

2023年中国家用智能照明行业 研究报告

©2023.4 iResearch Inc.

总结



发展概述

发展历程：2012年，随着无线技术的广泛应用，智能照明开始向家用领域发展，以LED为主的单品智能照明兴起。随之各个照明品类开始初步智能化，产品类型产生套系概念：吸顶灯、台灯、床头灯等组成简单的场景开始应用。

2020年，家用智能照明广泛应用，单品向成套照明方案设计转变，照明产品通过搭载IOT模组实现多品智能。

2023年，家用智能照明将进入3.0阶段，全屋智能照明整套解决方案正在快速发展，打造更智能更舒适的家庭光环境将成为趋势。



市场洞察

产业结构与竞争格局：家用智能照明产业以上游供应，中游产品，下游应用为主，大部分品牌企业位于中游，通过整合上游供应链智能技术与自有灯具设计为下游提供智能照明解决方案。

对于行业而言，家用智能照明赛道处在爆发期，随着各类型玩家的入局，行业竞争格局仍在风云变幻。目前行业竞争格局主要覆盖照明企业与智能家居企业，其中以欧普、易来为主的照明企业是当前的主力玩家。



消费需求

花费情况与购买意愿：34%智能照明消费者购买灯具的花费在3000-1万元之间，其中配置了全屋智能的消费者灯具花费达到2万元，占智能家居整体花费的23%；在购买意愿方面，94%的智能照明用户表示未来愿意继续使用智能照明产品，超7成普通灯具消费者表示未来愿意尝试智能照明产品来提升家居体验。大部分消费者对智能照明的使用意愿均较高。

场景使用：消费者在配置智能照明后，在客厅、影音娱乐和游戏房等功能性需求更强的场景使用率最高，达60%以上。



未来趋势

行业挑战：目前照明设计人才缺乏；生态壁垒也导致各企业之间的互通互联受限制从而影响智能照明核心用户对于产品的使用体验。与此同时，大部分消费者仍停留在使用单品智能照明的阶段，对行业了解不深、对场景化照明需求度不高或会限制潜在消费人群的转化。

行业机会点：家用智能照明仍处快速发展时期，对于现阶段而言，打造产品系统的稳定性，将灯光更好地融入家居生活以获得用户更优质的使用体验，用户的刚性和健康需求，主灯产品的智能化与产品的健康度或值得行业企业关注。

智能照明行业概览	1
家用智能照明行业市场分析	2
家用智能照明消费者需求洞察	3
家用智能照明未来发展趋势分析	4

智能照明：概念界定

通过多种智能技术实现灯光控制，为人提供舒适的光环境

行业角度

智能照明是指利用物联网技术，有线、无线、电力载波通信技术，嵌入式计算机智能化信息处理，以及节能控制等技术组成的分布式控制系统，来实现对**照明设备的智能化控制**，实现光的**亮度**，**色温**以及**定时控制**，**场景控制**等等，甚至可以与自然光形成协同互动，在合适的时间空间，以人的需求为目的，**为人提供舒适的光环境**。

智能控制系统



• 物联网技术(IoT)



• 有线通信
• 无线通信
• 电力载波通信技术



• 嵌入式计算机智能化信息处理技术



• 节能控制技术

形成舒适的光环境



从人的需求出发



亮度



色温



照明设备



定时



场景

目的



安全



节能



舒适



高效

消费者角度

通过语音、手机/平板应用程序、无线面板或遥控技术实现智能控制，调节灯光的**亮度**、**色温**，进行**定时开关**，**场景控制**等，实现随场景变化的灯光智能化体验。



智能照明：应用方向

智能照明广泛应用于家用和商用的各个领域，本次报告重点关注家用领域

家用



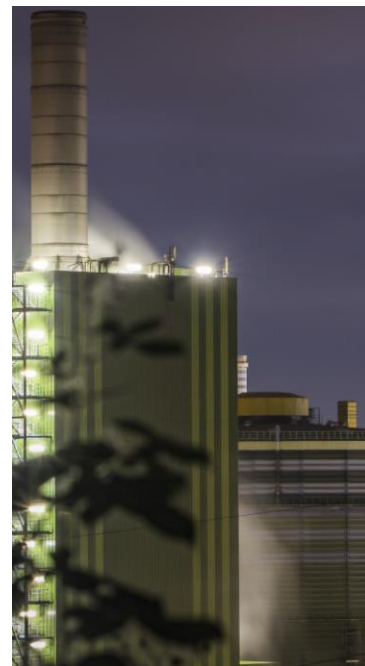
户外



楼宇



工业



农业



家用智能照明：与智能家居的关系

智能照明既是智能家居的重要组成部分，也是传统照明的未来趋势

与其他智能家居的关系

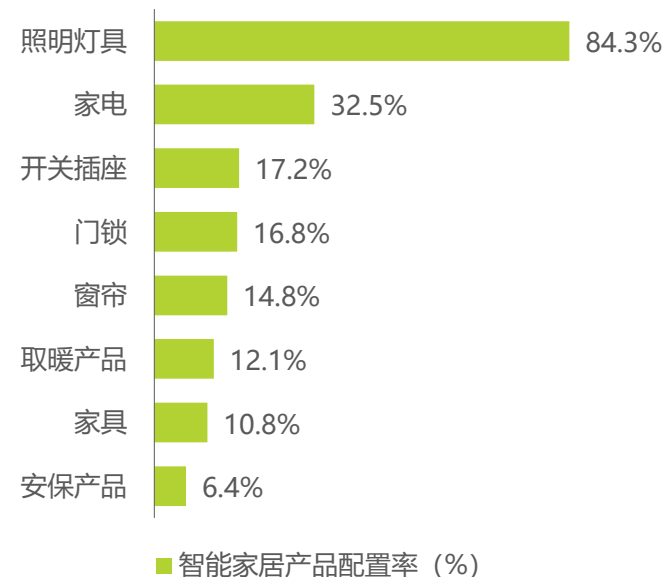
智能照明通过精准的设计，将**单品链接成系统**，通过算法和云平台实现**智能化**，针对不同的空间适配不同的灯光，和其他智能家居互联，共同构成**为人类服务的系统**。



智能照明在智能家居中的渗透率

照明是家居的**主要部分**，家用智能照明是智能家居中**配置率最高**的系统之一。

2022年智能家居产品配置率



来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

来源：艾瑞2023年智能照明消费者调研问卷数据。
样本：N=1200，于2023年3月通过在线问卷形式调研获得。

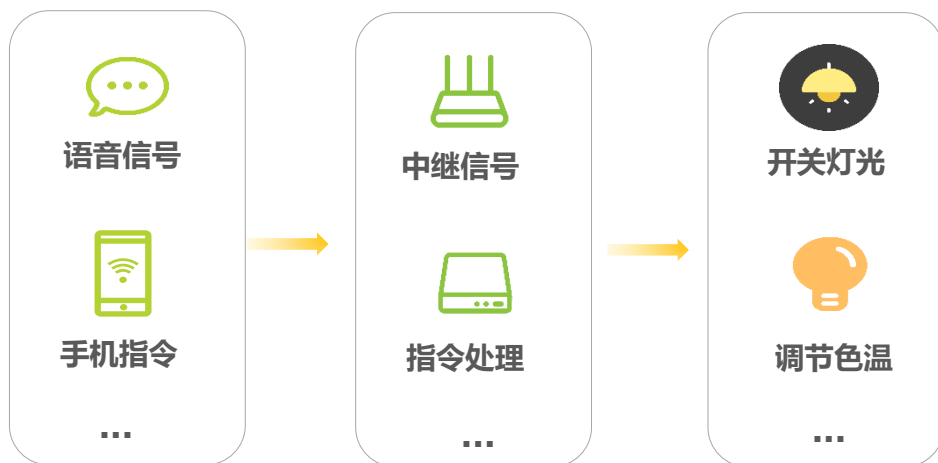
家用智能照明解决方案

从用户需求出发，通过不同的协议、智能设备，组合出多样的智能化场景

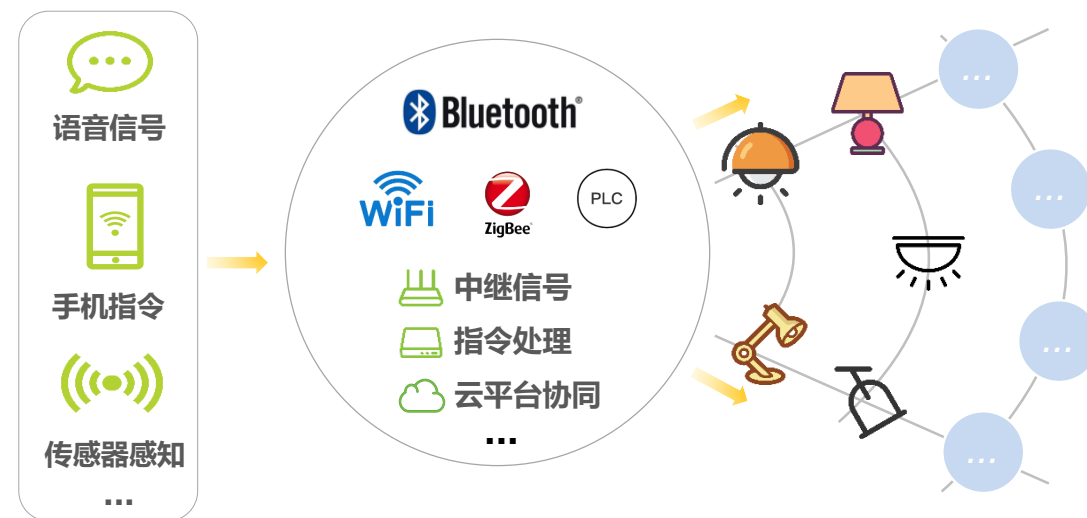
现有的家用智能解决方案包括**单品智能**、**多品智能**和**全屋智能**三种类型。其中单品智能主要依托于Wifi协议，通过控制单个灯具的开关，亮度，色温等实现智能化。而多品和全屋智能则引入了更多的通信协议，Wifi联动Zigbee和蓝牙mesh，可以同时控制多种灯具，实现不同场景下的模式转换。



单品智能



多品/全屋智能



来源：专家访谈，艾瑞咨询研究院自主绘制。

家用智能照明：单品智能

单品智能是指单个灯具的调光调色，主要针对主灯品类

单品智能

主灯品类，也就是通过一个光源实现室内某个区域的照明，是单品智能中较为常规的品类。也可搭配多个主灯，形成简单的套系

实现功能



调光



调色



多种遥控

吸顶灯



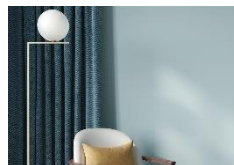
吊灯



台灯



落地灯



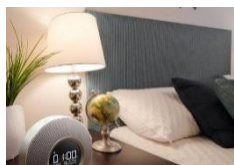
壁灯



挂灯



床头灯



小夜灯



浴霸灯



以吸顶灯为例：通过亮度和色温的智能化调节，适应室内不同时间段灯光的需求



6:00

12:00中午

18:00

2700k

6500k

2700k



家用智能照明：多品智能

多品智能利用不同光源的优势，实现协调化的灯光配置

多品智能

通过多种光源完成系统的家居照明，可以方便进行系统调光。通过无主灯实现系统调光是目前智能照明的新潮流

实现功能



调光



调色



多种遥控



多灯联动



灯光个性化

多品智能可以营造更为细腻的灯光氛围，空间层次也更加丰富



空间照明分布均匀



简洁美观不刺眼



基础照明与氛围照明并重



灯光协调有层次感

无主灯品类

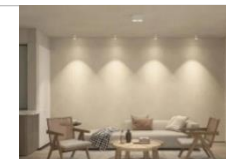
筒灯

一般安装于天花板，分明装和内嵌式，增加空间的柔和气氛。



射灯

高度聚光的灯具，光源方向可自由调节，可形成不同的层次感



磁吸轨道灯

可配合格栅灯，泛光灯，轨道射灯，小吊灯等实现整体照明。



灯带

可任意裁剪，弯曲，方便造型和安装，可实现五彩缤纷的视觉效果



家用智能照明：全屋场景化智能

应用多样化的产品，主灯与无主灯结合，实现不同空间不同时段照明需求

针对室内不同空间，不同时段的不同需求，设计不同的灯光，通过语音控制，中控面板，情景开关或手机/平板APP实现智能开关和调节

全屋场景化智能：通过模式转换实现不同区域场景配置



来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

智能照明：产品迭代发展

从国外引进到自主研发，从商用到家用，从单品智能到轻智能

目前阶段，在单灯方面国内硬件技术已经比较成熟，各家的产品之间**没有质的差异**。有亮点的产品追求**模拟自然光**的效果，代表产品：易来青空灯。
在智能调节方面，追求**光随声动**，**光随影动**的效果，如飞利浦的背景光电视以及Hue灯带。

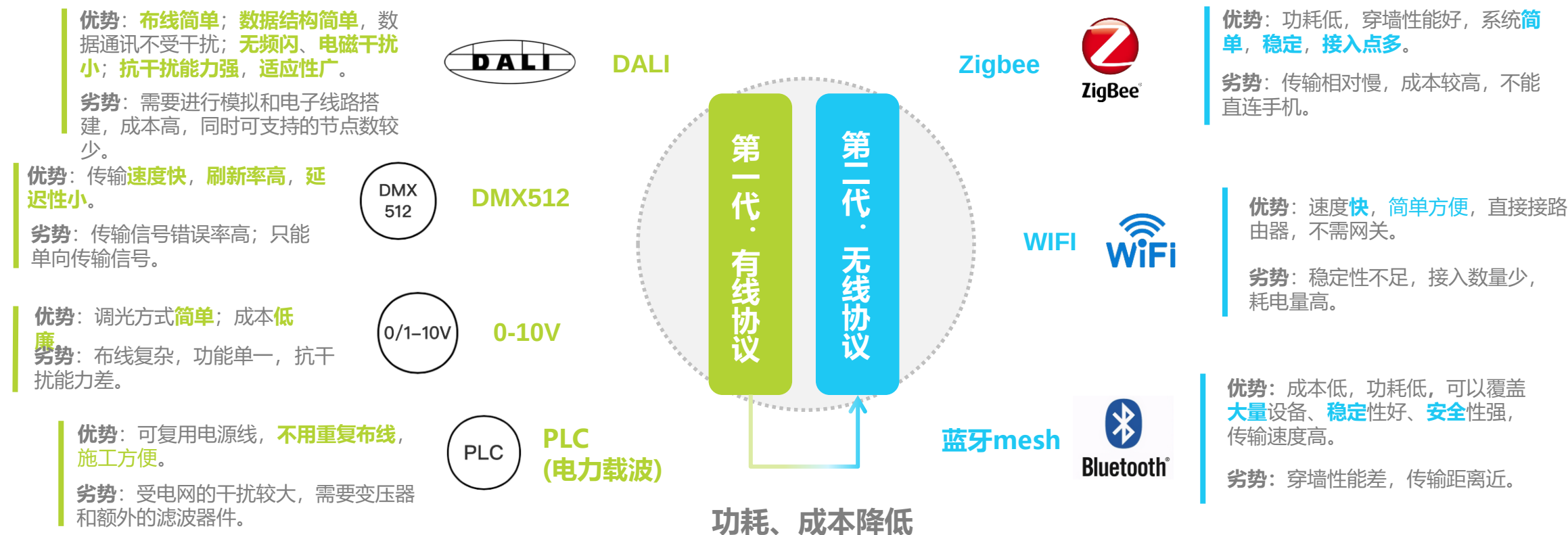


来源：专家访谈，艾瑞咨询研究院自主绘制。

家用智能照明通信协议

有线到无线，2012年之前有线为主，因便利性无线协议现在更为普及

有线和无线协议，云和互联网模组平台技术更新非常快，降低了智能产品和传统产品的价格差异。无线协议**成本降低**的同时，使用**便利性**也大大提高。但是目前协议间不相通，国外有**统一的matter协议**，可以接入苹果，谷歌，亚马逊等；但**国内缺少整合的统一标准**，对有线和无线的互联互通，融合发展带来一定挑战。



来源: 公开资料, 艾瑞咨询研究院自主绘制。

家用智能照明：产业图谱

家用智能照明产业以上游供应，中游产品，下游应用为主

2022年中国家用智能照明产业图谱

上游：供应

模组厂商



芯片厂商



驱动厂商



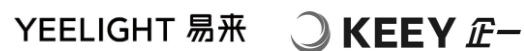
云平台厂商



传感器、电源、面板等厂商

中游：产品

智能照明企业



传统照明企业



智能家居企业



其它跨界企业



下游：应用

C端应用

线上渠道



线下渠道



B端应用



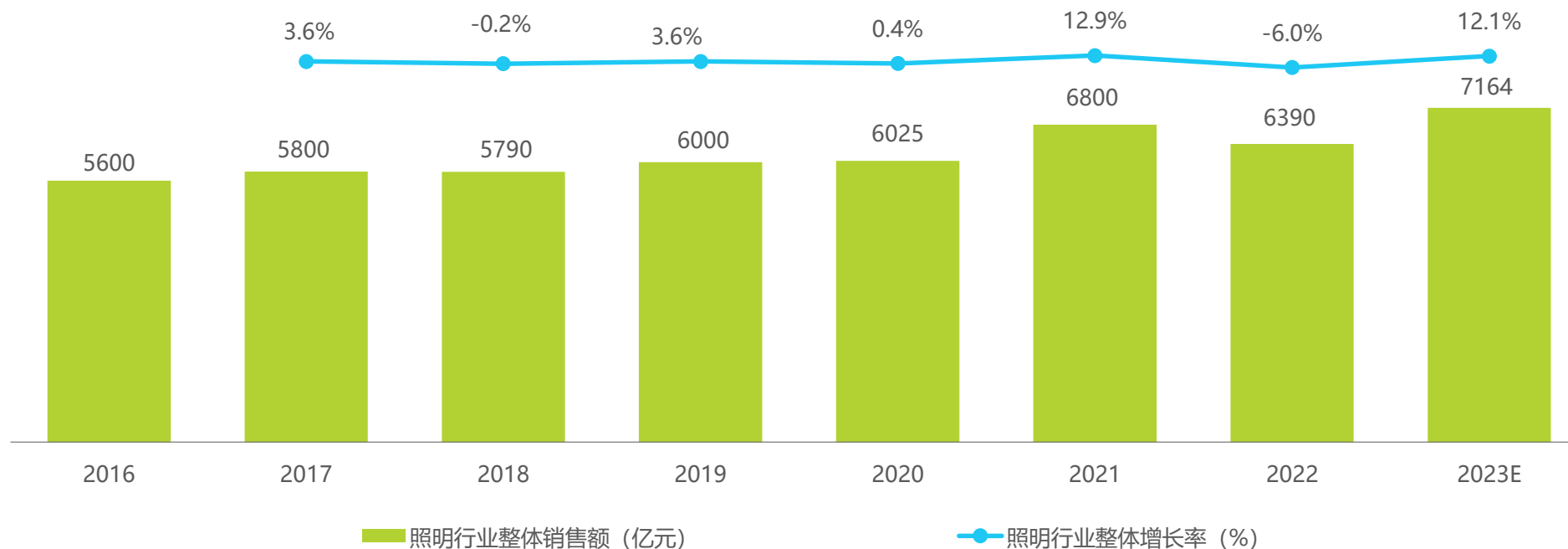
智能照明行业概览	1
家用智能照明行业市场分析	2
家用智能照明消费者需求洞察	3
家用智能照明未来发展趋势分析	4

中国照明行业整体市场规模

预计2023年中国整体照明规模将超7000亿

2016-2018年，中国照明行业**整体平稳发展**，2017年市场规模已有5700亿元人民币。2018-2021年，中国照明市场呈现出**快速增长势头**，2021年整体市场规模突破6800亿人民币。2022年受疫情影响，照明行业发展处在较为停滞的阶段，但随着疫情的结束，预计照明行业将在**2023年恢复增长**。艾瑞估测，中国照明行业2023年将首次突破7000亿。

2016-2023年整体照明行业销售情况



来源：公开资料，专家访谈，艾瑞咨询研究院自主绘制。

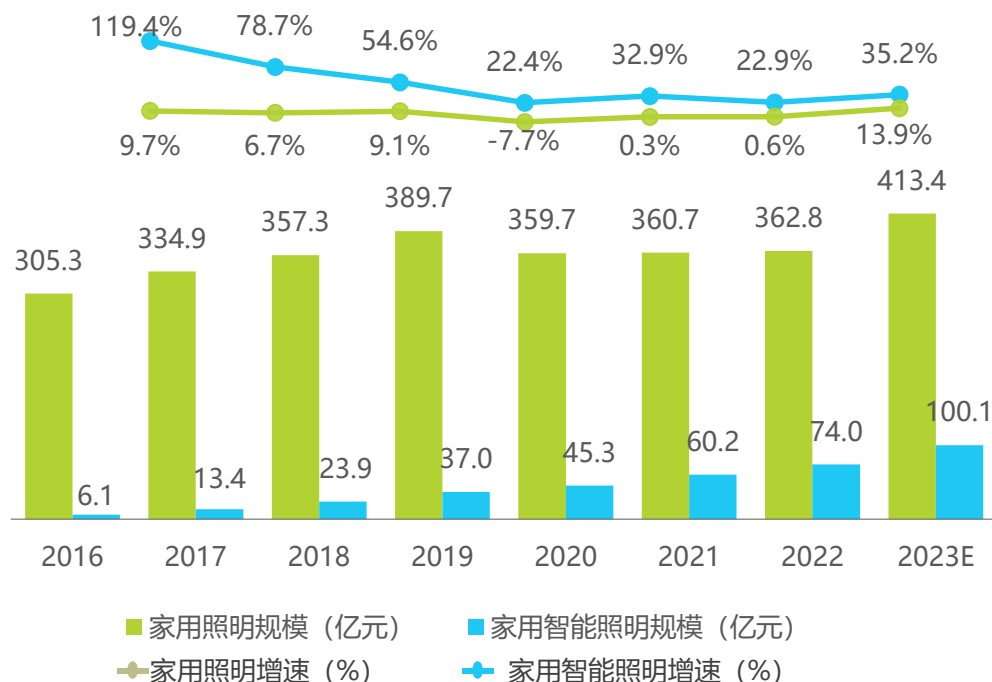
注释：报告所列规模历史数据和预测数据均取整数位（特殊情况：差值小于1时精确至小数点后一位），已包含四舍五入的情况；增长率的计算均基于精确的数值进行计算。

中国家用照明市场规模&趋势

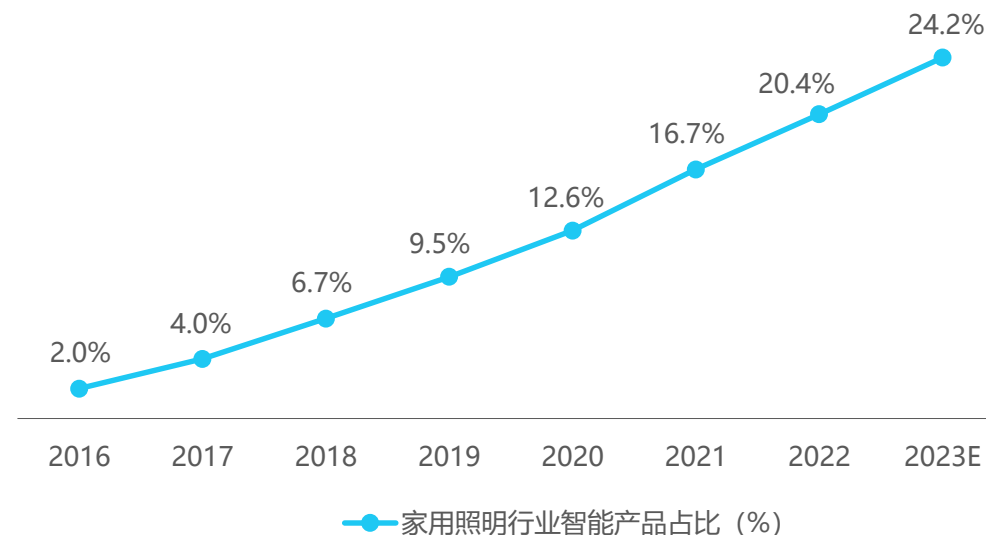
中国家用照明市场中智能产品提升显著，预计2023年将突破100亿

家用照明行业2016-2019年迎来**初步快速发展**，在2020-2021年受疫情影响增速稍微放缓，预计2023年家用照明行业表现将有**明显反弹**，市场规模将达413亿。其中**家用智能照明产品**近年来市场表现令人看好，各大厂商纷纷开始布局。从2016年到2022年家用智能照明一直呈现出高速增长的势头，市场占有率从2016年仅2.0%上升至2022年的20.4%，7年间占比增长20%。预计**2023年家用智能照明市场规模将突破百亿**，智能产品占比达24.2%

2016-2023年家用照明行业规模



2016-2023年家用照明行业智能产品占比



来源：公开资料，专家访谈，艾瑞咨询研究院自主绘制。

来源：公开资料，专家访谈，艾瑞咨询研究院自主绘制。

家用智能照明：玩家类型

智能照明产品的销售企业，根据业务核心的差异，可被分为以下三类



传统照明企业

- **典型企业**：欧普、雷士、飞利浦、西顿等
- **智能&普通灯具销售**：传统灯具销售占80%以上，智能灯具以单灯/多灯组合销售为主，全屋灯光设计仍在完善阶段
- **智能照明布局**：线上主要依托电商平台旗舰店销售，线下大部分门店仍展示传统照明灯具为主，部分企业已开始对门店改造，或增设智能照明展示体验区



智能照明企业

- **典型企业**：易来、企一等
- **智能&普通灯具销售**：智能灯具销售占比高，部分企业达到80%以上，智能单灯、多灯组合、提供比较完整的全屋灯光设计
- **智能照明布局**：线下作为销售主场，门店均有智能照明场景化展示，拥有独立的智能照明设计师&施工团队，提供个性化定制服务，线上以销售单灯为主



智能家居企业

- **典型企业**：欧瑞博、绿米、小米、华为等
- **智能&普通灯具销售**：以智能家居场景化服务为核心，智能照明是智能家居系统中重要部分，以全屋智能销售为主
- **智能照明布局**：线下店铺智能体验完善，全屋智能体验感强，拥有多种标准化套餐可选，产品种类丰富，可选择性强，安装、售后等服务完备

家用智能照明：22年销售额梯度（照明企业）

仅展示2022年照明企业，在国内家用市场，智能照明产品的销售额

2022年国内家用照明市场：智能照明产品销售规模（元）



7-10亿

OPPLE
欧普照明

YEELIGHT 易来



2-7亿

CDN 西顿照明
感受专业灯光

KEEY 企一

三雄极光 Pak
悦享高端照明

BULL公牛

SANTAN
群天智能灯光

等十几家企业



2亿以下

SUFN 三峰
照明

FSL 佛山照明

HUAYI
华艺照明

THAIWALL
泰沃

Ankon
阳光照明

等几十家企业

来源：专家访谈，艾瑞咨询研究院自主绘制。

注释：本次仅展示国内面向消费者销售智能照明产品的规模以上企业，不包含出口销售；智能家居企业因并非以照明产品为主要销售对象，且销售额和照明企业存在复算，因此暂未列入本排名。
智能照明产品主要以联网可智能控制的光源，灯具及其配件销售为主，不包含芯片、模组、电源、元器件、封装等业务。

家用智能照明：明星单品

主灯品类和非主灯品类均有亮眼产品，卖点各有千秋

智能灯泡

飞利浦 Hue灯泡



- 高品质**白光**和**彩光**调节
- 可与电影，音乐**同步和互动**
- 清晨光渐强，轻柔**唤醒**
- 兼容home kit，**多种控制**方式

智能筒射灯

易来 S/E/D系列



- 媲美单色温的**极致混光呈现**
- **多灯调光精度 < 3 Step**
- UDDT**超深度调光**技术
- 支持凌动技术，支持**超低功耗**

智能吸顶灯

欧普 吸顶灯系列



- 悦系列，铭宇，品见等**丰富的款式选择**
- **品质和技术**过关
- **性价比高**

智能控制面板

欧瑞博 Mixpad超级 智能开关



- 满足按键，触屏，语音，app等多种**交互需求**
- 兼容**多种协议**
- 支持**离线语音智控**
- **家居美学**颜值

智能护眼台灯

字节 大力护眼台灯



- 自然**仿生光**
- **护眼**律动光，可定制专属护眼**算法**
- 视频通话**陪伴式学习**
- 教材**查询和跟读**
- AI**作业批改**

智能开关

绿米 D1智能开关



- **远程控制**，随时开关
- **语音控制**，兼容小爱同学 & Siri
- **精工品质**，安全可靠

各类企业在智能照明行业的布局 and 转型

传统照明企业

欧普为例



01

智能照明企业

易来为例



02

智能家居企业

欧瑞博为例



03

云平台企业

小米为例



04

传统照明代表企业：欧普

研发优势赋能智能化探索，开放合作拥抱多元生态圈

欧普依托传统企业在照明产业里**多年的业务积累和强大的自研能力**，形成了集光学核心技术、产品核心零部件、完善的营销网络、行业解决方案的全产业价值链。随着智能照明的发展，无主灯快速地进入家庭装修的环境，目前欧普在**全案智能解决方案**上已开始发力。

欧普智能照明商业布局特点



致力于产品的自主研发，光学智能化有优势

重视研发驱动产品创新	2023年产品研发投入 ¥ 3.4亿 远高于行业平均水平 相比2022年增长 +11%
光学研究打造极致好光	节律光：模拟自然光，维护生理节律 睡眠光：舒缓情绪，放松助眠 专注光：保护视力，提升专注 真彩光：独创芯片，还原物体本真色彩
高端全屋智能正在布局	- 全屋智能照明解决方案：高端智能照明品牌 UTMOST，核心是“极致好光、极简智能”。 2023年：继续完善中高端智能化产品布局（浴霸、风扇灯、智能解决方案等），以及无主灯相关解决方案。 



传统门店继续赋能，智能布局战略试探

线上线下协同发展	线上：以单品灯具为主，但正在聚焦智能化产品，2022H1 线上核心产品智能化占比超过30%。 线下：已有100+门店能够实现智能解决方案，升级终端门店场景体验，开拓全案馆和无主灯展厅仍在进行。同时依托数千家线下门店，推行智能化体验区达到深度覆盖。
拥抱多种生态合作	以华为生态为核心，华为生态长期合作伙伴 同时可与其他多家生态平台智能互联 

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

智能照明代表企业：Yeelight易来

专业智能配合优质服务，门店体验，人才培训和健康照明并重

易来照明作为专业的智能照明品牌，主要在智能交互，工业设计和灯光体验方面深入打磨，是业内最早布局**线下智能体验门店**的照明品牌之一。在照明人才培养方面，易来首创智能照明设计学院，**持续培养智能照明设计师**，并将人才**应用到线下门店**当中。在**健康照明**方面，**青空灯**是业内比较有亮点的产品。

易来智能照明商业布局特点



智能照明设计助力线下门店体验和全屋照明定制服务

1. 线下数字化门店体系
2022年：300+智能体验门店
2023年：店铺预计将超500
未来：5年千店计划



2. 拥有定制化解决方案设计师
创办智能照明设计学院，已培养
智能照明设计师：3000+
智能交付工程师：1200+
提供设计师驻店设计及交付服务

4. 被《梦想改造家》指定为智能照明合作品牌



3. “五星级”全屋智能照明定制服务



智能系统和创新科技产品引领健康照明行业发展

1. GALAXY 星系智能系统

用户端：设计即部署
边缘计算：纯本地操作稳定性更高
可靠：系统稳定性可达99.97%
生态融合：原生接入米家、Homekit和Matter



2. 易来创新产品——青空®灯

- 自研纳米瑞利散射板，模拟**蓝天白云自然光**
- 采用**非对称平行光**技术，光效自然
- UDDT**超深度调光**，可同时模拟白天白光，傍晚暖光，以及晚上的月光



智能家居代表企业：欧瑞博

立足智能家居，硬件+软件自主研发，单品打爆

欧瑞博的优势是原创Mixpad智能语音面板和自主研发HomeAI OS系统，使欧瑞博智能照明打破了生态链企业的限制，可以做到**主动智能调光**，**主动智能节能**，并在**智能体验**方面独树一帜

欧瑞博智能照明商业布局特点



MixPad智能语音面板+专业智能照明品牌

- Mixpad集不同设备的功能于一身：智能网关、智能开关、空调面板、背景音乐面板、AI语音音箱等，可代替多个智能单品，为消费者解决了**家居交互零乱且碎片化**的问题
- 提供**物理按键、触屏、语音、App**等多种交互方式
- 拥有12款MixPad 系列产品，实现**全场景不同人群**的全面覆盖



Mixpad超级智能面板

按键

触屏

语音

App

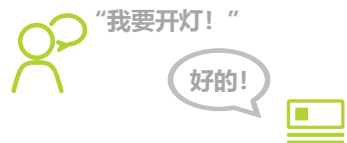
结合欧瑞博**无主灯系列**智能照明品牌SOPRO，可以实现：

- 实时**根据人体状态**调节灯光
- 全天候**主动灯光调节**，模拟阳光变化调节室内光线
- 主动节能**推荐调光



自主研发HomeAI OS智能系统，更智能更互联更兼容

- 交互更智能**：不需唤醒，只需说“我要开灯”就能操控设备，且支持**就近相应**，避免多款设备同时响应



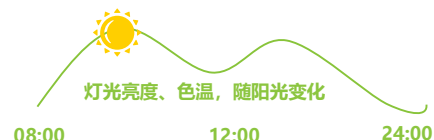
- 隐私更安全**：全链路双向安全技术MatriShield更好地**保护消费者隐私**



- 连接更容易**：

- ✓ 全空间超距无感入网技术Nature Link可**解决消费者批量入网问题**，千平别墅可**通电即入网**
- ✓ 全面兼容**Matter协议**和**几乎所有物联网通讯协议**，通过开放HADC实现一站配置、多端同步及无代码接入

- 控制更智能**：自适应调光技术可根据24小时外部阳光的变化**主动智能调整**家中的光照



- 通信更稳定**：实现蓝牙、WiFi及ZigBee**三网融合**，让无线通信**稳定性与容灾能力**与总线模式媲美



云平台企业：小米

外部合作，内部孵化，以性价比占领市场

作为国内覆盖品牌最多的生态链企业之一，小米很早就在智能照明领域进行深度布局。除了与**头部企业的战略合作**，小米也拥有**自己的智能照明品牌**。同时由于小米生态链的规模效应，得以为消费者提供**低价优质**的智能照明产品。

小米智能照明商业布局特点



头部企业战略合作+自有品牌双管齐下

头部企业战略合作

- 2015年，木林森、阳光照明、欧普照明和飞利浦等13家照明行业企业与小米签署联合声明，应用小米智能模块，共同推进智能照明在家庭的落地。
- 2016年11月，小米与全球照明领导品牌——飞利浦照明（昕诺飞）签署协议，以成立合资公司，共同研发家居智能互联照明产品**飞慧智能照明**，并接入智能家庭平台米家App。



PHILIPS

自有智能照明品牌

米家智能灯系列（部分）

主灯品类



吸顶灯



护眼台灯



筒灯

无主灯品类



彩光灯带



小米生态链规模效应，性价比占领市场

全屋智能家居



单品智能灯价格来看

商城：**小米有品**

品牌：**mijia**

整套智能家居来看

小米米家全屋智能家居入门配置
1万元起，包含

- 智能安防，家电控制，环境控制，**智能照明**
- 户型为**三室两厅**

智能吸顶灯：**229元**起

智能护眼台灯：**79元**起

智能筒灯：**39元**起

智能射灯：**99元**起

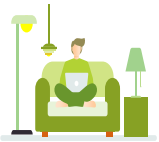
智能照明行业概览	1
家用智能照明行业市场分析	2
家用智能照明消费者需求洞察	3
家用智能照明未来发展趋势分析	4

家用智能照明：消费者画像

基础画像

智能灯具最受女性与一线城市人群青睐；普通灯具消费者以二线城市、31-40的中年人群最集中；全屋定制则有更强的男性消费心智

人群定义



智能灯具消费者：过去一年购买过智能灯具但未购买全屋智能家居的人群



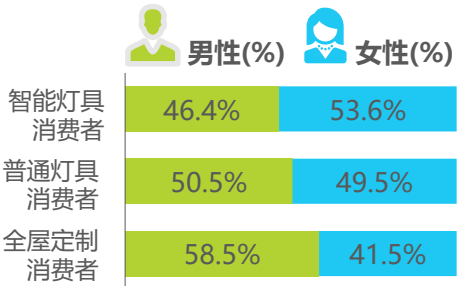
普通灯具消费者：过去一年仅购买过非智能灯具的人群



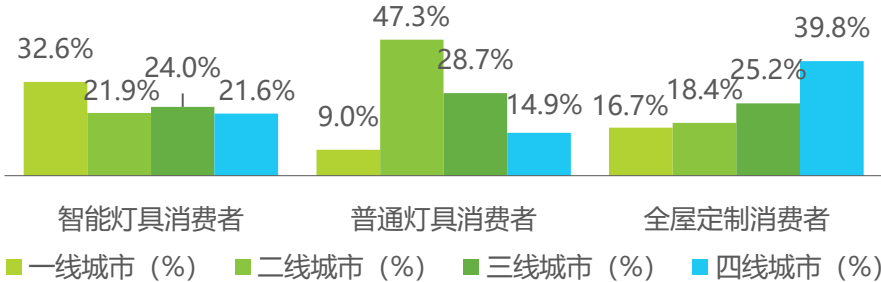
全屋定制消费者：过去一年购买过全屋智能家居包括智能灯具的人群

基础画像

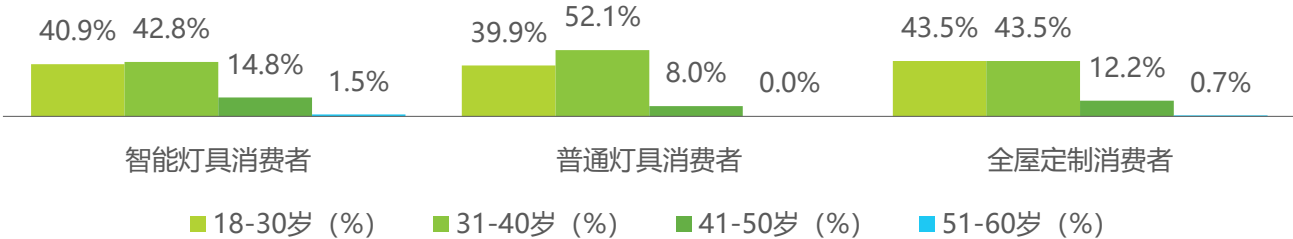
性别



城市级别



年龄



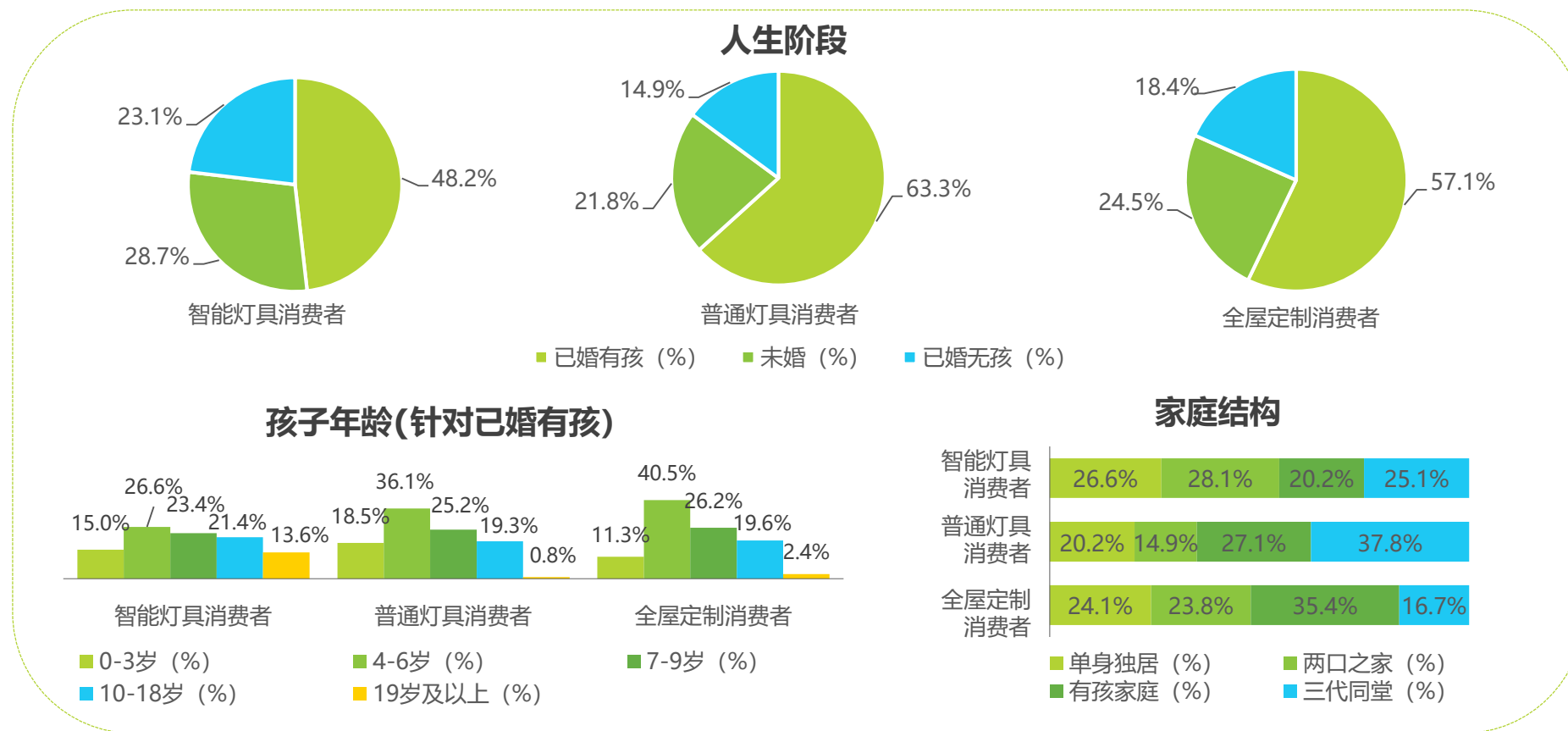
样本：智能灯具消费者 N=718，普通灯具消费者 N=188，全屋定制消费者 N=294；于2023年3月通过在线问卷形式调研获得。

注释：问卷题目为“您的性别是？您所在的城市是？您的年龄是？”（构念效度）。

家用智能照明：消费者画像

人生阶段和家庭结构

超半数智能灯具消费者未婚或无孩；全屋定制人群则有近6成处于婚育阶段，孩子年龄集中在4-6岁之间；普通灯具消费者已婚有孩最多，且还承担着照顾老人的责任



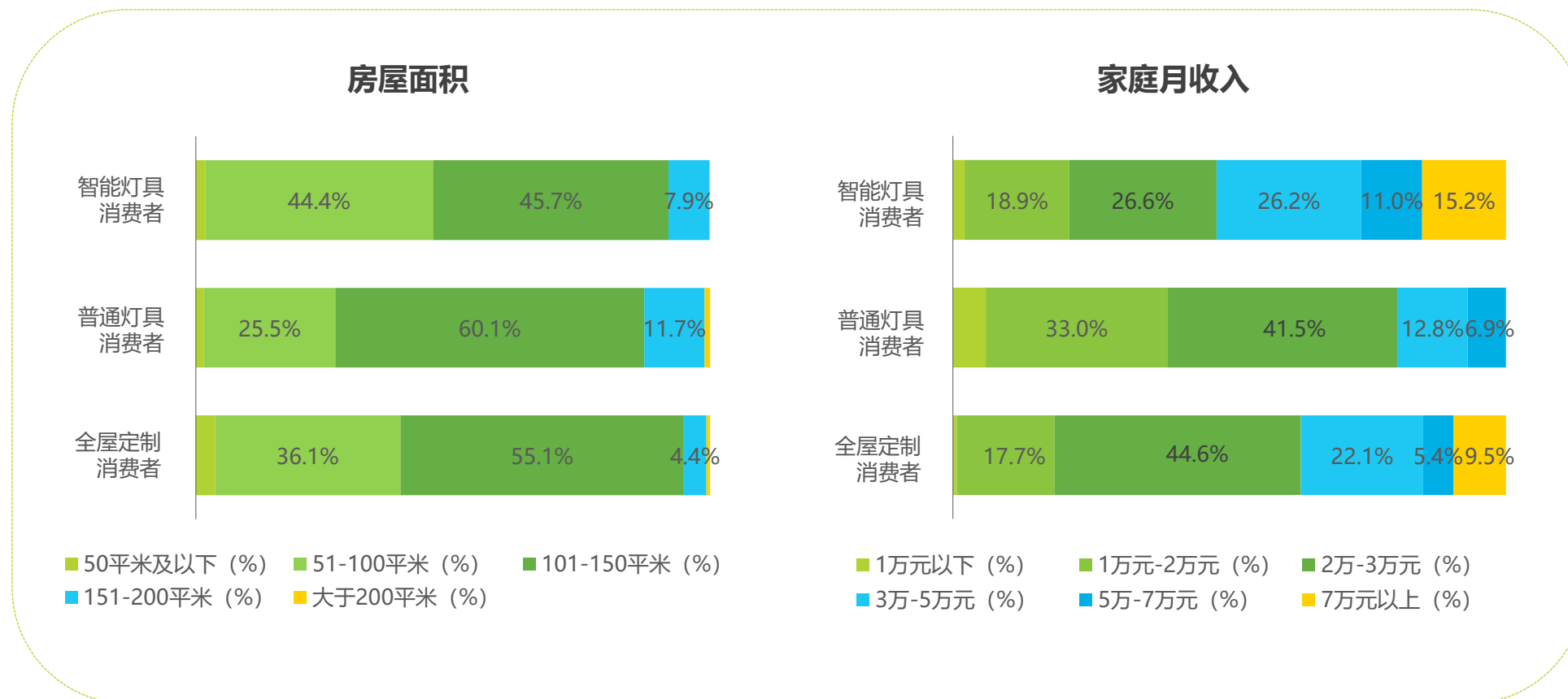
样本：智能灯具消费者 N=718，普通灯具消费者 N=188，全屋定制消费者 N=294；于2023年3月通过在线问卷形式调研获得。

注释：问卷题目为“您所在的人生阶段是？您的孩子年龄是？您目前的居住情况是？”（均为单选）。

家用智能照明：消费者画像

房屋面积和家庭月收入

智能灯具消费者居住面积主要为100-150平米，整体略小于普通灯具消费者的房屋面积；但智能灯具消费者家庭月收入相对更高，集中在2-5万元之间，普通灯具消费者收入多在1-3万之间



样本：智能灯具消费者 N=718，普通灯具消费者 N=188，全屋定制消费者 N=294；于2023年3月通过在线问卷形式调研获得。

注释：问卷题目为“您目前居住的房屋面积是？（单选）”

样本：智能灯具消费者 N=718，普通灯具消费者 N=188，全屋定制消费者 N=294；于2023年3月通过在线问卷形式调研获得。

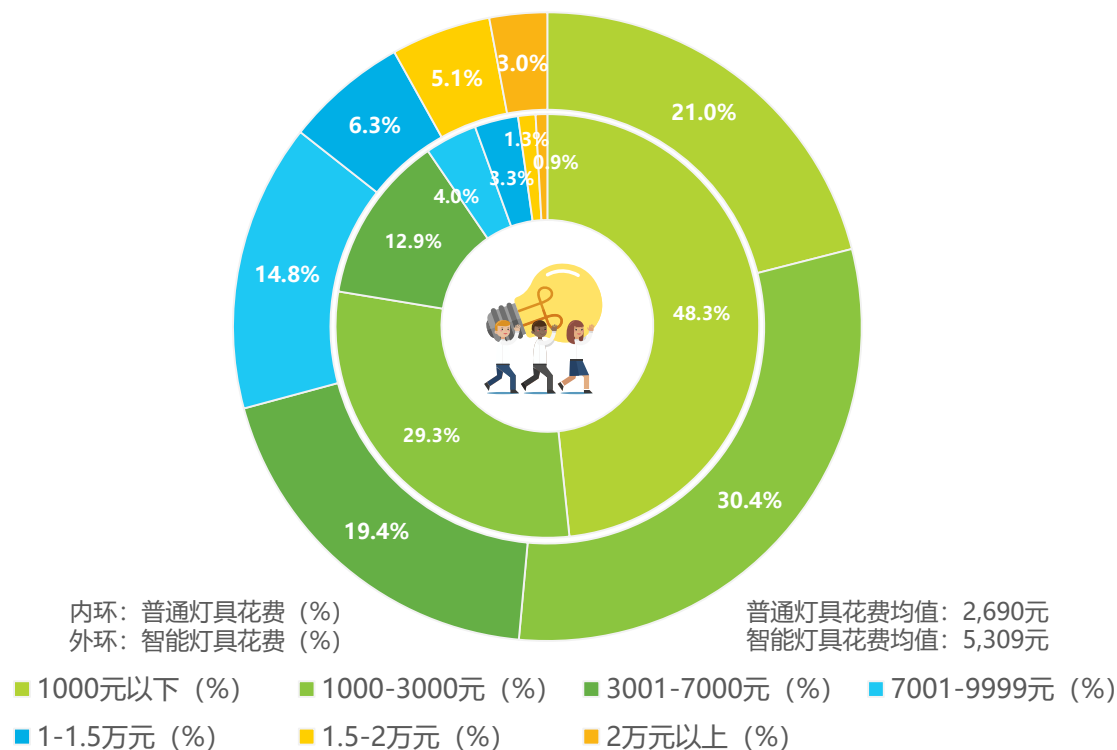
注释：问卷题目为“请问您的家庭月收入（包含工资以及工资外收入）是？（单选）”

家用智能照明：选购花费

智能灯具更高端，智能照明系统是全屋智能家居花费的重要部分

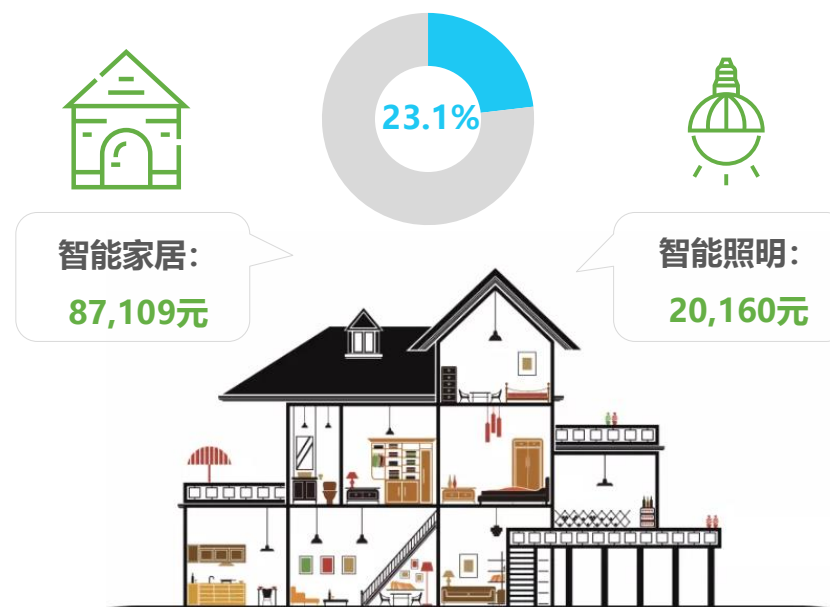
只看灯具的话，智能灯具的平均花费大约为普通灯具的2倍，花费在3000元以上的比例明显比普通灯具更高。而整体智能照明系统而言，除了灯具的花费，系统本身的花费也是比较重要的组成部分，在全屋智能家居中的花费不容小觑。

灯具选购花费：智能灯具和普通灯具对比



智能照明与全屋智能家居花费的关系

对于全屋智能消费者（包含电器和家电），
智能照明系统（包含灯具）在全屋智能家居中的花费占比



样本：智能灯具消费者 N=718 普通灯具消费者 N=188；于2023年3月通过在线问卷形式调研获得。
注释：问卷题目为“您在客厅/卧室/餐厅/厨房/卫生间/儿童房/书房/游戏房/影音娱乐房配置智能灯具/灯具，当时大概花了多少钱呢？（单选）”

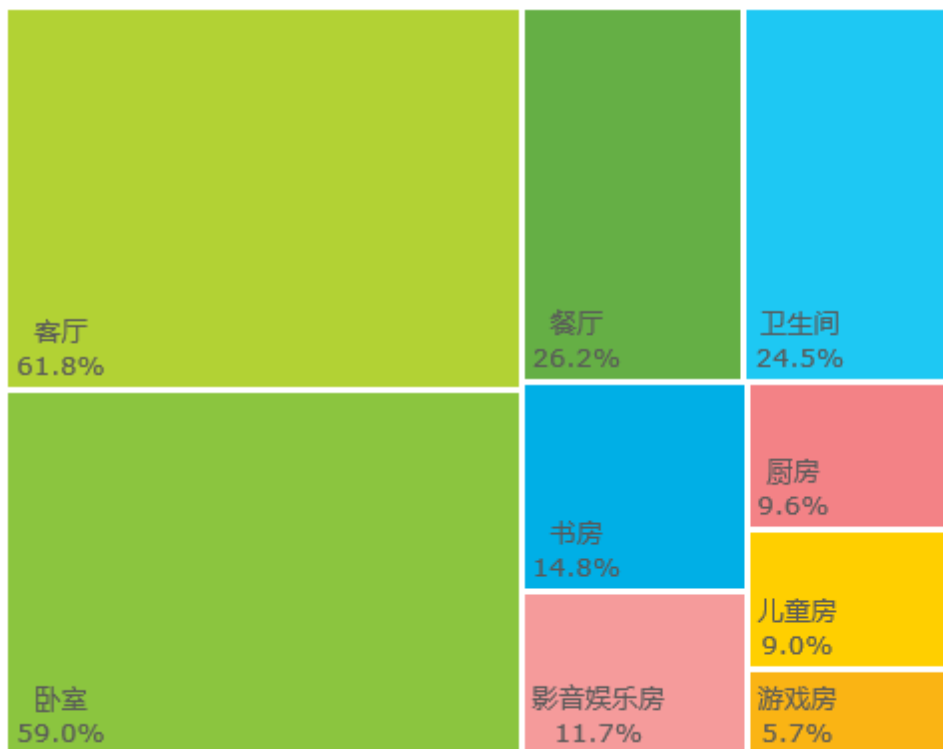
样本：全屋智能灯具消费者 N=294；于2023年3月通过在线问卷形式调研获得。
注释：问卷题目为“您当时购买全屋智能家居产品共计花费了多少钱呢？”“其中全屋智能灯具共计花费了多少钱呢？（单选）”

家用智能照明：区域配置率和使用率

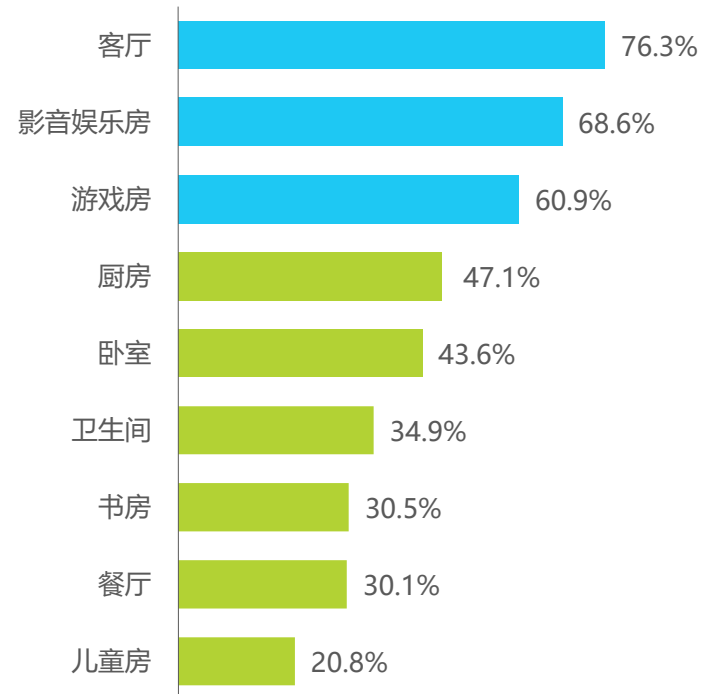
客厅，影音娱乐房和游戏房配置之后的使用率最高

虽然说从整体配置率来看，客厅，卧室，餐厅和卫生间的配置率是最高的，但是从配置之后最经常使用的比例来看，**客厅，影音娱乐房和游戏房**的比例高居前三。这也意味着这些区域的智能照明需求更加刚性，对品牌厂商而言是可以进行精耕的区域。

家用智能照明各区域配置率



配置之后最经常使用的比例



样本：智能灯具消费者+全屋定制消费者 N=1012；于2023年3月通过在线问卷形式调研获得。

注释：问卷题目为“您刚提到您给家中购买过智能灯具，主要是用于家中哪些地方呢？”（多选）

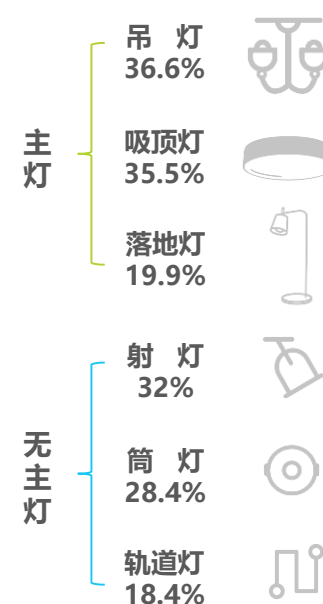
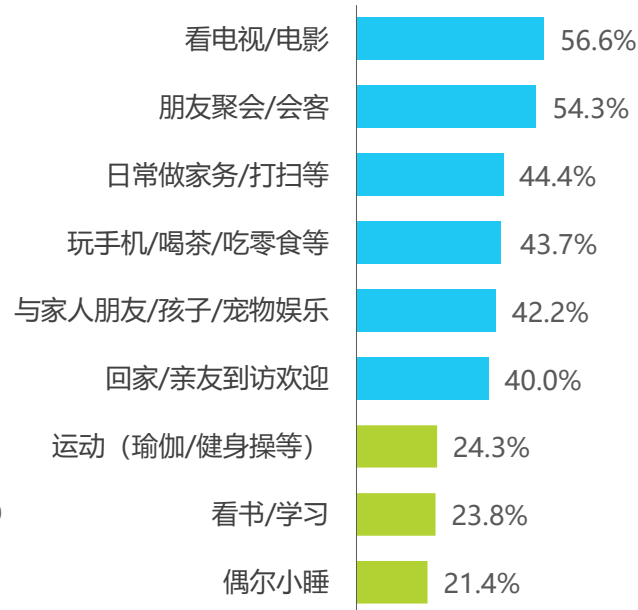
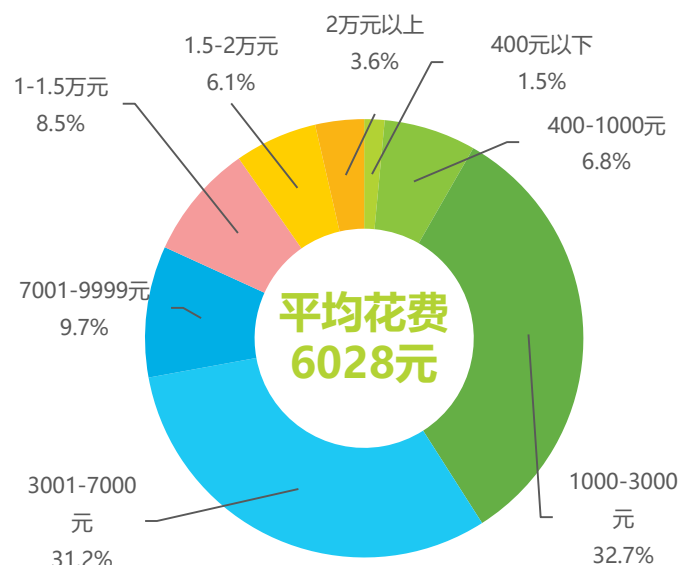
样本：智能灯具消费者 N=718；于2023年3月通过在线问卷形式调研获得。

注释：问卷题目为“您刚提到您给家中购买过智能灯具，主要是用于家中哪些地方呢？”（多选）“其中哪个区域的智能灯具使用率是最高的呢？”（单选）两题的数据计算得出。

家用智能照明：客厅

客厅的智能照明花费大多在3000元以上，观影会客是核心场景

客厅的智能照明使用场景相当丰富，除了常规的会客，玩乐，打扫，休闲等，还需要一定灯光变换的观影，到访欢迎，聚会等场景。从品类配置上讲，主灯和无主灯品类兼备，才能实现客厅的多种照明需求。



1 **主灯品类**是主流，方便日常会客，家人/宠物玩乐，打扫，休闲等**常规场景**的照明需求

2 多种**无主灯**品类搭配，实现观影，到访欢迎，家庭聚会等场景的**多种灯光变换**

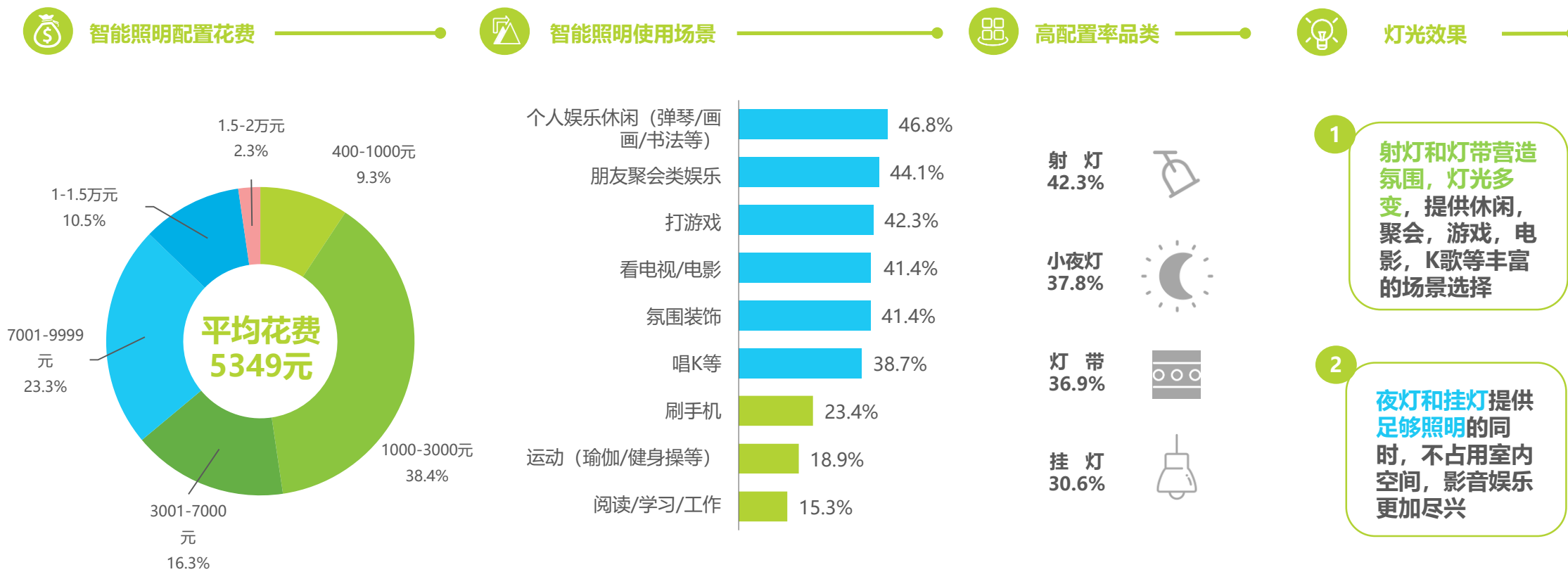
样本：（智能灯具消费者+全屋定制消费者）客厅 N=588；于2023年3月通过在线问卷形式调研获得。

注释：问卷题目为“您在客厅配置智能灯具/灯具，当时大概花了多少钱呢？”（单选）“您在客厅配置智能灯具，主要是出于哪些方面的需求呢？”（多选）“您在客厅配置了哪些智能灯具呢？”（多选）

家用智能照明：影音娱乐房

影音娱乐房智能照明场景多样，无主灯品类提供多变的灯光展现

影音娱乐房智能照明花费比例7000元以上的比例相比客厅明显更高，**场景更加多样化**，休闲，娱乐，游戏，观影，唱K等场景需要丰富的灯光变换，射灯，灯带等无主灯品类为不同的娱乐需求提供了**多种灯光调节的可能性**，挂灯和夜灯则**充分节约了空间**。



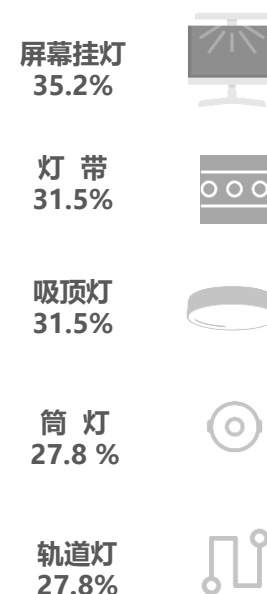
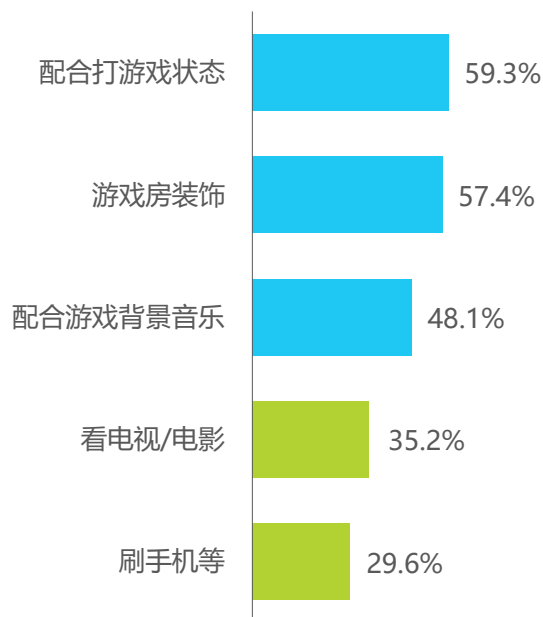
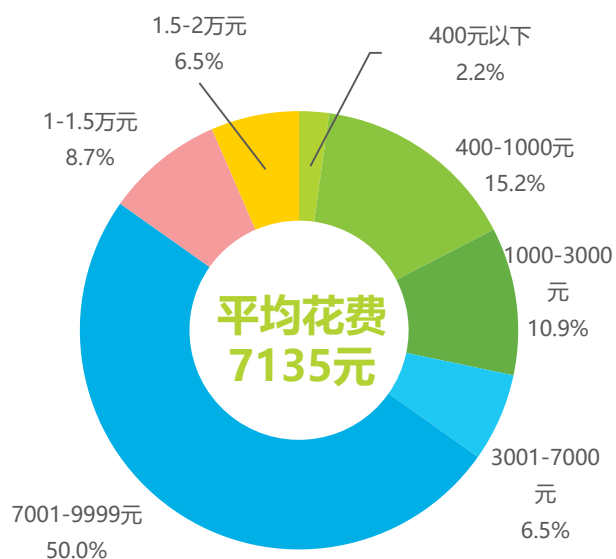
样本：（智能灯具消费者+全屋定制消费者） 影音娱乐房 N=111；于2023年3月通过在线问卷形式调研获得。

注释：问卷题目为“您在影音娱乐房配置智能灯具/灯具，当时大概花了多少钱呢？”（单选）“您在影音娱乐房配置智能灯具，主要是出于哪些方面的需求呢？”（多选）“您在影音娱乐房配置了哪些智能灯具呢？”（多选）

家用智能照明：游戏房

游戏房智能照明花费最高，配合游戏体验的灯光需求是其特色

对于游戏房，灯带和轨道灯这类形状多样，便于装饰，并且可以实现彩色炫光效果的品类配置率比较高。同时为了实现室内多方位的充分照明，挂灯，吸顶灯和筒灯也是配置率比较高的品类。



1 灯带轨道灯提供多样炫彩的灯光效果，装饰室内的同时，配合游戏和音乐增加体验感

2 挂灯吸顶灯和筒灯配合，不占空间，提供充分和多方位的游戏房常规照明

样本：（智能灯具消费者+全屋定制消费者） 游戏房 N=54；于2023年3月通过在线问卷形式调研获得。

注释：问卷题目为“您在游戏房配置智能灯具/灯具，当时大概花了多少钱呢？”（单选）“您在游戏房配置智能灯具，主要是出于哪些方面的需求呢？”（多选）“您在游戏房配置了哪些智能灯具呢？”（多选）

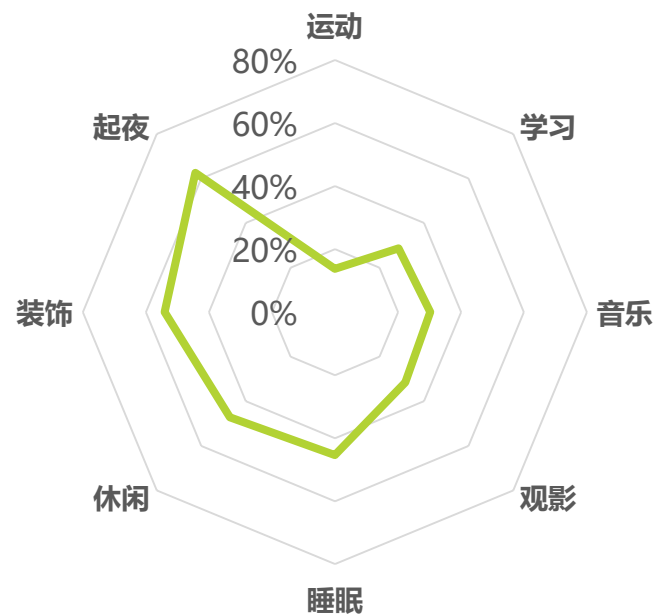
家用智能照明：卧室，卫生间和餐厅

卧室，卫生间和餐厅的使用场景

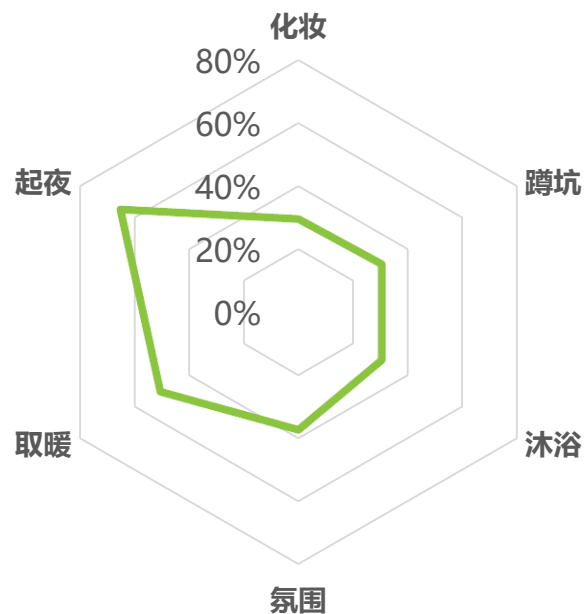
智能照明在卧室的起夜，装饰场景，卫生间的起夜，取暖和氛围场景，以及餐厅的就餐，聚餐场景中作用比较突出。



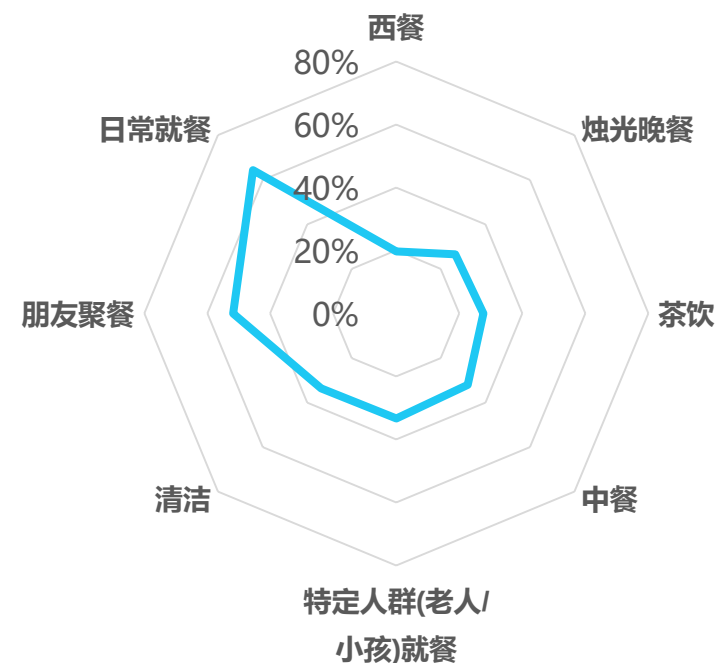
卧室



卫生间



餐厅



样本：(智能灯具消费者+全屋定制消费者) 卧室 N=562 卫生间 N=233 餐厅 N=249；于2023年3月通过在线问卷形式调研获得。

注释：问卷题目为“您在卧室/卫生间/餐厅配置智能灯具，主要是出于哪些方面的需求呢？(多选)”

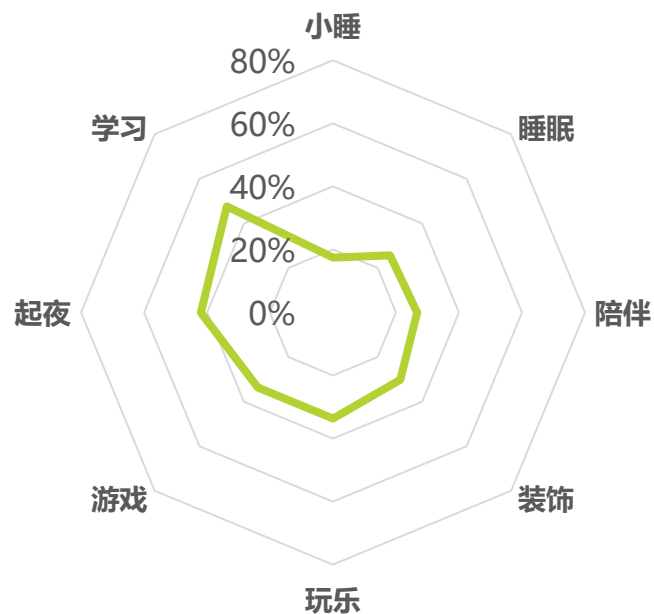
家用智能照明：儿童房，书房和厨房

儿童房，书房和厨房的使用场景

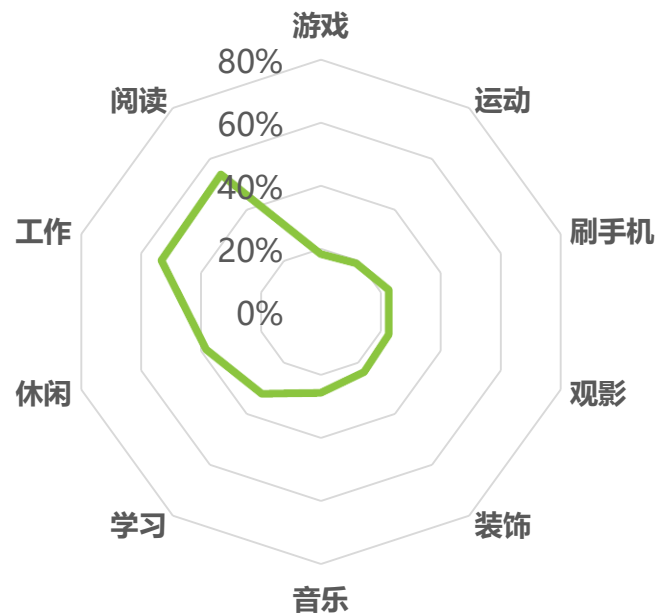
对于儿童房，智能照明在**学习，起夜**等场景中有更多的想象空间；在书房，除了工作和阅读等常规场景，**休闲，学习**等场景也是智能照明适用的；在厨房，**烹饪，备菜和清洁**是智能照明最多涉及的场景。



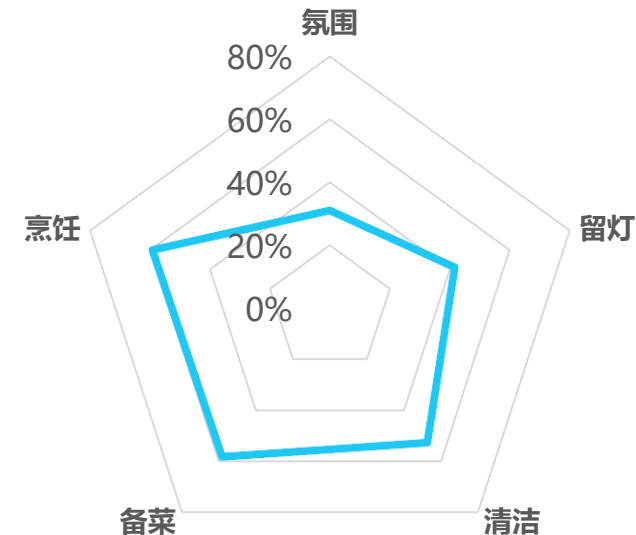
儿童房



书房



厨房



样本：（智能灯具消费者+全屋定制消费者）儿童房 N=86 厨房 N=91 书房 N=141；于2023年3月通过在线问卷形式调研获得。

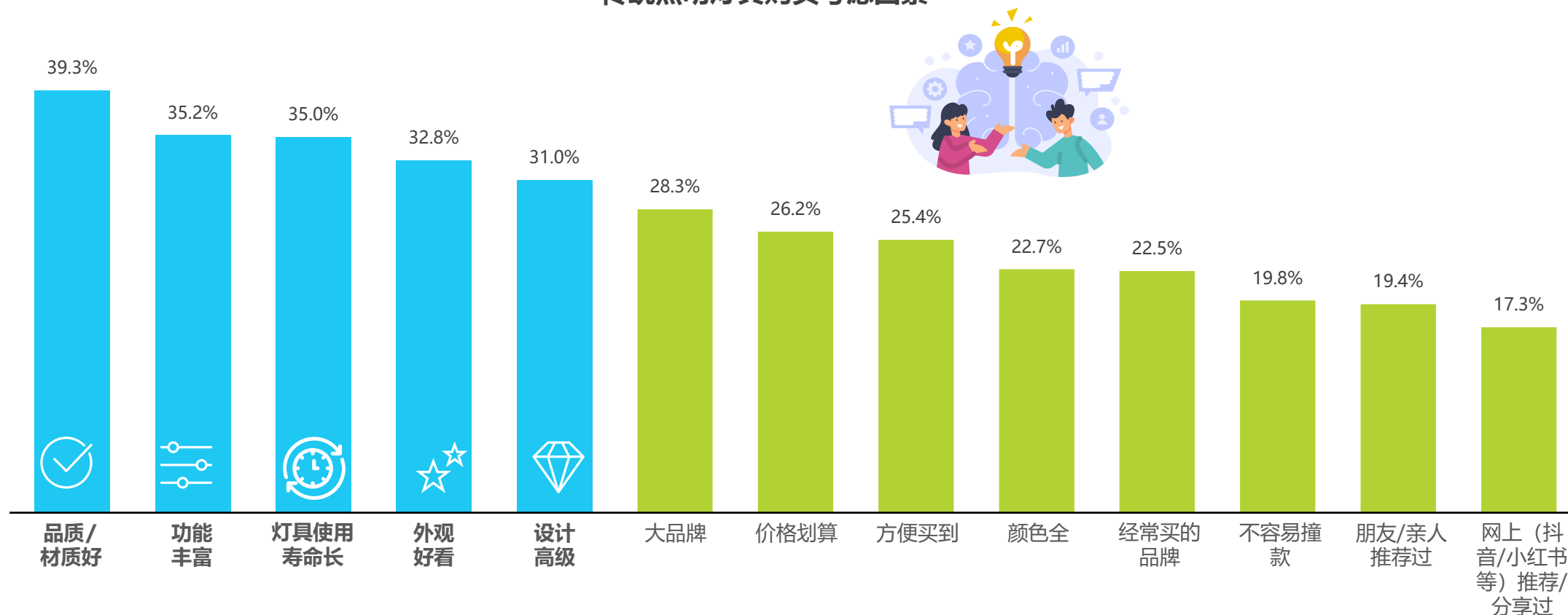
注释：问卷题目为“您在儿童房/厨房/书房配置智能灯具，主要出于哪些方面的需求呢？（多选）”

家用传统照明：购买考虑因素

传统照明中，材质/功能/使用寿命长/外观好看/设计高级是最重要的

大品牌，价格划算，方便买到，颜色全等也是消费者购买普通灯具时会仔细考虑的要素。

传统照明灯具购买考虑因素



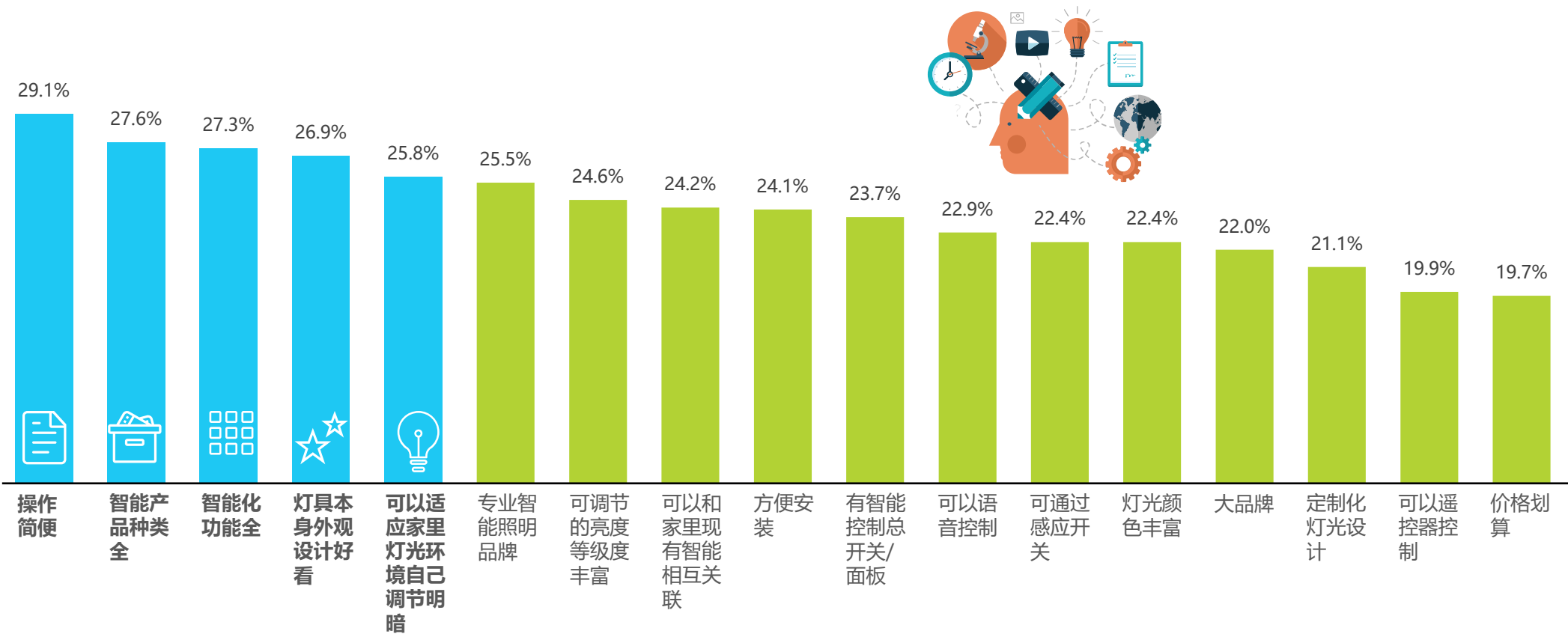
样本：总体调研消费者 N=1200；于2023年3月通过在线问卷形式调研获得。
注释：问卷题目为“购买照明灯具时，哪些因素对您来说比较重要呢？”（多选）

家用智能照明：购买考虑因素

智能照明中，操作简便，智能功能全，产品种类丰富，自适应调节是核心

消费者购买智能照明时，除了外观/设计好看，产品丰富之外，功能/便捷/自适应起到了主要的作用。除此以外，专业智能照明品牌，可调节亮度丰富，和其他智能产品互联，方便安装，可以配合智能面板等也是比较重要的因素。

智能照明灯具购买考虑因素



样本：智能灯具消费者+全屋定制消费者 N=1012；于2023年3月通过在线问卷形式调研获得。

注释：问卷题目为“购买智能灯具时，哪些因素对您来说比较重要？（多选）”

©2023.4 iResearch Inc.

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

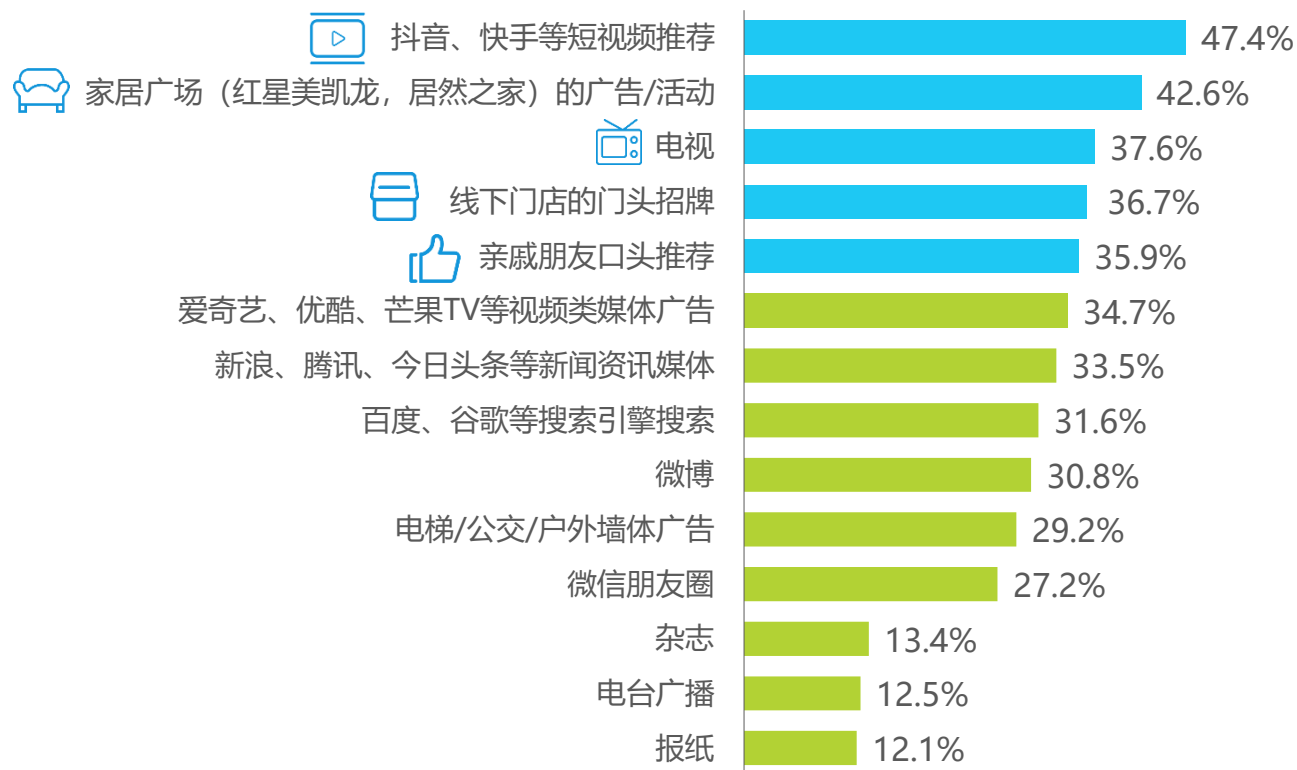
www.iresearch.com.cn

家用智能照明：品牌认知渠道

深化品牌认知需要从线上和线下多个渠道入手

虽然线上抖音短视频推荐是最主要的认知渠道，但线下家居广场，门店的门头招牌等重要性也相当高。电视渠道和亲朋好友口碑的重要性也不可忽视。总体而言，智能照明品类依然**相当依赖线下渠道**，头部照明企业也积极布局线下门店，而智能家居企业则可以借助原有的智能家居门店，以深化品牌认知，提升品牌体验。

家用智能照明品牌认知渠道



样本：认知智能灯具的消费者 N=1145；于2023年3月通过在线问卷形式调研获得。

注释：问卷题目为“您是从哪里了解到这些智能灯具品牌的呢？（多选）”

©2023.4 iResearch Inc.

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

www.iresearch.com.cn

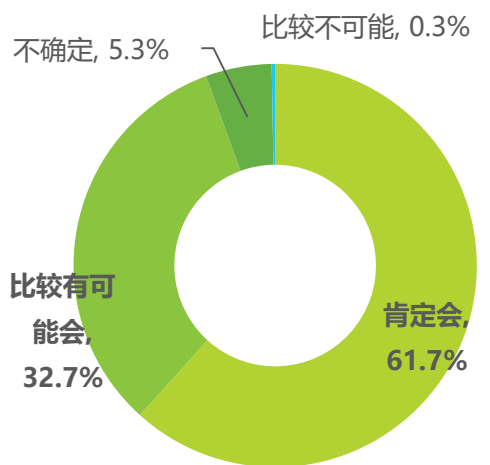
38

家用智能照明：未来购买意愿(1/2)

买过智能灯具的消费者，继续尝试意愿也更高

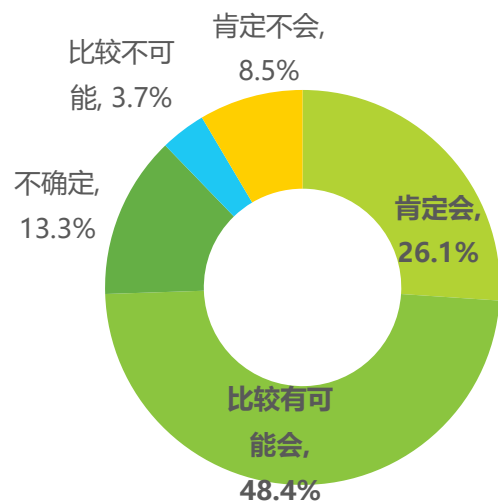
没有买过智能灯具的普通灯具消费者，有74.5%愿意尝试，其中主要的原因是想要让居住更有科技感，提升居住体验，以及根据家中不同的需求智能调节灯光。这表示对于普通灯具的消费者而言，智能化灯光体验还是相当有吸引力的。而智能灯具消费者中，有94.4%表示会继续购买。由此来看，教育和培养消费者对于智能照明非常重要。

智能灯具消费者
继续购买的意愿



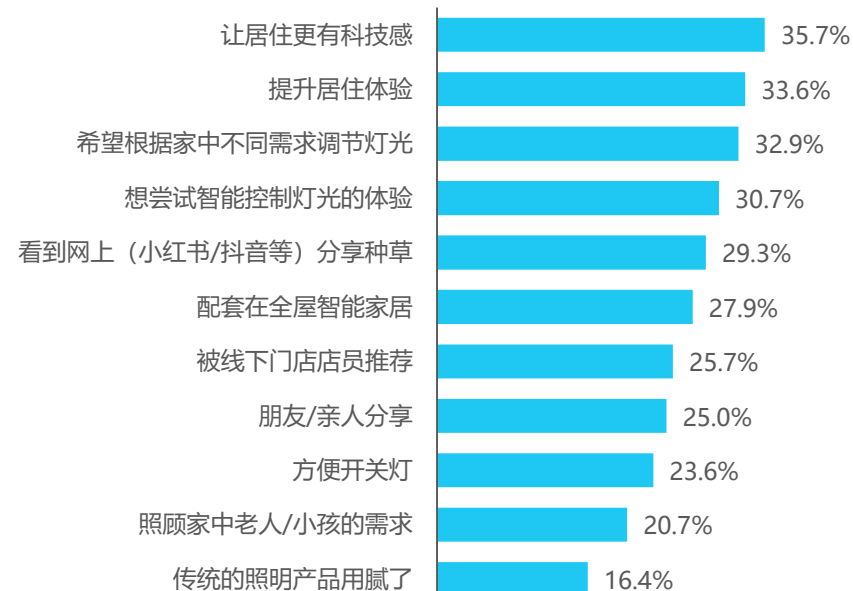
肯定会+比较有可能：94.4%

普通灯具消费者
尝试智能灯具的意愿



肯定会+比较有可能：74.5%

普通灯具消费者
尝试购买智能照明灯具的原因



■ 尝试购买智能灯具的原因 (%)

样本：智能灯具消费者 N=718；于2023年3月通过在线问卷形式调研获得。
注释：问卷题目为“您未来是否考虑继续购买智能灯具呢？”（单选）

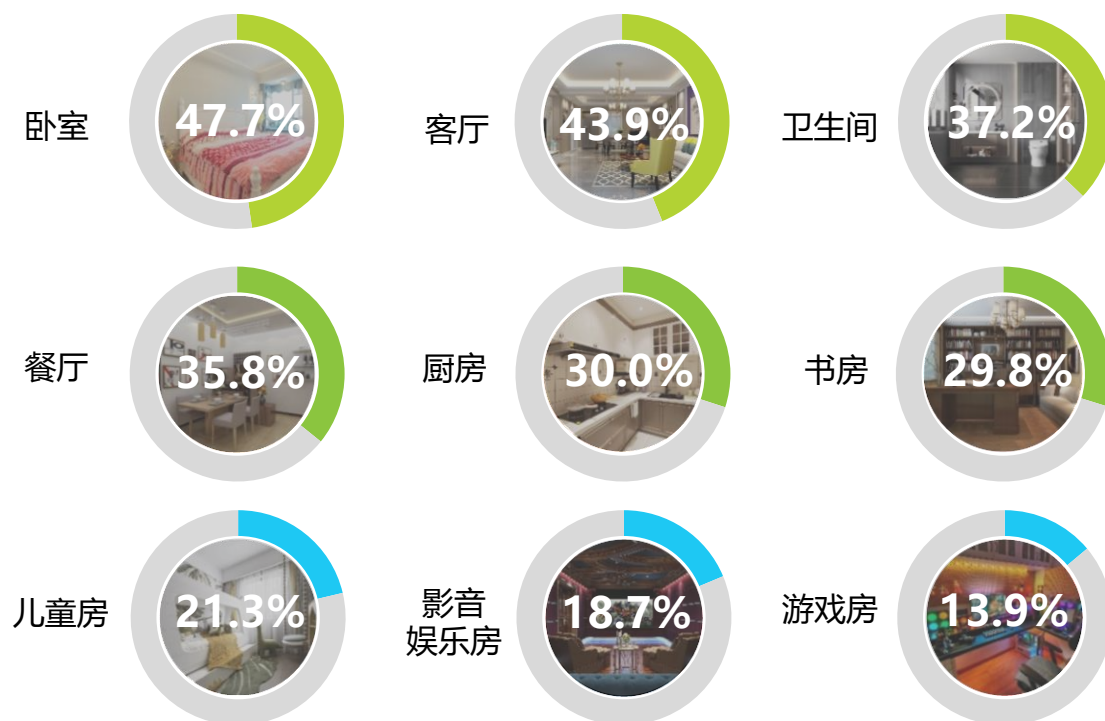
样本：普通灯具消费者 N=188；于2023年3月通过在线问卷形式调研获得。
注释：问卷题目为“您未来是否考虑购买智能灯具呢？”（单选） “您会在什么情况下考虑购买智能灯具产品呢？”（多选）

家用智能照明：未来购买意愿(2/2)

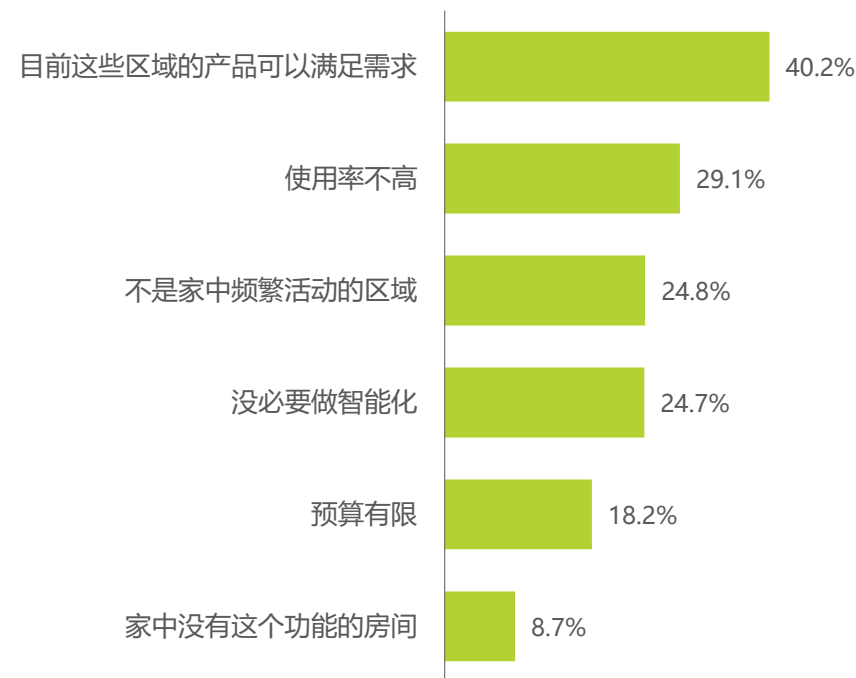
卧室和客厅是未来消费者最愿意配置智能灯具的区域

卧室和客厅是家中活动最为频繁的区域。除了卧室和客厅之外，卫生间，餐厅，厨房和书房也是消费者比较愿意装智能灯具的区域。某些区域消费者不愿意装的原因主要是认为目前的产品可以满足需求，或者使用率不高。

不同区域智能灯具未来购买意愿



某些区域不购买的原因



样本：智能灯具消费者+普通灯具消费者 N=818；于2023年3月通过在线问卷形式调研获得。
注释：问卷题目为“您会考虑为家中哪些区域购买智能灯具呢？（多选）”

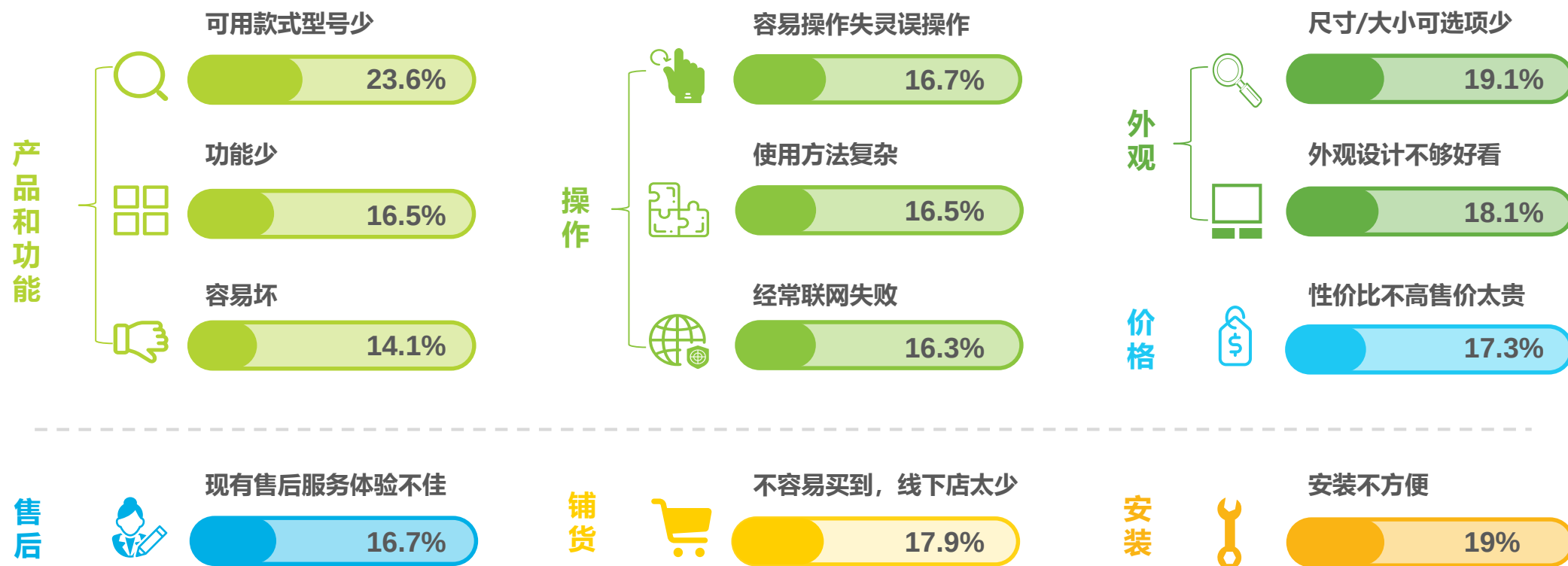
样本：智能灯具消费者+普通灯具消费者 N=818；于2023年3月通过在线问卷形式调研获得。
注释：问卷题目为“为什么其他区域不考虑购买呢？（多选）”

家用智能照明：用户需求痛点

功能和操作是智能照明使用中的主要痛点

整体上讲，**产品功能和操作相关的要素**是消费者最在意的。

具体来说，**可用型号少**是目前最主要的痛点，其次是尺寸/大小可选项少，安装不方便，外观设计不够好看，性价比不够高等。



样本：（智能灯具消费者+全屋定制消费者）N=961；于2023年3月通过在线问卷形式调研获得。

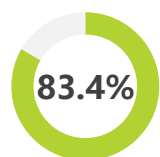
注释：问卷题目为“就智能灯具而言，可以吸引您购买的智能灯具产品应具备哪些功能呢？”（多选）。

家用智能照明：产品功能期待

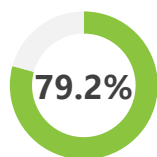
灯光调节和控制方式是最主要的功能模块

灯光的亮度，颜色，护眼模式，自动记忆灯光设置是灯光调节中消费者比较期待的，自动感应，人来灯亮和远程app/小程序，以及总控面板是消费者青睐的控制方式。

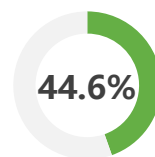
从总体上来说，**灯光亮度，颜色控制，自动感应，可选灯光效果**以及**设置不同场景**是消费者心中最为重要的几大功能。



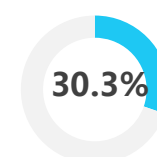
灯光调节



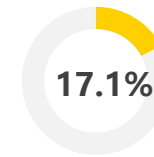
控制方式



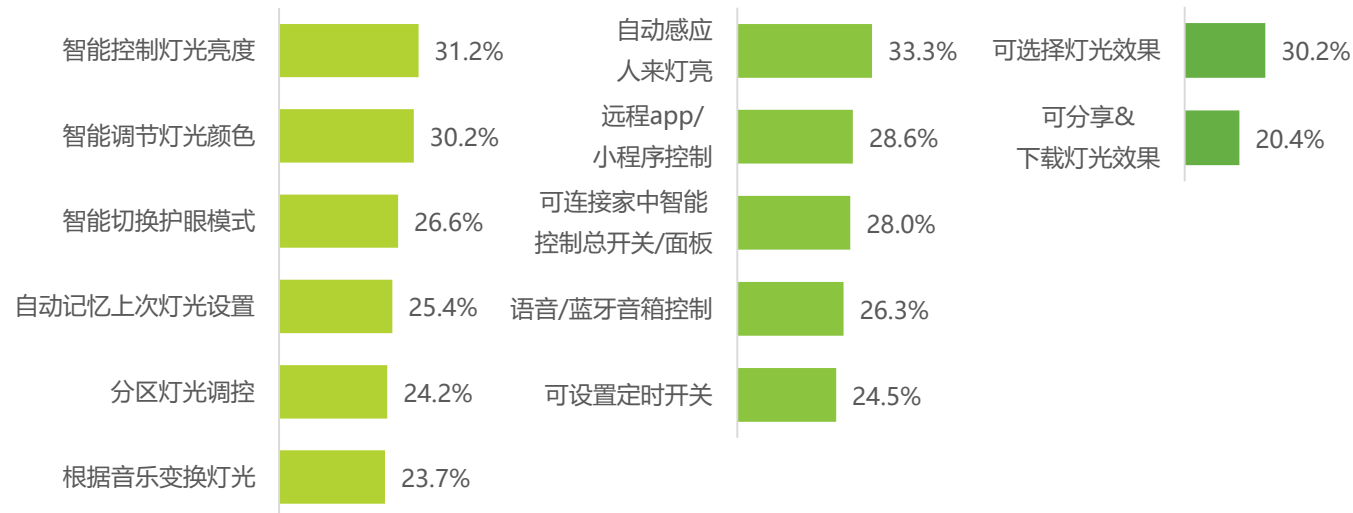
灯光效果



场景设置



语音识别



样本：（智能灯具消费者+全屋定制消费者）N=961；于2023年3月通过在线问卷形式调研获得。
注释：问卷题目为“就智能灯具而言，可以吸引您购买的智能灯具产品应该具备哪些功能呢？”（多选）。

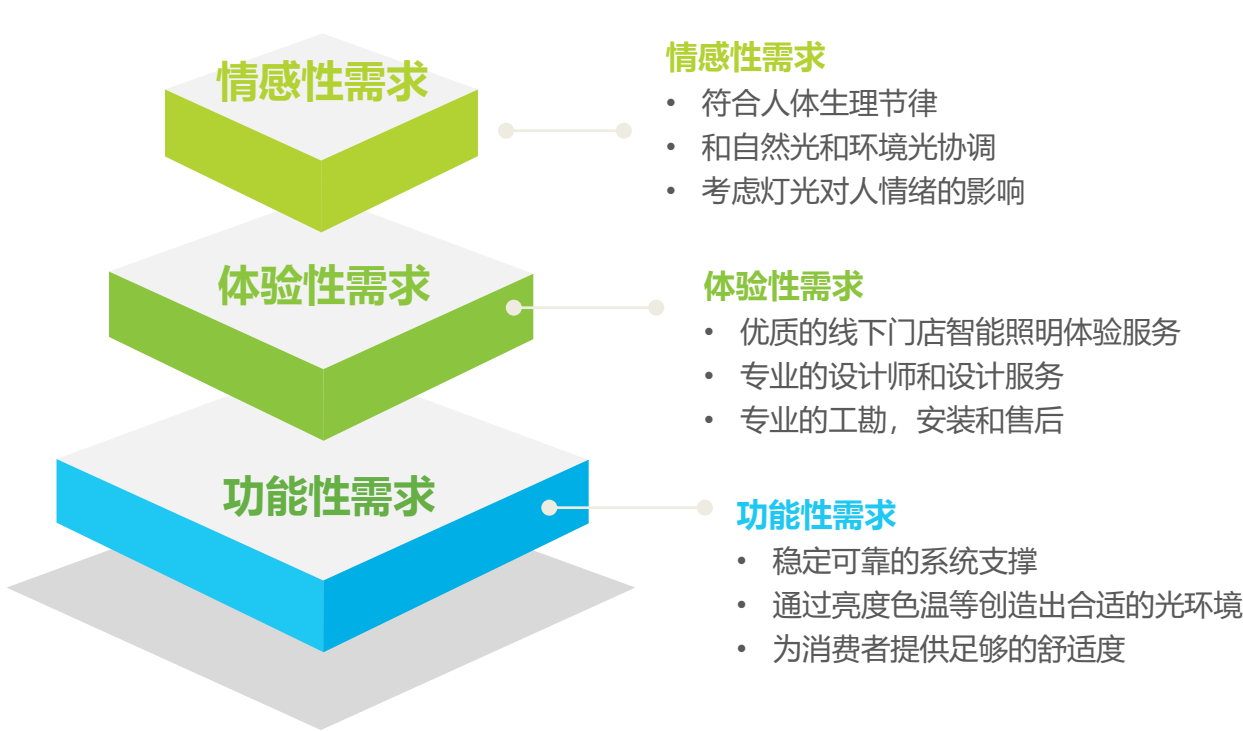
智能照明行业概览	1
家用智能照明行业市场分析	2
家用智能照明消费者需求洞察	3
家用智能照明未来发展趋势分析	4

家用智能照明：满足的需求层级

家用智能照明的终极目标，是以人为中心，满足消费者各个维度的需求

智能照明不仅要满足相应的照度、亮度等功能性要求，还要考虑人在灯光环境中的体验，并根据人所在的环境和生理心理特征等，提供**有益于身心健康**的合适光环境。

智能照明消费者需求金字塔



考虑人在灯光环境中的体验，提供有益于身心健康的合适光环境



家用智能照明：行业趋势(1/2)

智能照明将朝着全屋化，个性化，健康化方向升级，定制化灯光设计越来越受欢迎

单品智能 → 全屋智能

纯卖灯具将没有太多利润可言，未来的方向将会是**灯具+智能系统+智能服务**的全方位方案。这对传统企业来说将会是**二次转型**的机会。全屋智能需要专业的**设计师**，**售前服务**、**安装服务**、售后服务人员等，售后的专业化也可能延伸出专门的智能售后的公司，来与品牌厂商和智能家居企业合作。



一般照明 → 健康照明

疫情引发了消费者对健康的思考，他们更愿意为健康买单。灯光是**家居环境的刚需**，对人的睡眠，眼部疾病（近视，黄斑等）以及情绪等方面有重要的影响。健康照明追求灯光的功效，满足光伴随**生物节律功能**，在场景化、情景联动和智能控制的基础上，提供**健康的光效**作为附加值。



标准化场景 → 个性化场景

随着收入水平的提高，一些**小众的需求**，如游戏房的灯光和音乐以及游戏互动，氛围调光灯带，电视电影的**光随影动**等场景也可能是新的增长点。



一般家居 → 照明设计

传统照明是工业化和商业化的产物，在家用照明领域，设计也很重要。**产品的颜值和灯光设计的效果**影响售价和市场欢迎度，引领行业和消费的潮流。



家用智能照明：行业趋势(2/2)

智能照明最终将朝智慧照明的方向发展

智慧照明和智能照明的区别在于，智能照明依然需要人为的调节，而智慧照明是真正随着人的工作或者生活的状态而变化的照明系统，可以自适应、自调节，根据业主的生活习惯做到定时，智能场景的切换的自动控制，真正适应人的需求。

智慧照明四要素



来源：专家访谈，艾瑞自主研究并绘制。

家用智能照明：行业挑战

生态之间存在壁垒，照明人才仍待培养；消费者认知欠成熟，定制需求尚不旺盛

家用智能照明市场仍在快速发展的初期阶段，随着各类型的玩家入局，市场格局仍在风云变化。供应端企业之间既有联盟也有博弈一定程度上导致了生态之间的互通互联暂未实现；基于智能照明本身对技术与设计的高门槛特性，市场上现有的专业智能照明设计师十分稀少，人才缺乏现象较为严重。

从消费端来看，全屋智能照明的技术发展远远快于消费者对市场的认识程度，大部分消费者仍停留在使用单品智能照明的阶段，同时定制化服务的高价格特点也导致消费者对场景化照明需求度不高。

供给端

生态链碎片化

- 各个协议，各个生态之间存在壁垒，缺少打通各家生态链的标准化协议，很难实现以消费者为中心。
- 各家生态链之间也在博弈，智能照明厂商和传统照明厂商之间也在博弈，各自结成战略联盟，消费者需要在各家生态链和品牌之间选择，很难做到互联互通。

缺少智能照明专业人才

- 设计师需要为消费者提供全屋智能灯光设计，而不仅仅是多灯设计，但国内目前一级和二级照明设计师人才仍较少
- 在智能照明的专业安装和售后上，人才技术门槛同样较高，而专业和长期的培训才可以充分满足消费者的需求。



需求端

消费者认知不成熟

- 大多数消费者对灯具的智能化需求仍停留在初级阶段，很多消费者安装了智能照明产品之后，激活率和使用率均较低
- 家用智能照明行业整体认为消费者教育成本较高，各家在渠道和营销方面的投入是否可以获得市场的充分反馈，还存变数。

智能家居渗透率低 定制服务需求起步

- 与国外相比，我国居住户型偏向标准化，设计师的设计空间较小，我国智能家居渗透率相对较低，导致智能照明定制需求还在起步。
- 智能家居渗透率还不是很高的情况下，依托智能照明定制提高消费者预算的难度也比较大。

家用智能照明：行业机会点

在保障系统稳定性的基础上，拓展实用的场景

01

确保系统的稳定性

无论是在智能家居领域，还是智能照明领域，**稳定性**都是第一位的。既要保证所有产品都可以在需要的时间**同时在线**，也需要确保关闭的时候**掉线率有保证**。尤其是一些大功耗产品如空调等，从app上点了关掉，但实际上没有完全关掉，这会造成家中能耗的浪费。

02

和其他家居产品的联动

品牌企业可以**寻求与生态链企业的合作**，智能家居企业可以利用其他家居品类齐全的优势，为消费者提供灯光，家电，窗帘，床品，安防，影音等全套的解决方案，**将灯光充分融入其他家居场景**，为消费者带来更多的场景和更好的使用体验。

03

主灯系列的智能调控

目前主流的产品是无主灯系列，但在**北方和一些低线城市**，**主灯依然是消费者选择的主流**。针对主灯的调光，冷暖以及对亮度等方面的调控也是市场中不可忽视的需求。

04

关注消费者的刚性需求

教育方面的**智能护眼台灯**，学习灯，对家长和孩子来说都是务实的需求：关注孩子学习，**保护孩子眼睛**。这样的产品投放到市场之后，更容易带来销量的提升。而下一个刚性需求的风口，也需要多次的研发和市场投放来验证。

05

关注健康照明的需求

模拟自然光的灯具产品，如青空灯，模拟蓝天，**追求自然光的效果**，是目前市场上的亮点产品。



行业咨询

- 市 场 进 入 为企业提供市场进入机会扫描，可行性分析及路径规划
- 竞 争 策 略 为企业提供竞争策略制定，帮助企业构建长期竞争壁垒



投资研究

- IPO行业顾问 为企业提供上市招股书编撰及相关工作流程中的行业顾问服务
- 募 投 为企业提供融资、上市中的募投报告撰写及咨询服务
- 商业尽职调查 为投资机构提供拟投标的所在行业的基本面研究、标的项目的机会收益风险等方面的深度调查
- 投后战略咨询 为投资机构提供投后项目的跟踪评估，包括盈利能力、风险情况、行业竞对表现、未来战略等方向。协助投资机构为投后项目公司的长期经营增长提供咨询服务

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。

联系我们 Contact Us

☎ 400 - 026 - 2099

✉ ask@iresearch.com.cn



企 业 微 信



微 信 公 众 号

版权声明

本报告为艾瑞制作，其版权归属艾瑞，没有经过艾瑞的书面许可，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，本报告只提供给消费者作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。



为商业决策赋能
EMPOWER BUSINESS DECISIONS