



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国智能住宅市场 需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2016-2022年中国智能住宅市场需求及投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/278205.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

一般指智能家居,智能家居(英文:smarthome,homeautomation)是以住宅为平台,利用综合布线技术、网络通信技术、安全防范技术、自动控制技术、音视频技术将家居生活有关的设施集成,构建高效的住宅设施与家庭日程事务的管理系统,提升家居安全性、便利性、舒适性、艺术性,并实现环保节能的居住环境。

智能家居作为一个新生产业,处于一个导入期与成长期的临界点,市场消费观念还未形成,但随着智能家居市场推广普及的进一步落实,培育起消费者的使用习惯,智能家居市场的消费潜力必然是巨大的,产业前景光明。正因为如此,国内优秀的智能家居生产企业愈来愈重视对行业市场的研究,特别是对企业发展环境和客户需求趋势变化的深入研究,一大批国内优秀的智能家居品牌迅速崛起,逐渐成为智能家居产业中的翘楚!智能家居至今在中国已经历了近12年的发展,从人们最初的梦想,到今天真实的走进我们的生活,经历了一个艰难的过程。

智能家居在中国的发展经历的四个阶段,分别是萌芽期、开创期、徘徊期、融合演变期。

萌芽期/智能小区期(1994年-1999年)

这是智能家居在中国的第一个发展阶段,整个行业还处在一个概念熟悉、产品认知的阶段,这时没有出现专业的智能家居生产厂商,只有深圳有一两家从事美国X-10智能家居代理销售的公司从事进口零售业务,产品多销售给居住国内的欧美用户。

开创期(2000年-2005年)

国内先后成立了五十多家智能家居研发生产企业,主要集中在深圳、上海、天津、北京、杭州、厦门等地。智能家居的市场营销、技术培训体系逐渐完善起来,此阶段,国外智能家居产品基本没有进入国内市场。

徘徊期(2006-2010年)

2005年以后,由于上一阶段智能家居企业的野蛮成长和恶性竞争,给智能家居行业带来了极大的负面影响:包括过分夸大智能家居的功能而实际上无法达到这个效果、厂商只顾发展代理商却忽略了对代理商的培训和扶持导致代理商经营困难、产品不稳定导致用户高投诉率。行业用户、媒体开始质疑智能家居的实际效果,由原来的鼓吹变得谨慎,市场销售也几年出来增长减缓甚至部分区域出现了销售额下降的现象。2005年-2007年,大约有20多家智能家居生产企业退出了这一市场,各地代理商结业转行的也不在少数。许多坚持下来的智能家居企业,在这几年也经历了缩减规模的痛苦。正在这一时期,国外的智能家居品牌却暗中布局进入了中国市场,而活跃在市场上的国外主要智能家居品牌都是这一时期进入中国市场的,

如罗格朗、霍尼韦尔、施耐德、Control4等。国内部分存活下来的企业也逐渐找到自己的发展方向，例如天津瑞朗，青岛爱尔豪斯，海尔，科道等，用X10，深圳索科特做了空调远程控制，成为工业智控的厂家。

融合演变期（2011-2020年）

进入2011年以来，市场明显看到了增长的势头，而且大的行业背景是房地产受到调控。智能家居的放量增长说明智能家居行业进入了一个拐点，由徘徊期进入了新一轮的融合演变期。

接下来的三到五年，智能家居一方面进入一个相对快速的发展阶段，另一方面协议与技术标准开始主动互通和融合，行业并购现象开始出来甚至成为主流。

接下来的五到十年，将是智能家居行业发展极为快速，但也是最不可琢磨的时期，由于住宅家庭成为各行业争夺的焦点市场，智能家居作为一个承接平台成为各方力量首先争夺的目标。谁能最终胜出，我们可以作种种分析，但最终结果，也许只有到时才知。但不管如何发展，这个阶段国内将诞生多家年销售额上百亿元的智能家居企业。

爆发期

进入到2014年以来，各大厂商已开始密集布局智能家居，尽管从产业来看，业内还没有特别成功的案例显现，这预示着行业发展仍处于探索阶段，但越来越多的厂商开始介入和参与已使得外界意识到，智能家居未来已不可逆转。

目前来看，智能家居经过一年多产业磨合，已正处爆发前夜。业内人士认为，2015年随着合作企业已普遍进入到出成果时刻，智能家居新品将会层出不穷，业内涌现的新案例也会越来越多。

类别	传统产品	存量规模（亿元）	假设智能产品价格（元）	潜在智能产品规模（亿元）	市场增速	行业集中度	市场规模占比
智能照明	2300	十几至几十	6742	25%-30%	较低	12%	智能空调
							11025
							5000以上
							16538
							较慢
							高
							28%
							智能冰箱
							9788
							4000以上
							14682
							较慢
							高
							25%
							智能洗衣机
							7623
							3000以上
							11434
							较慢
							高
							20%
							智能门锁
							700
							几百至上千
							3300
							20%
							较低
							6%
							智能遮阳
							1997
							250
							4992
							较慢
							较低
							9%
							运动与健康监测
							-
							几百至上千
							89
							50%-100%
							较低
							0.2%
							家用摄像头
							-
							250
							538
							较快
							较低
							0.9%
							合计
							58315

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章智能住宅产业相关概述

第一节智能住宅的基础阐述

- 一、智能住宅特性与意义涵盖
- 二、智能住宅能实现的功能和提供的服务
- 三、智能住宅的电气设计要求
- 四、智能住宅与智能小区的关系

第二节智能住宅的子系统

- 一、家居布线系统
- 二、家庭网络系统
- 三、智能住宅（中央）控制管理系统
- 四、家居照明控制系统、家庭安防系统
- 五、背景音乐系统、家庭影院与多媒体系统
- 六、家庭环境控制系统等八大

第三节实现智能住宅智能化

第四节智能住宅控制功能及方式

- 一、遥控功能
- 二、集中控制功能
- 三、感应开关
- 四、网络开关的网络功能
- 五、网络开关的本地控制功能
- 六、电话远程控制功能
- 七、网络型空调及红外线控制
- 八、网络型窗帘控制器
- 九、可编程定时控制
- 十、多功能遥控器
- 十一、其它

第二章2015-2016年5月世界智能住宅产业运行状况综述

第一节世界智能住宅的起源与兴起

第二节2015-2016年5月世界智能住宅产业发展综述

- 一、国际生态智能建筑简述
- 二、世界智能住宅特点分析

三、国外智能住宅设计

四、全球智能住宅市场规模分析 2012-2018年全球智能家居市场规模

第三节2015-2016年5月世界主要国家智能住宅产业运行透析

一、美国智能住宅的潮流

智能家居渗透率在欧美国家间出现较大差异主要是由两地消费者不同的消费习惯造成的。在欧洲地区，消费者对于智能家居产品的关注度普遍偏低，且购买意愿不如美国消费者强烈。根据ParksAssociates数据统计，在受访的宽带家庭用户中，有43%的美国用户愿意购买智能家居产品，而只有22%的德国用户有此意愿。同时，在智能家居认知度方面中国消费群体位居前列。根据数据统计，在接受调查的受访者中，有超过95%的人表示对智能家居感兴趣。因此，这种高认知度成为未来智能家居产品在中国能够得到广泛普及的基础之一。美国宽带家庭用户对智能家居的兴趣程度

二、韩国智能住宅的发展概况

三、德国智能住宅系统分析

四、日本智能住宅特色分析

第四节2016-2022年世界智能住宅产业新趋势探析

第三章2015-2016年5月中国智能住宅产业运行环境分析

第一节2015-2016年5月中国智能住宅产业政策分析

一、《智能建筑设计标准》

二、我国将通过系列政策大力发展智能建筑产业

三、智能建筑的行业规范

四、《中国的能源状况与政策》对智能建筑产业的影响

五、青岛市智能建筑等级评估试行办法

六、《智能建筑发展纲要》

第二节2015-2016年5月中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入分析

三、全社会固定资产投资分析

四、进出口总额及增长率分析

五、社会消费品零售总额

第三节2015-2016年5月中国智能住宅产业社会环境分析

第四节2015-2016年5月中国智能住宅产业技术环境分析

第四章2015-2016年5月中国智能住宅产业运行形势分析

第一节2015-2016年5月中国智能住宅产业热点聚焦

- 一、诺基亚家庭远程控制平台问世移动家庭时代来临
- 二、闪联标准实现互联技术革新
- 三、中国智能住宅网提出"智能住宅"新定义
- 四、能源管理开拓智能住宅新蓝海
- 五、全国智能建筑及居住区数字化标准化技术委员会成立

第二节2015-2016年5月中国智能住宅运行概况

- 一、中国智能住宅主要内容
- 二、中国建筑智能化已步入快速发展轨道
- 三、市场经济推动智能建筑智能化设计的发展
- 四、中国智能住宅市场规模与区域特性
 - 1、深圳
 - 2、北京
 - 3、上海

第三节2015-2016年5月中国智能住宅产业面临六大困惑

- 一、智能住宅企业仍停留在单打独斗的产品生产阶段
- 二、炒作成风，尤其是一些家电厂商
- 三、真正的研发厂商实力弱小，无力进行市场拓展
- 四、都在被动等待市场机会
- 五、厂商缺少创新精神
- 六、国外厂商对国内市场应用缺乏了解，不愿进入国内

第五章2015-2016年5月中国智能住宅产业市场运行动态分析

第一节2015-2016年5月中国智能住宅产业市场综述

- 一、国内智能住宅市场容量分析
- 二、中国智能住宅的需求分析
- 三、智能住宅的经济效益

第二节2015-2016年5月中国高新技术在智能住宅市场应用分析

一、控制网络技术

二、智能卡技术

三、可视化技术

四、流动办公技术

五、家庭智能化技术

六、无线局域网技术

第三节2015-2016年5月中国智能住宅产业最新动态分析

一、智能住宅试水南宁楼盘

二、亚运城智能"豪宅"封顶

三、智能住宅成楼盘卖点

第四节2015-2016年5月中国智能家居市场面临四大问题

一、智能住宅宣传过分夸大

二、智能住宅功能华而不实

三、售后服务不到位

四、行业标准迟未制定

第六章智能住宅技术与主要设计方向

第一节信息技术

第二节通信网络技术

第三节综合布线系统

第四节无线技术的发展

第五节数字视频传输技术

第六节工业以太网技术

第七节火灾自动报警技术的发展

第八节系统集成与信息融合

第九节智能住宅设计的主要发展方向

一、总体要求

二、规范智能住宅设计

三、智能住宅设计包含的内容

第十节智能住宅新技术新产品的开发研究

一、自主知识产权技术开发研究

二、值得重视的技术与产品研究

三、自主知识产权产品开发研究

四、大力提倡创新性开发研究

第七章2015-2016年5月中国住宅智能化产品分析

第一节现代住宅智能化投资的必要性

第二节住宅智能化对住宅建筑设计的影响

第三节家居渐兴智能化消费模式备受消费者关注

第四节住宅及住宅小区智能化系统述评

第五节关注金融危机下的住宅智能化产业

第六节住宅智能化未来家居发展趋势

第七节住宅智能化产品企业发展状况分析

一、福建省冠林科技有限公司

二、广东安居宝数码科技股份有限公司

三、快思聪亚洲有限公司

第八章2015-2016年5月中国智能住宅市场营销战略分析

第一节2015-2016年5月建筑市场营销分析

一、企业营销的必要性

二、智能建筑对营销认识过程

三、建筑市场的营销特点分析

第二节2015-2016年5月建筑企业营销环境分析

一、微观环境

二、宏观环境

第三节2015-2016年5月中国智能住宅品牌营销分析

一、智能建筑行业：厂商品牌推广

二、智能建筑构筑文化品牌

三、打造智能建筑强势品牌

四、建筑企业品牌塑造"三步走"

五、使用品牌战略需提高认识

第四节2015-2016年5月建筑企业市场营销策划

一、价格策划

二、质量品牌策划

- 三、技术创新策划
- 四、公共关系策划
- 五、网络营销策划

第九章2015-2016年5月中国智能住宅产业市场竞争格局分析

第一节2015-2016年5月中国智能住宅市场竞争总况

- 一、智能住宅业延续"战国时代"
- 二、智能住宅业无序竞争面临生存危机

第二节2015-2016年5月中国智能住宅竞争深度剖析

- 一、国内智能住宅集成市场进入高度分散和过度竞争阶段
- 二、2012年智能住宅业市场的竞争格局或将改变
- 三、智能住宅企业三大势力平分秋色
 - 1、传统安防领域的厂家
 - 2、传统家电企业
 - 3、传统的门禁对讲厂商
- 四、智能住宅竞争利器技术为先
- 五、智能住宅品牌竞争力分析

第三节2015-2016年5月中国智能住宅产业提升竞争力策略分析

第十章智能住宅企业竞争策略分析

第一节智能住宅市场竞争策略分析

- 一、2016年智能住宅市场增长潜力分析
- 二、2016年智能住宅主要潜力品种分析
- 三、现有智能住宅产品竞争策略分析
- 四、潜力智能住宅品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

第二节智能住宅企业竞争策略分析

- 一、金融危机对智能住宅行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后智能住宅行业竞争格局的变化
- 三、2015-2016年5月我国智能住宅市场竞争趋势
- 四、2015-2016年5月智能住宅行业竞争格局展望
- 五、2015-2016年5月智能住宅行业竞争策略分析

第十一章2015-2016年5月中国智能住宅产业品牌企业运行关键性财务指标分析

第一节传统安防领域的厂家

一、同方股份有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业发展现状
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业发展战略分析

二、深圳市同洲电子股份有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业发展现状
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业发展战略分析

三、浙江大华技术股份有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业发展现状
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业发展战略分析

四、天津亚安科技电子有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业发展现状
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业发展战略分析

五、霍尼韦尔消防安防系统（上海）有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业发展现状
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业发展战略分析

第二节传统家电企业

一、青岛海尔股份有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业发展现状

3、企业经营状况分析

4、企业发展战略分析

二、珠海格力电器股份有限公司

1、企业概况

2、企业发展现状

3、企业经营状况分析

4、企业发展战略分析

三、广东美的电器股份有限公司

1、企业概况

2、企业发展现状

3、企业经营状况分析

4、企业发展战略分析

第三节传统的门禁对讲厂商

一、福建省冠林科技有限公司

1、企业概况

2、企业发展现状

3、企业经营状况分析

4、企业发展战略分析

二、广州市安居宝科技有限公司

1、企业概况

2、企业发展现状

3、企业经营状况分析

4、企业发展战略分析

第十二章2015-2016年5月中国建筑业运行形势分析

第一节2015-2016年5月中国建筑行业概述

一、中国建筑业市场进入健康发展轨道

二、中国建筑业劳动力发展现状

三、建筑业总产值分析

第二节2015-2016年5月中国建筑业面对的问题分析

一、中国建筑业企业国际化发展面临的困难

二、中国建筑业存在的税收政策问题

三、中国学校建筑边缘化的问题

四、中国建筑垃圾资源化亟待政策扶持

第三节2015-2016年5月中国建筑业发展的具体对策分析

一、加快建筑业改革和发展的步伐的思考

二、加强建筑业安全监管的措施

三、构建中国建筑市场信用评价指标体系

四、推动建筑业企业实施国际化发展的对策

五、提升建筑企业国际竞争力的策略

第十三章2016-2022年中国智能住宅产业运行前景预测分析

第一节2016-2022年中国智能住宅产业发展前景分析

一、中国智能住宅未来拥有广阔发展前景

二、中国智能住宅的发展趋势分析

三、立体绿化智能住宅是未来智能的发展趋势

四、智能住宅行业向整合应用节能环保方向发展

五、智能住宅，家庭装修的新方向

第二节2016-2022年中国智能住宅产业市场预测分析

一、智能住宅产业供给预测分析

二、智能住宅需求预测分析

三、智能住宅技术预测分析

第三节2016-2022年中国智能住宅产业盈利预测分析

第十四章智能住宅行业发展趋势分析

第一节2016年发展环境展望

一、2016年宏观经济形势展望

二、2016年政策走势及其影响

三、2016年国际行业走势展望

第二节2016年智能住宅行业发展趋势分析

一、2016年技术发展趋势分析

二、2016年产品发展趋势分析

三、2016年行业竞争格局展望

第三节2016-2022年中国智能住宅市场趋势分析

- 一、2015-2016年5月智能住宅市场趋势总结
- 二、2015-2016年5月智能住宅发展趋势分析
- 三、2016-2022年智能住宅市场发展空间
- 四、2016-2022年智能住宅产业政策趋向
- 五、2016-2022年智能住宅技术革新趋势

第十五章未来智能住宅行业发展预测

第一节2016-2022年国际智能住宅市场预测

- 一、2016-2022年全球智能住宅行业产值预测
- 二、2016-2022年全球智能住宅市场需求前景
- 三、2016-2022年全球智能住宅市场发展预测

第二节2016-2022年国内智能住宅市场预测

- 一、2016-2022年国内智能住宅行业产能预测
- 二、2016-2022年国内智能住宅市场需求前景
- 三、2016-2022年国内智能住宅市场价格预测
- 四、2016-2022年国内智能住宅行业集中度预测

第十六章智能住宅行业投资环境分析

第一节经济发展环境分析

- 一、2015-2016年5月我国宏观经济运行情况
- 二、2016-2022年我国宏观经济形势分析
- 三、2016-2022年投资趋势及其影响预测

第二节政策法规环境分析

- 一、2016年智能住宅行业政策环境
- 二、2016年国内宏观政策对其影响
- 三、2016年行业产业政策对其影响

第三节社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2016年社会环境发展分析
- 三、2016-2022年社会环境对行业的影响分析

第十七章智能住宅行业投资机会与风险

第一节智能住宅行业投资效益分析

- 一、2015-2016年5月智能住宅行业投资状况分析
- 二、2015-2016年5月智能住宅行业投资效益分析
- 三、2016-2022年智能住宅行业投资趋势预测
- 四、2016-2022年智能住宅行业的投资方向
- 五、2016-2022年智能住宅行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节影响智能住宅行业发展的主要因素

- 一、2016-2022年影响智能住宅行业运行的有利因素分析
- 二、2016-2022年影响智能住宅行业运行的稳定因素分析
- 三、2016-2022年影响智能住宅行业运行的不利因素分析
- 四、2016-2022年我国智能住宅行业发展面临的挑战分析
- 五、2016-2022年我国智能住宅行业发展面临的机遇分析

第三节智能住宅行业投资风险及控制策略分析

- 一、2016-2022年智能住宅行业市场风险及控制策略
- 二、2016-2022年智能住宅行业政策风险及控制策略
- 三、2016-2022年智能住宅行业经营风险及控制策略
- 四、2016-2022年智能住宅行业技术风险及控制策略
- 五、2016-2022年智能住宅同业竞争风险及控制策略
- 六、2016-2022年智能住宅行业其他风险及控制策略

第十八章智能住宅行业投资战略研究

第一节智能住宅行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节对我国智能住宅品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性

二、智能住宅实施品牌战略的意义
三、智能住宅企业品牌的现状分析
四、我国智能住宅企业的品牌战略
五、智能住宅品牌战略管理的策略
第三节智能住宅行业投资战略研究
一、2016年相关产业行业投资战略
二、2016年我国智能住宅行业投资战略
三、2016-2022年智能住宅行业投资战略
四、2016-2022年细分行业投资战略
第四节专家投资建议分析(AKWZY)

图表目录:

图表：2015年中国主要宏观经济数据增长表
图表：2000-2016年5月中国GDP及其增长率统计表
图表：2009-2016年5月中国居民收入及恩格尔系数统计表
图表：2015年我国进出口
图表：2015年中国社会消费品零售总额统计表
图表：2009-2016年5月同方股份有限公司主营业务收入增长趋势图
图表：2009-2016年5月同方股份有限公司净利润增长趋势图
图表：2009-2016年5月同方股份有限公司利润率走势图
图表：同方股份有限公司成长能力指标表
图表：同方股份有限公司经营能力指标表
图表：同方股份有限公司盈利能力指标表
图表：同方股份有限公司偿债能力指标表
图表：2009-2016年5月深圳市同洲电子股份有限公司主营业务收入增长趋势图
图表：2009-2016年5月深圳市同洲电子股份有限公司净利润增长趋势图
图表：2009-2016年5月深圳市同洲电子股份有限公司利润率走势图
图表：深圳市同洲电子股份有限公司成长能力指标表
图表：深圳市同洲电子股份有限公司经营能力指标表
图表：深圳市同洲电子股份有限公司盈利能力指标表
图表：深圳市同洲电子股份有限公司偿债能力指标表
图表：2009-2015年浙江大华技术股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2009-2016年5月浙江大华技术股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2008-2016年5月浙江大华技术股份有限公司利润率走势图

图表：浙江大华技术股份有限公司成长能力指标表

图表：浙江大华技术股份有限公司经营能力指标表

图表：浙江大华技术股份有限公司盈利能力指标表

图表：浙江大华技术股份有限公司偿债能力指标表

图表：天津亚安科技电子有限公司销售毛利率变化情况

图表：天津亚安科技电子有限公司资产负债能力指标分析

图表：天津亚安科技电子有限公司成本费用情况

图表：霍尼韦尔消防安防系统（上海）有限公司销售毛利率变化情况

图表：霍尼韦尔消防安防系统（上海）有限公司资产负债能力指标分析

图表：霍尼韦尔消防安防系统（上海）有限公司成本费用情况

图表：2009-2016年5月青岛海尔股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2009-2016年5月青岛海尔股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2009-2016年5月青岛海尔股份有限公司利润率走势图

图表：青岛海尔股份有限公司成长能力指标表

图表：青岛海尔股份有限公司经营能力指标表

图表：青岛海尔股份有限公司盈利能力指标表

图表：青岛海尔股份有限公司偿债能力指标表

图表：2009-2016年5月珠海格力电器股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2009-2016年5月珠海格力电器股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2009-2016年5月珠海格力电器股份有限公司利润率走势图

图表：珠海格力电器股份有限公司成长能力指标表

图表：珠海格力电器股份有限公司经营能力指标表

图表：珠海格力电器股份有限公司盈利能力指标表

图表：珠海格力电器股份有限公司偿债能力指标表

图表：2009-2016年5月广东美的电器股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2009-2016年5月广东美的电器股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2009-2016年5月广东美的电器股份有限公司利润率走势图

图表：广东美的电器股份有限公司成长能力指标表

图表：广东美的电器股份有限公司经营能力指标表

图表：广东美的电器股份有限公司盈利能力指标表

图表：广东美的电器股份有限公司偿债能力指标表

图表：福建省冠林科技有限公司销售毛利率变化情况

图表：福建省冠林科技有限公司资产负债能力指标分析

图表：福建省冠林科技有限公司成本费用情况

图表：广州市安居宝科技有限公司销售毛利率变化情况

图表：广州市安居宝科技有限公司资产负债能力指标分析

图表：2016-2022年智能住宅产业市场盈利预测分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/278205.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。