

前言

报告根据智能家居行业的发展轨迹及多年的实践经验，对智能家居行业未来的发展趋势做出审慎分析与预测。是智能家居设备生产企业、科研单位、代理销售商、系统集成商、工程商及投资企业准确了解智能家居行业当前最新发展动态，把握市场机会，做出正确经营决策和明确企业发展方向不可多得的精品。也是业内第一份对智能家居行业上下游产业链以及行业重点企业进行全面系统分析的重量级报告。

智能家居行业发展现状与趋势

1. 智能家居行业普及推广现状分析

智能家居概念普及认知现状

我国智能家居行业虽然已经走过了概念普及阶段，但是由于发展缓慢的问题，智能家居行业没有得到普及，多数消费者表示听说过智能家居。根据前瞻监测，85%以上的消费者表示听说过智能家居，但是尚不知道智能家居到底包括哪些设备，要具备什么用的功能。这也是我国智能家居行业的定位尴尬，自从行业引进以来，尚没有统一的标准表明智能家居要达到怎样的需求，能够为消费者提供怎样的服务。这使得消费者的认知一直处在较为模糊的阶段。

智能家居企业市场推广阶段

从众多我国智能家居企业的推广方式来看，智能家居行业还处在技术推广阶段，在销售的各个阶段都非常注重产品技术先进性解释，而忽视了产品的易用性。而恰恰是产品的易用性和实用性将决定行业是否会得到快速的发展。

所以，在某种程度上前瞻甚至可以断定，通过技术来培养用户或者消费者的一切努力都会是徒劳的。对于消费者来说，消费者很难知道技术到底是怎样的，也不关心，更关心的是，智能家居设备到底能给自己带来什么样的便利。

2. 国内智能家居行业发展前景预判

智能家居行业市场发展现状

目前国内智能家居主要的市场还是一些高端市场：别墅（零售、工程）、智能小区（工程），增长最快的市场是：智慧酒店（工程）和智能办公（工程），但是普通住宅智能家居（零售）市场却发展很慢。

智能家居行业发展前景预判

当前，智能家居难以进入普通住宅最重要的原因还是价格太高，目前家居智能化一般在10万元以上，大众是较难接受这一价格的。如智能家居价格能降到3-5万这个水平，每平米花费500-1000元，这样的智能家居产品就更具现实意义，也能兼具可靠、稳定的常规功能。

2015年全国商品房销售面积达12.85亿平方米，住宅家庭智能家居每年潜在新增市场在6030亿以上；我国拥有超过4亿户家庭，则住宅家庭智能家居潜在存量市场在12万亿元左右；此外，智能家居作为一个应用平台，可以衍生出无数的商业需求，有如PC及手机。住宅家庭将成为智能家居参与企业争夺的焦点市场。由此可见，我国智能家居行业的市场前景非常广阔。

3. 国内智能家居行业发展趋势分析

智能家居市场容量不断扩大

国家政策正积极推广“智慧城市”：2013年8月5日，住房和城乡建设部对外公布新一批国家智慧城市试点名单，确定103个城市（区、县、镇）为2013年度国家智慧城市试点，目前国家智慧城市试点已达193个。智慧城市是通过综合运用现代科学技术、整合信息资源、统筹业务应用系统，加强城市规划、建设和管理的新模式。国家智慧城市试点工作的启动，给智能家居带来了更大的成长空间。

手机将成智能家居控制平台

如今，智能手机在我国的销量连年攀升，成为运用面较广的控制设备，为电力载波通信为基础的智能家居提供了远程控制的基础。智能家居插件可以在多种智能手机平台上运行，智能手机将操作发送到家中的PLC智能网关，信号通过电力线即可完成对于家电的控制。智能手机的普及为智能家居控制手段的推广提供了便捷的条件。

据工信部数据显示，2015年我国智能手机出货量为4.57亿部，同比增长17.48%，占同期国内手机出货量的88.3%。

智能家居实现技术发展趋势

智能家居内部的网络传输信号，目前主流技术总体上可以分为三类。第一类是总线技术，特点是所有设备通信与控制都是集中在一条总线上，是一种全分布式智能控制网络技术。第二类是无线技术，相比有线技术具备造价低、工程简单等特点，实现方式也多种多样，包括ZigBee技术、无线射频技术、蓝牙等。第三类是电力线载波技术，无需布线，二十通过在现有电力线上加装调制解调器，以50Hz交流电为翟波，以数百KHz的脉冲为调制信号，实现信号的传输和控制。

智能家居设备行业市场现状分析

1. 智能家居设备市场供需分析

现阶段智能家居设备市场现状分析

智能家居设备主要包括中央控制系统、家庭安防系统、家居照明系统、家居布线系统、家居网络系统、家庭环境控制系统和影院与多媒体系统以及背景音乐系统等多个智能家居系统子系统的设备。

从目前我国智能设备制造企业的发展情况来看，多数企业都是以某部分子系统为主营业务，缺乏综合性的智能家居设备制造企业。与此同时，目前我国也比较缺乏专业智能家居设备制造企业，往往智能家居设备业务只是其业务的一部分。

智能家居设备市场需求矛盾深层原因分析

当前智能家居设备在普通住宅家庭的普及率不高的主要原因是价格因素，对于普通家庭而言，智能家居设备及工程带来的投资较高，与传统家电添置的成本相比相差较大。随着未来智能家居的不断发展，规模优势将有所显现，平均价格有所下降。

智能家居设备市场供需矛盾与市场发展

从相关的调查数据来看，我国智能家居设备市场的供需矛盾主要是体现在智能家居设备的功能无法满足消费者的需求。消费者更关心的是产品的易用性和可靠性，而不是产品的科技含量到底有多高。就如美国苹果公司的产品一样，易用性和实用性才是智能家居设备成功的关键。智能家居设备的功能与需求的脱节严重影响智能家居设备市场的发展与推广。

2. 智能家居设备营销渠道分析

智能家居设备主要市场渠道格局分析

1、智能家居设备的零售渠道分析

我国智能家居行业设备的零售渠道主要通过两种途径达到消费者（最终用户）那里，其中一种为通过代理商，有代理商找相关的专业工程商负责为最终用户安装调试，最终交付使用；第二种为厂家开设形象店，有形象店为最终用户进行安装调试。

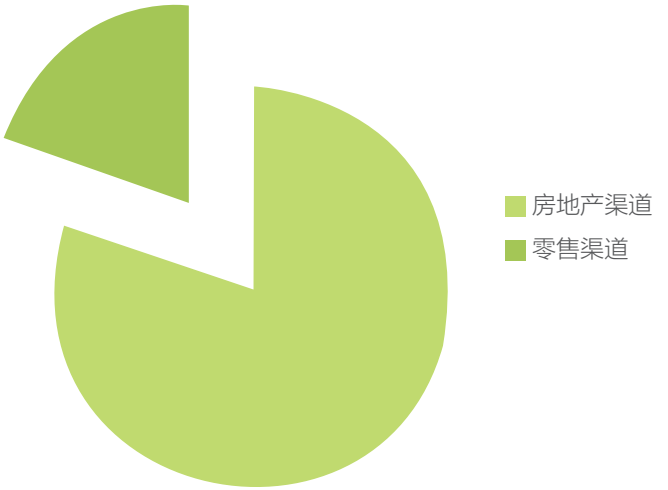
2、智能家居设备的工程渠道分析

智能家居设备的工程渠道主要包括两个方面，第一个是直接通过房地产开发商，由房地产开发商在住宅建设安装的过程中完成安装调试，然后交付使用；第二种是通过系统集成商，系统集成商把智能家居设备转手到地产开发商或酒店管理公司，由他们负责安装调试，最后交付给消费者。

智能家居设备不同渠道市场份额分析

目前我国智能家居市场渠道主要通过房地产商和系统集成商进行销售，也就是工程渠道销售，从统计数据来看，通过工程渠道的销售额占比达到80%，通过零售渠道的销售额占比为20%左右。这充分说明，很少有消费者会主动通过零售渠道购买智能家居设备，特别是如果只能家居设备的易用性又不高的情况下，消费者更加不愿意购买。

智能家居设备市场不同销售渠道的市场份额（单位：%）



资料来源：前瞻产业研究院整理

智能家居设备主要销售通路分析

智能家居营销模式，简单地说可以归纳如下两种。

一是直接销售，厂家直接设立分公司或销售点，直接面对用户提供产品与服务。例如：建材等专业市场设点，专卖店，超市大卖场式销售，这些其实都是传统的店面营销的模式。

二是间接销售，厂家通过中间渠道来实现产品的间接提供与服务，而房地产合作、装修公司合作、系统集成商合作以及设立下级经销商，都是间接销售方式。

智能家居主要销售通路

销售方式	一般销售特点	回款速度
房产合作	销售面大、成交较快、利润较高	一般
装修合作	销售面广、销售效果好、利润一般	较快
系统集成商合作	销售面广、销售效果好、利润一般	较快
设立经销商	直接与客户接触，更清楚客户的需求，销售面较窄	快
专业市场设点	销售面较窄、利润较高	快
专卖店	销售面窄、营业成本高、利润也较高	快
超市式销售	销售面较广、利润较高	一般
特殊战略销售	销售面窄、容易获得大工程或项目	慢
设计院合作	销售面窄、利润较高	一般
项目合作	销售面窄、利润较高	一般

资料来源：前瞻产业研究院整理

3. 智能家居设备售后服务分析

智能家居系统安装情况分析

根据相关监测，我国新建住宅中只有10%左右的项目会安装家居智能系统，同时，每套房子的智能家居投资水平在5000元左右，远低于韩国、日本、新加坡8000美元左右的水平，可见我国智能家居需求市场还处在较低的水平，还有巨大的市场有待开发。住宅市场较低的安装率严重影响我国智能家居行业的发展，在低端智能家居领域甚至出现较为严重的过剩。

智能家居产品故障处理情况分析

我国智能家居产品主要还处在低端领域，高端领域主要被韩国、日本、美国和新加坡品牌占领。在低端领域，智能家居产品的质量参差不齐、售后不到位成为消费者主要诟病的方面，在某种程度上也是影响我国智能家居产品推广的重要因素。

根据前瞻监测，90%的消费者遇到过智能家居产品故障问题，且大部分得不到及时解决。甚至有超过63%的消费者在智能家居首次出现故障后选择放弃使用。产生消费者消极放弃的原因是多方面的，但主要原因还是因为产品的实用性和易用性不够，导致消费者没有维修的主动性。

智能家居设备行业细分市场分析

1. 中央控制系统市场分析

中央控制系统市场发展阶段及特征

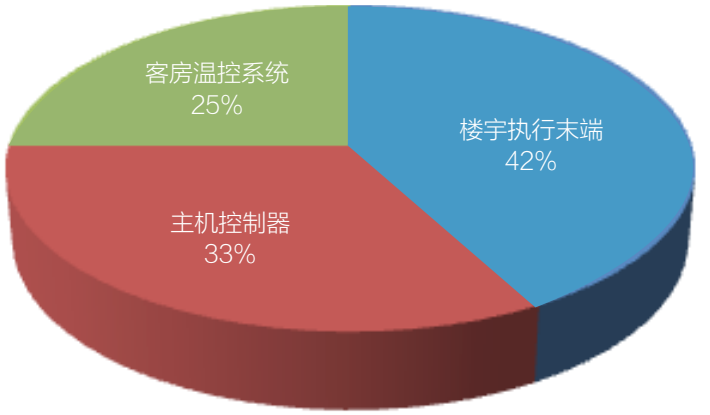
智能家居中央控制系统是可编程家居自动化控制处理器，它具有信息接收、贮存、发送、管理和通信的功能。可以自动执行各种预设的控制程序，具有电话、网络、短信、总线、无线多种通信接口，可实现设备的远程操作控制。

智能家居中央控制系统一般指灯光控制、影音控制、温度控制、安防控制、安全控制、远端监视控制、与电器设备控制等系统，它们的功能属性自成系统，各不相同，其控制范围仅限于各项的系统功能为主。

中央控制系统市场发展现状分析

在楼宇行业中，BAS应用较为普遍，在一些中高端写字楼、商业住宅、学校教学楼、图书馆等领域都有相应产品，BAS市场占整个楼宇自动化市场5%左右。具体到产品，楼宇行业应用的BAS控制系统按产品划分主要包括楼宇执行末端、客房自控系统和主机控制器，由于整个BAS控制系统的核心是温控部分，所以楼宇执行末端在BAS中的应用比例最高，达到42%，其次是主机控制器，产品的销售比重占整个BAS的33%，最后是客房温控系统，占整个BAS销售额的25%。

我国楼宇BAS控制系统产品市场结构（单位：%）



资料来源：前瞻产业研究院整理

中央控制系统企业竞争地位与策略分析

相信随着楼宇科技的进一步发展、相关制度的进一步完善以及社会能源意识的不断提升，楼宇自动化行业会像商业楼宇中安防系统一样发挥越来越重要的作用，能够不局限于高端商业楼宇，更广泛、更有效地应用到各类商业楼宇中。

就行业阶段来看，依旧处在成长期，低端市场的竞争将日趋激烈，规模较小不具备核心能力的解决方案提供商将会被淘汰。高端市场的增长将超过行业平均水平，但对进入者的资金实力和技术能力都将提出很高的要求。未来国内一些具备较强资本实力和技术能力的企业将能充分分享行业的成长，获得较快的发展。

（1）市场主要代表企业分析

我国智能家居中央控制系统市场领先的企业主是IT计算机信息系统集成类的企业，代表性企业有：同方股份、泰豪科技、太极股份等。

（2）市场领先者策略分析

智能家居中央控制系统市场领先企业在技术上都处于领先的位置，其主要竞争策略为保持研发技术的更新、朝建筑节能方向发展，加强研发及管理人才的储备与培养，以进一步拉开与其他同行竞争者的距离。

中央控制系统市场发展前景与趋势

（1）服务产品化升级

中央控制系统集成商提供的服务范围将更宽广，而服务产品化则可大大促进服务产业升级，是很多未来系统集成企业的发展目标。

（2）整合并购助品牌提升

中央控制系统集成商的整合并购将成为普遍现象，这不仅仅发生在同类型的系统集成商之间，还发生在不同类型的系统集成商之间。

（3）“双赢”的合同能源管理发展模式

合同能源管理是节能服务公司通过与业主签订节能服务合同，为客户提供包括能源审计、项目融资、设备采购等一整套的节能服务，并从客户进行节能改造后获得的节能效益中收回投资和取得利润的一种商业模式。这是一种“双赢”合作。

（4）云计算，未来商机巨大

数据中心不再成为整个IT环境的核心部分，这使得中央控制系统集成成为云计算方面最重要的问题。如果云计算大行其道，系统集成也将成为实现云计算的重要过程，为系统集成行业带来巨大的商机。

2. 家庭安防系统市场分析

家庭安防系统市场发展现状分析

据有关资料反映，2015年，中国安防行业中，各类企业超过了27000家，其中安防产品生产制造企业约4900家，约占全国安防企业总数的23%。虽然我国安防行业目前拥有为数众多的企业，但是中小型企业比例较大，行业集中度较低，缺乏大型生产企业和解决方案提供商。年产值不足1000万元的企业占45%，年产值在1000-5000万元的企业占51%，年产值在5000万以上的企业仅占安防企业总体的4%。

1、视频监控系统市场规模

通过对我国安防市场视频监控的数据统计，2007-2015年我国视频监控行业增长率均保持在15%以上。其中，2015年，我国视频监控市场约为1480亿元。

2008-2015年我国视频监控市场规模（单位：亿元）



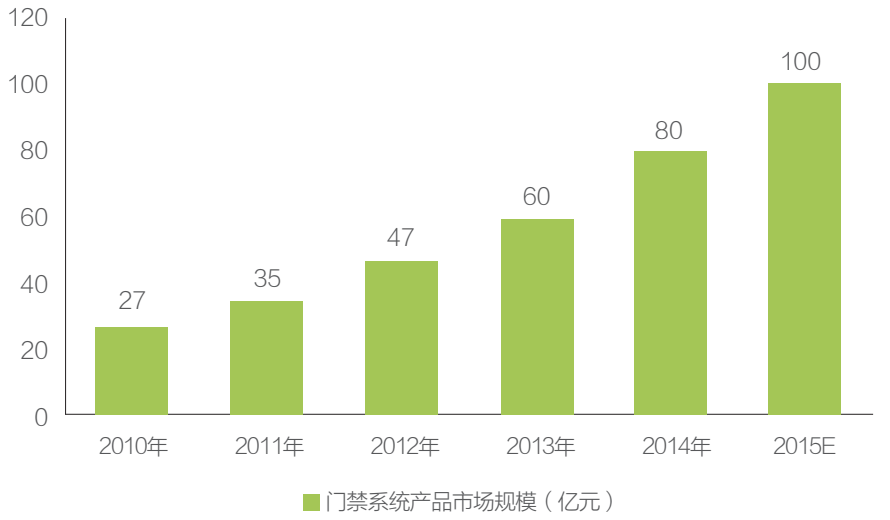
资料来源：前瞻产业研究院整理

2、门禁对讲系统市场规模

现今门禁系统已经成为各大楼宇建筑时的必选项。从当前的应用来看，以金融、交通、商业写字楼、政府单位、大型集团公司、房地产、酒店、核电、教育等行业项目对门禁系统有良好的需求热度。

数据方面，2013年国内门禁系统产品销售市场规模约为60亿元，年增长高达27.66%。2015年我国国内门禁系统产品销售市场规模约为100亿。

2010-2015年我国门禁系统市场规模（单位：亿元）

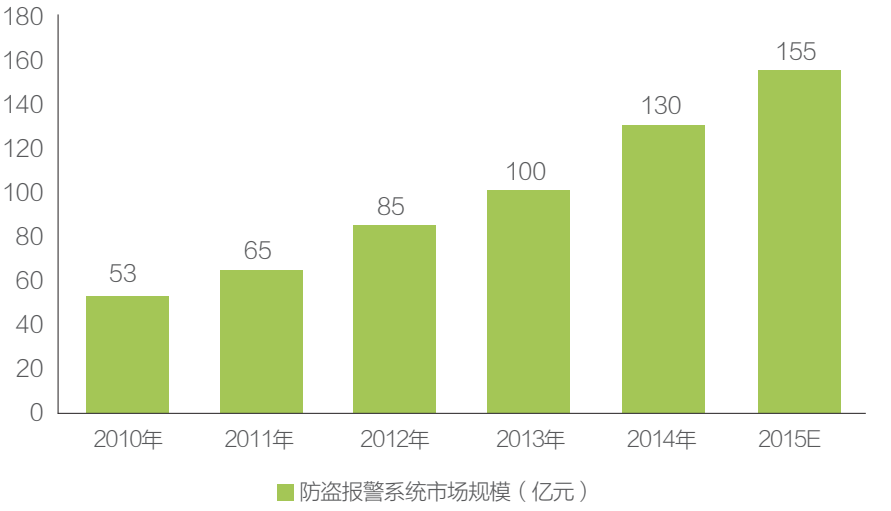


资料来源：前瞻产业研究院整理

3、防盗报警系统市场规模

自2000年起，我国防盗报警行业呈快速发展，防盗报警器的销售数量和总销售额均以年均30%-60%的幅度高速攀升。2015年行业市场规模约在155亿元左右。

2010-2015年我国防盗报警系统市场规模（单位：亿元）



资料来源：前瞻产业研究院整理

家庭安防系统企业竞争地位与策略分析

在安防市场，虽然外资品牌凭借其技术上的领先，应用比例较大，在市场上的话语较强，但是安防市场上依然存在数量众多的厂家，外资品牌的市场占有率并没有明显的优势，主要品牌市场占有率累计在4%左右，整个市场的集中度很低。

（1）市场主要代表企业分析

在国内家庭安防系统市场中处于领先位置的企业主要是来自于视频监控、门禁系统、对讲系统及防盗报警系统的企业。其代表性企业有霍尼韦尔安防集团、西门子电器、索尼、松下电器以及摩托罗拉等，这些企业的主要特点是市场规模较大，公司为世界五百强企业。

（2）市场领先者策略分析

智能家居家庭安防系统市场领先企业基本属于上世纪八九十年代进入我国开拓市场的世界五百强企业，在品牌上有了较为深厚的积累，其在华的竞争策略将是不断加强对我国本土顾客的消费习惯的研究与产品差异化的开发，开拓更多的家居领域的市场。

家庭安防系统市场发展前景与趋势

（1）视频监控系统市场前景

视频监控行业具有优质的行业属性，需求抗周期，未来成长动能主要来自政府、行业应用及民用三级市场，其中政府占30-40%份额，平安城市是其中最主要项目。我国视频监控市场前景广阔，未来几年市场规模将保持年均20%以上的增幅。

（2）门禁对讲系统市场前景

从市场需求来看，我国675所司法监狱、3200个看守所、350个劳教所的具大市场已成为一线品牌青睐的重点。轨道交通、石油化工等多个行业对于门禁系统需求旺盛。在校园安防建设的高峰期，移动、电信以及联通推动投资型手机门禁系统市场的发展。而校园卡、企业卡、市民卡等日趋普及，门禁市场需求将保持年均30%-35%的强劲增长趋势，前景广阔。

（3）防盗报警系统市场前景

从经济层面分析，无论是农村居民还是城镇居民的生活水平都有了大幅度的提升，使防盗报警产品进入家庭成为可能，未来，我国将防盗报警系统在社区家庭的普及率提高至发达国家水平。而随着人们安全意识的提高，会有更多的人选用报警产品，可以预见家庭防盗报警产品将会有更广阔的市场需求空间。

3. 家居照明控制系统市场分析

家居照明控制系统市场发展现状分析

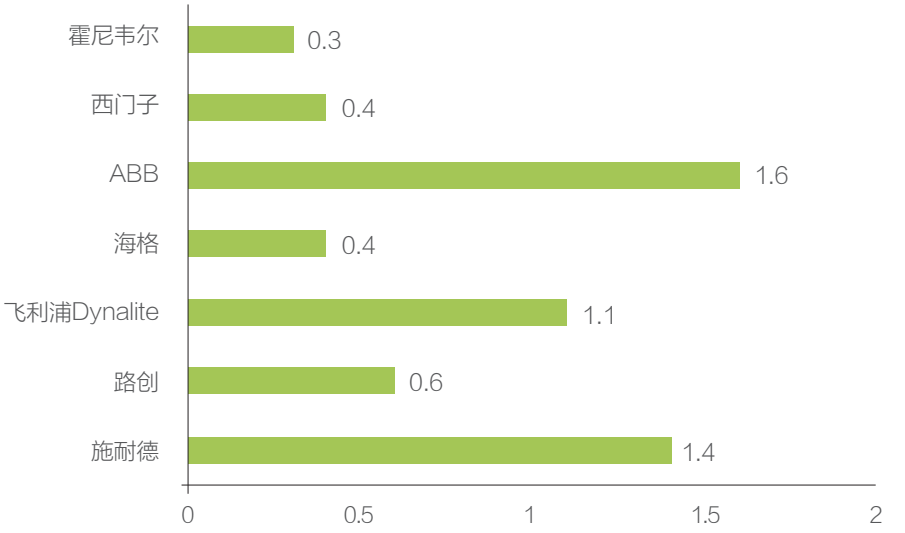
2014年我国智能照明行业市场规模约120亿元，其中智能照明行业系统销售市场规模约100亿元，灯具和相关配件约20亿元。

由于目前国家对节能环保和低碳领域的重视，智能照明产品在公共建筑上应用比例逐年提高，目前达到31%，而酒店宾馆为了达到对客房灯光智能控制的目的，为住客营造舒适的环境，采用智能照明产品的比例也较高，达到22%，其次是住宅、写字楼和商场超市等。

家居照明控制系统企业竞争地位与策略分析

在智能照明产品品牌分布方面，智能照明市场仍是以外资品牌为主，市场上目前上的主要品牌有ABB、邦奇、飞利浦、海格、路创、施耐德、霍尼韦尔和西门子等。外资品牌在华的市场份额占比累计在6%左右。

我国智能照明产品市场份额分布（单位：%）



资料来源：前瞻产业研究院整理

（1）市场主要代表企业分析

目前，家居智能照明行业内国外厂商占据主导地位，国内企业市场份额相对较低。在所有的厂商中，ABB的市场份额占到1.6%，市场占比最高；其次为施耐德，占比约为1.4%左右。代表性企业还有飞利浦、海格、霍尼韦尔、西门子、邦奇电子等。

（2）市场领先者策略分析

智能家居照明控制系统市场领先者企业在华的经营策略是继续扩大智能照明产品的差异化程度，并对我国本土居民的消费特点进行研究，加大智能照明产品的推广力度以开拓更广阔的智能照明市场。

家居照明控制系统市场发展前景与趋势

我国智能照明系统行业处于蓬勃发展阶段，并且市场也在逐步认同与接受此类智能产品的应用，市场潜力巨大。前瞻分析认为，智能照明替代传统照明的进度较为乐观。统计显示，2014年半导体照明光源占全球50%左右的市场份额；据预测，2016年半导体照明灯具将占有50%的市场份额。针对快速发展的国内智能室内照明市场。调查结果也显示，大部分业界人士认为2020年智能室内照明产品的占有率或可达50%。

智能家居设备行业标杆企业分析

1. 智能家居细分产品供应商实力分析

楼宇自控供应商实力分析

霍尼韦尔安防集团实力分析

（1）企业主营业务及产品

霍尼韦尔安防集团的主营业务是安防电子产品，包括视频监控系统、门禁控制系统、防盗报警系统、住宅行业产品、威视达系列安防产品及各类安防解决方案。

（2）企业经营情况分析

霍尼韦尔2014年全年销售收入增长3%达403亿美元，全年部门利润率提高70个基点。其中，2014年第四季度霍尼韦尔实现销售额内生式增长4%，每股收益增长15%（除按市值计算的养老金调整），以卓越的业绩为2014年画上了圆满的句号。

2015年前三季度，霍尼韦尔实现销售收入285.99亿美元，同比下降4.80%；实现净利润35.16亿元，同比上升8.62%。

（3）企业研发及技术服务水平分析

目前，霍尼韦尔向我国市场提供包括报警主机、接警机、探测器等全系列的解决方案，在中高端市场拥有良好的口碑和举足轻重的市场份额。VISTA系列和23系列报警主机因其卓越的性能表现和可靠的质量，长期受到本地客户的青睐。

（4）企业营销模式分析

霍尼韦尔安防集团在我国的营销模式是在全国主要城市设立分公司和办事处，管理各地区的销售业务，各地区的分公司和办事处在通过与代理商合作，再将产品营销至广大客户。

智能照明供应商实力分析

ABB（中国）有限公司实力分析

（1）企业主营业务及产品

ABB（中国）有限公司在我国的产品范围涵盖电力产品、电力系统、低压产品、离散及过程自动化产品。

（2）企业经营情况分析

2014年ABB实现销售收入约400亿美元，在华的销售收入超过58亿美元，保持ABB集团全球第二大市场的地位。

2015年，ABB实现销售收入354.81亿美元，同比下降12.25%；实现净利润19.33亿美元，同比下降25.48%。

（3）企业研发及技术服务水平分析

凭借全球领先的产品技术和解决方案，ABB积极帮助国内客户增效节能并推动可再生能源发展，为实现中国绿色、生态友好的可持续发展贡献力量。截至2014年，ABB向国内客户提供的传动产品累计节电达2430亿度，相当于北京市2年多的全社会用电量。

（4）企业营销模式分析

ABB（中国）有限公司在我国的业务主要分为两个层次，第一层次为ABB（中国）投资有限公司，负责ABB在我国的所有独资及合资的生产性公司的管理与控制，第二层次为ABB在我国的生产制造性企业和其设在全国各地的销售分公司或办事处。

ABB在我国的营销组织布局主要围绕ABB统一的前端销售（Front-endSales）的营销理念进行，通过以ABB（中国）投资有限公司及其设在全国四大区域、各个省份的销售公司及办事处，建立了统一的营销组织体系。

监控系统供应商实力分析

三星TECHWIN实力分析

（1）企业主营业务及产品

三星TECHWIN产品分为专业产品、民用产品以及专用产品三类。

三星TECHWIN主要产品

类别	产品
专用产品	HD-SDI、模拟摄像设备、录像设备、网络摄像设备、监视设备、镜头设备、配件、门禁系统
民用产品	模拟摄像设备、网络摄像设备、网络硬盘录像机、小型监控系统
专用产品	网络摄像设备、模拟摄像设备

资料来源：公司官网 前瞻产业研究院整理

（2）企业研发及技术服务水平分析

三星TECHWIN到目前已有近40年的特殊行业经验，积累了雄厚的光学及数码摄像技术开发能力，独立开发了网络百万像素WiseNet系列芯片、消除映像噪点的SSNR芯片、多用途WINNER-V数字芯片、高画质宽动态SV-V数字芯片、以及DVR和网络产品等。

（3）企业营销模式分析

三星TECHWIN 提供独特的STEP（Samsung Techwin Eco Partnership）服务，STEP不仅能为合作伙伴提供具备先进革新技术的优质产品，还能为合作成员提供真正意义上的差异化解决方案和服务。

（4）企业销售渠道和网络

三星TECHWIN的销售依赖于STEP中的渠道合作伙伴，三星TECHWIN渠道合作伙伴项目的目的就是：从促进合作伙伴业务增长并保证其利益最大化的角度出发，为其销售、市场推广和技术提供不同的支持，以构建安防系统。目前，三星TECHWIN的目标合作伙伴主要包括系统集成公司、施工公司等。

2. 智能家居设备专业集成商实力分析

专业集成商拥有资质分析

据不完全统计，目前从事建筑智能化设备专业集成的企业至少在3000家左右，产品供应商也将近3000家左右，具备智能化工程承包资质的有1100家左右。

智能建筑专业集成商代表企业主要资质情况

企业名称	设计	工程专业承包	计算机信息系统集成
同方股份有限公司	甲级	一级	一级
泰豪科技股份有限公司	甲级	一级	一级
浙江浙大中控信息技术有限公司	甲级	一级	一级
深圳达实智能股份有限公司	甲级	一级	一级
太极计算机股份有限公司	甲级	一级	一级
北京中电兴发科技有限公司	甲级	一级	一级
深圳市赛为智能股份有限公司	甲级	一级	一级
广州华南资讯科技有限公司	甲级	一级	一级
上海华东电脑股份有限公司	甲级	一级	一级
IBM全球服务（中国）有限公司	甲级	一级	一级
江森自控	甲级	一级	一级

资料来源：前瞻产业研究院整理

专业集成商代表企业分析

据不完全统计，目前从事建筑智能化设备专业集成的企业至少在3000家左右，产品供应商也将近3000家左右，具备智能化工程承包资质的有1100家左右。

我国智能建筑行业代表性企业

序号	企业名单	业务范围
1	同方股份有限公司	智能建筑领域的产品制造、工程实施和运营服务
2	泰豪科技股份有限公司	智能建筑电气
3	浙江浙大中控信息技术有限公司	建筑智能
4	汉鼎信息科技股份有限公司	建筑智能
5	深圳达实智能股份有限公司	建筑智能、建筑节能
6	太极计算机股份有限公司	建筑智能、软件工程
7	北京中电兴发科技有限公司	智能建筑和信息系统
8	深圳市赛为智能股份有限公司	建筑智能、轨道交通智能化
9	广州华南资讯科技有限公司	建筑智能、软件工程
10	上海华东电脑股份有限公司	建筑智能
11	上海延华智能科技（集团）股份有限公司	建筑智能化、智能工程、多媒体展示工程
12	IBM全球服务（中国）有限公司	建筑智能、软件工程
13	江森自控	建筑智能、控制产品
14	银江股份有限公司	建筑智能

资料来源：前瞻产业研究院整理

同方股份有限公司实力分析

（1）企业主营业务及产品

同方股份有限公司的主营业务涉及互联网服务与终端、智慧城市、公共安全、节能环保以及科技园区。2015年半年度，公司营业收入结构如下：

2015年半年度同方股份有限公司主营业务构成（单位：亿元，%）

主营业务构成	主营业务收入（亿元）	主营业务成本（亿元）	毛利率（%）	主营业务收入同比（%）	主营业务成本同比（%）	毛利率同比（%）
公共安全	11.54	7.35	36.35	-12.35	-14.06	1.27
互联网服务与终端	60.18	50.85	15.49	11.60	11.03	0.44
智慧城市	14.73	12.79	13.19	-1.45	3.00	-3.75
节能环保	19.93	14.37	27.90	25.36	25.83	-0.27
科技园区	0.51	0.32	37.71	9.23	23.46	-7.18

资料来源：公司公报 前瞻产业研究院整理

（2）企业经营情况分析

2015年前三季度，公司实现营业收入179.38亿元，较上年同期增长9.74%；营业利润和净利润分别为95390.44万元和56676.51万元，同比大幅上升。整体来看，公司的业务规模逐渐扩大，经营效益较好。

2011-2015年同方股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

指标名称	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年Q1-Q3
营业收入（万元）	2096204.99	2234267.99	2265014.41	2599372.40	1793787.23
营业利润（万元）	85231.03	66516.64	134361.02	112941.69	95390.44
利润总额（万元）	105570.02	102776.53	131599.50	142318.00	118525.68
净利润（万元）	70742.80	60636.88	67695.12	75564.19	56676.51

资料来源：公司公报 前瞻产业研究院整理

（3）企业运营能力分析

2011-2014年，同方股份有限公司的各项运营指标呈现逐年下降的趋势。其中，2014年公司存货周转率为2.81次；应收账款周转率在4.18次，公司应收账款回收速度较快，滞留在应收账款上的资金相对较少；公司总资产周转率在0.56次，资产整体利用水平有待提高。

2015年前三季度，公司的存货周转率、应收账款周转率和总资产周转率分别为1.55次、2.28次和0.35次。整体来看，公司的运营能力有待提高。

（4）企业发展能力分析

2014年公司营业收入增长率为14.76%，较上年增长显著，公司市场扩展速度呈回转加速趋势。营业利润增长率较上年有所下降，主要是营业成本增长快速；税后利润增长率与上年基本持平。结合公司盈利来看，公司整体经营效益有所改善；净资产增长率和总资产增长率均有所放缓。

2015年前三个季度，公司营业收入增长率为9.74%，总资产增长率为15.87%。整体来看，公司的发展能力需要进一步的提高。

2011-2015年同方股份有限公司发展能力分析（单位：%）

指标名称	2012年	2013年	2014年	2015年Q1-Q3
营业收入增长率（%）	6.59	1.38	14.76	9.74
营业利润增长率（%）	-21.96	102.00	-15.94	332.89
税后利润增长率（%）	-14.29	11.64	11.62	360.22
净资产增长率（%）	6.52	17.76	7.81	60.14
总资产增长率（%）	11.70	26.31	16.81	15.87

资料来源：公司公报 前瞻产业研究院整理

（5）企业研发及技术服务水平分析

同方股份有限公司拥有6个海外研发机构，3个国家级工程研究中心，6个联合实验室以及各产业本部和控股公司下设的研发基地，这些共同构成了同方股份多方位的研发体系，使得同方股份在技术创新上成效卓越。

同方股份有限公司自主核心技术与国家专利情况

类别		数量（项）
中国专利申请	发明专利	1018
	实用新型专利	770
	外观专利	99
计算机软件著作登记权		188
海外专利申请		544

资料来源：公司网站 前瞻产业研究院整理

（6）企业营销模式分析

同方股份有限公司一方面保持传统的渠道代理销售和3C连锁卖场销售的稳步发展，另一方面加大了对于电子商务包括电视购物渠道等新兴营销渠道的投入力度，实现了三种渠道销售齐头并进的局面。

（7）企业销售渠道和网络分析

同方股份有限公司的代理销售渠道和连锁卖场销售网络已经覆盖全国各地，销售网络较为完善。

（8）企业智能家居发展战略分析

同方股份有限公司在智能建筑领域（包括智能家居领域）继续坚持打造“数字城市建设国家队”形象，并凭借工程质量高、自主创新能力强、具有核心竞争力和诚信服务等优势连续五年蝉联“完成工程额统计前50名企业第一名”，并在“全国智能建筑行业十大品牌企业”评选中连续三年位居榜首。

智能家居设备行业市场前景预测

1. 建筑智能化市场前景预测

如果从广义的建筑来看，智能家居设备主要应用在智能建筑之中。智能建筑行业发展潜力极大，被认为是我国经济发展中一个非常重要的产业，其产业带动作用更是不容小觑。据统计，美国智能建筑占新建建筑的比例为70%，日本为60%。2015年，我国智能建筑占新建建筑的比例在30%左右。

我国智能建筑起步于1990年，比美国晚了6年，比日本晚4年，通过对比美国和日本智能建筑的发展历程，前瞻预计未来我国智能建筑在新建建筑中的比例仍将保持每年3个百分点左右的提升速度，到2021年，我国智能建筑在新建建筑中的比列有望达到57%左右。

2. 智能家居设备行业前景预测

从狭义的智能家居设备应用来看，主要集中在商品住宅市场，其中别墅及高档公寓的应用比例处于较高的水平。2008-2014年，我国的居住建筑面积呈逐年增长趋势，年均增长速度在8%左右，2015年有所下降，同比下降6.91%。

如果从每年房屋竣工面积来看，我国2016-2021年新建商品住宅智能家居设备行业市场规模预测如下表所示。

2016-2021年我国新建商品住宅中智能家居设备市场规模预测
（单位：万平方米，%，元/平方米，亿元）

时间	房屋竣工面积（万平方米）	智能家居覆盖率（假设）	智能家居销售单价（元/平方米）	智能家居设备市场规模（亿元）
2016年	106041.34	0.22	112	261
2017年	112403.82	0.25	115	323
2018年	119148.05	0.28	120	400
2019年	126296.93	0.30	135	512
2020年	133874.75	0.33	150	663
2021年	141907.23	0.36	155	793

资料来源：前瞻产业研究院整理