亚马逊全球开店
amazon global selling

amazon 亚马逊卖家成长服务
官方专属顾问 专注卖家成功

亚马逊卖家成长智库

【浪尖洞见 】系列

智能家居 海外消费者洞察报告

2025年5月

Ipsos

内容概览

03 - 前言

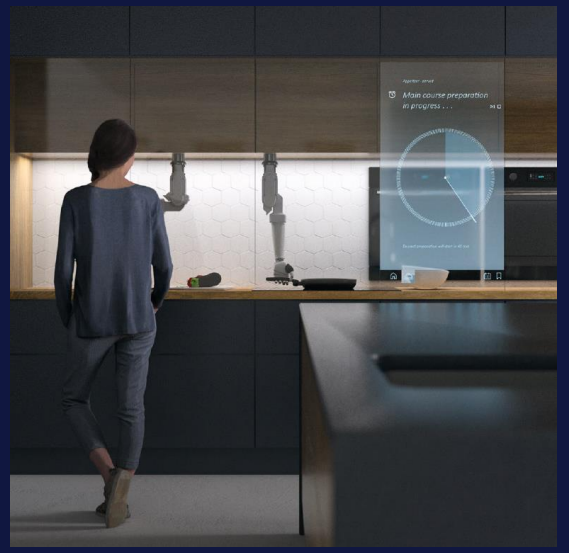
05 - 智能家居产品的核心诉求

10 - 不同海外站点的品牌传播沟通

18 - 中国品牌的机遇

26 - 数据来源与说明









Copyright © 2025 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有© 2025 亚马逊。保留所有权利。

前言

全球智能家居行业正在经历快速增长。

预计到2025年全球智能家居设备出货量将达到1,544亿美元，并预计到2028年增至2,316亿美元，2024年至2028年将保持10.67%年复合增长率。

这种增长主要受到技术进步、消费者需求增加以及政策支持的影响。

数据来源：Statista



Copyright © 2025 Amazon. All rights Reserved.| 版权所有© 2025 亚马逊。保留所有权利。

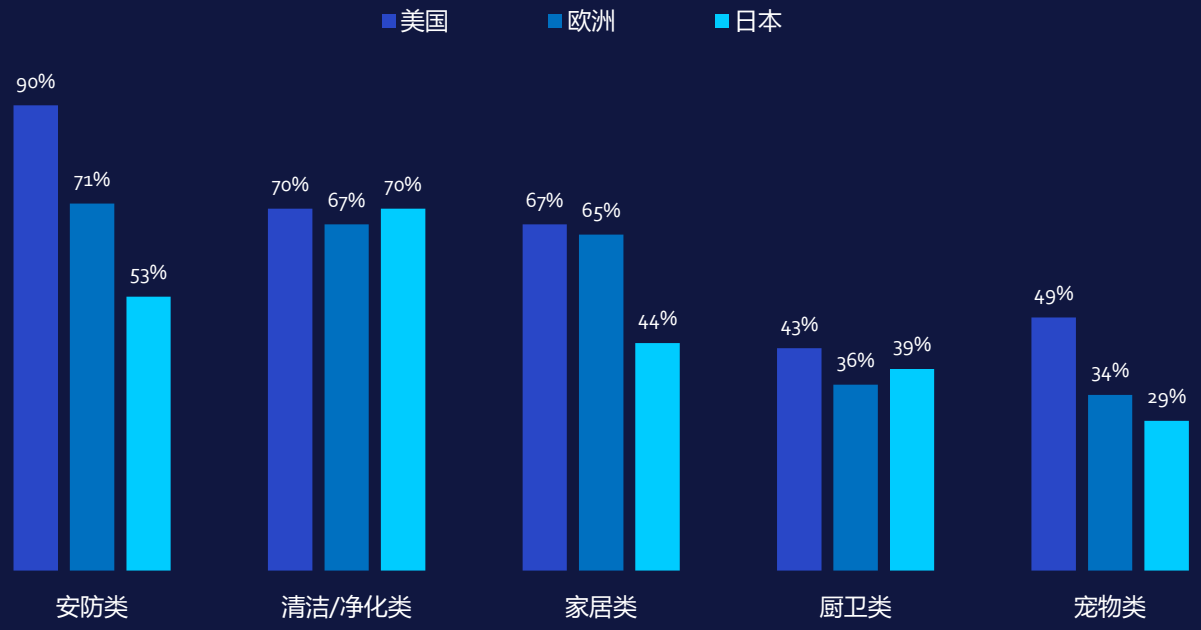
阅读注意

以下数据呈现（第五页-第二十二页）均来自于亚马逊卖家成长智库携手市场研究机构益普索(Ipsos) 于2025年4月在美国/欧洲/日本执行的智能家居消费者调研数据和消费者原声分析总结。

具体调研设计可参见报告第二十六页的研究方法说明。

全球站点狂飙，正是智能家居出海好时机

智能家居，品类热力指数



备注：IPSOS热力指数以该类商品在当地站点智能家居消费者里的渗透率作为参考，渗透越高指数越高

欧美站点里，智能安防产品的热度最高。这一热度背后，蕴藏着巨大的机遇和潜力：

- **消费者需求增加：**随着安防意识提升和智能家居概念普及，智能安防类产品凭借更安全、更便捷、更智能的核心优势成为家居消费的新宠，满足消费者对安全和隐私的需求。
- **技术进步推动：**新技术如人工智能、物联网等的发展，为智能产品提供技术支持。猫眼大屏、人脸识别、静脉识别等新技术不断推出，不仅提升了产品价值，也拉高了整个行业的品牌形象。





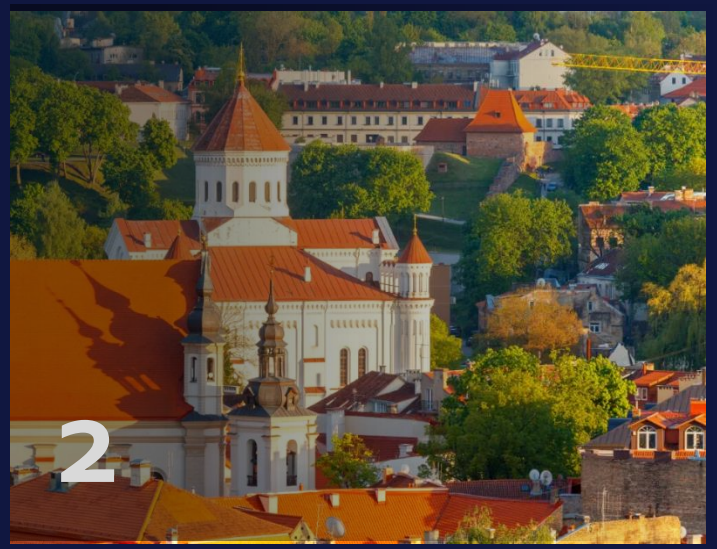
不同于欧美智能安防的爆火，智能清洁和净化类产品在日本的热度最高，位居所有品类首位。

Copyright © 2025 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有© 2025 亚马逊。保留所有权利。

居住环境与文化背景差异对智能家居产品的影响



相对宽敞的居住环境中，有着更高比例的宠物和家庭成员。但同时，美式文化里对“更轻松”的生活方式的向往，使得他们在选购智能家居产品时，极为青睐“省事”、“不用管它”、“解放我的时间”的产品类型。



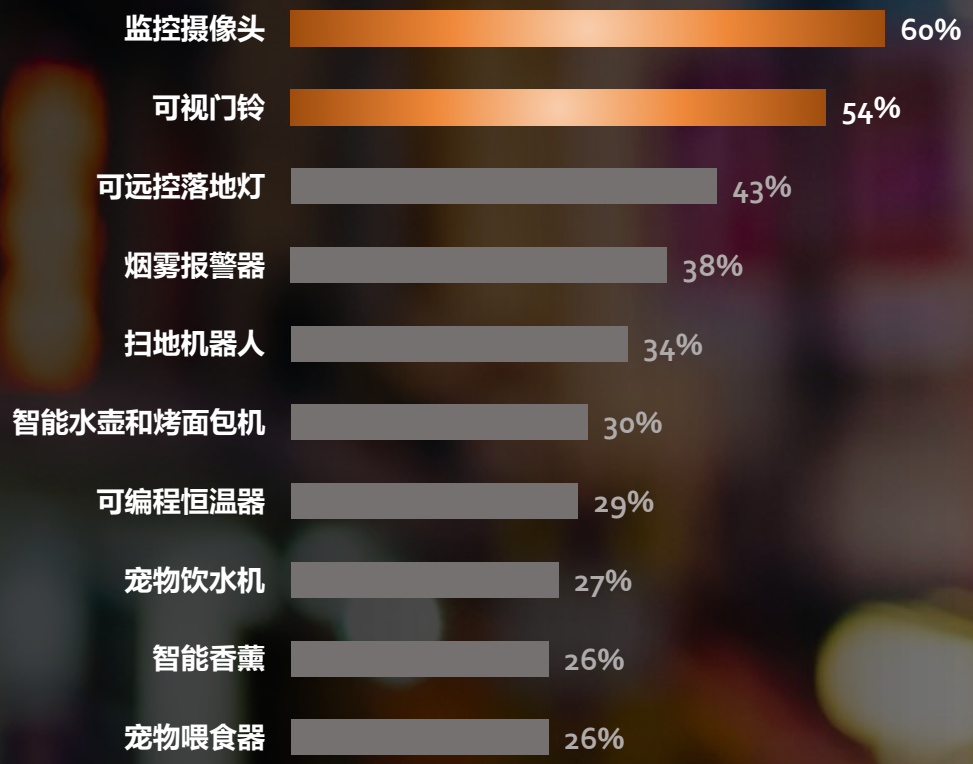
处于居住密度高、极为规律的生活状态，欧洲漫长的冬天，使得他们对于智能家居产品的“夜间使用”、“能效标签”异常敏感，这也与欧洲文化中强调的“理性使用”和“生活规范性”交相呼应。



用户居住空间有限，紧凑的空间也带来了对智能家居产品更细致的使用标准。对产品的选购会体现出文化中对“秩序感”和“无打扰式技术”的高要求。他们不追求复杂功能，而更在意“是否有助于缓和家庭的快节奏”。

Copyright © 2025 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有© 2025 亚马逊。保留所有权利。

热力指数 排名前10 智能家居产品



备注：IPSOS热力指数以该类商品在当地站点智能家居消费者里的渗透率作为参考，渗透越高指数越高



美国

安全意识最为突出

安防类产品，尤其是监控摄像头与可视门铃，在美国的受欢迎程度领先其他地区。这反映了消费者对家居安全和个人隐私保护的高度重视。得益于较为宽敞的居住环境，美国用户倾向于在家中多处布置安防设备，注重"免去走动、远程查看"等便捷功能。

Copyright © 2025 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有© 2025 亚马逊。保留所有权利。

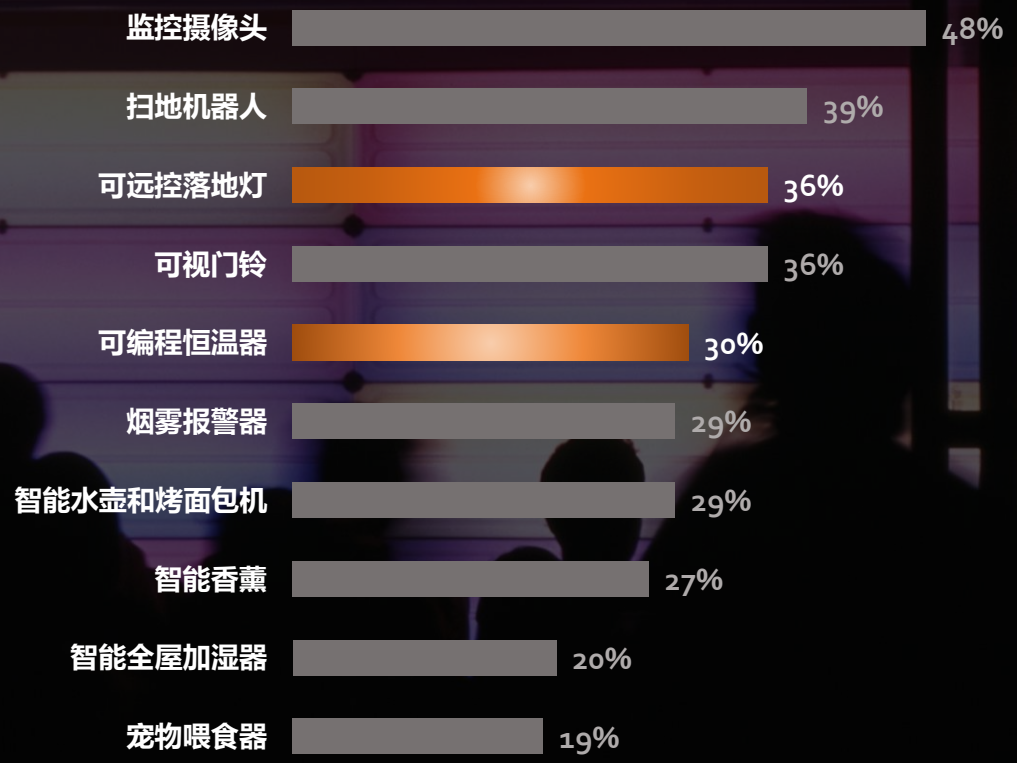
欧洲

注重生活品质 与 节能环保

欧洲消费者特别青睐能够营造居家氛围并节约能源的智能产品。

智能照明系统（如：可远程控制的落地灯）和可编程恒温器等产品颇受欢迎，体现出欧洲用户对居家舒适度的追求。

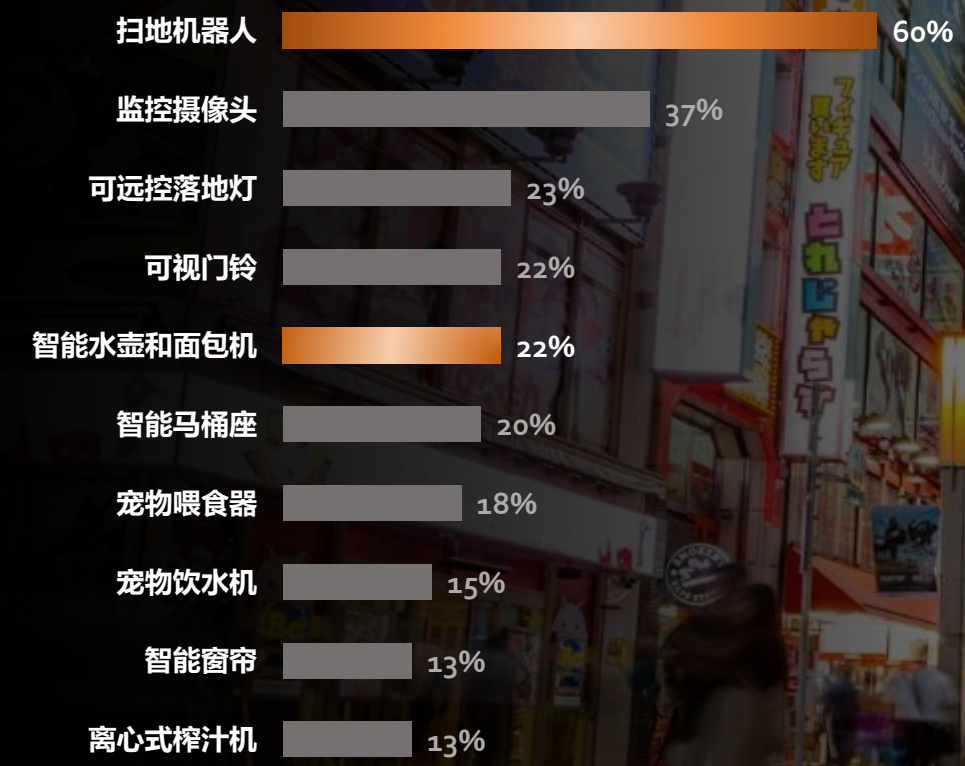
热力指数 排名前10 智能家居产品



备注：IPSOS热力指数以该类商品在当地智能家居消费者里的渗透率作为参考，渗透越高指数越高

Copyright © 2025 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有© 2025 亚马逊。保留所有权利。

热力指数 排名前10 智能家居产品



备注：IPSOS热力指数以该类商品在当地站点智能家居消费者里的渗透率作为参考，渗透越高指数越高

日本

追求时间自由 与 家庭幸福

日本消费者对减少家务负担能给自己和家人更多自由时间，从而带来幸福感的产品更为偏好（如：扫地机器人、智能水壶和面包机），反映了日本消费者在快节奏的生活方式下，对自由时间的渴望。

Copyright © 2025 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有© 2025 亚马逊。保留所有权利。

不同海外站点的品牌传播沟通

欧美日的消费者，对智能家居产品的核心诉求主要聚焦于三大方面：

1

提升生活品质





2

享受远程控制的便利性

3

保障家庭安全



然而，

不同站点的消费者在具体需求上

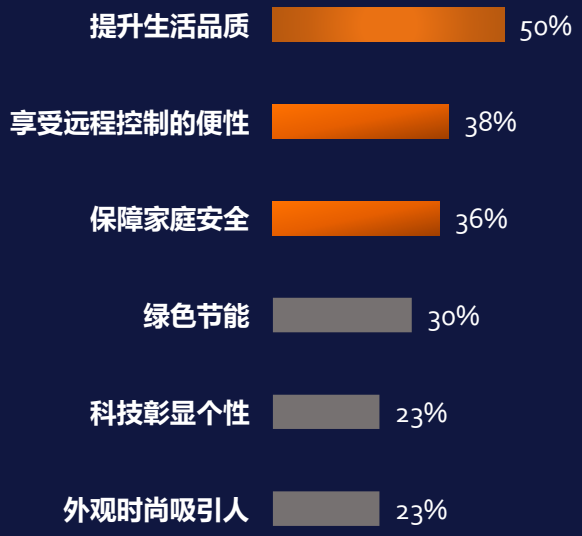
却呈现出鲜明的区域特色

Copyright © 2025 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有© 2025 亚马逊。保留所有权利。

不同海外站点的购买诉求比较

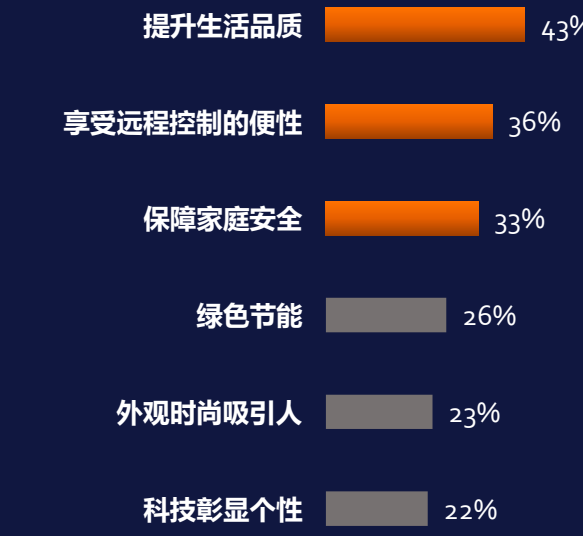


美国



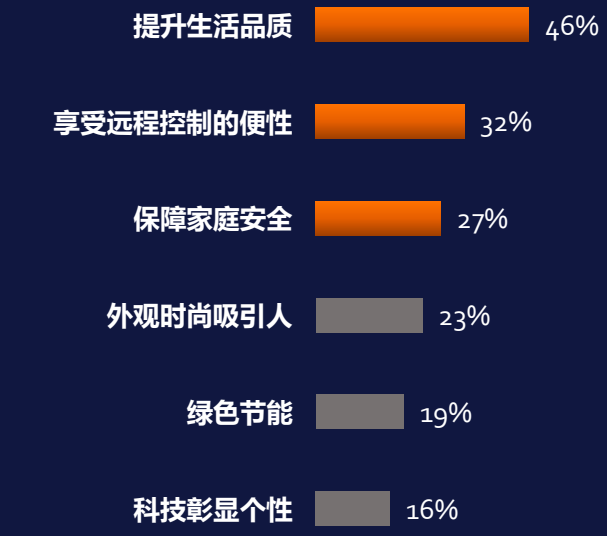


欧洲





日本



Copyright © 2025 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有© 2025 亚马逊。保留所有权利。

通过深入解析消费者对智能家居产品的偏好，我们发现品牌沟通需要在以下两个维度同步发力：

情感共鸣 + 理性诉求

基于消费者调研，我们为各大站点提炼出最具特色的沟通攻略。

Copyright © 2025 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有© 2025 亚马逊。保留所有权利。

引发情感共鸣 | 美国

科技愿景

"我喜欢这种面向未来的进步。我们必须跟上步伐，我正在努力打造一个完全智能化的家我想看看人工智能如何能融入家庭。

"我认为拥有最新智能家居技术，能让我在自己的节奏下变得更时尚、更懂技术。智能家居是最棒的，也是科技的未来我正努力让家更具现代感。

+

生活掌控感

智能家居是一种更好地掌控事物的方式。我喜欢能够查看家里的宠物情况，在我不在家的时候让地板被打扫干净，并且在科罗拉多州常见的气温波动情况下，能从任何地方调节暖气。"

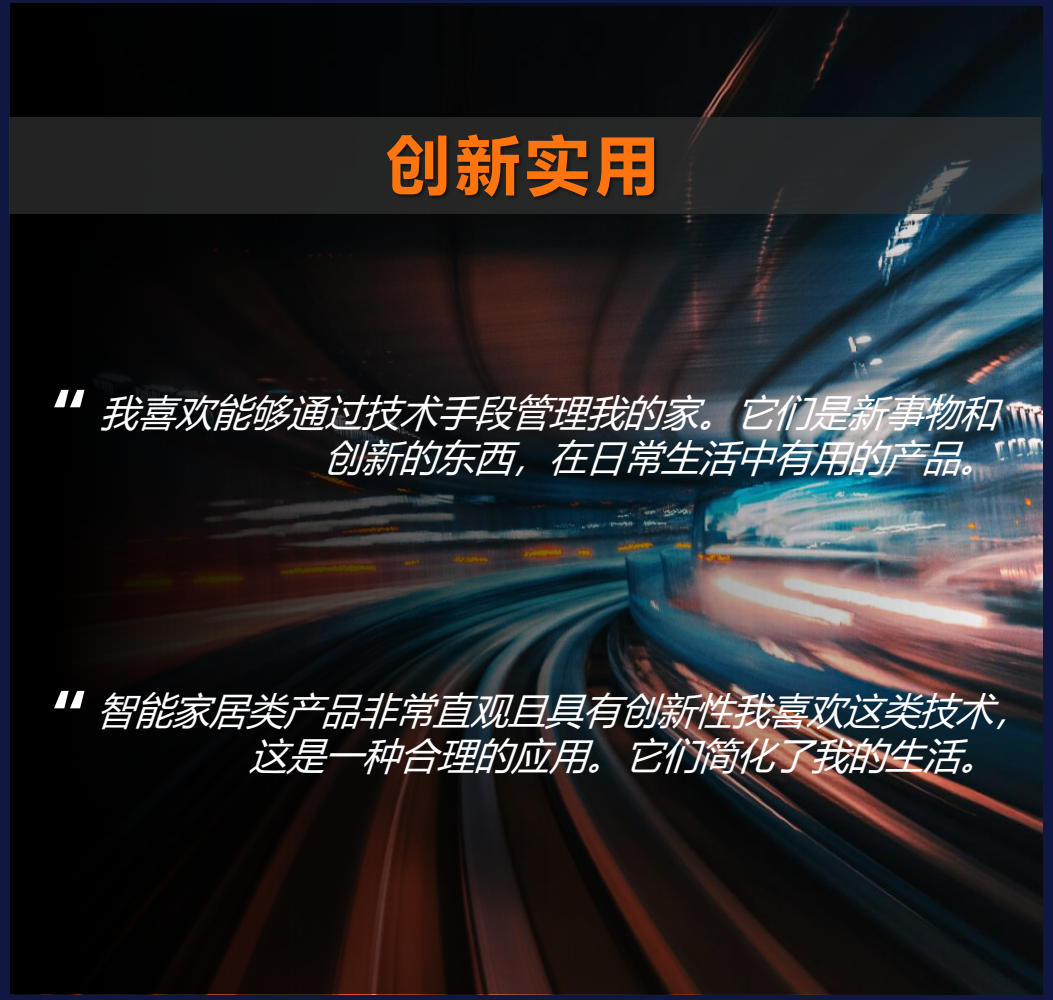
我最喜欢的类别是智能灯具。我喜欢能在下班回家前远程打开灯，这样我的宠物就不会在黑暗中独处，它对我的宠物的健康状况产生了很大的影响。我真的很喜欢我们家的智能家居控制中心，因为我们可以控制恒温器锁门/开门、打开车库门、开灯。"

数据来源：美国智能家居消费者原声

Copyright © 2025 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有© 2025 亚马逊。保留所有权利。

引发情感共鸣 | 欧洲

创新实用

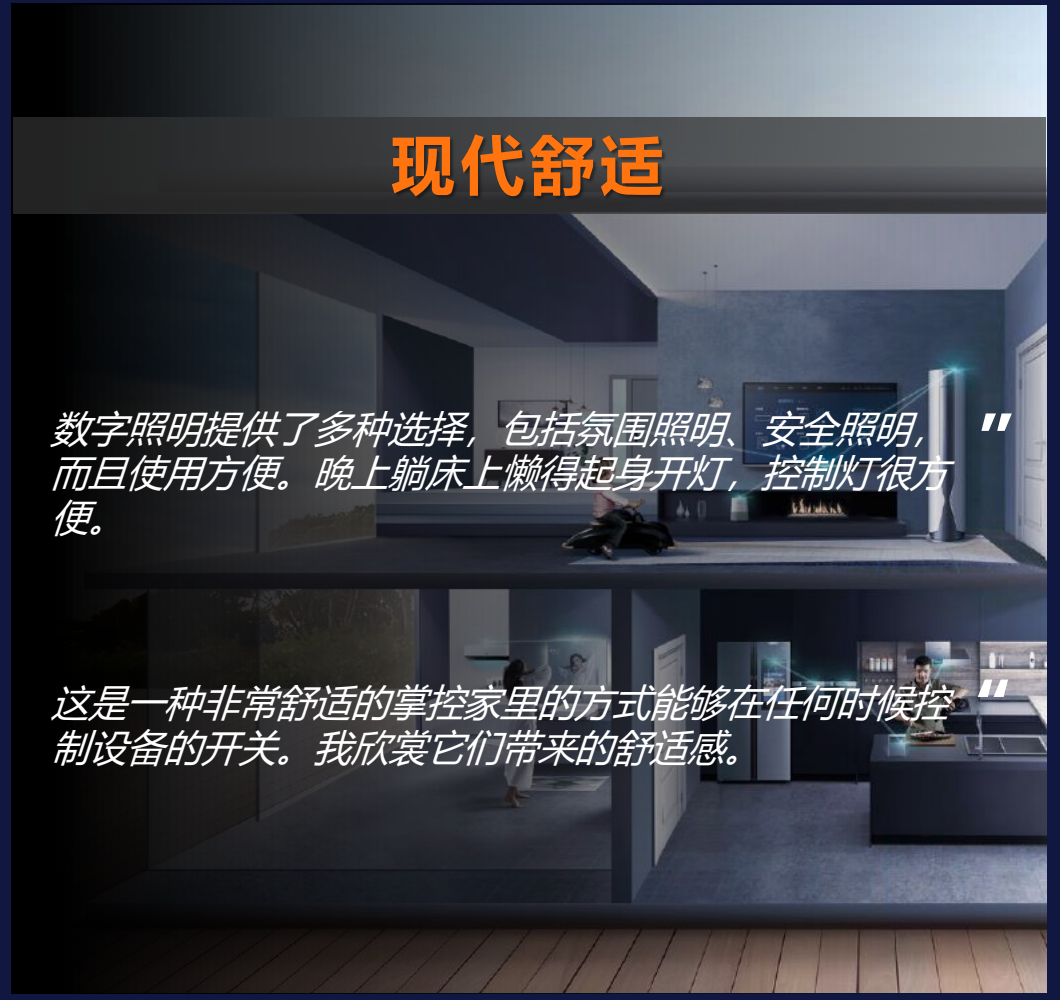


"我喜欢能够通过技术手段管理我的家。它们是新事物和创新的东西，在日常生活中有用的产品。"

"智能家居类产品非常直观且具有创新性我喜欢这类技术，这是一种合理的应用。它们简化了我的生活。"

+

现代舒适



"数字照明提供了多种选择，包括氛围照明、安全照明，而且使用方便。晚上躺床上懒得起身开灯，控制灯很方便。"

"这是一种非常舒适的掌控家里的方式能够在任何时候控制设备的开关。我欣赏它们带来的舒适感。"

数据来源：欧洲智能家居消费者原声

Copyright © 2025 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有© 2025 亚马逊。保留所有权利。

引发情感共鸣 | 日本

治愈感

"有很多能让生活更加舒适和方便的产品，给人的印象是非常适合忙碌且容易疲惫的现代的产品。比如当因为看手机过度而感到疲惫的时候，智能加湿器让人得到治愈。"

"因为可以通过声音调暗或调亮照明，所以白天明亮。睡觉前可以逐渐调暗，有助于入睡，对生活节奏和生活质量的提升有帮助。"

+

时尚感

"因为喜欢设计而引入，今后想在其他家电上尝试。智能家居是让日常生活变得时尚有趣的现代技术。"

"像玩具一样，很有趣。电热水壶的电源按钮和温度都能以电子形式显示，非常酷。"

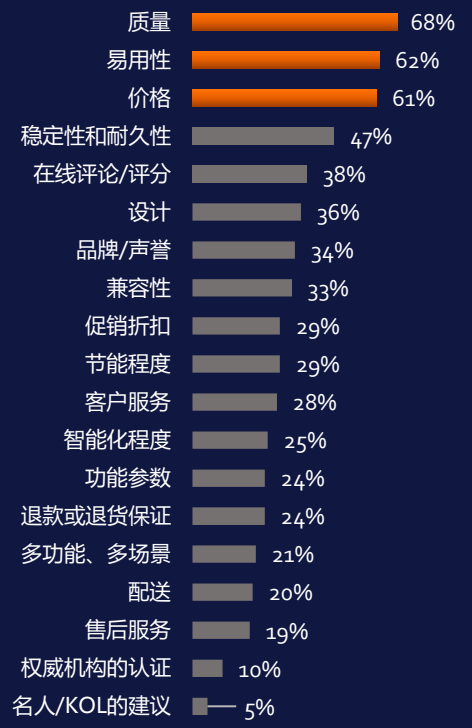
数据来源：日本智能家居消费者原声

Copyright © 2025 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有© 2025 亚马逊。保留所有权利。

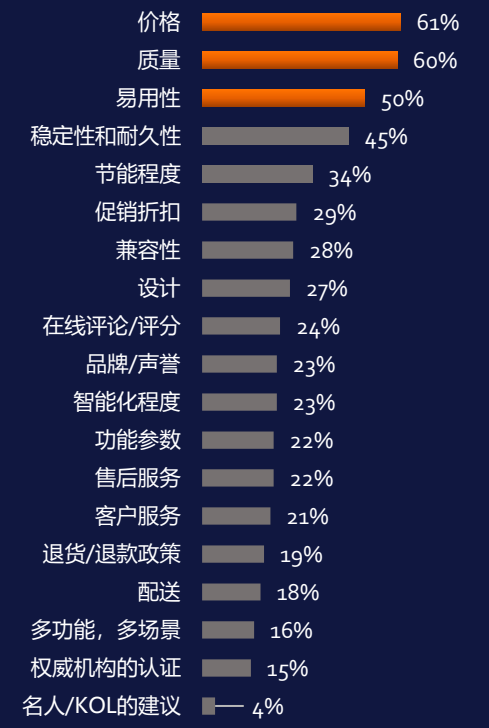
兼顾理性诉求

智能家居 理性诉求

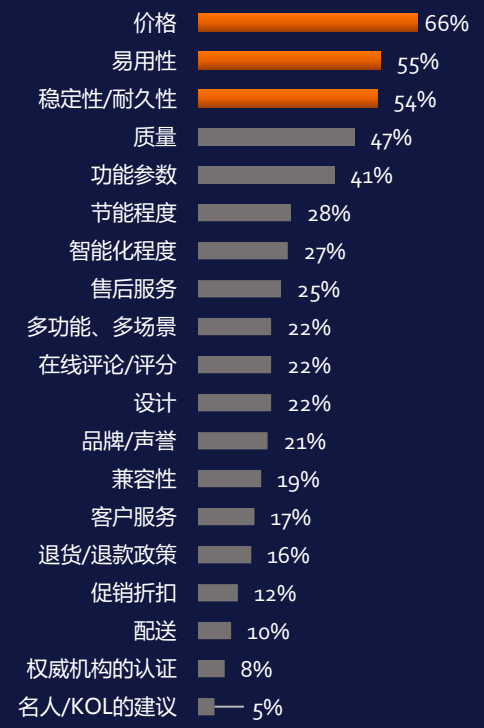
美国



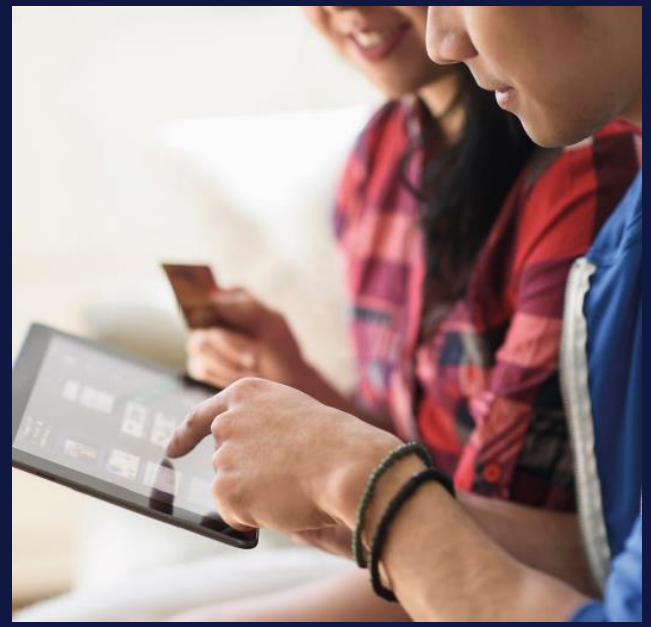
欧洲



日本



“产品质量”、“价格”和“易用性”是所有站点消费者的普遍关注点。因此，品牌在进行站点差异化沟通的同时，也需要在这些基础诉求上建立信任。通过情感与理性诉求的巧妙结合，中国品牌将能更好地打动海外消费者，在全球智能家居行业赢得更多认可。



Copyright © 2025 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有© 2025 亚马逊。保留所有权利。

不同海外站点可沟通的方向对比：

	美国	欧洲	日本
情感诉求	强调面向未来的科技愿景和生活掌控感	传递创新实用与现代舒适的生活方式	突出产品的治愈感和时尚感
理性诉求	突出产品稳定性和耐久性，重点展示用户好评和高分评价	强调产品节能性能和长期使用成本优势，突出环保可持续性	着重展示性价比、操作便捷性和完善的售后保障
沟通重点	安全可靠、值得信赖的科技体验	智能科技带来的环保可持续生活	兼具品味与保障的省心体验

Copyright © 2025 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有© 2025 亚马逊。保留所有权利。

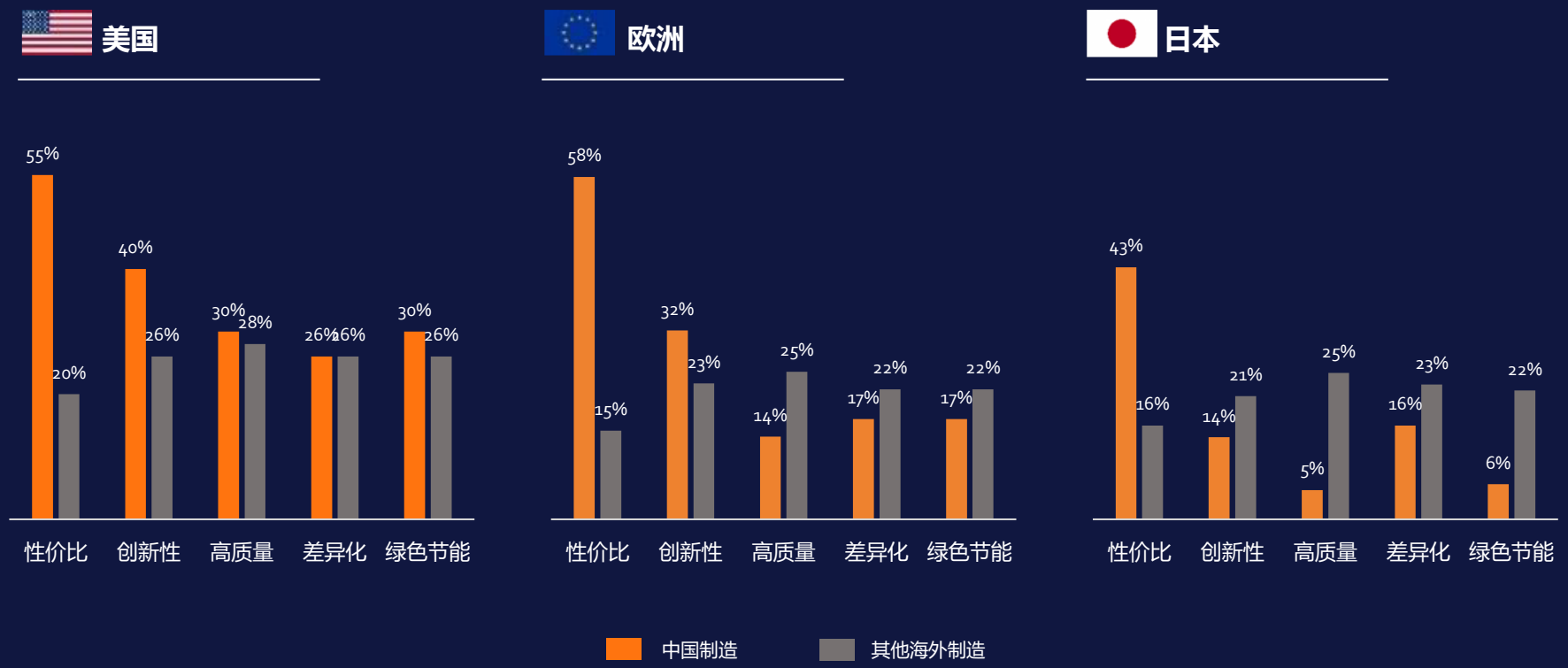
中国智能家居品牌机遇



Copyright © 2025 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有© 2025 亚马逊。保留所有权利。

从“中国制造”到“中国智造”

对海外品牌的印象，中国制造 vs 其他海外制造



在美、欧、日，中国品牌普遍被认为具有“**性价比**”优势，尤其在欧洲与美国分别高达58%与55%，成为用户认知中最牢固的标签。

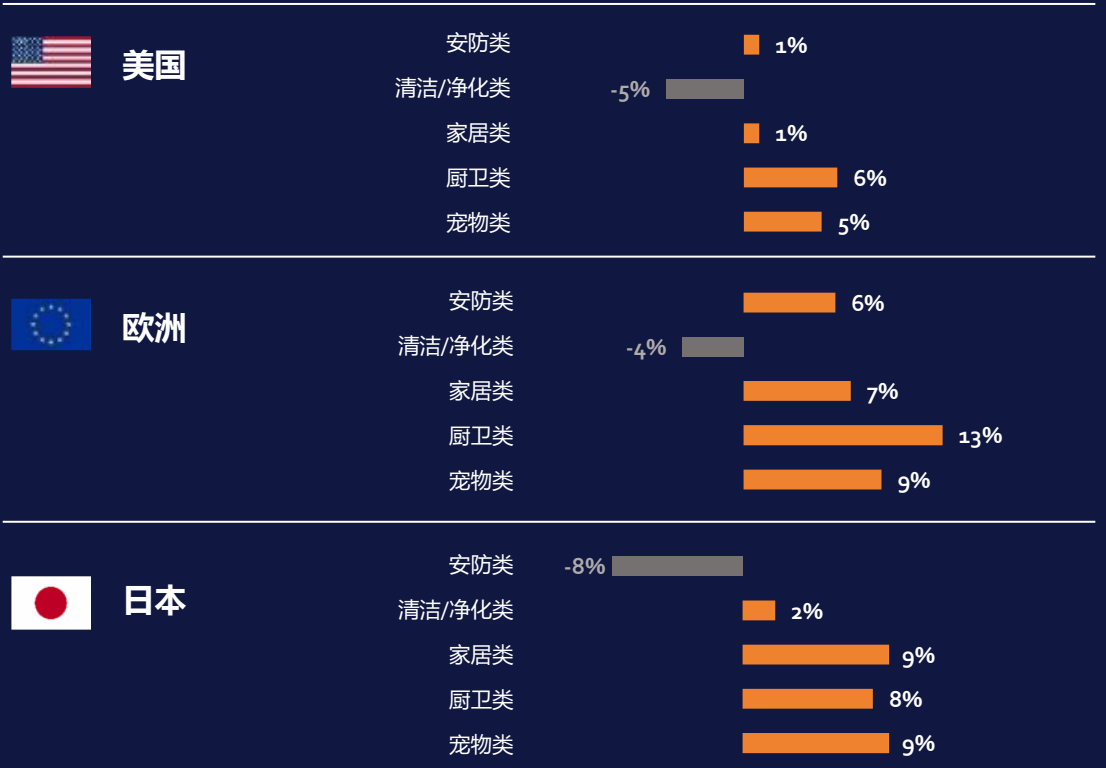
另一方面，“**创新**”正在逐步成为中国品牌的第二识别点：在美国，高达40%的消费者已将中国品牌视为“创新性”代表，在欧洲也有三成认同，显示出技术升级和智能化产品线带来的品牌认知跃升。

相较之下，日本对中国品牌的整体认知仍偏保守，尤其在“高质量”与“绿色节能”维度认可度较低，意味着在该站点仍需进一步建立信任。

Copyright © 2025 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有© 2025 亚马逊。保留所有权利。

Z世代，智能家居新风向的领航者

品类热力指数，Z世代相较大盘人群的差值比较（Z世代热力指数－大盘热力指数）



备注：IPSOS热力指数以该类商品在当地站点智能家居消费者里的渗透率作为参考，渗透越高指数越高

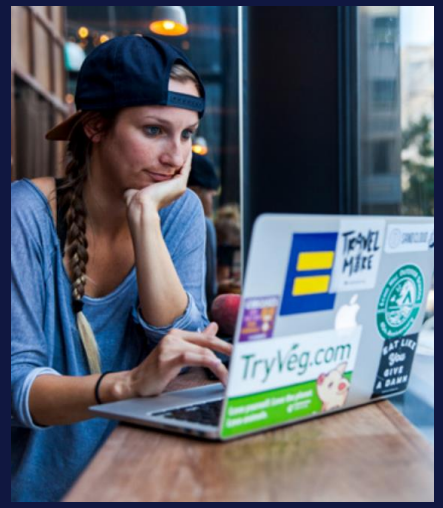
作为全球智能家居行业的新兴消费力量，Z世代展现出独特的消费偏好和价值取向。尤其在欧洲和日本，Z世代在厨卫、宠物用品和智能类家居产品领域的消费渗透率显著领先其他年龄群体，预示着未来行业趋势。



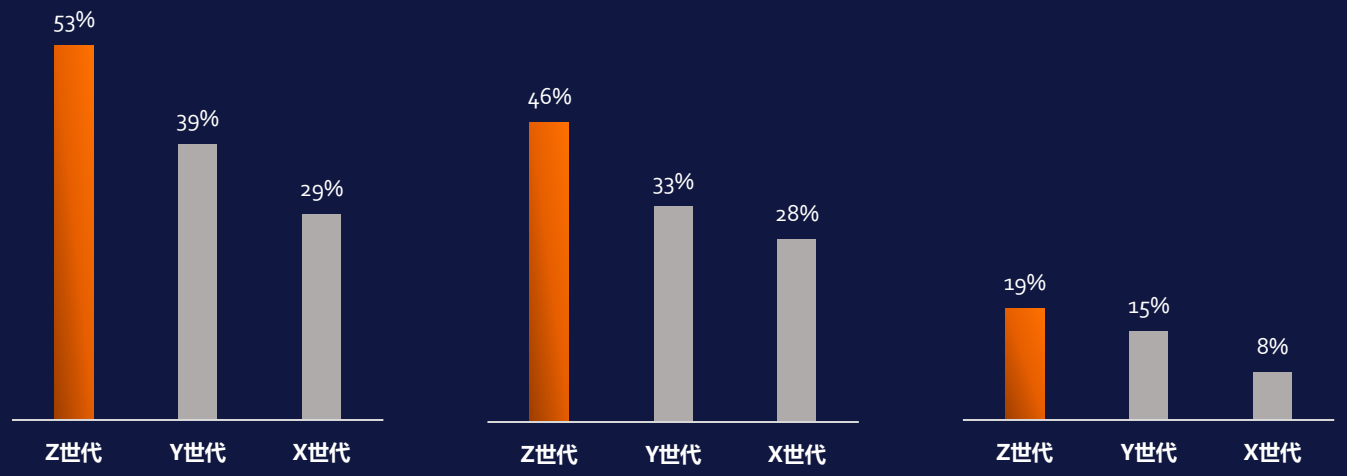
Copyright © 2025 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有© 2025 亚马逊。保留所有权利。

Z世代，是对“中国制造”更接受、更包容的一代

欧美站点Z世代对中国品牌展现出明显更高的接受度和认可度。不同于其他年龄层的消费者，他们更倾向于基于产品本身的价值做出判断，而非受到既有刻板印象的影响。这种开放包容的态度，为中国品牌开拓海外站点提供了重要的突破口。



不同代际海外消费者，对“中国制造”的智能家居类产品的接受度



Copyright © 2025 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有© 2025 亚马逊。保留所有权利。

赢得z世代

z世代正在崛起
如何在理智与情感上赢得他/她们?



“情感共鸣”较“功能诉求”具有更强的影响力。这一代年轻消费者在选购智能家居产品时，更注重产品所能带来的“情绪价值”。

产品的氛围营造能力和设计美感往往是触动他们购买的决定性因素。对他们而言，智能家居不仅是科技产品，更是彰显个性的生活方式载体。

> 上课或跟朋友在外时，我随手打开摄像头看看我家猫是不是还在沙发上蜷着，确认她一切都好，总会让我瞬间安心，心情都好起来了。

> 我把灯和暖气都设成了自动匹配我的作息，不用每天去调。扫地机器人也早上定时开始工作，回家时屋子整洁又温暖，让生活更轻松。

数据来源：欧洲智能家居消费者原声

> 出门的时候可以用摄像头确认猫咪的状态让我很安心，App还能定时喂饭，不用担心几点能回家，真的帮了大忙；不仅如此，宠物喂食器的颜色也很适配我家的颜色基调，不用的时候也算是一种装饰品了。

> 我很喜欢早上闹钟响之前灯光就慢慢亮起来的感觉，上班时扫地机器人也会在家里清扫，安静又靠谱。说实话，显著工作那么忙回到家真的很疲惫，没有它我真的不行。

> 我爸妈挑家具时更在意结实耐用、能用多久，但像智能窗帘、香薰这些小家具我更在乎的是它们的设计感和颜色搭配，会优先考虑和房间整体氛围是否协调。

数据来源：日本智能家居消费者原声

Copyright © 2025 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有© 2025 亚马逊。保留所有权利。



对中国卖家的启发

在产品开发上，卖家需要在确保功能性的基础上，着重强化产品的设计感和美学价值。同时，应当深入思考产品与空间氛围的融合，帮助年轻消费者打造富有个性的智能生活场景。创新功能的开发也应以满足年轻人独特的生活需求为导向。

在品牌传播沟通上，商家应更加彰显鲜明的“品牌个性”，突出产品的情感价值和生活方式主张，与Z世代产生情感共鸣。这种深度连接将有助于培育忠实的年轻用户群体。深入理解并精准回应Z世代的独特需求，将成为中国智能家居品牌开拓海外站点的制胜关键。

Copyright © 2025 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有© 2025 亚马逊。保留所有权利。



展望未来，全球智能家居行业将持续快速增长。中国卖家需要从**单纯的产品竞争**转向**品牌价值竞争**。通过深入理解目标站点需求，提供差异化的产品和服务解决方案，中国品牌将有望在全球智能家居行业占据更重要的地位。

成功的关键在于**深耕细分站点**、**打造品牌特色**、**重视用户体验**和**保持创新动力**。通过这些要素的综合实施，中国智能家居品牌必将在全球站点赢得更多认可和发展机遇。

值得一提的是，**亚马逊卖家成长服务**涵盖选品分析/品牌打造/广告促销/物流优化/运营规划/销售转化/业务拓展7大维度支持，覆盖美国/欧洲五国/日本，助力高潜力成长型卖家突破运营瓶颈，成熟型卖家优化跨区域协同经营，在降本增效的同时，加速全球业务拓展。加入亚马逊卖家成长服务的卖家，在2025年第一季度所产生销售的新品数量在美国、欧洲和日本是未加入服务同类型卖家的2-5倍。

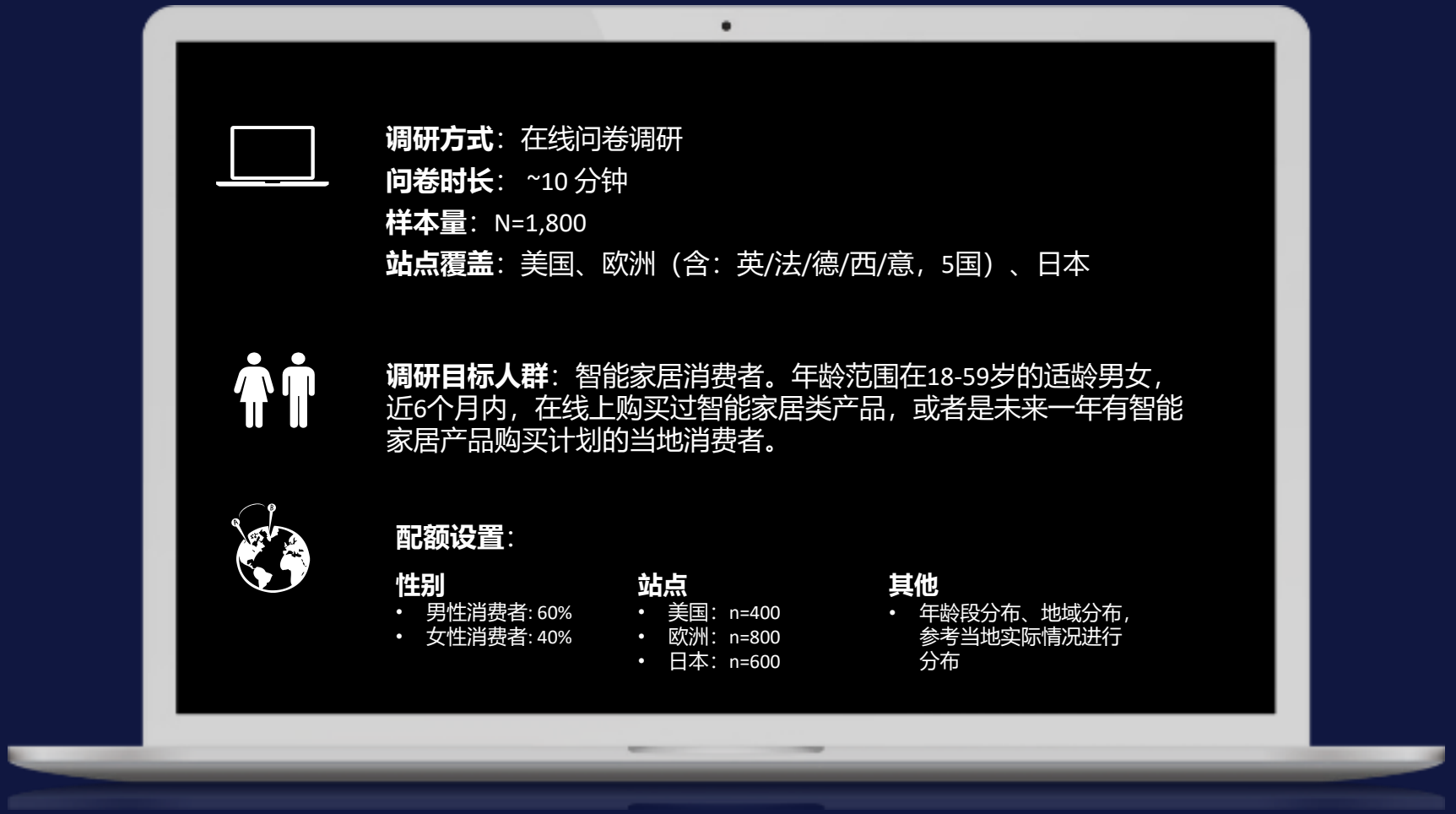
Copyright © 2025 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有© 2025 亚马逊。保留所有权利。

亚马逊卖家成长服务为您提供专业支持！

请扫描左侧二维码，添加官方专属顾问咨询

Copyright © 2025 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有© 2025 亚马逊。保留所有权利。

洞察报告研究设计

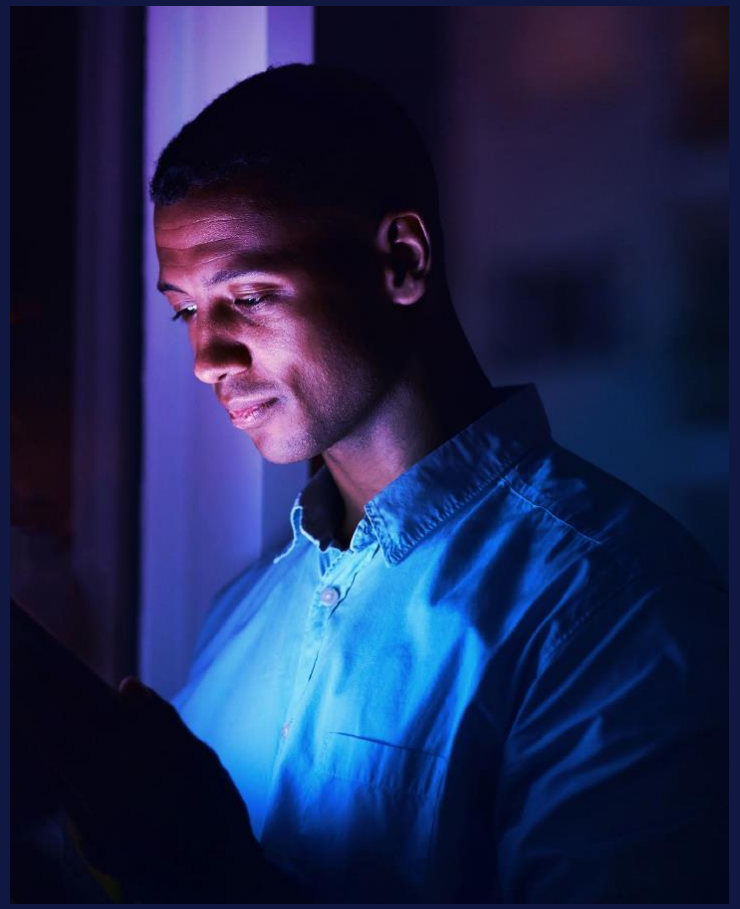


Copyright © 2025 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有© 2025 亚马逊。保留所有权利。

智能家居品类划分定义

五大智能品类划分

- **安防类产品**：监控摄像头、可视门铃、智能烟雾报警器
- **清洁/净化类产品**：扫地机器人、全屋加湿器、智能净水系统、家用可编程恒温器
- **家居类产品**：可远控落地灯、智能桌面镜、智能香薰、智能窗帘、智能卷帘
- **厨卫类产品**：智能马桶座、智能水壶和面包机、离心式榨汁机
- **宠物类产品**：智能宠物喂食机、智能宠物饮水机、智能猫砂盆



Copyright © 2025 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有© 2025 亚马逊。保留所有权利。

感谢阅读【浪尖洞见 】系列之，

智能家居 海外消费者洞察报告



Copyright © 2025 Amazon. All rights Reserved. | 版权所有© 2025 亚马逊。保留所有权利。