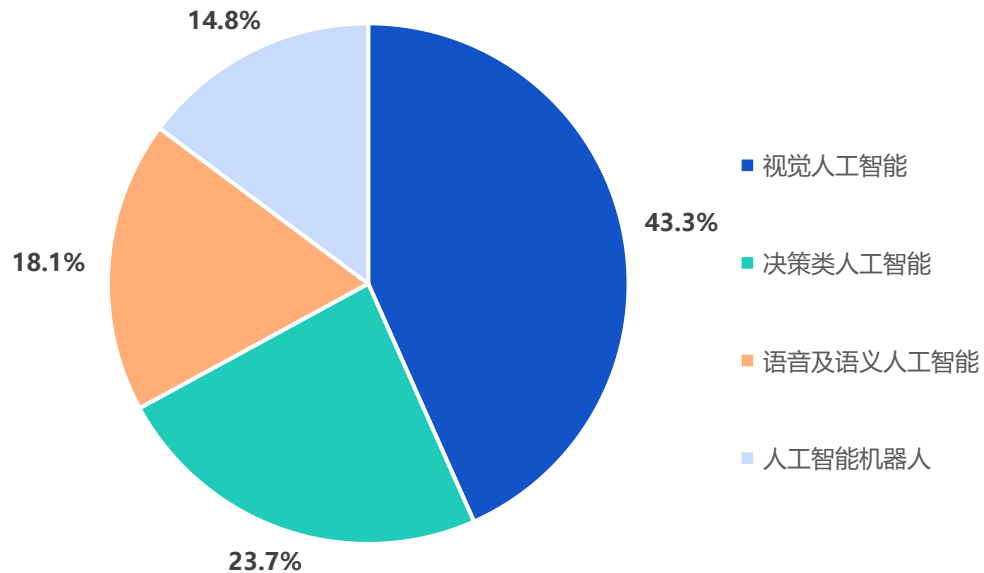


数据来源: 弗若斯特沙利文、中商产业研究院

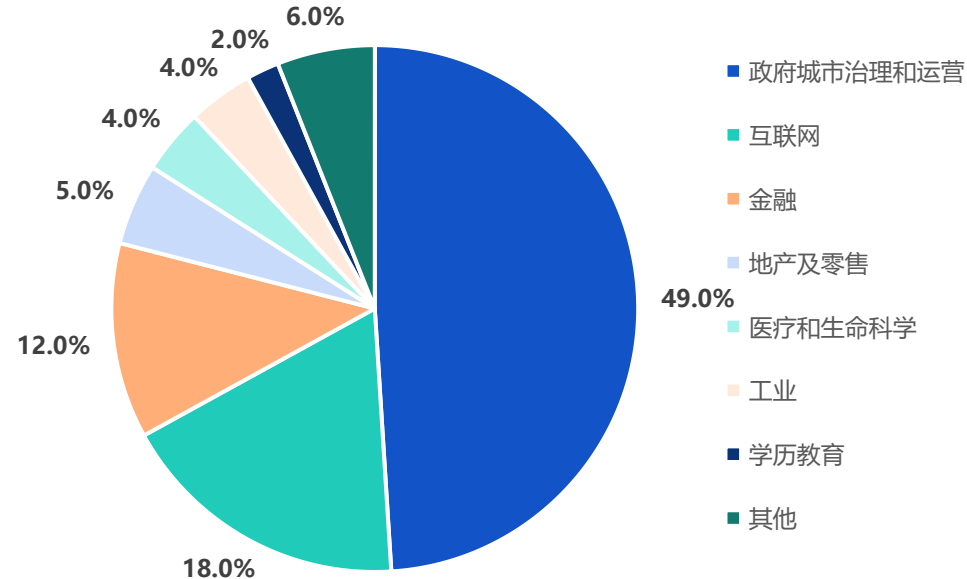
AI细分市场及应用领域

- 我国人工智能可分为决策类人工智能、视觉人工智能、语音及语义人工智能和人工智能机器人。其中，视觉人工智能市场占比最高，达43.3%，在医疗领域中，视觉人工智能协助医学影像分析和疾病诊断，在汽车领域中，视觉人工智能驱动的系统有助于自动驾驶等等应用。从应用领域来看，目前人工智能在我国政府、互联网、金融、医疗等领域的人机对话、决策支持等方面存在不同程度的应用，其中政府城市治理和运营市场份额接近50%，是推动人工作智能发展的主要动力。

国内人工智能行业细分市场占比



国内人工智能下游应用领域占比同比

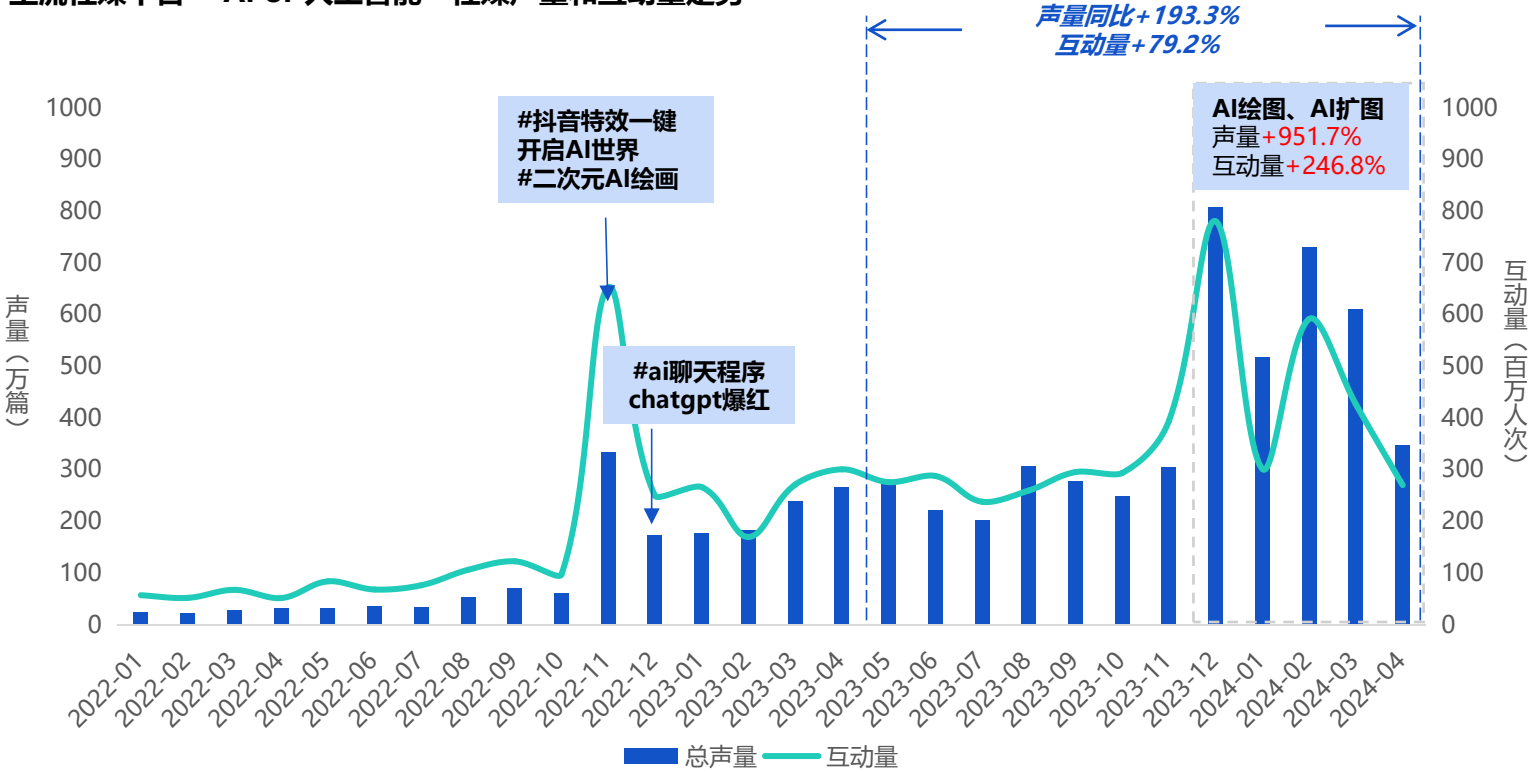


数据来源：中商产业研究院

AI社媒热度

- 近一年，AI或人工智能相关话题在主流社媒的总声量达4854.0万篇，总互动量达44.1亿人次。2022年底，抖音推出AI绘图特效，引起巨大轰动，在网络上迅速走红，社媒声量和互动量迅速升高。2022年12月，美国人工智能研究实验室OpenAI推出的ai聊天程序chatGPT收到广泛关注，其智能回复和广泛知识库使其成为用户互动的热门选择，引发了许多有趣而深入的对话。
- 在涉及人工智能的讨论中，手机、学习机、汽车、机器人等产品类别备受关注，涵盖了人们日常生活中使用的多种电子设备和电器。

2022.01-2024.04
主流社媒平台 “AI or 人工智能” 社媒声量和互动量走势



MAT2024 社交平台
“AI or 人工智能” 相关推文下TOP品类热词及词频

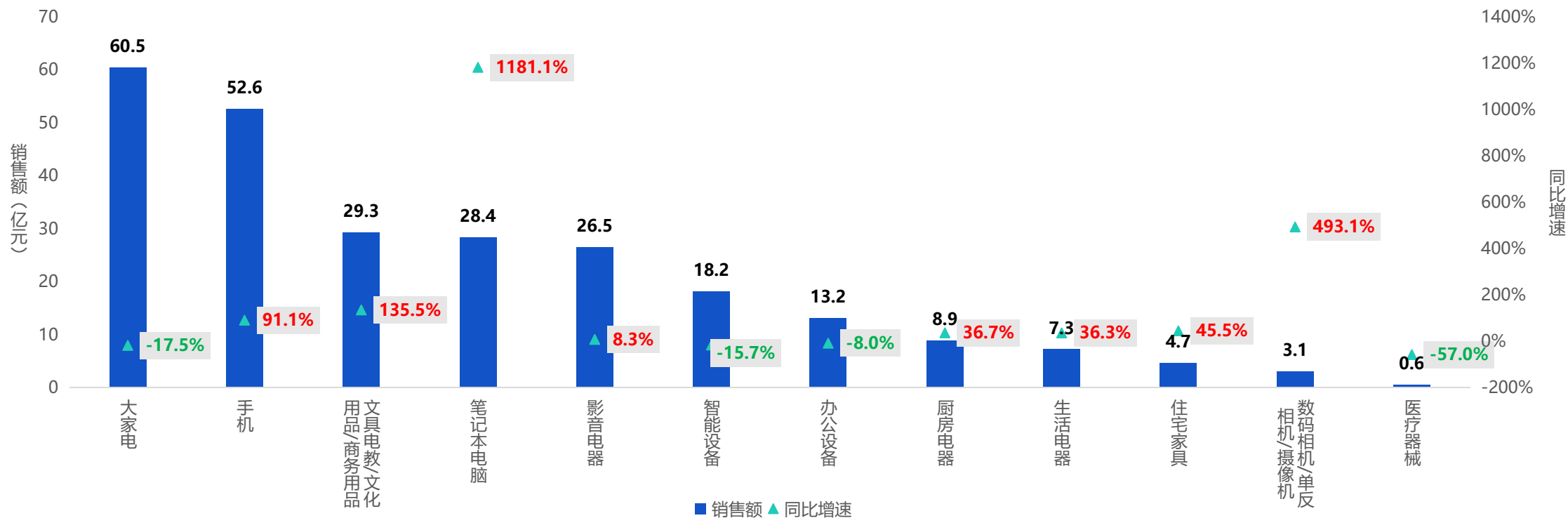
手机 891369	学习机 225824	汽车 214116
机器人 212555	电脑 95389	相机 78420
家电 68816	耳机 51729	无人机 48476
电视 47551	空调 35427	洗衣机 27846

数据来源：魔镜社交聆听

细分品类AI产品规模及增速

- 从主流电商平台各电器品类中AI产品销售情况来看，AI大家电规模最大，销售额达到60.5亿元，同比下降17.5%，包含AI电视、AI空调、AI洗衣机等细分品类，其次是AI手机，销售额达52.6亿元，同比增长91.1%，AI手机除了人们熟知的语音识别功能以外，还包含AI智能推荐、AI模式拍照、AI vlog视频等功能，极大地提升了手机的使用体验。增长较快的是AI笔记本电脑，增速达到1181.1%，相比于传统的笔记本电脑，AI笔记本电脑配备更强大的CPU和GPU，以满足机器学习和深度学习计算的需求，能够更高效帮助用户解决问题。

MAT2024 主流电商平台各电器品类中AI产品销售规模及增速



数据来源：魔镜洞察

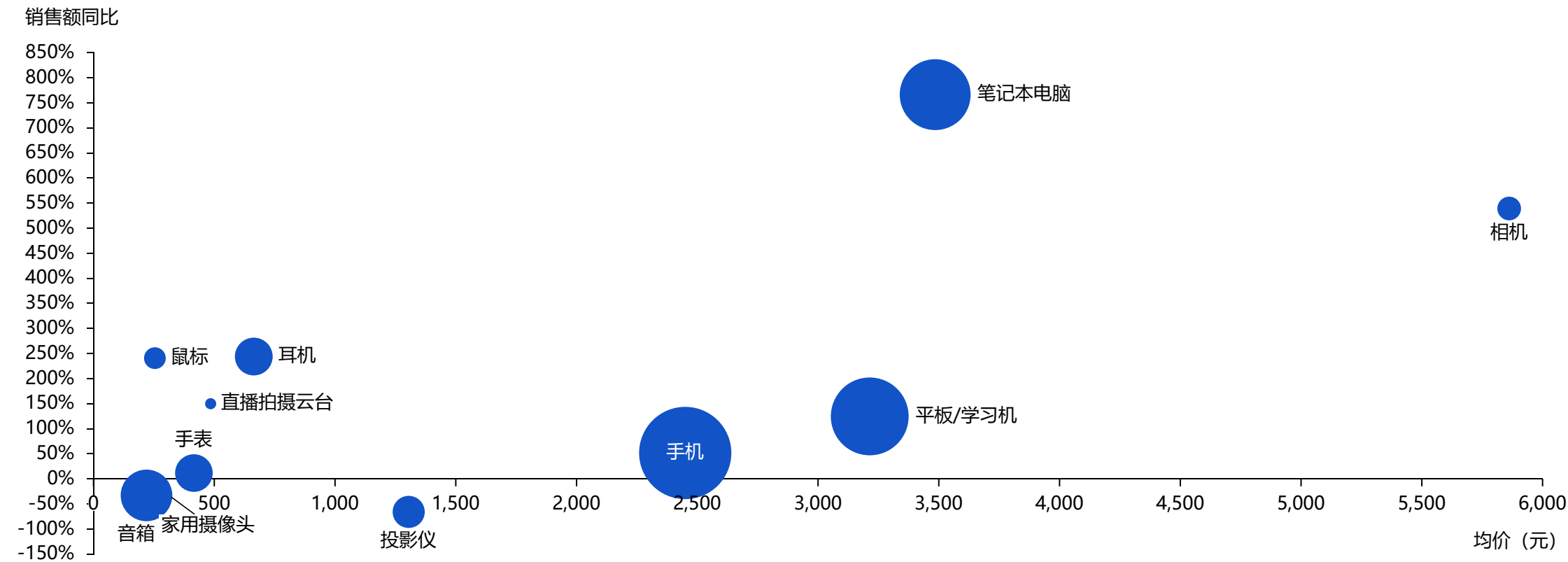
备注：AI产品是指在各品类的商品标题中筛选“AI”、“人工智能”等关键词

Part2 智能3C市场分析

3C市场AI主要涉及品类销售趋势

- 近一年，主流电商平台3C市场AI涉及的主要品类中，手机、平板/学习机和电脑占据了top3位置，销售额分别为66.8亿元、33.8亿元和30.8亿元，其中AI电脑增速最快，2024滚动年同比增长达502.3%；此外AI功能相机、鼠标、耳机等增速也较为可观。
- 智能音箱市场销售额逐步下滑，主要由小米、小度和天猫精灵占据头部份额。

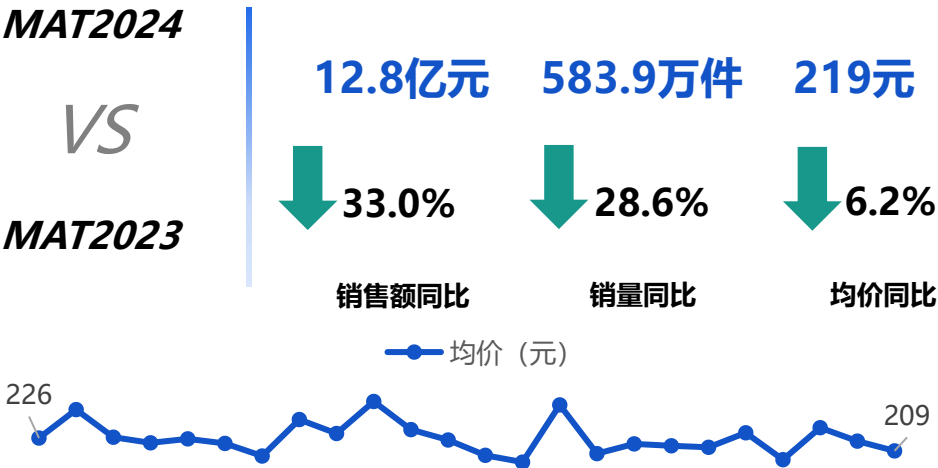
MAT2024 3C市场AI主要涉及品类销售趋势及均价情况



数据来源：魔镜洞察
数据说明：AI主要涉及品类指商品标题包含“AI”或“人工智能”或“大模型”或“GPT”，且滚动年销售额大于5000万元的3C品类

智能音箱 | 市场逐步萎缩，小米、小度、天猫精灵占据头部，主流AI功能为家居语音控制

MAT2024 智能音箱市场销售&均价变化趋势



品牌	市占率	Top商品	AI技术功能
小米	25.5% ↑	小米AI音箱二代	家居语音控制
小度	21.3% ↓	小度智能随身音箱	一键唤醒语音交互
天猫精灵	10.6% ↓	IN糖3智能音响	家居语音控制
华为	3.3% ↑	华为Sound SE 智能蓝牙音箱	家居语音控制
先科	2.9% ↑	先科S15户外K歌智能音箱	智能语音点歌

小米AI音箱2代



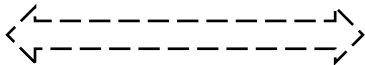
- 音质升级**
倒箱体设计; 搭载MiSound算法, 多频段、瞬态声音处理, 低音增强
- IoT生态**
搭载小米澎湃OS, 畅联多种智能家居设备, 支持跨端调用、个性化定制等
- 海量内容**
支持QQ音乐、网易云音乐、喜马拉雅、蜻蜓FM等平台; 海量儿童启蒙学习内容

市场总结

- AI音箱市场逐步下滑, 家居语音控制功能赛道由头部品牌占据, 智能K歌音箱具有一定切入机会
- 从电商评论来看, 消费者主要关注产品的音质、外观设计和续航方面



消费者反馈



社媒认知

声音40%

颜值21%

续航12%

人群32%

功能9%

场景32%



85%

典型正向文本:

- 音质很好。款式好看, 而且没有什么杂音, 很悦耳!



15%

典型负向文本:

- 音量不够大声, 有些播放的时候音质一般, 沙哑的声音



学生19%

中老年17%

家人12%

其他



降噪12%

耐用6%

节能6%

其他



居家15%

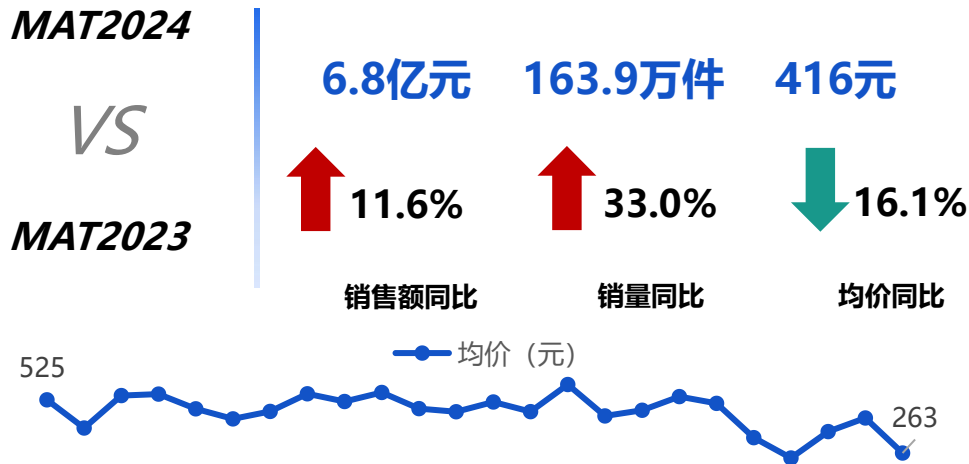
K歌10%

工作7%

其他

智能手表 | 市场小幅上涨，儿童手表强调AI定位功能，社媒方面户外运动场景声量较高

MAT2024 智能手表市场销售&均价变化趋势



品牌	市占率	Top商品	AI技术功能
W&O	32.8% ↑	W&O X16Pro 智能手表	AI语音助手
华为	27.4% ↓	华为儿童手表 4 Pro	9重AI定位
小天才	4.0% ↓	小天才电话手表 Z8A	AI定位
荣耀	3.3% ↑	荣耀智能手表GS Pro 碳石黑	AI动态功耗调节、天气预测
古风	3.0% ↑	古风X16P智能手表	AI语音助手

荣耀GS Pro



户外风格设计

高品质不锈钢精工，高分子树脂、仿锻铁耐磨纹理表带，潮流感与力量感结合

多种运动模式

支持18种专业运动模式，85种自定义运动模式，运动后数据分析，提供专属建议

AI算法

智能节电算法，AI调节功耗，25天持久续航；采用气压AI算法，预测恶劣天气来临

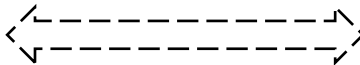
市场总结

AI手表市场整体小幅上涨，消费者普遍关注续航和颜值

儿童手表根据需求痛点结合AI技术强化定位功能；此外结合户外运动场景设计的产品也有不错热度



消费者反馈



社媒认知

续航23%

颜值22%

性能10%

人群56%

功能16%

场景27%



89%

典型正向文本：

➢ 款式好看，续航时间长，触感灵敏



11%

典型负向文本：

➢ 太耗电了，不开超级省电一天都管不到，定位总是不到位置

学生37%

中老年25%

家人6%

其他

抗摔19%

省电16%

耐用15%

其他

运动22%

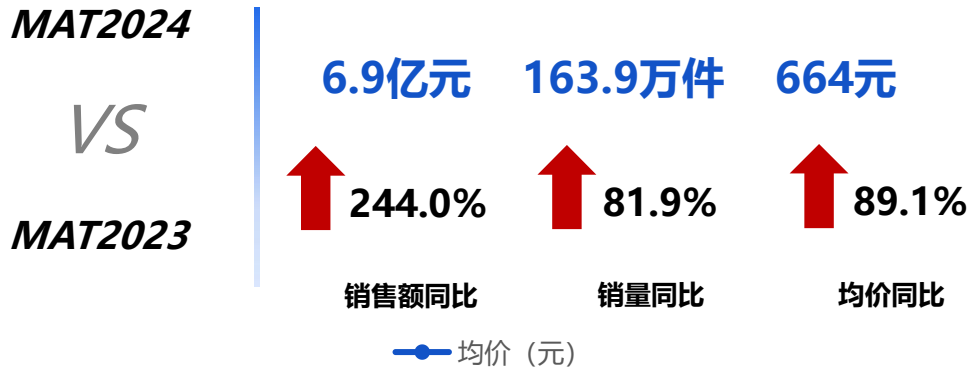
外出16%

居家9%

其他

智能耳机 | 市场量价齐升，主流AI功能为智能降噪，社媒方面降噪功能声量同样较高

MAT2024 智能耳机市场销售&均价变化趋势



品牌	市占率	Top商品	AI技术功能
索尼	74.2% ↑	WF-1000XM5无线蓝牙降噪耳机	AI智能降噪
魔声	11.6% ↑	魔声AC100 挂耳式降噪蓝牙耳机	AI智能降噪
sanag	2.1% ↑	塞那Z50S挂耳式蓝牙耳机	AI智能降噪
华为	0.7% ↓	华为FreeLace活力版挂脖式耳机	AI智能降噪
漫步者	0.5% ↓	漫步者花再EvoPro无线蓝牙耳机	AI智能降噪

索尼WF-1000XM5 蓝牙无线降噪耳机



降噪技术
双芯片、六麦克风系统，风噪降低腔体设计，AI自适应声音控制

高音质
DSEE Extreme数字声音增强，LDAC蓝牙传输，360临场音效，头部追踪

智能功能
头部姿势控制，智能免摘，安全聆听，智能语音助手，佩戴感应.....

市场总结

AI耳机市场快速增长，索尼独占鳌头，市场份额达74.2%，Top5品牌爆品主打AI功能均为智能降噪

消费者主要关注音质、佩戴舒适度和续航方面



消费者反馈

声音38%

舒适18%

续航13%



86%

典型正向文本:

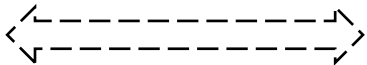
➢ 做工非常精致小巧，Sony音质是不用担心，不塞耳朵，戴着很舒服



14%

典型负向文本:

➢ 音质一般，夹得太紧耳朵疼



社媒认知

人群35%

功能16%

场景23%

中老年21%

降噪19%

工作15%

学生16%

隔音7%

运动11%

家人13%

防尘5%

K歌6%

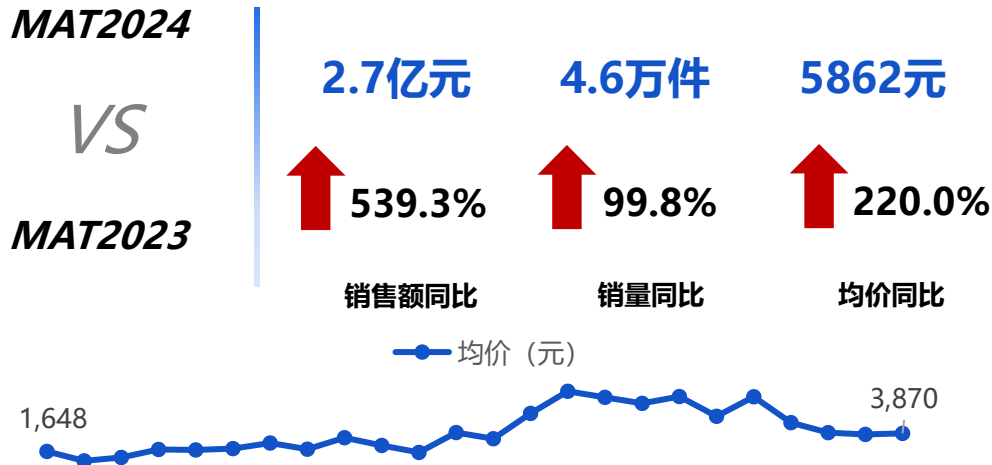
其他

其他

其他

智能相机 | 悦己、兴趣消费带动市场快速增长，索尼、富士、影石占据95%以上市场份额

MAT2024 智能相机市场销售&均价变化趋势



品牌	市占率	Top商品	AI技术功能
索尼	47.0%↓	索尼Alpha 6700 APS-C微单相机	AI智能对焦
富士	35.5%↑	富士X-S20 微单相机	AI智能对焦
insta360	12.9%↑	影石Insta360 Ace Pro运动相机	AI高光分析、自动剪辑

富士X-S20 微单相机



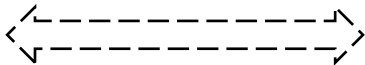
- 智能对焦**
基于深度学习的对象AF检测，AI自动监测追踪，识别主体，可实现-7EV暗光对焦
- 高清拍摄**
6.2K 30P电影级画质，可多向翻转拍摄，约100FPS刷新率，236万像素
- 联机图传**
远程监看取景画面，遥控操作相机，高速稳定图传，可储存读取相机设置

市场总结

- AI相机市场快速增长，富士市占率迅速提升
- TOP3品牌中索尼和富士均价在一万元以上，AI功能主打智能对焦；影石均价在2900元左右，AI功能上侧重高光分析和智能剪辑



消费者反馈



社媒认知

颜值23% 便捷17% 效果13%



91%

典型正向文本：

- 非常棒，外观复古够传统文艺；便携走到哪里带到哪里

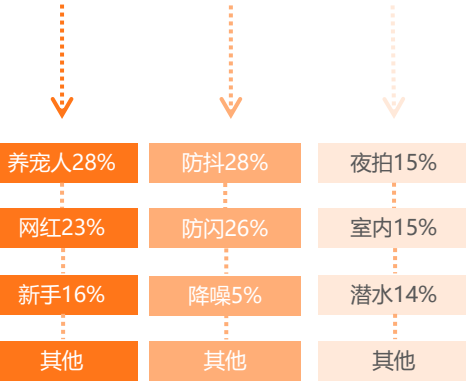


9%

典型负向文本：

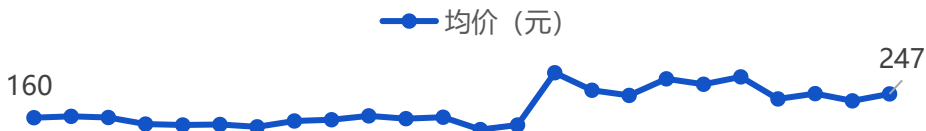
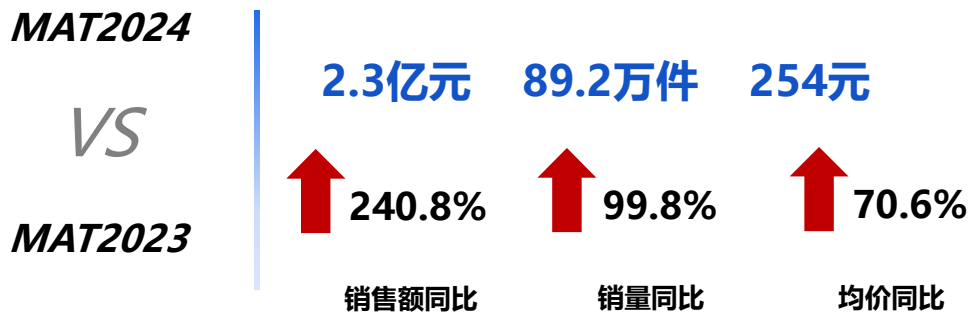
- 整体不错，简单易用，但是外观只能给三星，机身有划痕

人群20% 功能13% 场景27%



智能鼠标 | 市场量价齐升，咪鼠科技和科大讯飞占据70%以上市场份额

MAT2024 智能鼠标市场销售&均价变化趋势



品牌	市占率	Top商品	AI技术功能
咪鼠科技	37.0% ↑	咪鼠M4 AI智能鼠标	智能写作、绘图、表格、PPT等
科大讯飞	36.8% ↑	科大讯飞AI鼠标 AM50	智能写作、PPT、绘图、问答等
万鱼	5.4% ↑	万鱼AI智能语音鼠标	智能语音输入
罗技	5.3% ↓	罗技M650蓝牙静音鼠标	智能语音输入
新科	2.8% ↑	新科AI智能语音鼠标	语音打字、写作、表格、PPT制作等

咪鼠M4 AI智能鼠标



- 高灵敏长续航
500Hz, 2ms延迟; 一次充电可续航30天, 前置Type-C充电口, 可边充边用
- 智能按键
鼠标上设置有AI键、语音键、翻译键、截图键, 方便快捷
- AI功能
文心一言4.0+讯飞星火3.5双模型, 支持AI问答、写作、表格、PPT、绘图等

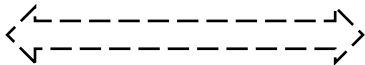
市场总结

AI鼠标市场高速增长, top2品牌咪鼠科技与科大讯飞竞争激烈, 主要针对办公场景研发各种智能功能, 提升办公效率

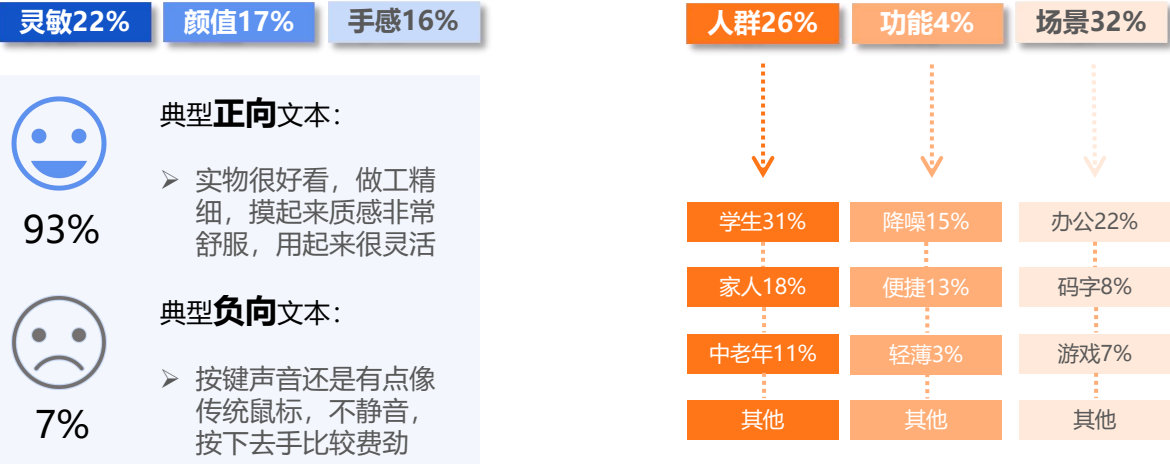
消费者主要关注鼠标灵敏度、颜值及使用手感



消费者反馈



社媒认知



智能3C市场总结

市场洞察 2024滚动年3C市场AI主要涉及品类中，电脑、手机、平板为TOP3品类，年销额均超过30亿元

- 近一年，主流电商平台3C市场AI涉及的主要品类中，手机、平板/学习机和笔记本电脑占据了top3位置，销售额分别为66.8亿元、33.8亿元和30.8亿元，其中笔记本电脑增速最快，2024滚动年同比增长达502.3%；此外相机、鼠标、耳机等增速也较为可观。音箱市场销售额逐步下滑，主要由老品牌小米、小度和天猫精灵占据头部份额。

智能音箱 市场逐步萎缩；老品牌小米、天猫精灵等主打家居智能控制，生态较为成熟；智能K歌音箱有一定市场机会

- 智能音箱市场逐步下滑，家居语音控制功能赛道较为成熟，市场份额由小米、天猫精灵等头部品牌占据；智能K歌音箱可以切入目前较火热的户外场景，可能具有一定的市场机会。
- 从电商评论来看，消费者主要关注产品的音质、外观设计和续航方面；社媒方面，居家为主要适用场景，此外K歌和办公场景也具有一定声量。

智能手表 市场小幅上涨，均价下探；AI功能主要为使用痛点及使用场景赋能，消费者对产品续航及颜值关注度较高

- 智能手表市场整体小幅上涨，均价同比下降16.1%，华为及小天才主要布局儿童及青少年学生市场，通过AI技术强化定位功能；此外荣耀在户外产品功能上有所创新，结合AI开发动态功耗调节及天气预测功能，增强消费者户外体验。
- 从电商评论来看，消费者主要关注产品的续航及颜值；社媒声量上，运动及外出场景占比较高。

智能耳机 市场量价齐升，主流AI功能为智能降噪

- 智能耳机市场快速增长，索尼独占鳌头，市场份额达74.2%，Top5品牌爆品主打AI功能均为智能降噪；索尼TOP产品WF-1000XM5蓝牙无线降噪耳机，通过AI算法自适应声音控制配合腔体设计实现降噪。
- 消费者主要关注音质、佩戴舒适度和续航方面；从社媒声量来看，工作和运动为两大主要场景。

智能相机 悦己、兴趣消费带动市场快速增长，索尼、富士、影石占据95%以上市场份额；主流AI功能为智能对焦

- 智能相机市场快速增长，富士市占率迅速提升；TOP3品牌中索尼和富士均价在一万元以上，AI功能上基于深度学习算法、自动检测识别主体实现智能对焦；影石均价在2900元左右，AI功能上侧重拍摄高光分析和智能剪辑。
- 消费者主要关注产品颜值、使用便捷性及拍摄效果，其中复古风是消费者在颜值方面的主要关注点。

智能鼠标 市场快速增长，咪鼠科技和科大讯飞占据70%以上市场份额，产品针对办公场景打造系列智能功能

- 智能鼠标市场高速增长，top2品牌咪鼠科技与科大讯飞竞争激烈，市场份额接近；此外产品功能也较为类似，主要针对办公场景搭载AI问答、写作、表格、PPT、绘图等各种智能功能，提升办公效率。
- 消费者主要关注鼠标灵敏度、颜值及使用手感；社媒声量方面，办公同样为主要适用场景。

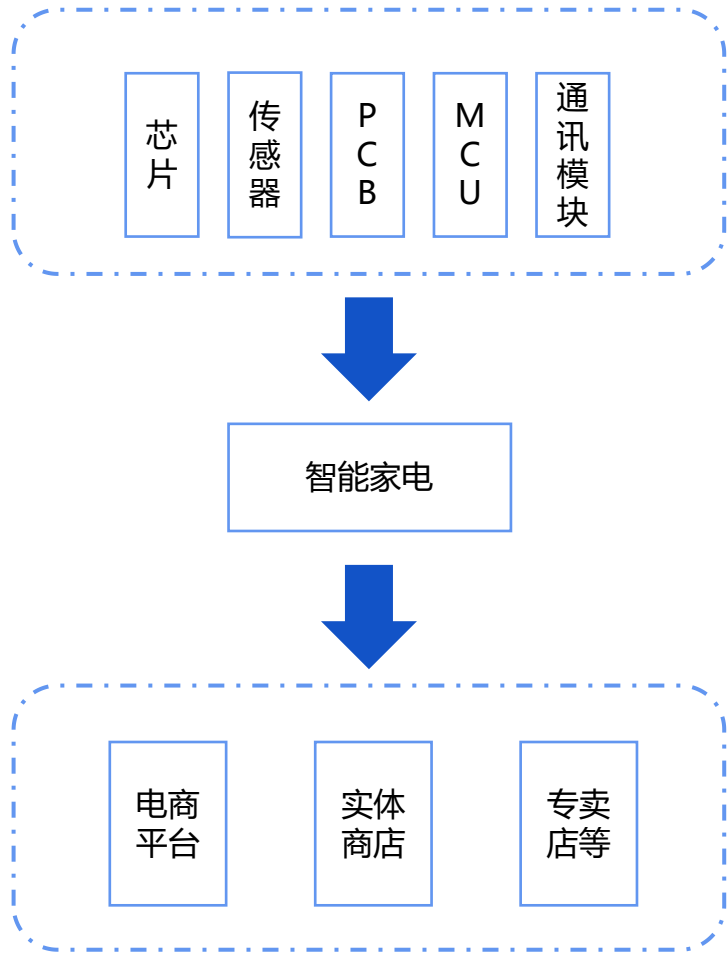
Part3 智能家电市场分析

智能家电

智能家电分类



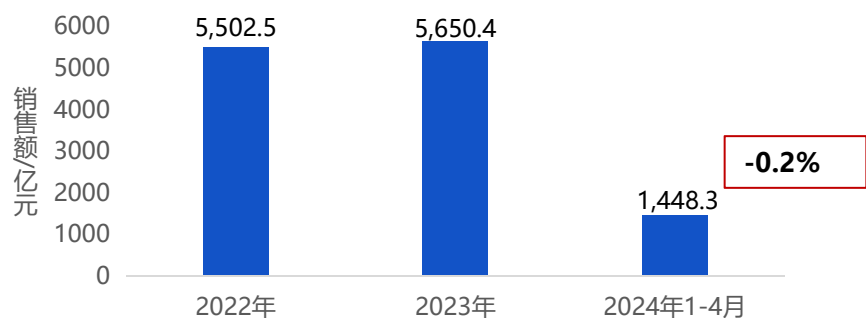
智能家电产业链



市场分析 | 智能家电市场略有下降，部分AI赋能品类仍呈扩张趋势，社媒讨论声量高

- 智能家电是将计算机数字化技术、现代通信技术以及智能控制技术融入传统家电之中，使其具备智能化特性，并能够成为网络信息传输的终端。它们不仅保留了传统家电的控制和操作功能，还增加了自动感知家电运行状态和安全性能的能力，以及远程控制接口以实现用户的远程控制查询功能。
- 智能家电市场的销售规模略有下降，2024年1-4月销售额同比下降11.4%，但社媒上讨论智能家电的话题声量偏高，且不少品牌和平台关注此领域。

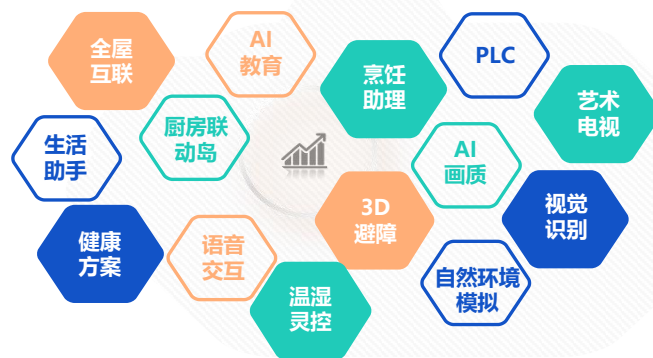
2022年-2024年 全平台家电销售额趋势



2022年-2024年 全平台智能家电销售额趋势



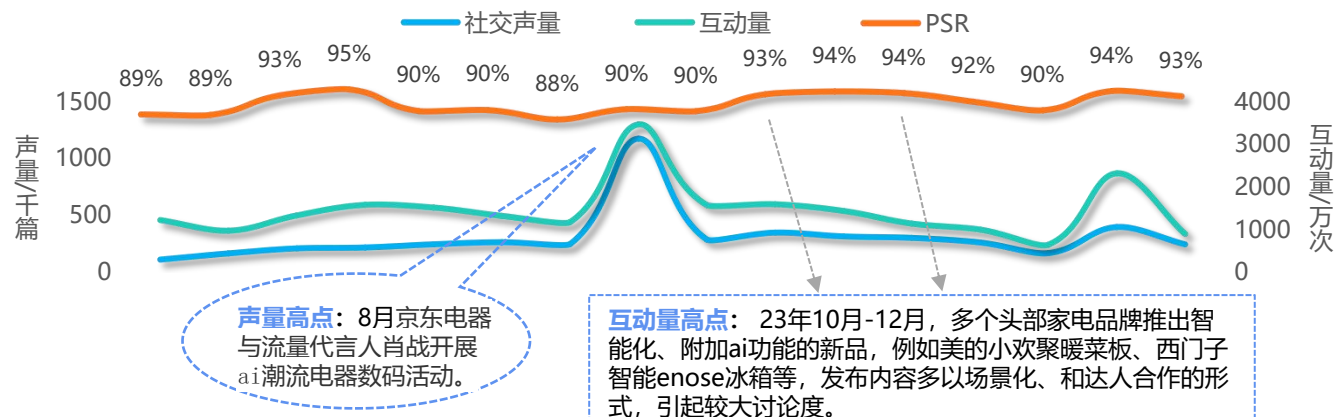
智能家电相关应用场景&热门单品



2023年
智能空调增速
+9.3%

2023年
AI扫地机器人增速
15.6%

2023.1-2024.4 智能家电相关话题社媒声量及互动量



数据来源: 魔镜洞察

备注: 社交声量: 推文数。互动量: 转发数、点赞数、评论数总和。PSR: Positive Sentiment Rate (推文正向率)

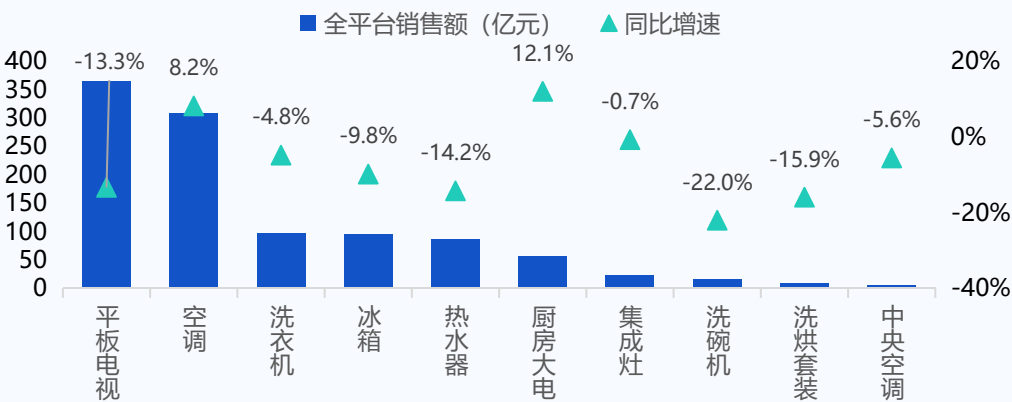
备注: 智能家电是指在大家电、厨电和生活电器的商品标题中筛选“智能”、“智慧”、“语音”等关键词

魔镜洞察: mktindex.com

大家电 | 智能、AI多赋能基础功能，在电视、空调等品类应用较多

- 大家电领域在智能方面的应用方向和品类存在差异和多样化，在平板电视、空调等应用较广，2023年销售额超过300亿元，在增速方面，厨房大电增速最高，达12.1%。消费者反馈中，提及智能相关功能占比偏低，约31%，且反馈智能化程度多为赋能基础功能，例如空调的温度控制搭配人工智能实现精准调温和人群定制等。
- 重点品类如AI电视、中央空调和交互式冰箱，社媒热度持续增长，但销售额在2023年均有下降。

2023年全平台智能大家电下各品类销售额及增速



2023年全平台智能大家电下重点品类情况

【市场需求】

+123% 社媒热度

【产品方向】

画质优化
自适应

【典型产品】

- 长虹壁画电视
- 支持AI大模型，可自动生成壁纸，采取超薄贴墙设计，和家居完美融合。

-13.3% 销售额

17.2w 商品数

沉浸式
动态捕捉

影像增强
智能控声

AI电视

【市场需求】

+96% 社媒热度

【产品方向】

主打感知
差异化

【典型产品】

- 美的COLMO AI级墅适中央空调
- 发布了全国首个「AI级」家用中央空调团体标准，拥有独有的AI灵境系统。

-5.6% 销售额

5512 商品数

全屋互联
空气调节

个性定制
精准控温

中央空调

【市场需求】

+94% 社媒热度

【产品方向】

存量信息
自动开门

【典型产品】

- 三星RF9000DC AI神冰箱
- 采用AI节能模式，满足用户多样化的需求，用科技赋能家居生活。

-9.8% 销售额

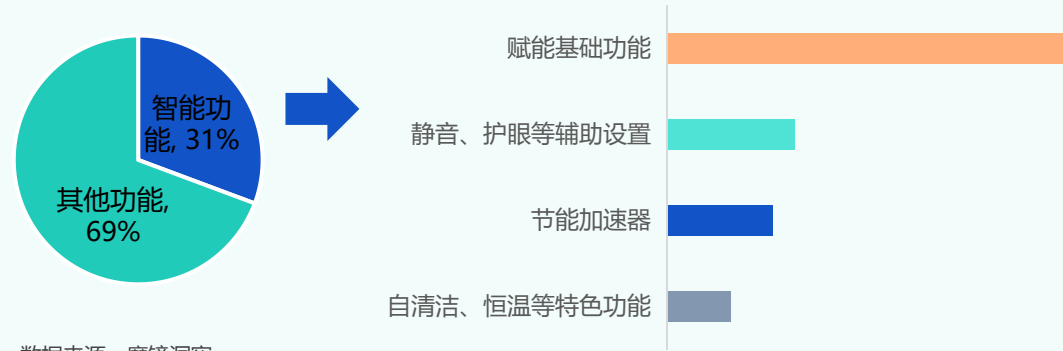
7.8w 商品数

食材感知
禁忌提醒

动态记录
智能菜谱

交互冰箱

2023年天猫平台智能大家电下消费者提及智能设置占比



数据来源：魔镜洞察

大家电 | 智能趋势代表性产品

- 海信多年深耕AI模型和算法的研究，24年3月正式发布自研星海大模型，打造了电视行业全链路全场景 AI 架构，深入用户场景、重新思考人机交互，基于AI从系统运行、交互、视听到服务四个方面建构全新的电视体验。
- 海信推出了基于 AI 的旗舰新品—海信电视75E3H，包含AI内容感知和交互语音等特色功能，消费者也多集中相关功能反馈其效果和体验。

海信电视75E3H远场语音MEMC防抖智慧大屏75英寸 120Hz 2+32GB

海信电视 E3H

音画实力派



AI内容感知 更懂音乐与电影

享受体育、电影、动画、新闻、综艺等不同内容场景时，支持自动选择更为匹配的音画模式，懂你的电视，体验更佳。

体育

流畅清晰 人声增强



电影

影院色彩 环绕增强



综艺

色彩自然 声音优化



新闻

人像自然 突出人声



动画

画面柔和 音量均衡



AI远距离语音 你的指令，时刻倾听

无需遥控器，只需一句“海信小聚”即可实现多轮问答和搜索，方便有趣。支持多种方言识别，表达不受限，轻松又悠闲。

100+
覆盖全场景

免唤醒*
影视场景

一次唤醒
多轮对话*

180°
全方位识别



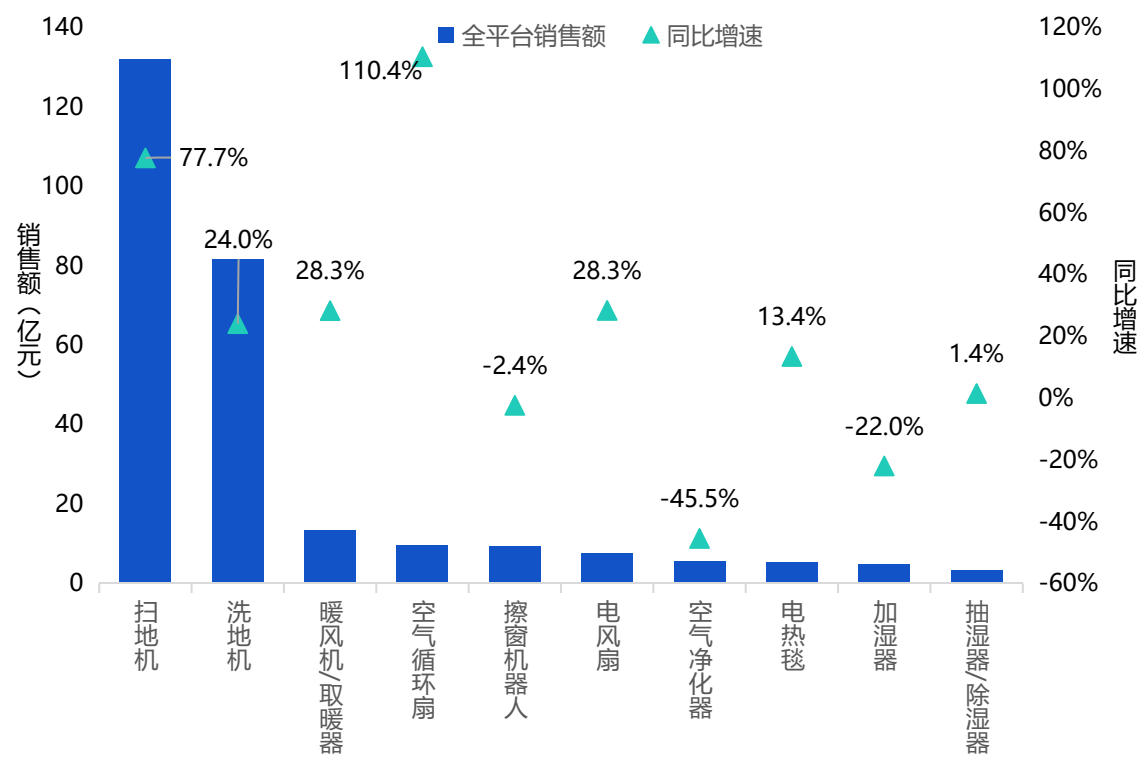
评论示例

- 可惜**不能连接全屋智能家居**来控制
- 这电视机实在不好用，**移动宽带**用户都不能实行语音操作！
- 现在的**智能电视还没有蓝牙**真是不可思议 主页上也没有明确的写 大家要买的三思吧
- 尤其是这个**ai语音**，太智能了，在卧室喊他都能听见，**反应贼快**。
- 屏幕选择AI模式，**省心又高效**，显示效果不错，声音也很棒。

生活电器 | 扫地机和洗地机的智能化程度高，两者智能功能存在差异

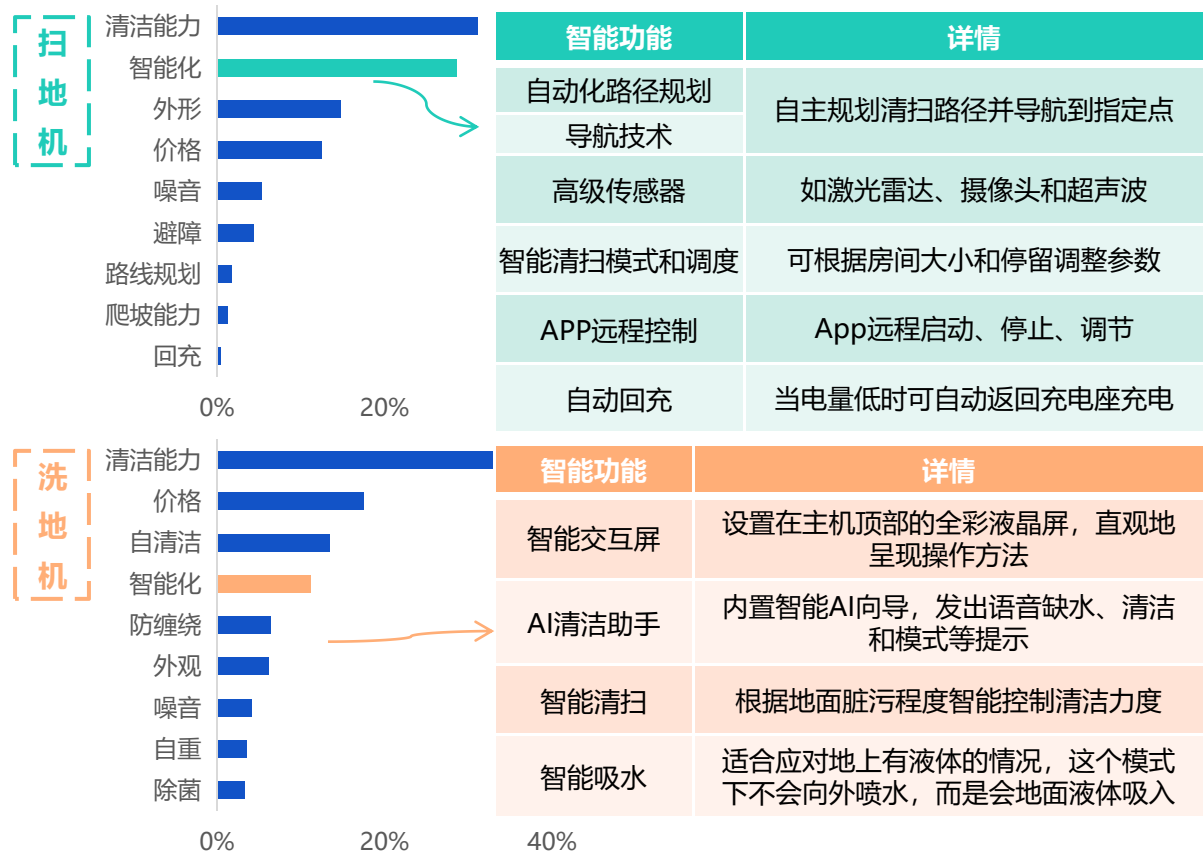
- 生活电器中智能化程度不一致，标注智能化功能的扫地机和洗地机规模较大，销售额分别为130亿元和80亿元左右，且扫地机增速较大，达77.7%，除此之外，空气循环扇作为近年来新兴的品类，同比增速最快，在110%左右。
- 扫地机和洗地机品类领域，不仅品牌方致力于在大模型及自进化算法上做出优化，社媒上消费者对于智能化的关注程度也不低，扫地机的智能化更是仅次于清洁能力，具体智能功能包括自动规划路线、APP远程控制等，洗地机还拥有智能交互屏，可直观操作洗地机。

2023年全平台智能生活电器下各品类销售额及增速



数据来源：魔镜洞察

重点品类-扫地机&洗地机宣传点社媒关注维度排名



洗地机&扫地机 | 智能趋势代表性产品



扫地机器人

扫地机器人的产品形态多样，主要包括圆形、D型、方形等形状，引入AI技术提高识别和规划能力，实现自动化清扫和智能家居连接。



商品名：科沃斯扫地机器人T20SPRO

功能点：首创dTOF激光雷达，精准躲避物体、智能语音47种交互方式

参考价：5599元



商品名：云鲸J4智能扫拖一体扫地机

功能点：智能脏污感应系统、IPS4.0鲸灵感知系统、鲸灵托管2.0

参考价：5299元



商品名：石头自清洁扫地机器人G10SPure

功能点：Reactive Tech避障、智能禁区提醒、APP3D地图标记

参考价：4999元



洗地机

洗地机通常分为手推式、电动式和自动驾驶式，在设计上有所不同，也逐渐在技术上得到改善和创新。



商品名：添可无线智能洗地机芙万S20

功能点：红蓝环智能洗地、LED智能屏可视化、智能水量吸力

参考价：1975元



商品名：追觅无线智能洗地H12ProPlus

功能点：智能脏污感应、智能语音提示、多种模式切换

参考价：1899元



商品名：BISSELL必胜洗地机拖吸一体4.0

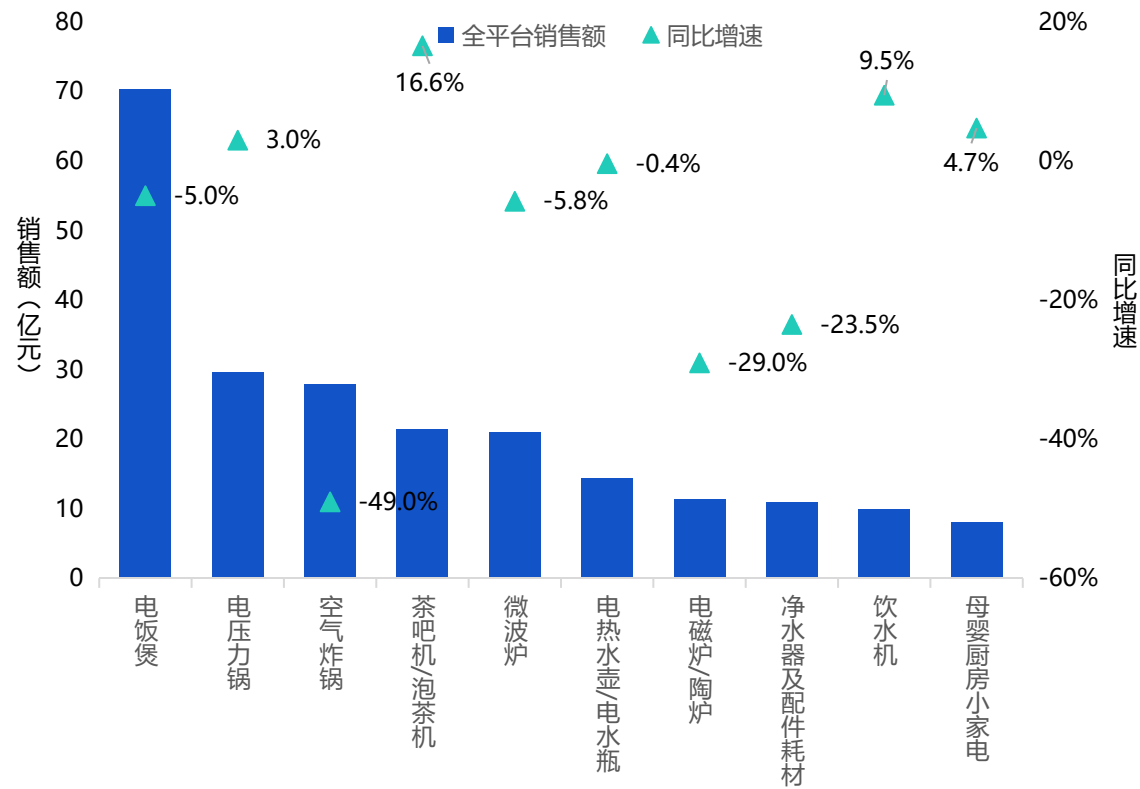
功能点：LED微尘探测灯、智能大屏交互

参考价：3690元

厨房电器 | 增加智能设置的传统厨电成为市场上的热门选择

- 相较于黑电、白电，厨电以及小家电的智能化渗透率较低，厨房电器中，智能电饭煲的销售体量远超于其他品类，2023年销售额超过70亿元，电饭煲的智能化程度有限，主要是在预约定制、多种烹饪模型调节方面，也有部分高端产品设置APP连接功能。
- 众多综合家电品牌利用AI大模型算法，提出了智慧厨房、互联厨房等概念，除了冰箱等厨卫大电商品，还包含了智能厨房小电的升级迭代，例如增加语音控制、精准遥控等功能，方便消费者多场景使用。

2023年全平台智能厨电下各品类销售额及增速



智能厨电/厨房品牌动作&营销方向



海尔智慧厨房板块
包含AI食材管家，AI膳食顾问、AI烹饪助手等人性化功能，搭配各种厨房电器，提供辅助烹饪、膳食管理等功能

AWE-智能厨电
通过AI技术将多件厨电单品形成统一套系，同时通过嵌入设计为用户提供更多健康厨房场景。



热门产品



数据来源：魔镜洞察

厨房电器 | 智能趋势代表性趋势



单机智能

单机智能是指设备自带的智能控制系统，能够独立运行和执行操作而无需依赖外部设备或连接互联网。

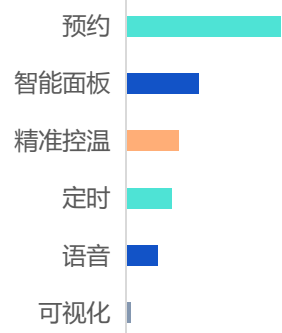
应用方向

- 空气炸锅
- 智能电饭煲
- 智能电磁炉

主要功能

- 智能控制面板
- 定时预约
- 预设菜谱
- 温度控制

消费者提及功能占比



协作智能

通过手机APP、语音等方式操作厨电设备，实现智能控制以及不同厨电之间的协同工作。

信息来源

- 传感器数据
- 用户设定
- 烹饪配方
- 环境条件



应用方向

- 远程关火
- 防干烧预警
- 操控温度
- 烹饪曲线
- 油度判定
- 屏幕交互
- 语音烹饪
- 食谱模式

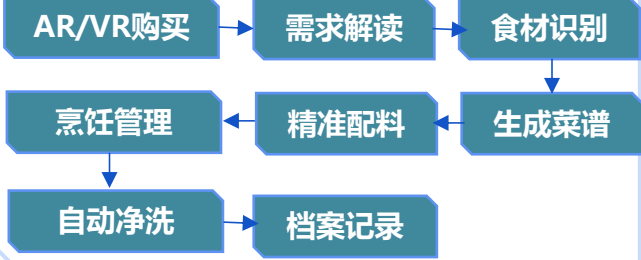


场景智能

利用人工智能、物联网等，赋予厨电智能化功能，实现场景化的厨房操作体验。实现了成套家电“全模态交互场景新体验”。



场景链路



智能家电市场总结

市场洞察

24年1-4月智能家电市场略有下降，社媒讨论声量高，需求强劲，AI主要赋能大家电、生活电器和厨房电器品类

- 智能家电销售规模略有下降，2024年1-4月销售额同比下降11.4%，但社媒上讨论智能家电的话题声量偏高，且不少品牌和平台关注此领域。智能家电分类包含家居控制类、生活电器和厨卫电器等。线上平台中，主要以大家电、生活电器和厨房电器为主，相关市场快速增长，消费者对各种需求强劲，并出现多样化产品。

大家电

智能化在大家电各品类应用方向不同，智能化程度高的品类销售端并无较大提升，但大众关注度上涨

- 智能化大家电市场正在快速发展，越来越多的消费者例如AI电视、智能交互冰箱、全屋中央空调等。这些产品具有便捷的远程控制、节能、智能化调节等特点，受到消费者青睐。各大家电制造商也在加大智能家电的研发和推广力度，未来市场潜力巨大。家电领域中的平板电视、空调2023年销售额超过300亿元，在增速方面，厨卫大电增速最高，达12.1%。
- 消费者反馈中，提及智能相关功能占比偏低，约31%，且反馈智能化程度多为赋能基础功能，例如空调的温度控制搭配人工智能实现精准调温和人群定制等。重点品类例如AI电视、中央空调和交互式冰箱，社媒热度持续增长，但销售额在2023年均有所下降。

厨房电器

整体厨房小电器渗透率较低，未来发展趋势在构建“全景智慧厨房”等方面

- 相较于黑电、白电，厨电以及小家电的智能化渗透率较低，主要是在预约定制、多种烹饪模型调节方面，也有部分高端产品设置APP连接功能。但多个综合类家电品类推出智慧厨房项目，未来将利用智能技术将厨房设备和家用电器连接到互联网，例如可根据食谱自动调整温度、时间，也能远程查看食材库存、设备状态，提供智能建议与提醒，带来更智能化的烹饪体验，帮助提升厨房的效率、便利性和安全性。
- 厨房电器中，智能电饭煲的销售体量远超于其他品类，2023年销售额超过70亿元，其次是电压力锅和空气炸锅，年销售额在30亿元左右。

生活电器

生活电器中扫地机和洗地机的智能化程度高，产品智能化的宣传点社媒关注度较高

- 消费者对智能家居设备的需求不断增加，生活电器市场也逐渐增长，其中，各品类智能化程度不一致，标注智能化功能的扫地机和洗地机规模较大，销售额分别为130亿元和80亿元左右，且扫地机增速较大，达77.7%，除此之外，空气循环扇作为近年来新兴的品类，同比增速最快，在110%左右。扫地机和洗地机品类不仅品牌方致力于在大模型及自进化算法上做出优化，社媒上消费者对于智能化的关注程度也不低，扫地机的智能化更是仅次于清洁能力，具体智能功能包括自动规划路线、APP远程控制等，洗地机还拥有智能交互屏，可直观操作洗地机。

读完报告，手头却没有市场数据进行可行性研究？

PC端免费体验 消费品领域的AI大模型分析师

问答式交互，0秒上手！

创新概念发现与验证

品类/品牌调研

ai.mktindex.com PC端免费体验



[低温酸奶]的市场趋势如何，请给我提供一些[人群、场景]方面的产品开发建议。

综合以上分析，我总结出以下关于低温酸奶的市场趋势和产品开发建议：

市场趋势分析：

- 低温酸奶市场呈现强劲增长态势，销售额和销量均大幅增长，显示消费者需求持续旺盛。
- 市场竞争激烈，产品供给充足，需要持续优化产品以提升竞争力。

人群和场景分析：

- 低温酸奶受到广泛消费群体的青睐，可进一步细分目标人群如儿童、孕妇、运动人群等。
- 可拓展到早餐、下午茶等新的消费场景，满足不同消费需求。

产品开发建议：

- 持续优化产品配方，提升营养价值和口味，满足消费者对健康、美味的需求。
- 根据不同人群的偏好，开发差异化产品，如添加水果、谷物、益生菌等。
- 关注新兴消费场景，开发适合早餐、下午茶等场景的低温酸奶产品。
- 加强品牌建设，提升产品的知名度和美誉度，增强消费者的品牌忠诚度。

总的来说，低温酸奶市场前景广阔，需要根据消费者需求不断优化产品，并拓展新的消费场景，以满足不同人群的需求，进一步提升市场占有率。

数据来源：

魔镜CMI：

[1]: [魔镜分析+\(1\)](#)

总结

根据提供的社交帖文统计信息，我总结出以下与消费者需求和低温酸奶产品创新相关的建议：

1. 针对妈妈人群的增钙需求，可考虑在低温酸奶中增加防腐剂 and 液体钙的含量，突出产品的增钙功效，并针对妈妈人群开展营销宣传。
2. 在产品配方中增加维生素C、维生素E等营养成分，以及天然植物油如山茶油、不饱和脂肪酸，满足妈妈群体对强化营养的需求。同时，可融入红枣、花生、板栗等有营养价值的天然原料。
3. 针对早餐场景，可在低温酸奶中加入“粗粮”、“麦饭石”等原料，满足消费者对于省时且营养丰富的早餐需求；研发高蛋白含量的产品，针对减肥人群，融入水果、黑豆等营养成分，满足健康消费趋势。
4. 针对孩子人群，可考虑在低温酸奶中添加益生菌、苹果、蛋白质、DHA以及中药材如山药、红枣、茯苓等，满足孩子对营养、消化吸收的需求。
5. 针对孩子补钙、肠道健康以及大脑发育的需求，开发含有钙镁锌、益生菌、乳铁蛋白、DHA、叶黄素等功能性配方的低温酸奶产品。
6. 针对孩子在放学场景下的需求，可在低温酸奶产品中融入保温驱寒、护眼、清凉解暑、便携性、口味等创新元素。
7. 针对孕期妈妈群体，可开发含有保湿、柔软、补水、亲肤、透气、清爽等功能的低温酸奶产品，满足孕期女性的皮肤护理需求。
8. 针对妈妈群体在学校场景下的需求，可开发“下饭”、“保湿”、“减肥燃脂”等功能的低温酸奶产品。
9. 针对早餐助消化场景，可在低温酸奶中融入水果、维生素、蛋白质、坚果、粗粮等营养健康元素，满足消费者对营养保健的需求。
10. 针对学校场景下的孩子群体，可在低温酸奶产品中融入保温驱寒、舒适透气、护眼、营养强健、减肥燃脂等诉求，满足学生群体的各项需求。

产品开发建议

关于魔镜：AI赋能的零售洞察服务商

- 魔镜洞察背后主体为**北京淘幂科技有限公司**，公司规模140+人左右
- 主要团队在北京望京，此外在上海、武汉、重庆、广州4地设有办公室，由此服务于全球客户

2012-2014：项目运营

主要客户

电商平台卖家，包括：美的旗舰店、冈本旗舰店、韩都衣舍旗舰店等

2014年开始：独立运营

主要客户

除了电商平台卖家，也为企业级客户提供电商数据服务，如：
品牌主、咨询公司、金融机构、政府客户、物流企业等...

今日：保持独立运营

主要客户

覆盖头部品牌主、咨询公司、金融机构、政府客户、物流企业等共计500余家

数据来源：魔镜洞察

8年全力为品牌主提供关键决策 市场数据研究黑马品牌

客户数量

累计服务500+企业，覆盖消费品Top30品牌的60%

发布报告

累计研究500余份报告，每年产出超过100份市场机会点洞察及研究报告，涉及20余个领域

监测数据

每天处理超100亿线上交易数据，扫描2万个细分行业；监控40万+消费品牌

技术优势

作为一家技术驱动的公司，在大数据处理Map-Reduce, Data Warehouse, Machine Learning 领域经验丰富，技术远远领先于同类初创公司。

私有算法

通过私有算法，将数据聚合成多维市场情报，以SaaS软件的方式呈现给品牌客户

食品饮料

美妆个护

服饰箱包

医疗健康

家电3C

政府组织

投资机构

房地产

教育学校

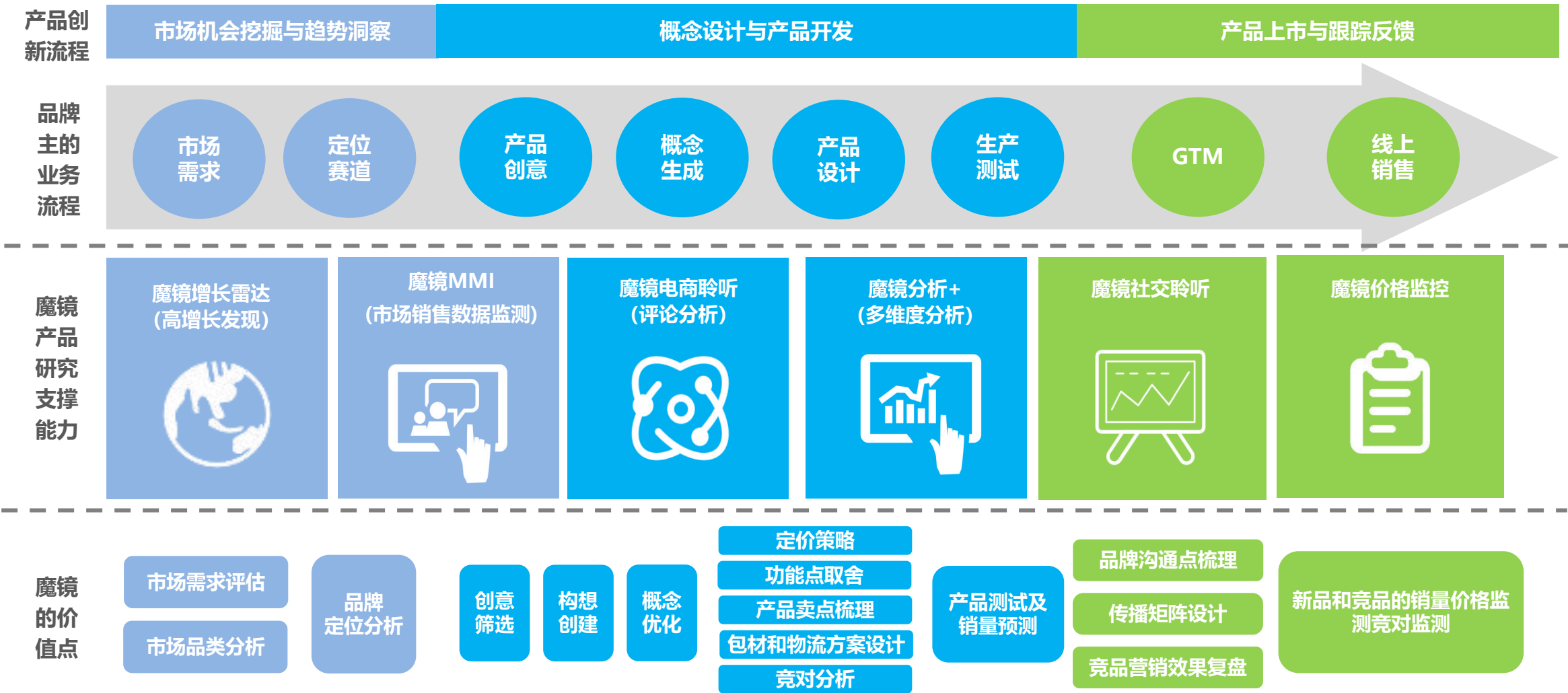
咨询公司

私募基金

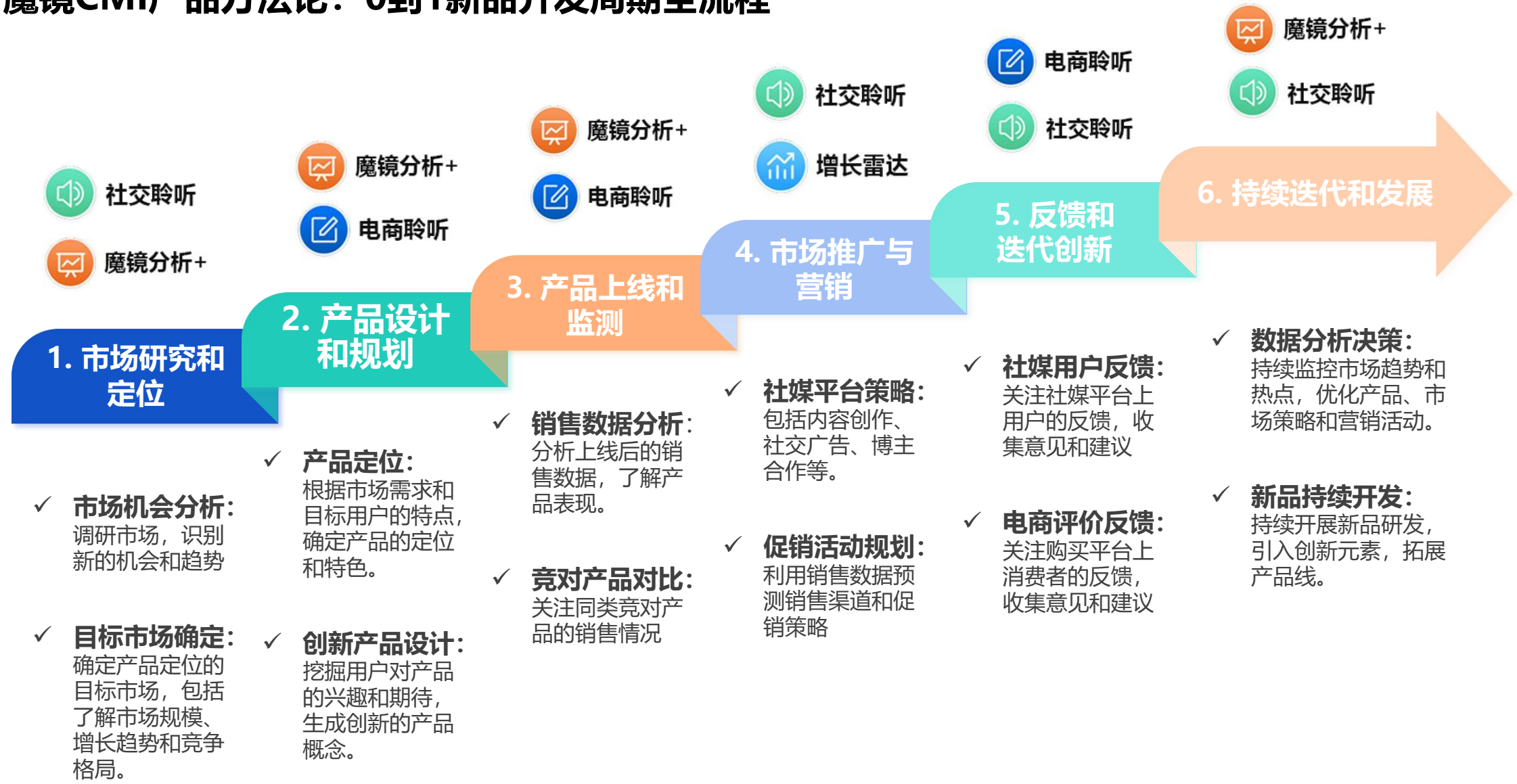
家居建材

魔镜CMI产品体系：全流程支撑品牌主品牌创新和孵化

整合销售、评论、社媒三大数据源，助力市场研究和消费者洞察（Consumer & Market Insight，简称CMI）



魔镜CMI产品方法论：0到1新品开发周期全流程



版权声明

本报告为魔镜洞察制作，其版权归属魔镜洞察，未经允许，任何组织和个人不得以任何形式复制或传播

Mktindex.com

联系我们

北京淘幂科技有限公司
北京市朝阳区望京SOHO塔1A座2005
联系电话：010-84785451

关注我们



魔镜洞察
微信公众号



魔镜洞察小程序
海内外高增长市场趋势

Moojing Market Intelligence



魔镜洞察

Moojing Market Intelligence