

经济日报携手京东发布数据——

数字化助力安防行业发展

在这里读懂中国消费



说数

□ 本期点评 陆飞

近年来，随着人们安全意识的进一步提升，安防产品愈来愈受关注。特别是在互联网、大数据、人工智能等产业深度融合的大背景下，越来越多的智能安防产品走进千家万户，成为推动安防行业高质量发展的助推器。

快速融入智能家居体系。当传统家电企业还在寻找融入智能家居消费的切入点时，安防企业凭借产品特点，早已拥有了准确的着力点——安全。当前，许多安防企业通过数字化赋能，形成了包括家庭监控、智能门禁、防盗报警等功能在内的家庭安全防控体系，各具特色的智能安防产品有效解决了消费者的居家安全问题。但值得注意的是，市场上各类智能安防产品仍存在互不兼容、质量标准不统一的问题。建议各部门加快完善相关政策，建立行业标准体系，规范家庭安防产品的质量标准，从而推动安防产品向智能化、数字化方向迭代升级。

下沉市场消费潜力巨大。从智能安防产品销售分布情况看，一二线城市消费者更青睐相关产品，其他地区则有较大消费潜力待挖掘。从整个安防消费市场发展趋势看，随着三四线城市及下沉市场消费者安全防范意识进一步增强，公共与民用安防市场将持续扩容。接下来，建议安防企业把“目光”更多投向下沉市场，做好消费调查，根据消费者反馈的意见建议，研发更多符合下沉市场的智能安全产品。

相关企业要注重家庭安防产品的研发。其中，家用摄像头在民用安防领域仍有很大的上升空间，智能门锁正逐渐成为智能家居领域新风口，这些新消费趋势值得企业进一步关注。

(点评人：京东消费及产业发展研究院高级研究员)



随着应用技术进一步升级，智能门锁应用范围逐渐扩大，从磁卡门锁到指纹识别再到生物识别，新技术带来新卖点，智能门锁行业已经成为新的风口。建议相关企业紧跟消费年轻化、线上化趋势，在主打年轻人市场的同时，加快完善线上消费渠道，推出合理、安全、可延展应用场景的好产品。

家用智能视觉类安全产品的生产研发较为复杂，包含了模组制造和AI芯片、AI算法供应等，行业门槛较高。建议拥有先进技术的家用智能视觉企业向同行业厂商提供标准化智能模组和开放式云平台服务，以产品和技术赋能产业链中游的中小厂商，持续扩大行业生态圈。

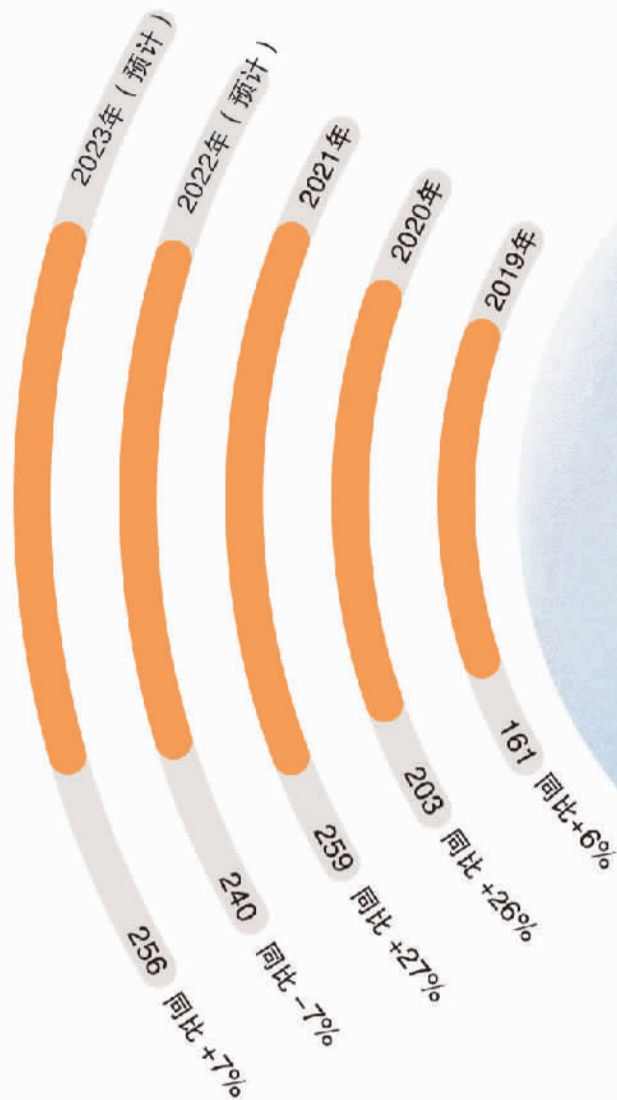
家用报警器与门窗感知设备的安装，往往处于家装过程中的“前置”阶段——相关厂商需要在设计阶段接入装修方案。同时，随着线上家装越来越普及，家用报警器与门窗感知设备的线上销售占比越来越高，建议相关厂商抓住线上消费新机遇，加快升级自身“前置”能力，开发安全设备消费新场景。



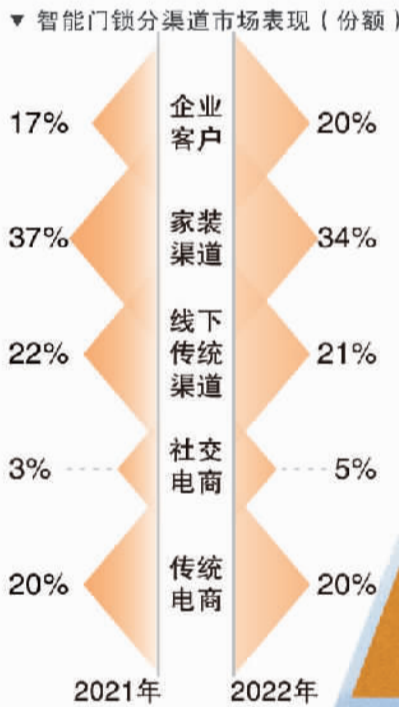
更多内容 扫码观看

1 智能门锁消费

销售额变化情况 ▼ 销售额(全渠道, 单位: 亿元)

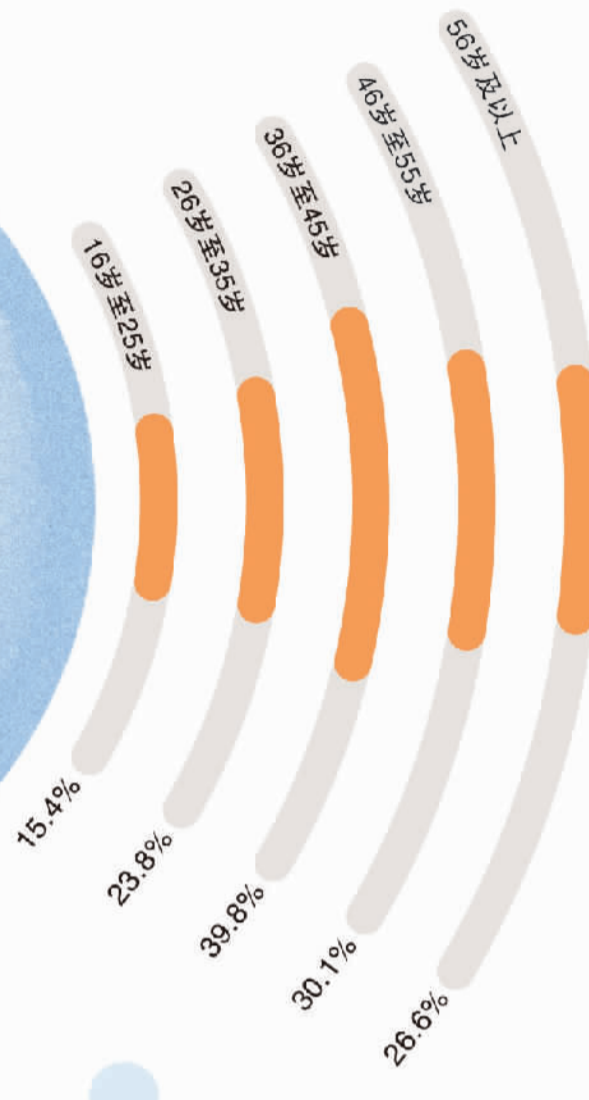


销售渠道变化情况 ▼ 智能门锁分渠道市场表现 (份额)



2 家用摄像头与可视门铃消费

各年龄段消费者数量同比增长情况



2022年，家用摄像头与可视门铃销量同比增长42%

用户消费人次同比增长30%

预计2023年线上渠道零售额占比及同比增长

硬件功能发展方向

指静脉

零售额占比 3.8%

同比增长 41%

屋内大屏

零售额占比 22.2%

同比增长 30%

3D人脸识别

零售额占比 12.9%

同比增长 24%

电子猫眼

零售额占比 38.7%

同比增长 19%

各地区销量同比增长情况

一线城市 35%

二线城市 45%

三四线城市 37%

下沉市场 51%

各地区消费频率同比增长情况

一线城市 13%

二线城市 10%

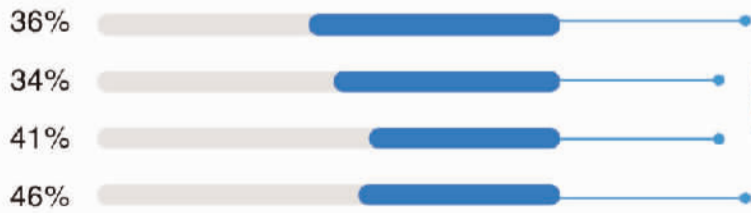
三四线城市 15%

下沉市场 19%

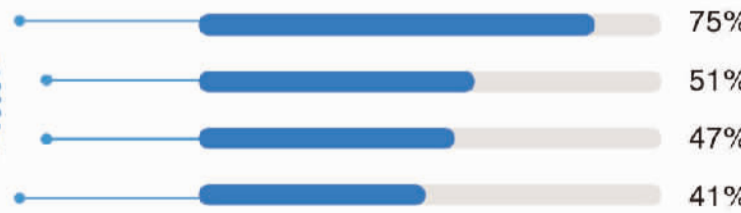
3 报警器与门窗感知设备消费

2022年，报警器与门窗感知设备成交额同比增长39%

各地区销量同比增长情况



各地区消费频率同比增长情况



各年龄段消费者数量同比增长情况

