

安全感

场景化

智慧家居

用AI营造有安全感的家

—— 2021智慧家居趋势报告

CBNDATA × 创米小白

第一财经商业数据中心

——看得见的全屋智能——

© 2021 CBNDATA. All rights reserved.



目录 TABLE OF CONTENTS



Part1:

智慧家居2.0
从智能单品时代进入
智慧家居物联时代



Part2:

多样的“家”
需要“舒适、便捷、
安心”的AI来守护



Part3:

智造看得见的安全感
用AI打造美好家



Part4:

智慧家居趋势
总结与预测

智慧家居2.0
从智能单品时代
进入智慧家居物联时代

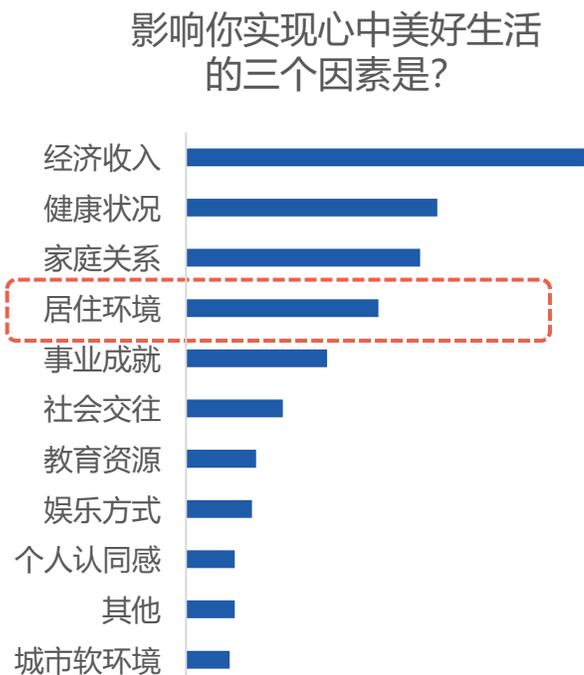


美好生活的追求，从打造一个幸福、智能、安全的家开始

随着国民人均可支配收入的不断提升，消费者对于美好生活的追求变得多样，其中居住环境的改善同样成为消费者实现美好生活的重要一环。消费者对家的畅想更加多元，“幸福感、智能化、安全感”等逐渐成为消费者心中对家期待。

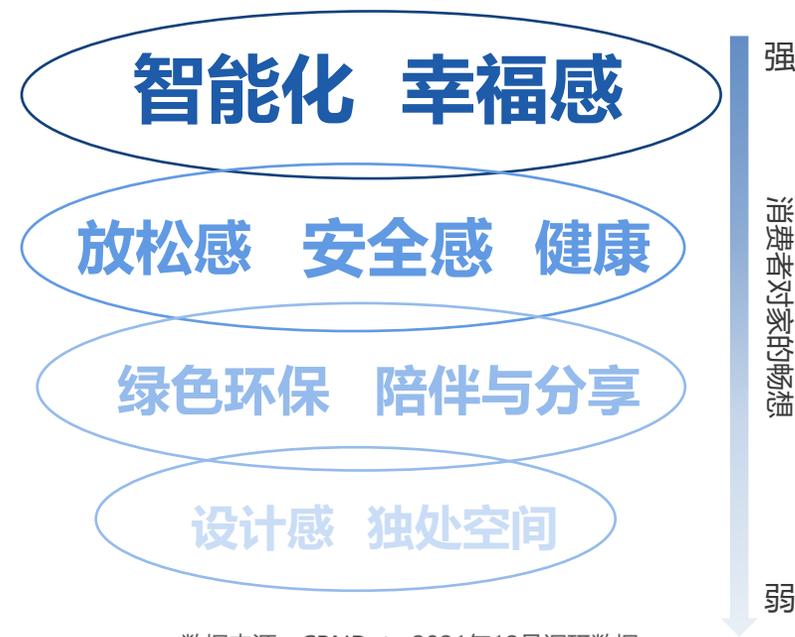


*2021H1:2021年上半年
数据来源：国家统计局



数据来源：《2021抖音美好居住观察报告》

当代消费者对家的畅想



数据来源：CBNData 2021年12月调研数据

数据说明：以下哪些词语更符合您对家的畅想？（多选）N=2,000

政策的利好以及资本的入局，助力智能家居市场进一步发展

智能家居作为物联网九大重点领域应用示范工程之一，随着国家十四五规划中提出大力发展智能家居相关产业，行业发展环境良好；同时资本接连入局赛道，驱动行业加快研发脚步，推动行业进一步发展。

“国家政策利好智能家居”

智能家居是物联网九大重点领域应用示范工程之一，国家政策为智能家居设备行业发展提供了良好的政策环境。

- 2010年
 - 将物联网作为国家首批加快培育的七个战略新兴产业，为智能家居行业发展提供机会
- 2012年
 - 智能家居首次写进五年规划，提出采用包括物联网在内的新技术改造升级传统产业，提高家居生活的智能化水平
- 2017年
 - 《物联网智能家居数据和设备编码》一定程度上对中国智能家居市场进行了规范
- 2020年
 - 新基建将加速数字化、智能化向传统产业渗透。5G、人工智能、云计算与大数据对智能家居行业深度渗透与结合应用
- 2021年4月
 - 印发《关于加快发展数字家庭 提高居住品质的指导意见》加快发展数字家庭，提高居住品质

数据来源：前瞻产业研究院

“资本入局推动智能家居进一步发展”

截止2021年四月末，国内智能家居行业投融资事件达到了26起，投融资金额达到了25.99亿人民币，智能家居赛道风起云涌。

投融资事件举例

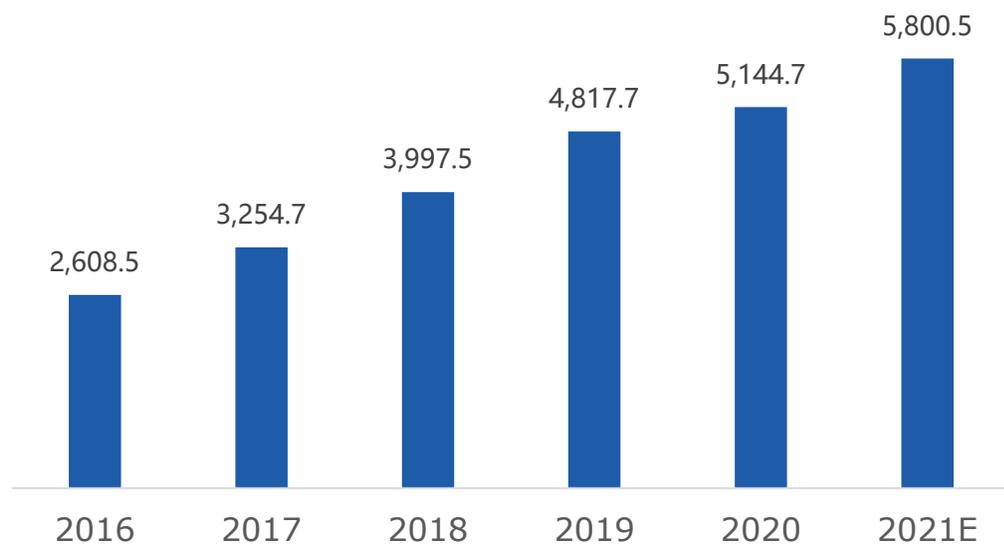
时间	事件	融资阶段
2020年12月	UIOT超级智慧家	C轮融资
2021年2月	杭州控客	—
2021年4月	上海创米科技	B轮融资
2021年7月	LifeSmart云起	C2轮融资

数据来源：企查查、前瞻产业研究院整理

近年来智能家居市场发展态势迅猛，线上家居品牌增长迅速

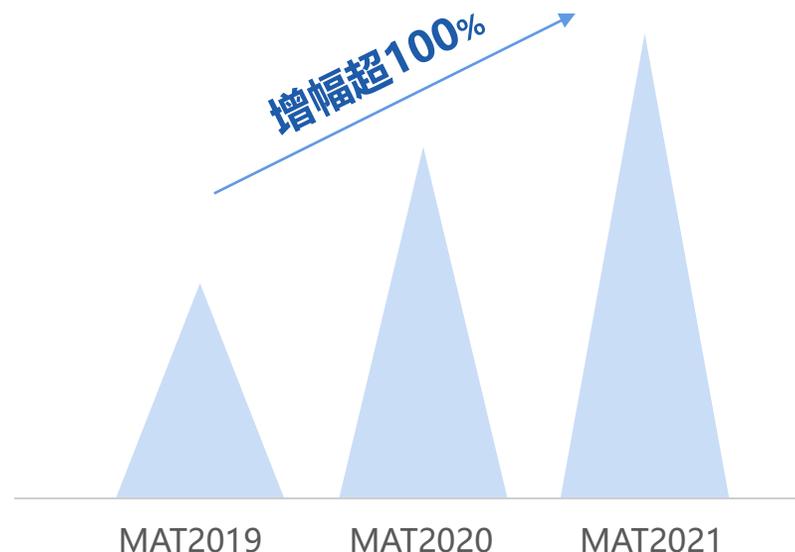
近年来，随着消费者对生活品质要求的不断提升，智能化产品逐渐走入大众家庭，推动智能家居市场规模不断扩大，新晋智能家居品牌纷纷入局赛道，为消费者提供更加舒适、安心的智能家居产品成为首要目标。

2016-2021年中国智能家居市场规模统计（亿元）



数据来源：CSHIA Research，中商产业研究院整理

MAT2019-MAT2021天猫平台智能家居品牌数量走势



数据来源：《2021天猫家装行业消费趋势白皮书》

下沉市场对智能家居需求增长，智能家居需求从尝鲜期进入早期大众

从语音交互到视觉触控，智能家居产品开始逐渐走入下沉市场。据天猫双十一数据显示，大促首日五线及以下城市的智能家居家装销售额同比增长61%，智能门锁、智能投影仪等成热门单品。下沉市场对智能家居消费逐渐觉醒，智能家居需求从尝鲜期进入早期大众阶段。

智能化产品向下沉市场爆发

天猫精灵智能生态数据显示，2021天猫双11首日，**五线及以下城市的智能家装销售额同比增长了61%**，智能门锁、投影仪、擦窗机器人、洗碗机、智能取暖器、燃气热水器是今年成交最火爆的IoT品类。

数据来源：公开资料整理

2020年天猫精灵IoT产品的使用者同比增速



数据来源：《2020年下沉市场智能家居消费洞察》

智能家居产业发展蓬勃，各个行业巨头纷纷瞄准赛道发力

智能家居赛道发展蓬勃，其产品覆盖范围涉及传统IT，家电、家居，乃至安防、照明等多个产业，吸引家装、家电、互联网、房地产等行业巨头公司纷纷瞄向智能家居赛道，加快布局线下门店脚步，抢占智能家居市场。

家装行业

尚品宅配

整装新趋势，智创新格局

尚品宅配落地BIM整装形象店，联手创米科技，共同探索智能家居与整装行业的深度融合。



家电行业

海尔智家

5+7+N全场景智慧生活

行业首创的“一站式定制智慧家”三翼鸟平台；仅2021年上半年，三翼鸟体验中心001建成382家。



*5: 智慧厨房、智慧客厅等五大家庭空间
7: 全屋洗护、全屋安防等七大全屋解决方案
N: 不同方案个性化定制

互联网行业

华为

1+2+N全屋智能解决方案

10月30日，有多家华为全屋智能授权体验店开业，覆盖北京、武汉、南京等多市，预计年底将覆盖全国50+家城市；



*1: 一套全屋AI
2: 全屋PLC控制总线+Wi-Fi 6+
N: 照明智控、安全防护、影音娱乐等

房地产行业

恒大

全屋智能家居，超级空间2.0

恒大星络家居宣布，计划两年内全国建立500家品牌旗舰店并招募2000位城市合伙人，加快对智能家居行业的布局。



数据来源：公开资料整理；图片来源于网络

智能家居市场逐渐从以单品为核心向以场景为核心阶段发展

现阶段智能摄像头、智能音箱、智能门铃等家居单品层出不穷，构成了当下以智能单品为核心的智能家居体系。而随着物联网技术的不断发展，整体智能家居市场发展会不断打破场景边界，形成以人工智能为核心，智能单品为纽带的多场景全屋智能家庭体系，打造美好理想生活。

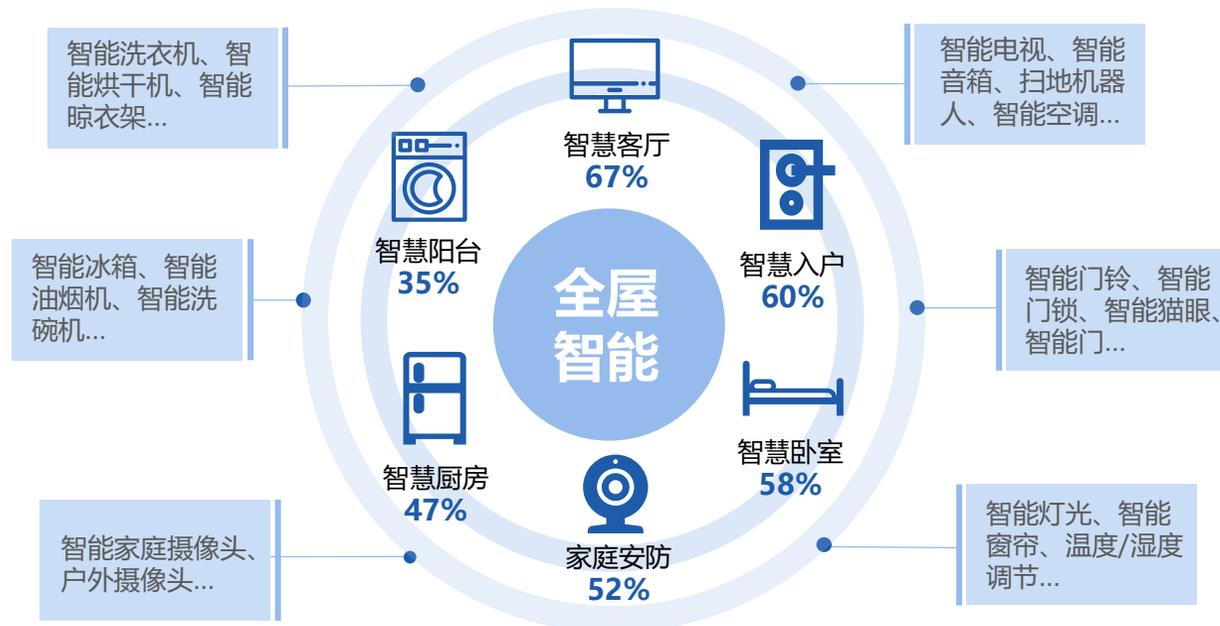
智能家居单品层出不穷



数据来源：《2020年智能家居行业研究报告》

数据说明：消费者使用智能家居单品情况调查

多场景智能单品构建全屋智能家庭体系



数据来源：CBNDATA 2021年12月调研数据

数据说明：您最希望在以下哪些场景使用智能家居产品？N=2,000

全屋智能家居需求升级，打造美好理想生活

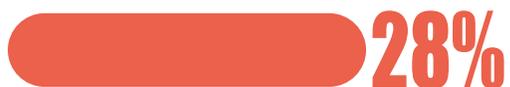
据调查数据，现阶段有超六成消费者更青睐购买智能家居单品，相较于全屋智能定制，智能单品凭借低单价、高迭代、高试错空间等特点，更容易被消费者种草。同时消费者需求仍不断升级，其中有将近40%的消费者表示，虽然现阶段处于智能单品体验期，但未来仍想要尝试全屋智能系统。

现阶段消费者对智能家居产品购买意愿调查

更青睐购买智能家居单品



更青睐定制全屋智能系统



不打算买任何智能家居产品



数据来源：CBNData 2021年12月调研数据

数据说明：您现阶段对于智能家居产品的购买意愿如何？（单选）N=2,000

未来消费者对全屋智能家居产品购买意愿调查

39.5%

目前正在体验智能单品，但是未来想要尝试全屋智能



数据来源：CBNData 2021年12月调研数据

数据说明：您未来对智能家居体验有什么想法？（单选）N=2,000

PART 02

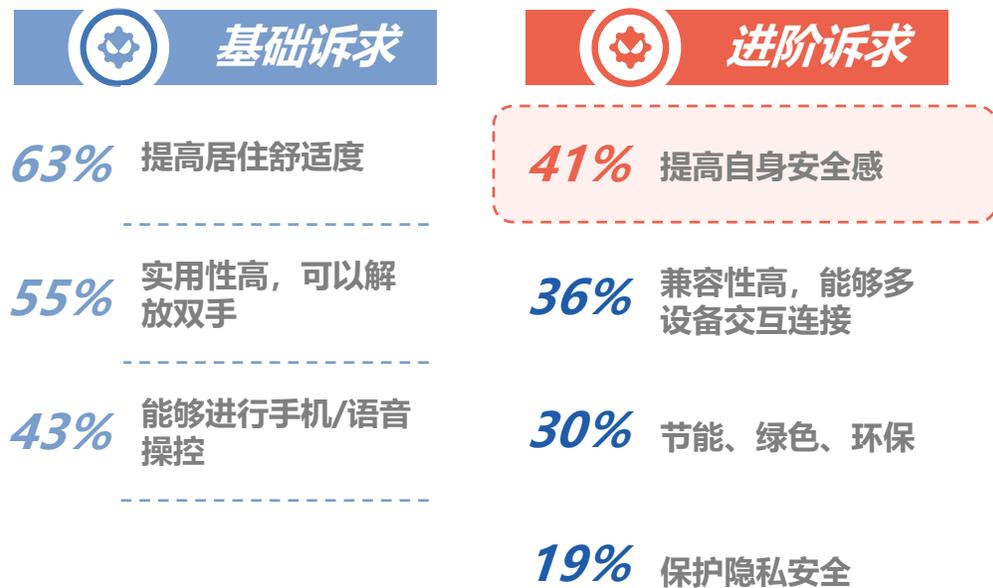
多样的“家”
需要“舒适、便捷、
安心”的AI来守护



守护家的安全感逐渐成为智慧家居的一个重要功能

在满足居住舒适性以及解放双手的基本需要之外，消费者对于智慧家居提出了更多的诉求，其中有超过40%的消费者把是否能提升安全感纳入理想智慧家的重要考量。对于消费者而言，安全感体现在生活的方方面面，外出时能够随时查看家中的情况、时刻记录孩子的成长瞬间、独处时自由安全的空间，都是安全感最真实的体现。

消费者心目中的理想智慧家居调查



数据来源：CBNData 2021年12月调研数据

数据说明：您理想中的智能家居会满足您哪些需求？（多选）N=2,000

消费者对理想智慧家的安全感体现



数据来源：CBNData 2021年12月调研数据

数据说明：您认为智能家居能满足哪些您对安全感的需求？（多选）N=813

细分不同家庭结构，养宠一族/有娃家庭对安全感诉求更强烈

细分不同的家庭结构对理想智慧家居的偏好，居住舒适性以及智慧家居对解放双手的实用功能仍是主要的诉求，其次延伸出更多技术连接以及打造安全感的需要，而其中养宠一族及有娃家庭人群对安全感的诉求更加强烈。

细分不同家庭结构对理想智慧家居偏好TOP5调查



数据来源：CBNData 2021年12月调研数据

数据说明：您理想中的智能家居会满足您哪些需求？（多选）N=2,000
大数据·全洞察

“智能化体验+情感化诉求” 构建起智慧家居生活体系

- 解放双手
- 手机操控
- 语音交互

...

智能
体验

智慧
体系

情感
诉求

- 安全感
- 陪伴感
- 幸福感

...

PART
03

智造看得见的安全感 用AI打造美好家



智慧家居体系正不断向家庭的各个场景延伸

智慧体系的升级，不仅为我们的家居生活提供了更多的便利性，也提供了更高的安全感。从智慧入户开始、智慧看护场景的应用、到地面清洁新风换氧等环境安全的保障、乃至厨房及阳台场景下的除菌净味功能的应用，智慧家居的发展正从各个方面守护家庭安全与健康。





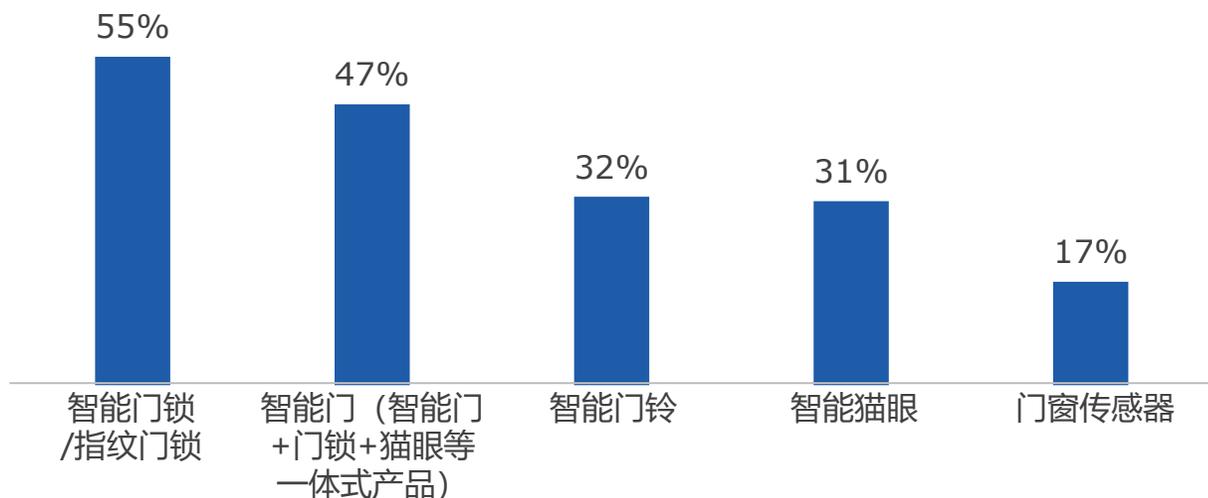
3.1 住有所“安”

从一道门开始，守护家的安全感

守护入户安全，智慧入户细分品类购买需求凸显

家是无论何时都能抚慰心灵的避风港，对于每个人而言都至关重要。作为归家入户的第一道保障，消费者对于智能门锁/指纹门锁以及智能门品类购买意愿强烈。细分到不同家庭结构中，养宠一族、独居青年、有娃家庭群体对入户安全场景则更为关注。

消费者青睐的智慧入户单品调查



数据来源：CBNDATA 2021年12月调研数据

数据说明：您更青睐购买以下哪些门窗类智能单品？（多选）N=1,206

细分不同家庭结构对智慧入户安全偏好调查 (TGI>100)



数据来源：CBNDATA 2021年12月调研数据

数据说明：TGI=不同家庭结构人群对入户安防偏好占比/整体人群对入户安防偏好占比*100，TGI>100表示偏好

内心的孤独由宠物来慰藉，居住的安全由AI来守护

对于养宠一族来说，宠物的陪伴能够慰藉内心的孤独，获得精神上的安全感。同时他们在理想家居的期待上，同样表现出对安全感的强烈诉求，在智慧入户安全单品中，他们更青睐选择智能门锁/指纹门锁、智能门铃、智能猫眼等守护居住的安全。

养宠一族人群特征

00后、95后及女性为主

一线及新一线
地域人群为主



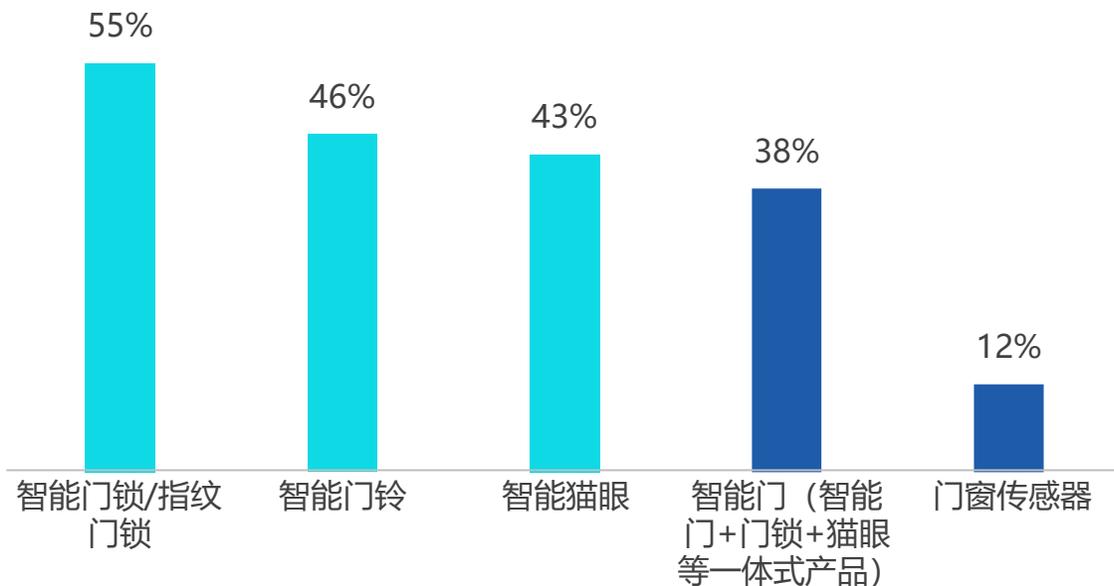
超过九成宠物主出于增添情趣、解压、排解孤独等情感动机选择饲养宠物。

——艾瑞咨询《2021中国宠物消费趋势白皮书》

数据来源：外部资料整理+CBNData 2021年12月调研数据

数据说明：您当前的家庭结构是？ N=336

养宠一族青睐购买的智慧入户单品



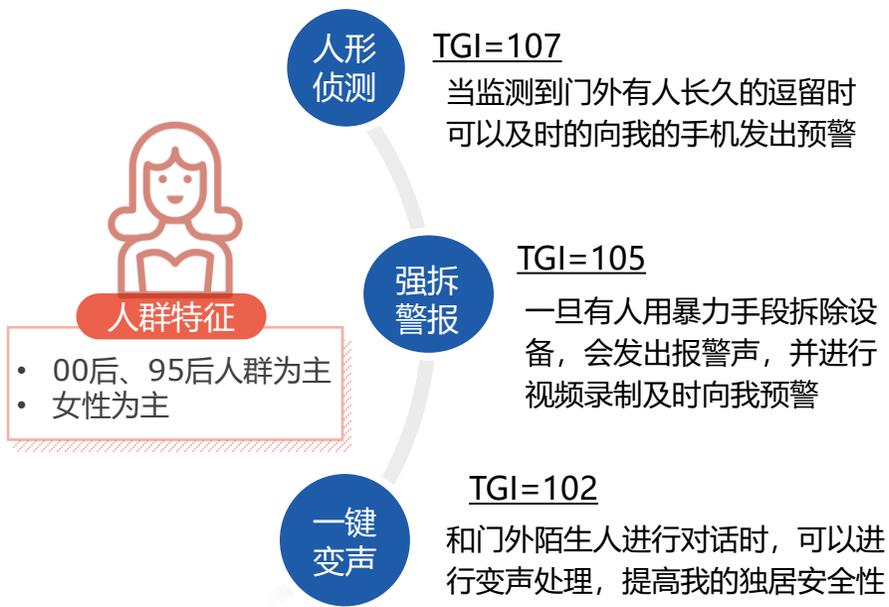
数据来源：外部资料整理+CBNData 2021年12月调研数据

数据说明：您更青睐购买以下哪些门窗类智能单品？ N=219

门前动态全掌握，独居青年对入户安全功能更上心

在媒体高速化发展的时代，居住安全类的社会新闻传播速度越来越快，刺激消费者不断提升自我保护意识。其中以00后、95后、女性为主的独居青年群体对于入户安全则更为上心。同时品牌也不断迭代入户产品功能，推出AI人脸识别、人形侦测、异常报警、一键变声等功能，满足特殊场景需求，全方位守护独居安全。

独居青年对守护入户安全产品的三大诉求



数据来源：CBNData 2021年12月调研数据

数据说明：TGI=独居青年人群功能偏好占比/整体人群功能偏好占比*100，TGI>100表示偏好

2021双11当日淘宝智能门铃/可视门铃店铺交易指数排行TOP3

品牌不断迭代产品功能满足独居消费者诉求

产品示例

小白智能视频门铃

- 人体红外感应
- AI人脸识别
- 多重防丢防拆报警
- 一键变声
- ...

- 360官方旗舰店
- 小白智能家居旗舰店
- 萤石官方旗舰店

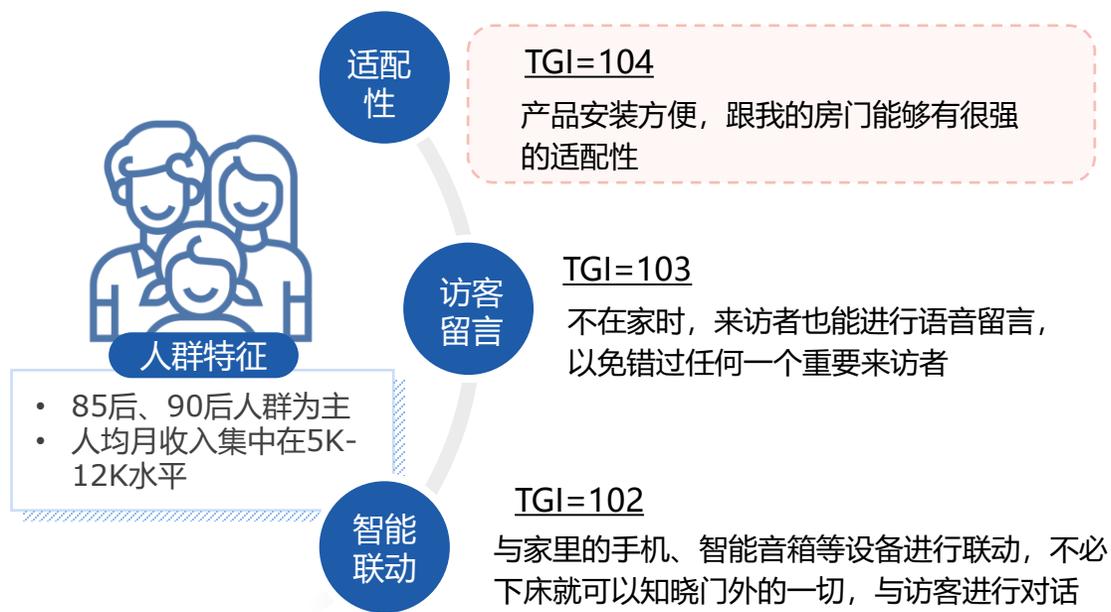
数据来源：生意参谋；2021年11月11日店铺交易指数排名

*交易指数：统计时间内，根据产品交易过程中的核心指标如订单数、买家数、支付件数、支付金额等，进行综合计算得出的数值，不等同于交易金额

用一道门开启智慧家，有娃家庭对产品适配性要求高

以85后、90后为主的有娃家庭消费者，则更加在意入户智能产品与门的适配性、安装方便、多设备互联是他们的主要偏好的产品功能。在此场景下，集门锁、门控、门体板材于一体的智慧门产品受到消费者青睐。

有娃家庭对守护入户安全产品的三大诉求



数据来源：CBNData 2021年12月调研数据

数据说明：TGI=有娃家庭人群功能偏好占比/整体人群功能偏好占比*100，TGI>100表示偏好
大数据·全洞察

有娃家庭人群，在考虑智能安防产品基本功能之外对于智能家居产品与家装结构的一体化诉求逐渐凸显

产品示例

小白智慧门

- 入户门/门控/门锁一体化设计
- 米家智能互联
- 逗留警报、远程通话
- 24h无惧断电
- 精工门板、防爆冷轧钢板
- ...



数据来源：外部数据整理



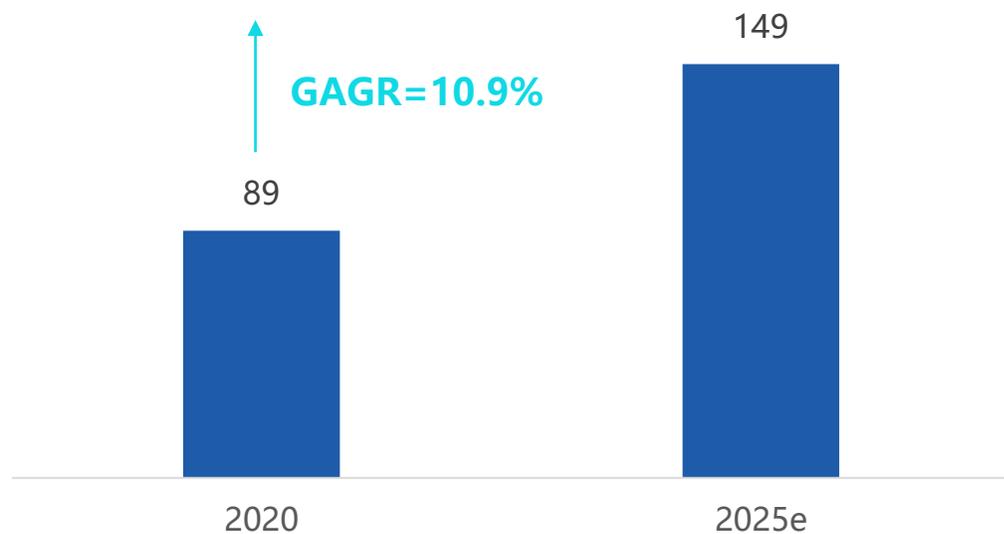
3.2 住有所“伴”

家庭看护向多场景延伸，使陪伴无处不在

家庭看护产品更加细化，智能网络摄像头仍是最受青睐看护单品

随着中国家庭摄像头市场规模不断发展成熟，智慧看护类产品也越来越细化，出现了如针对婴幼儿看护的专业宝宝监控器，以及针对宠物行为跟踪的智能宠物监控等。而作为家庭智慧视觉的核心产品，智能网络摄像头仍是现阶段最受消费者青睐的看护单品。

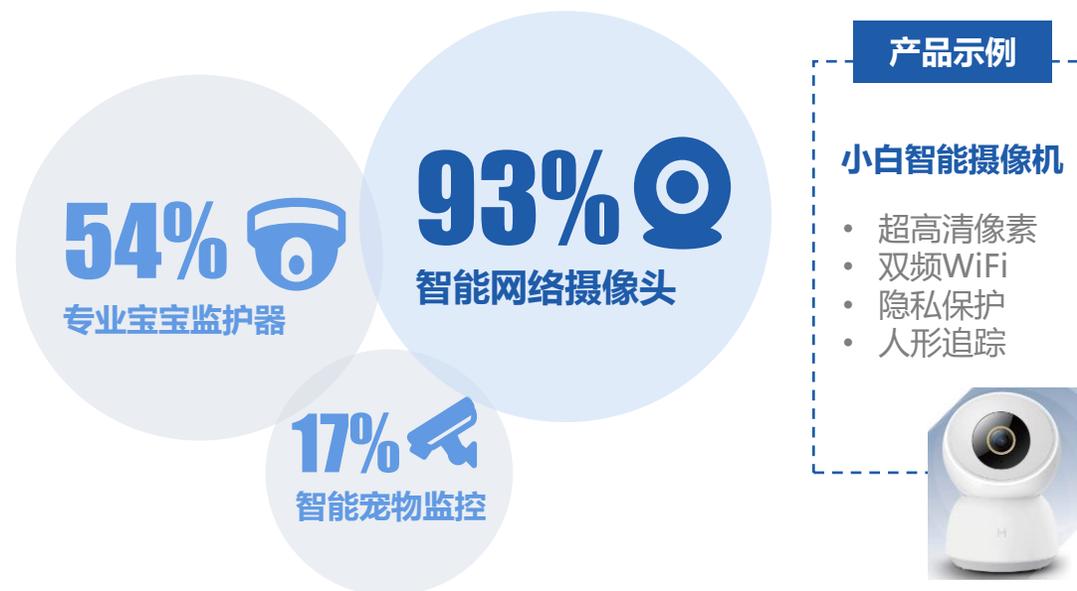
2020-2025年中国家用摄像头市场规模
(单位：亿元)



数据来源：艾瑞咨询《2021年中国智能家居行业研究报告：智能视觉篇》

数据说明：GAGR年复合增长率= (现有价值/基础价值)^(1/N) - 1

消费者青睐的智慧看护单品调查



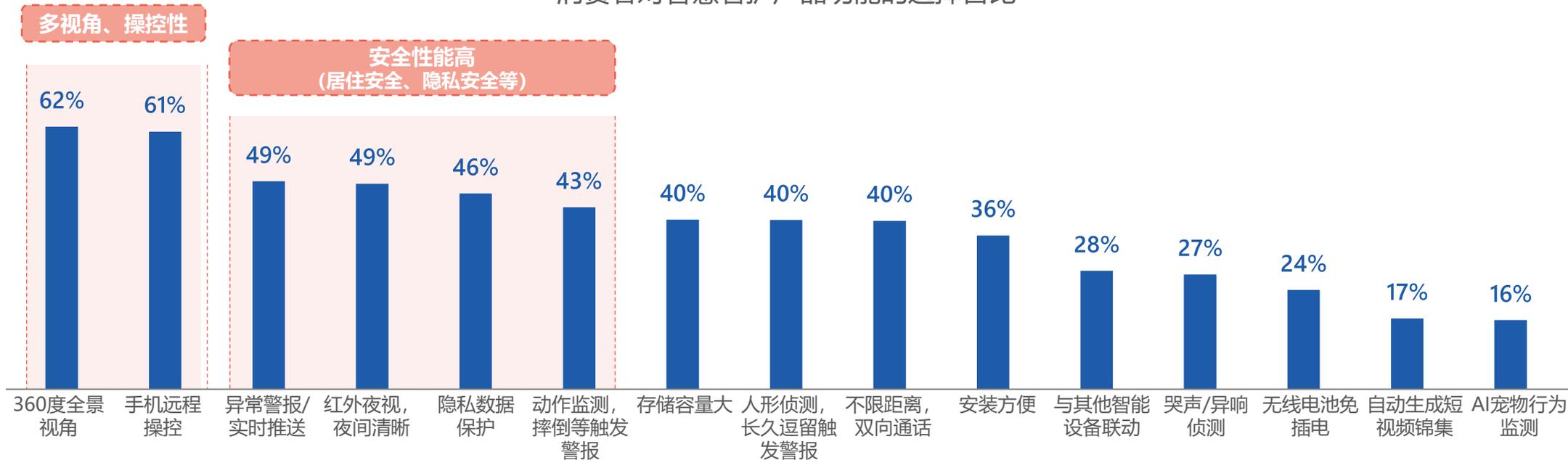
数据来源：CBNDATA 2021年12月调研数据

数据说明：您更青睐购买以下哪些智能摄像头单品？（多选）N=1,034

可操控性/安全性诉求集中，双向语音/交互连接等多元诉求逐渐被提出

消费者对于看护产品的功能诉求也越来越多元。多视角、可远程操控以及对居住安全、隐私安全的诉求高度集中，其次双向语音、交互连接、哭声/异常侦测、AI宠物行为侦测等应对不同看护场景下的多元诉求接连被提出。

消费者对智慧看护产品的选择占比

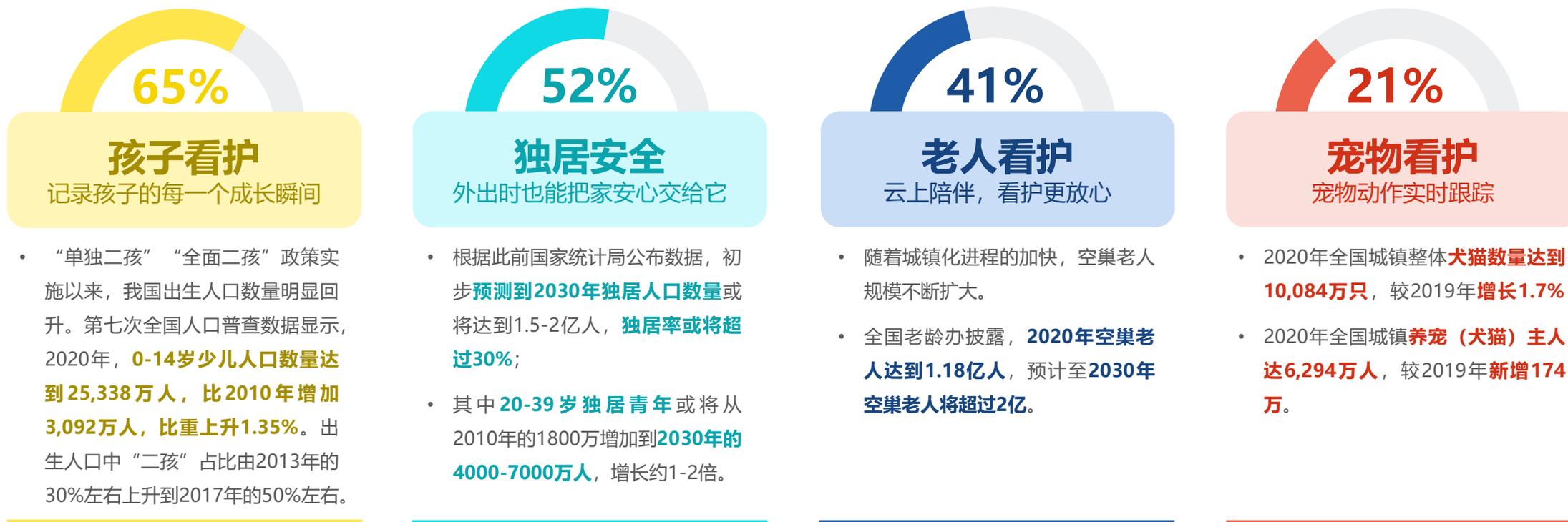


数据来源：CBNData 2021年12月调研数据

数据说明：您在购买智能摄像头单品时，看重哪些产品功能？（多选），N=1,034
大数据·全洞察

家庭看护向多场景延伸，老人看护/宠物看护走入家庭陪伴场景

随着社会生活方式的变迁，当下家庭结构不断变化，有娃家庭、独居青年、空巢老人、有宠家庭规模不断扩大。多样化的家庭结构同样对家庭看护与陪伴提出诉求，孩子看护及独居防护仍是现阶段主要看护场景，老人看护、宠物看护则逐渐走入家庭看护与陪伴场景。



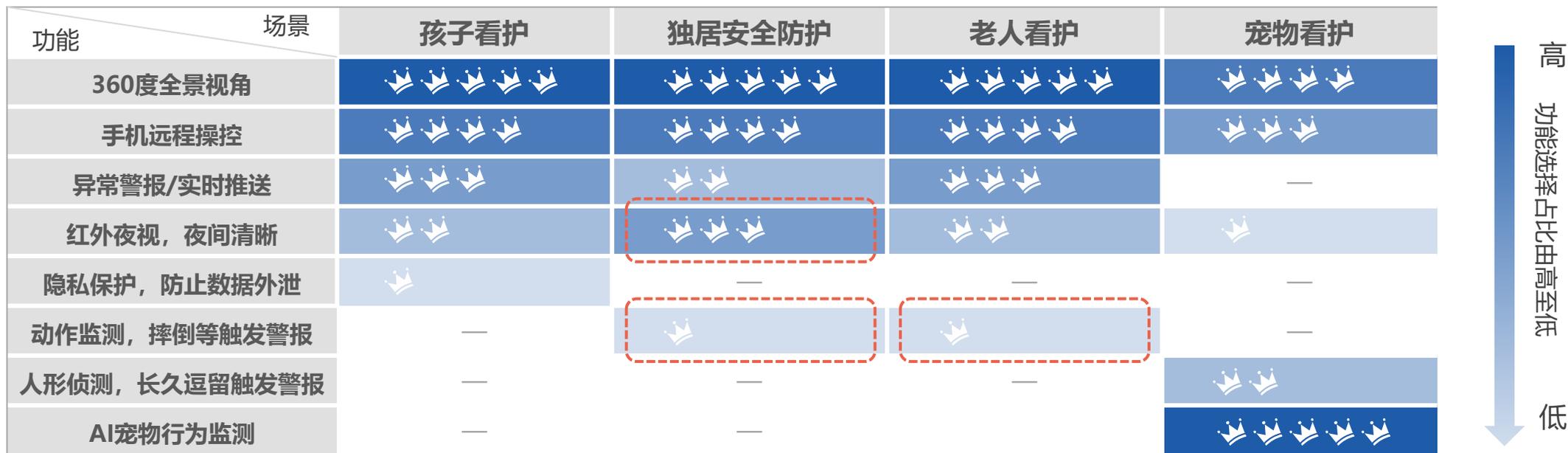
数据来源：CBNData 2021年12月调研数据、国家统计局、《新独居时代报告》、《2020中国宠物行业白皮书》、外部公开资料整理

数据说明：您一般在什么情况下使用智能摄像头单品？（多选）N=1,034
大数据·全洞察

夜间安全防护功能备受独居者关注，摔倒预警功能对老人看护至关重要

不同家庭结构对于智能网络摄像头的看护功能偏好具有一定差异，独居群体对于夜间安全防护具有更强烈的诉求，对红外夜视功能偏好高于其他；同时，伴随着各类家内跌倒意外事件的发生，独居防护及老人看护场景下对于看护产品所具备的动作监测、摔倒警报等功能更为关注。

不同场景下消费者对智能网络摄像头功能的选择偏好TOP5



数据来源：CBNData 2021年12月调研数据

数据说明：您在购买智能摄像头单品时，看重哪些产品功能？（多选）
大数据·全洞察



3.3 住有所“康”

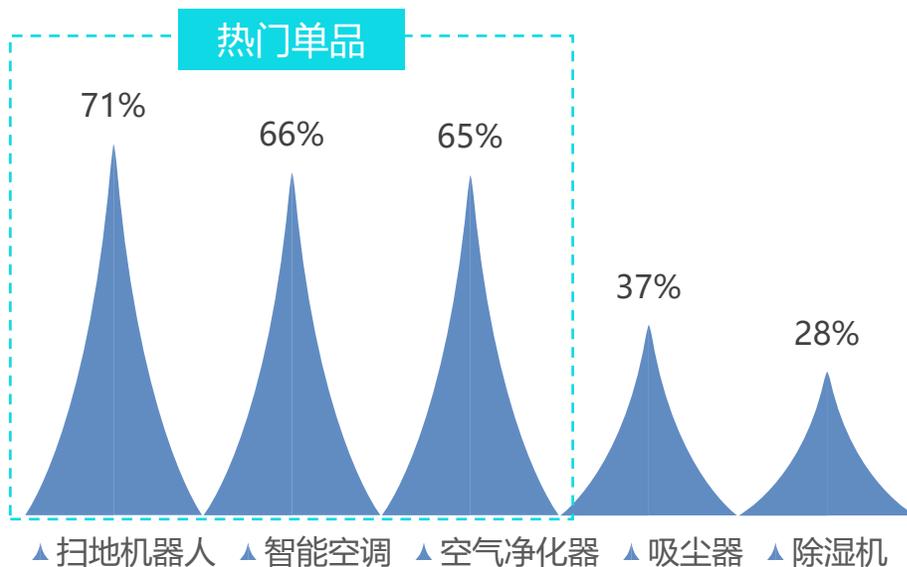
健康安心的住所，由AI守护

扫地机器人成智慧客厅热门单品，守护90后“懒系”智慧生活

智慧家居设备步入客厅领域，扫地机器人、智能空调、空气净化器成为热门单品。其中具备“懒宅属性”，热衷于解放双手，爱尝鲜爱打卡的90后年轻群体对于智慧客厅单品具有较强的偏好度。

智慧客厅
智慧厨房
智慧阳台

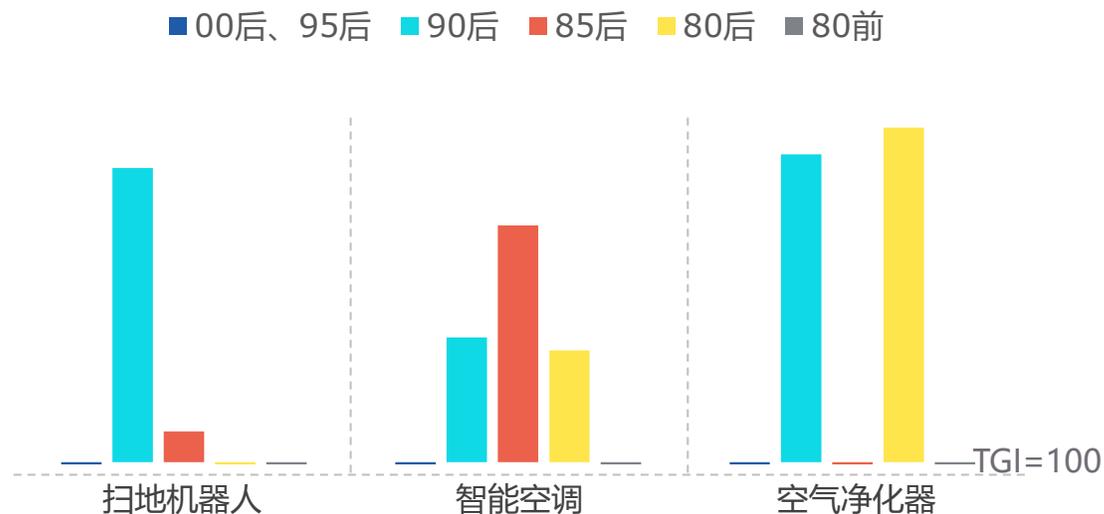
消费者青睐的智慧客厅单品调查



数据来源：CBNData 2021年12月调研数据

数据说明：您更青睐购买以下哪些符合客厅场景的智能单品？（多选）N=1,739

不同年龄层消费者对智慧客厅产品偏好分布 (TGI>100)



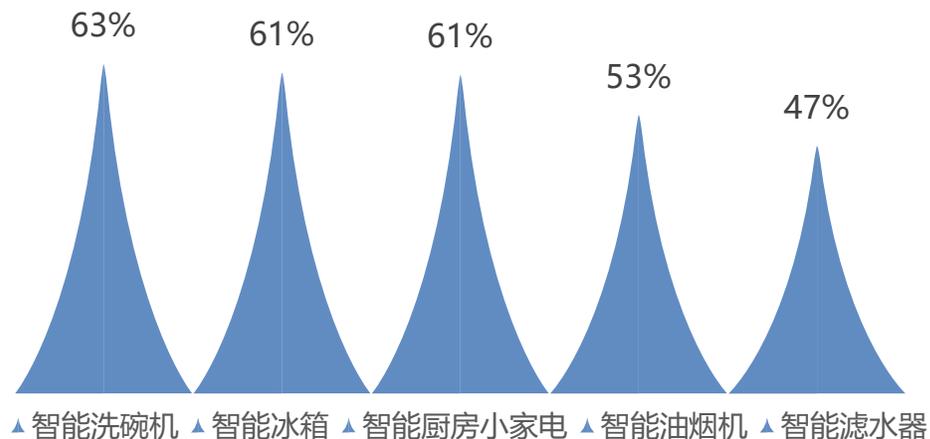
数据来源：CBNData 2021年12月调研数据

数据说明：TGI=不同年龄人群产品选择占比/整体人群产品选择占比*100，TGI>100表示偏好
大数据·全洞察

守护家居饮食健康安全，养宠一族对食材除菌更关注

智能洗碗机、智能冰箱抢占厨房一席之地，厨房小家电紧随其后成为智慧厨房热门单品。细分不同家庭结构消费者对于功能的偏好，独居青年及养宠一族对智慧厨房单品与其他设备的联动性功能更为偏好，而养宠一族受到一定宠物饲养以及生活环境消毒除菌的影响，他们对于除菌功能更关注。

消费者青睐的智慧厨房单品调查

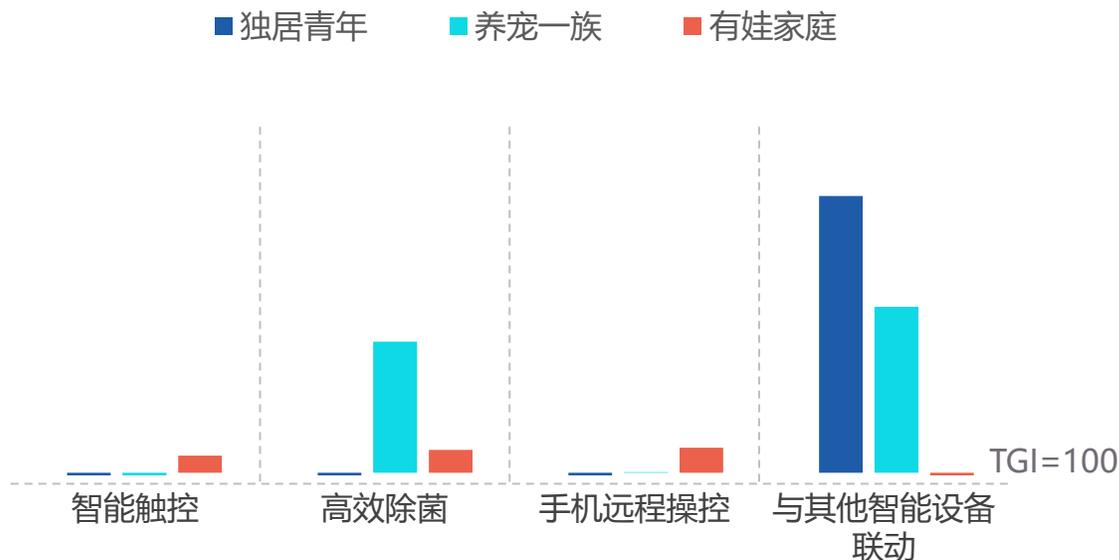


数据来源：CBNData 2021年12月调研数据

数据说明：您更青睐购买以下哪些厨房智能单品？（多选）N=930

不同家庭结构消费者对智慧厨房产品功能偏好分布

(TGI>100)



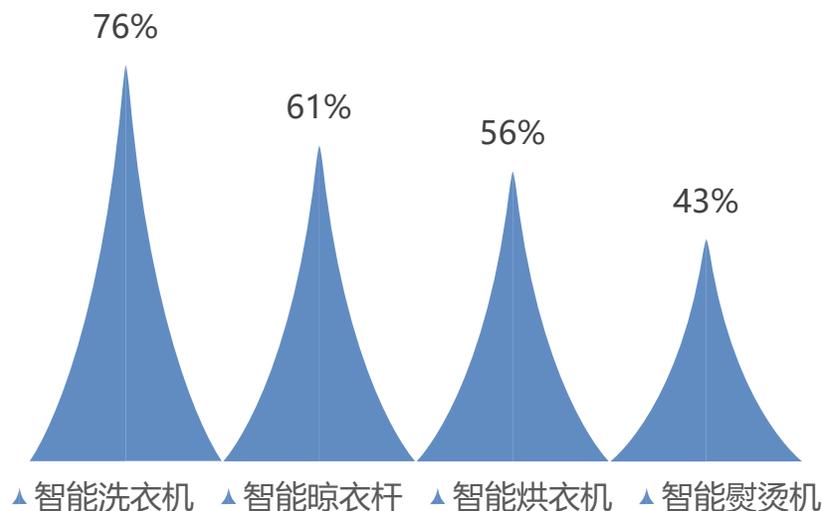
数据来源：CBNData 2021年12月调研数据

数据说明：TGI=不同家庭结构人群产品功能选择占比/整体人群产品功能选择占比*100, TGI>100表示偏好

阳台产品向智能化进阶，女性扛起“除菌大旗”，男性更关注技术功能迭代

阳台机洗产品向智能化迭代，新兴智能晾衣杆产品逐渐走进阳台空间。对于阳台机洗产品的功能偏好，不同性别消费者之间具有明显差异。女性消费者着重关注衣物的干净卫生，对除菌除螨功能十分青睐，而男性消费者则对远程操控、多端交互等技术迭代功能表现出更大的兴趣。

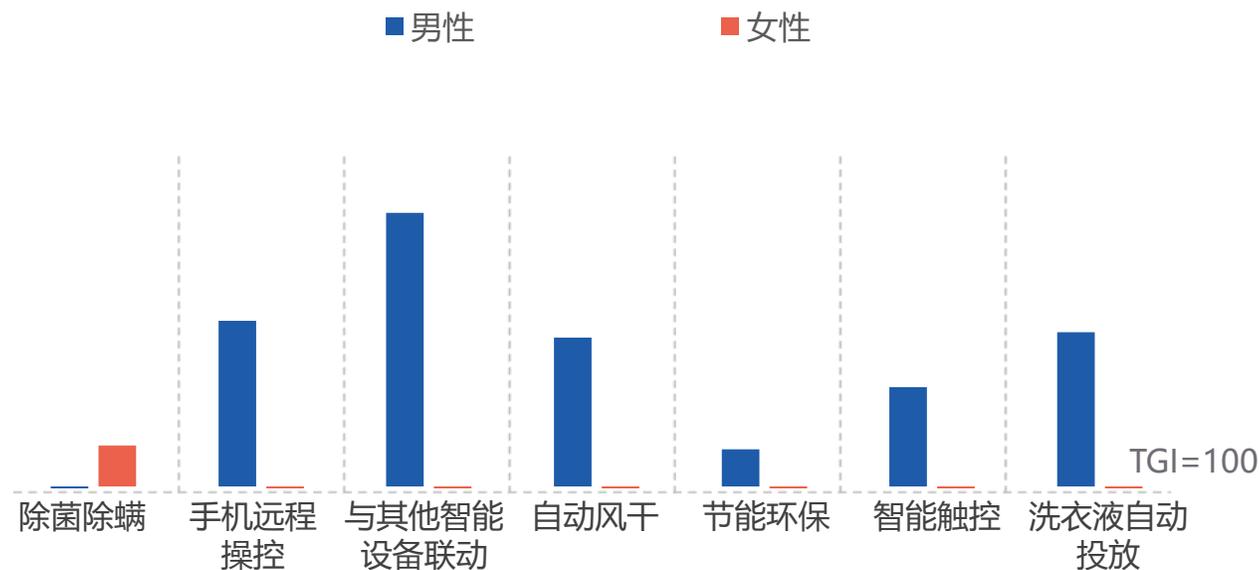
消费者青睐的智慧阳台单品调查



数据来源：CBNData 2021年12月调研数据

数据说明：您更青睐购买哪些阳台智能单品？（多选）N=706

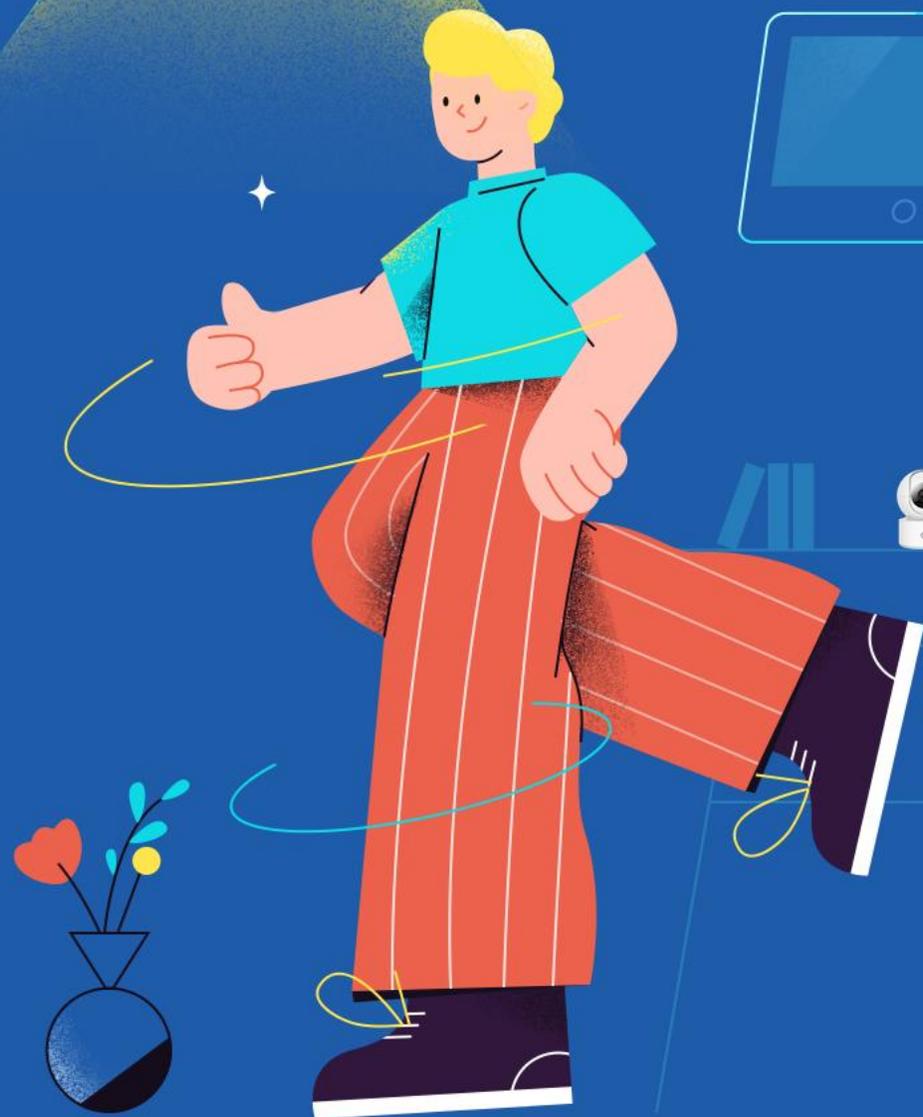
不同性别消费者对智慧阳台产品功能偏好分布（TGI>100）



数据来源：CBNData 2021年12月调研数据

数据说明：TGI=不同性别人群产品功能选择占比/整体人群产品功能选择占比*100，TGI>100表示偏好
大数据·全洞察

智慧家居趋势 总结与预测



家作为每个人的港湾，安全安心舒适是始终不变的需求

对于当代国民来说，家不仅仅是一个方方正正的空间，更是一个情感的寄托。在快节奏的生活里，需要安放疲惫的身体，更需要承载浮躁的灵魂。同样，宜居的家同样离不开对安全、安心、舒适的需求，随着智慧家居不断走入家庭，守护家庭安全感、灵活解放双手、提升居住舒适度功能被无限放大。

新时代的家不变的三大关键词

安全

安全感

智慧家居产品不断走入家庭场景，从入户安全、看护安全、逐渐渗透到饮食安全、环境安全等，全方位守护家庭安全与健康。

安心

智能“保姆”

智慧家居产品满足了当下消费者对于解放双手的实用性诉求，在繁忙工作中摆脱烦心家务事的困扰。

舒适

居者优其屋

美好生活需要居住品质的加持，智慧家居的发展打破传统居住边界，满足国民对居住舒适性的需求。



家居物联场景升级，智慧产品生态链从单品化向联动一体化发展

伴随着5G、物联网技术的升级发展，智慧产品生态链体系逐渐从以单一产品为核心步入以多元场景为核心、智慧产品为纽带的联动一体化阶段，通过产品设备之间的兼容交互，提升用户在不同场景下的体验感。在未来，随着AI学习技术的升级，智慧产品生态体系将进一步向以人为本的AI智慧全屋体系迈进。



1.0 智慧单品应用 阶段

以技术为导向，智慧单品为核心，通过手机操控、语音指令等方式完成工作，达到为用户解放双手目的，但设备之间兼容性较弱，各个产品生态较为独立。

2.0 联动一体化 阶段

随着5G、WiFi、物联网技术的进一步发展，智慧家居场景步入以场景为中心，智能单品为纽带的智能互联阶段，单品之间具备强兼容性和交互性，通过场景之间的联动协同构建全屋智慧家居体系。

3.0 AI智慧全屋 阶段

未来，伴随着人工智能主动学习技术的升级，智慧产品生态链将形成以人为核心，满足用户的交互需求及情感需求，构建全面的AI智慧全屋体系。

理想居住需求进阶，科技和家居家装正在无缝融合

长期来看，随着科技与家居家装不断融合，装修与智能家居的一体化设计将成为新的趋势，在智能设计+智能制造+智能交付的技术加持下，最大限度打通前端家装设计定制与后端智能家居安装的壁垒，满足消费者对于智能化与定制化并存理想居住空间的畅想。

理想居住 发展趋势

智能化与定制化并存理想居住空间

科技与家居家装无缝融合，打通前端家装设计定制与后端智能家居安装



数智赋能BIM整装，开启行业新赛道

2021年6月，尚品宅配宣布与创米科技达成战略共识，将全屋智能解决方案融入到BIM整装系统，开启智能家居赛道新模式，为用户提供包括全屋智能在内的全屋整装+定制+配套一体化的解决方案。



尚品宅配BIM技术模型屋



尚品宅配 X 创米科技
全屋智能体验空间

*BIM (建筑信息模型)：通过数字化技术1:1提前模拟家装过程，通过可视化让消费者提前了解家装结果，并通过AI优化模型，提前发现及规避在实际施工中可能存在的隐患

资料来源：公开资料整理

跨界智能和家装，家居新物种“智慧门”或成下一个风口

伴随着智能与家装的跨界合作，由创米小白率先提出的“智慧门”这一新物种，重新定义智能家居入户产品，实现门锁、门控和门体的一体化整合，并且基于物联技术加持，联动多款智能单品实现场景联动协同。这一家居新物种，将传统门业与智慧入户安防完美融合，或将成为下一个风口。

“智慧门”产品示例



资料来源：图片来源于公开数据收集



全天候可视系统

- 配备智能猫眼系统
- 超清触摸屏，高清夜视
- AI人脸识别，分辨陌生人
- 手机远程查看
- 异常推送，录制报警视频



精工门板，真材实料

- 冷轧钢板结合不锈钢精铸工艺
- 超厚门板，抵御暴力拆门



24小时无惧断电

- 定制化供电模块
- 大容量超级电容
- 自带备用电源，应对突发停电



智能入户系统

- 兼容性高，支持连接多个智能设备
- 特殊电磁设计，防小黑盒攻击
- 多重防御体系
- 防撬/防劫持/防试错报警
- 3秒自动锁门

资料来源：公开资料整理

DATA COVERAGE 数据说明

■ 数据来源：CBNData 调研数据、公开资料整理

具体指标说明：

CBNData 调研数据

- 投放对象：为保证研究质量，甄别曾经使用过智能家居产品的一线、二线、三线、四线及以下城市人群为有效样本；
- 样本数量：N=2,000
- 性别配额：男性：女性=1：1

为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

COPYRIGHT DECLARATION 版权声明

■ 本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

ABOUT US 关于我们

报告作者：胡文静、魏宇彤

视觉设计：王胜楠

联系我们：Data@cbndata.com

商务合作：BD@cbndata.com

加入我们：JOB@cbndata.com

■ 第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心（CBNData）隶属于上海文化广播影视集团（SMG），是国内领先的消费研究机构及数字化增长服务商，致力于洞察消费行业前沿动态，提升企业品牌的运营及决策效率。

CBNData以跨领域数据库为核心竞争优势，充分发挥全媒体势能，以AI技术为驱动，以多元场景为延展，面向品牌企业全面输出数据应用、内容运营、整合营销、销售转化等数字化增长服务。业务场景已覆盖传统零售与电商、互联网消费、内容社交、医疗教育、金融理财等多领域。

FOLLOW
US
关注我们

更多数据 扫码关注



CBNDATA官网



创米科技

CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察

