

# 国内主要智能硬件平台概览及实力对比分析2016

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws



本报告主要通过运用定性和定量方法，研究市场的一手和二手信息得到相关结论。针对国内主要智能硬件平台概览及实力进行对比分析，对各平台集团组织体系概览，各智能平台战略愿景及体系定位，当前主要智能平台的市场表现，各智能平台技术标准，包括对接第三方硬件流程梳理，以及平台优劣势分析等。



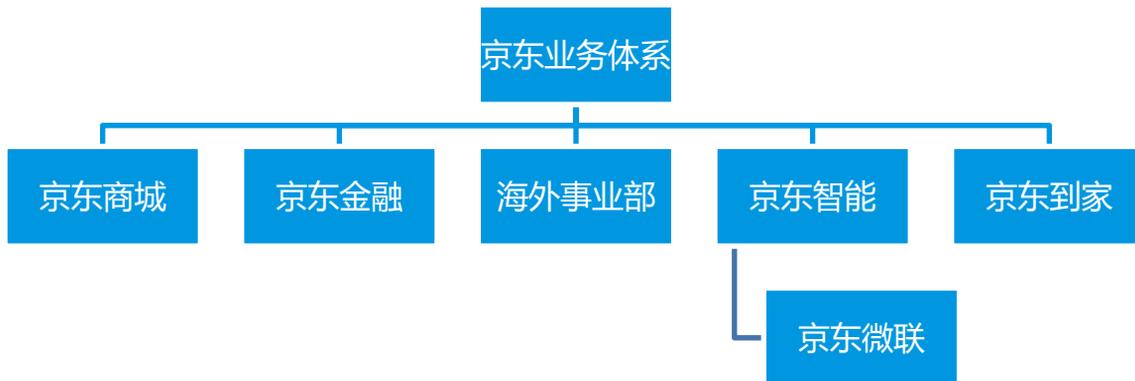
# 智能硬件平台名录



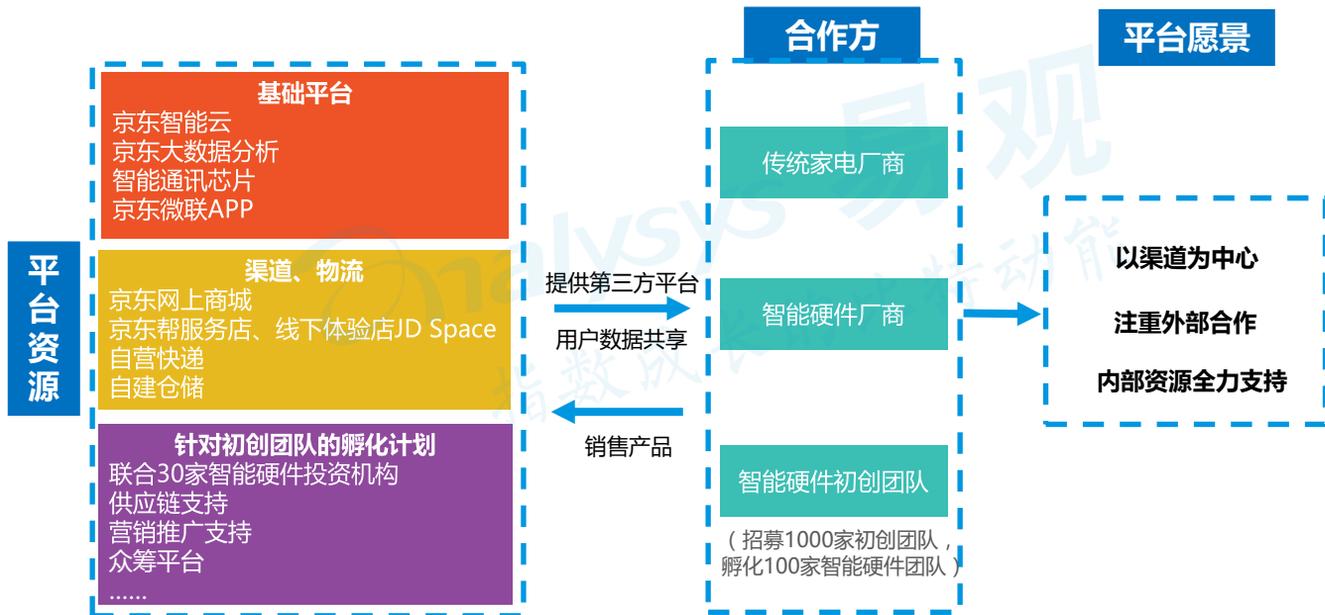


京东微联

# 京东微联组织架构体系



# 京东微联战略愿景及体系定位



# 京东微联平台产品体系

电视盒子、投影仪、路由器、空调、加湿器、空气净化器、智能台灯

智能  
客厅

电饭煲、微波炉、冰箱、油烟机、榨汁机、烤箱、面包机

智能  
厨房

电子称、煎药壶、电子血压计、电动足浴盆

智能  
健康

智能插座开关、电动窗帘、智能吸顶灯

智能  
家装

## STRENGTH

1. 渠道优势吸引众多硬件厂商
2. 品牌形象佳，用户流量优势
3. 平台兼容性强，超级APP控制所有智能家电

## WEAKNESS

1. 没有自己的终端产品，硬件智能化设计弱势
2. 智能应用场景不成熟
3. 支付体系处于弱势

## OPPORTUNITY

1. 家电智能化趋势日益显著，市场前景可期
2. 物联网、云计算等新兴技术发展

# SWOT

## THREATS

1. 开放生态下，产品质量把控更难
2. 平台竞争激烈，互联网公司及传统厂商入局
3. 用户信息安全存在隐患

# 第三方智能硬件与京东微联的连接价值



**智能芯片接入**：提供智能Wi-Fi芯片技术、3G上网芯片与虚拟运营商网络支持，让硬件快速智能化



**物联网技术支撑**：设备可直连或通过云对云的方式接入京东微联，实现不同设备的互联互通



**全方位的云服务支持**：强大的云计算能力，如：云主机、云存储、应用引擎、移动云等



**大数据分析和开放能力**：利用京东大数据分析能力结合用户行为进行深度分析



**开放的平台生态**：对合作伙伴提供京东信息系统开放服务、数据开放服务



**强大的APP管理**：让用户使用一个APP管理所有智能硬件，享受方便快捷的一站式智能生活

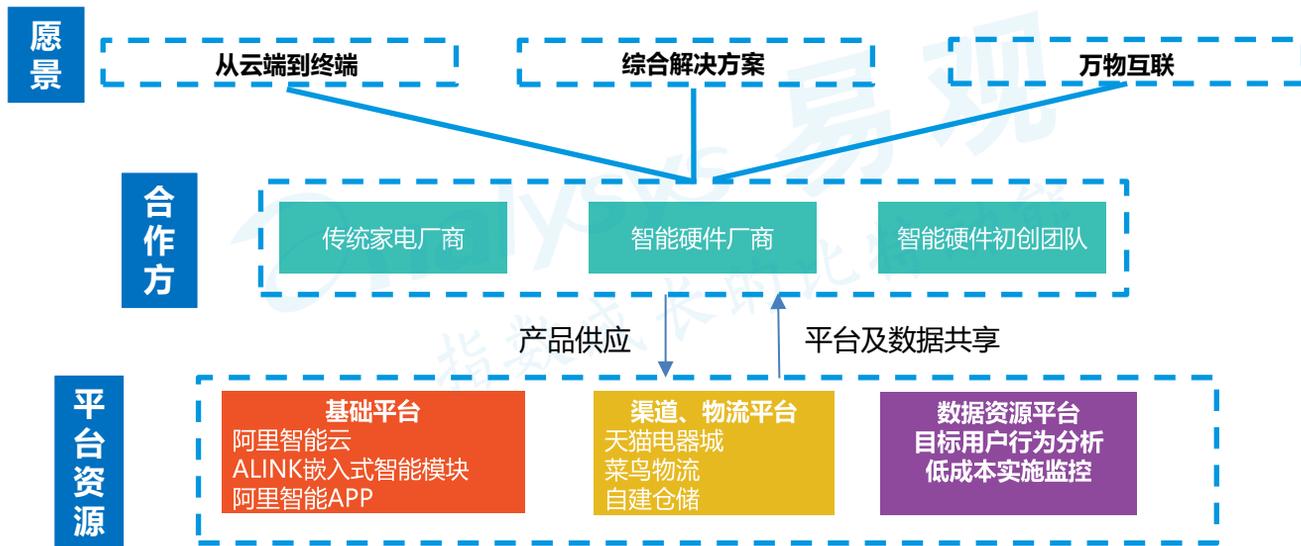


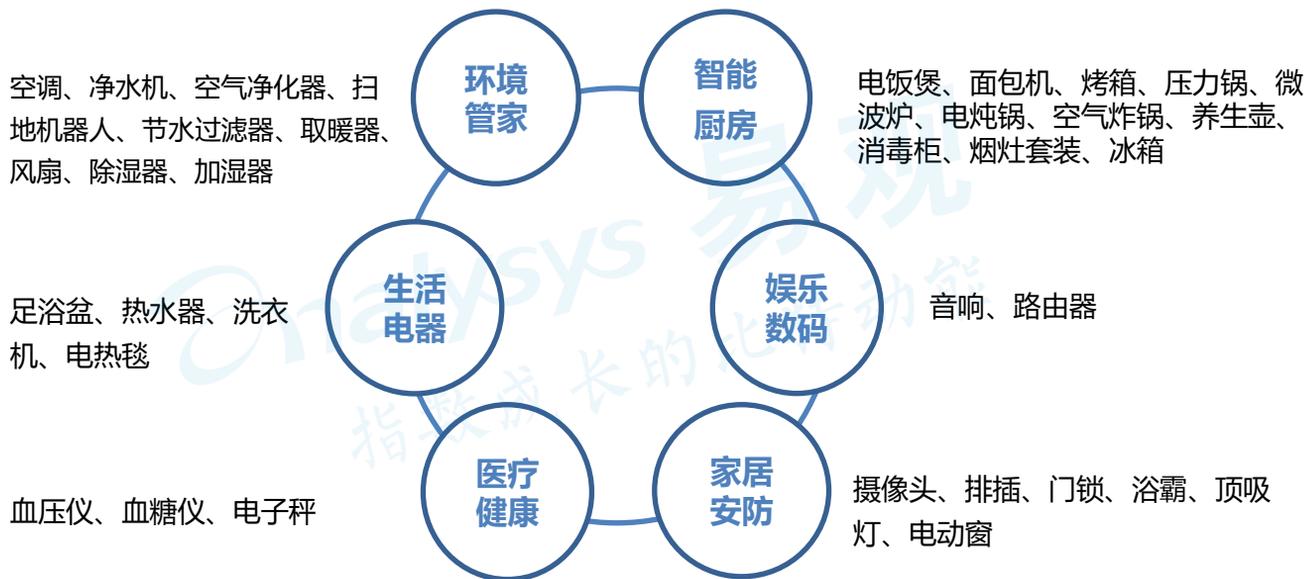
# 阿里智能云平台

# 阿里智能云平台组织体系概览



# 阿里智能云平台的平台战略愿景及体系定位





## STRENGTHS

1. 云计算运营经验以及强大的数据处理能力
2. 天猫电器城具有天然的客户流量优势
3. 蚂蚁金服和菜鸟网络等提供支持
4. 具有智能硬件孵化平台持续供给创新产品

## WEAKNESS

1. 智能硬件平台起步较晚
2. 目前上线产品品类较少
3. 缺乏移动终端布局，用户的智能化体验有缺陷

## OPPORTUNITY

1. 家电智能化趋势日益显著
2. 硬件技术手段已经足够成熟与丰富
3. 市场对于智能家电有较大预期,资本运作便利

## THREATS

1. 平台可替代性较强
2. 明星产品厂商借助产品优势构建独立平台
3. 智能家居是否能成为真正的刚需

# SWOT

# 第三方智能硬件与阿里智能app的连接价值

Analysys 易观

指数成长的比特动能

## 标准化硬件对接方案

阿里平台巨大出货量支持的超值无线模组，单模组搞定智能化，无需在硬件智能化上进行大量投入

## 消耗品重复购买

阿里智能生活平台同时配备了耗材快捷购买通道，使得商家在产品生命周期内持续盈利

最快六周上线

阿里智能生活深度整合了天猫电器城、淘宝众筹和聚划算等众多优势资源，可引入巨量的用户流量

引入用户流量

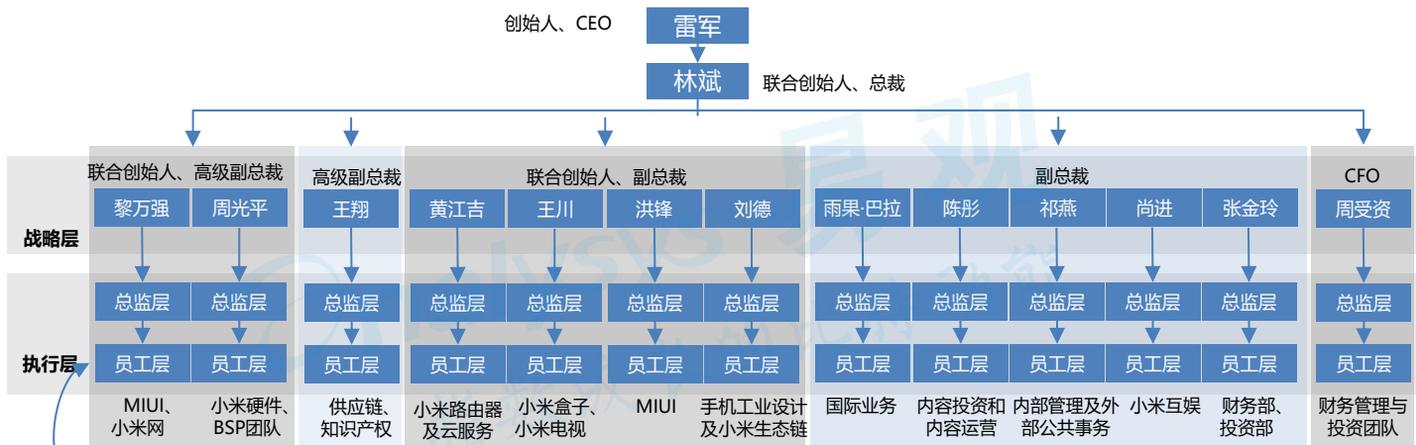
依托淘宝用户大数据的用户标签，勾勒出商户用户群的全息特征，帮助其用更好的产品、营销推广和增值服务赢得用户

用户数据实时分析与反馈



小米智能家庭

# 小米公司扁平化组织概览



扁平的架构与垂直的业务交叉支撑企业的稳定发展。业务线的丰富与不断深挖各企业发展提供了强大的推动力

架构业务支撑发展

自金山、谷歌、摩托罗拉、微软等企业挖掘了大量的人才催生产品与服务的高速发展

人才驱动发展

超扁平组织架构辅以去KPI化管理模式，使得小米高度激发员工的激情与项目的质量

去KPI化管理激励

# 小米智能家庭平台战略目的及产品体系定位

Analysys 易观

指数成长的比特动能

目的



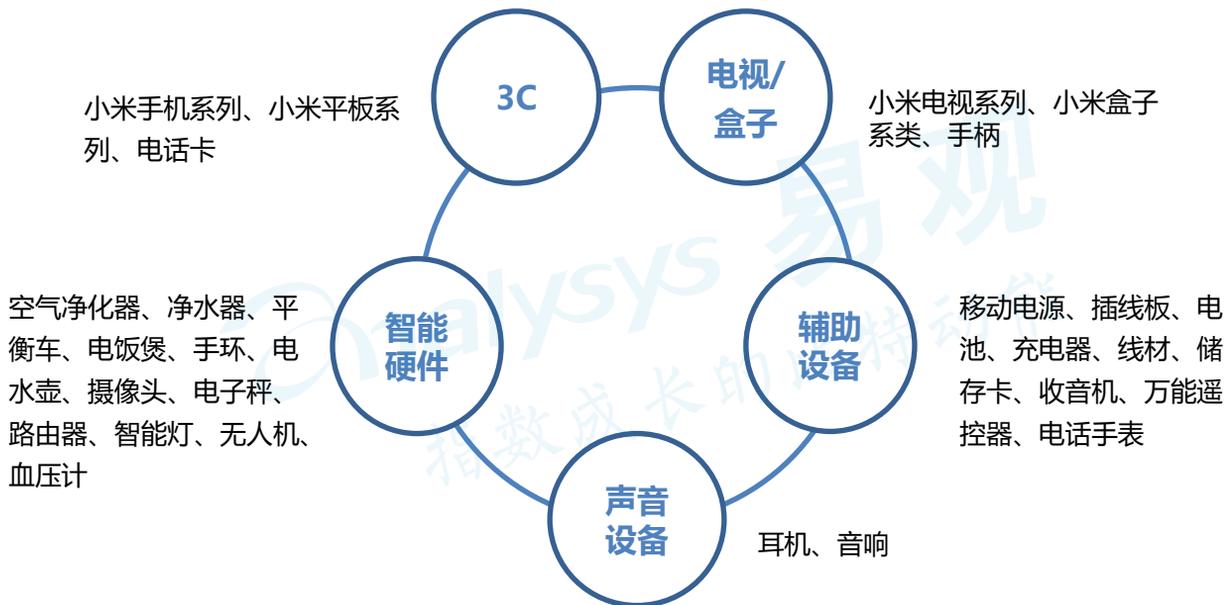
手机体系

米家体系

硬件产品



# 小米智能家庭产品体系



## STRENGTH

- 1.成熟的智能硬件产品线与开发经验
- 2.庞大的小米手机用户规模可以实现高效引流
- 3.与地产商合作项目快速落地吸引市场关注
- 4.复制小米手机模式快苏抢占市场

## WEAKNESS

- 1.智能平台缺乏核心基点
- 2.大型家电上难以克服技术壁垒产生与传统厂商合作的需求，但在完善小米内部闭环的同时又比较排外
- 3.缺少更丰富的生态体系支撑

## OPPORTUNITY

- 1.大部分智能平台都缺乏自有的智能终端
- 2.智能手机市场进入成熟阶段，消费需求转向

## THREATS

- 1.同业竞争
- 2.小米手机模式推广成效递减
- 3.核心产品市场预冷威胁其战略推进进程

# SWOT

## 标准化硬件对接方案

小米开发的小米智能模组可以实现低成本、高效率的传统产品智能化改造

## 消耗品重复购买

小米智能家庭平台同时配备了耗材快捷购买通道，使得商家在产品生命周期内持续盈利

依托小米内部资源实现智能产品的深度推广

## 整合MIUI系统

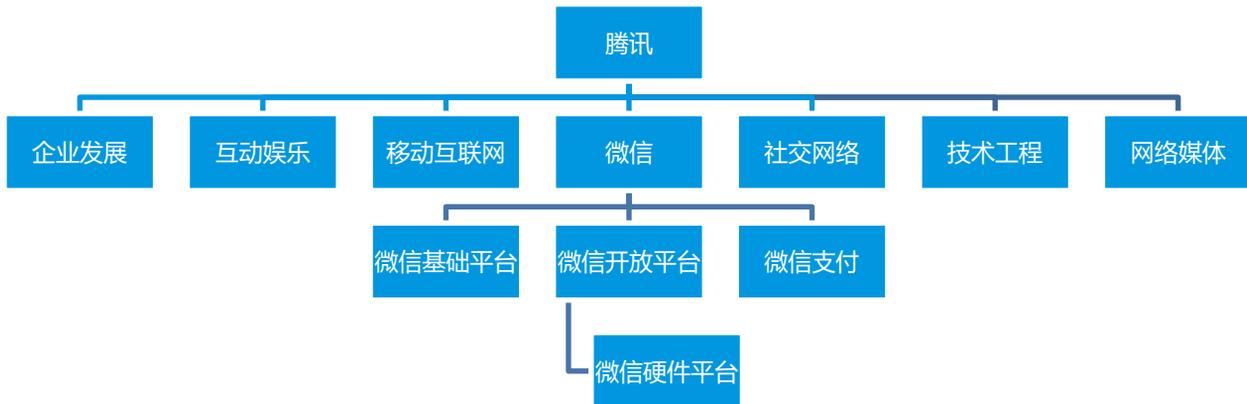
利用小米云远程实施监控用户的产品使用规律，勾勒典型人群使用习惯，进而为产品厂商提供具象的产品改进决策建议

## 用户数据实时分析与反馈

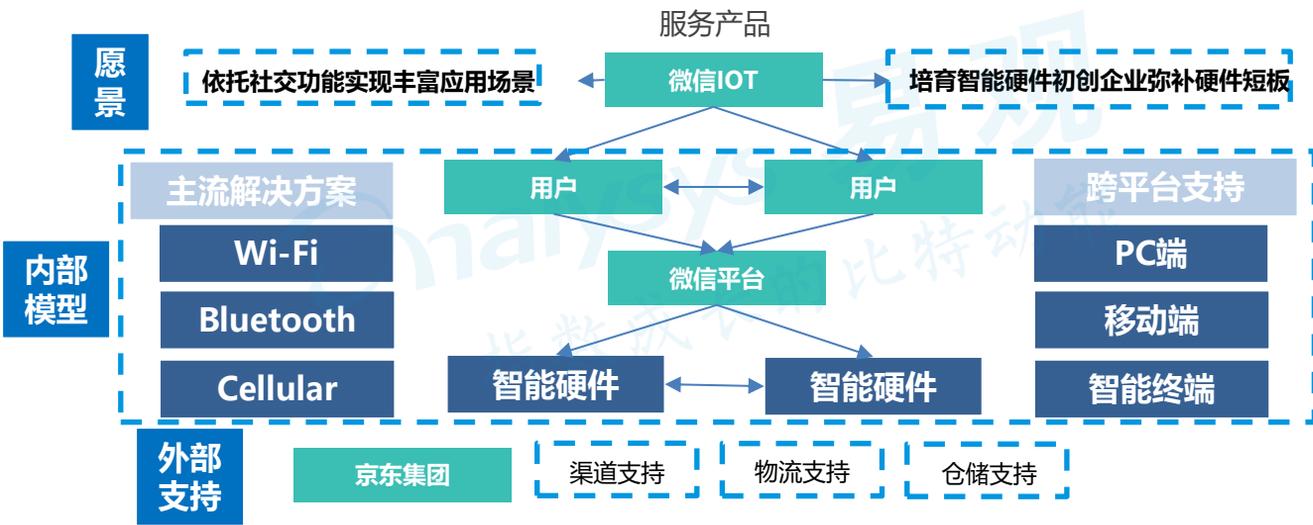


## 微信智能硬件平台

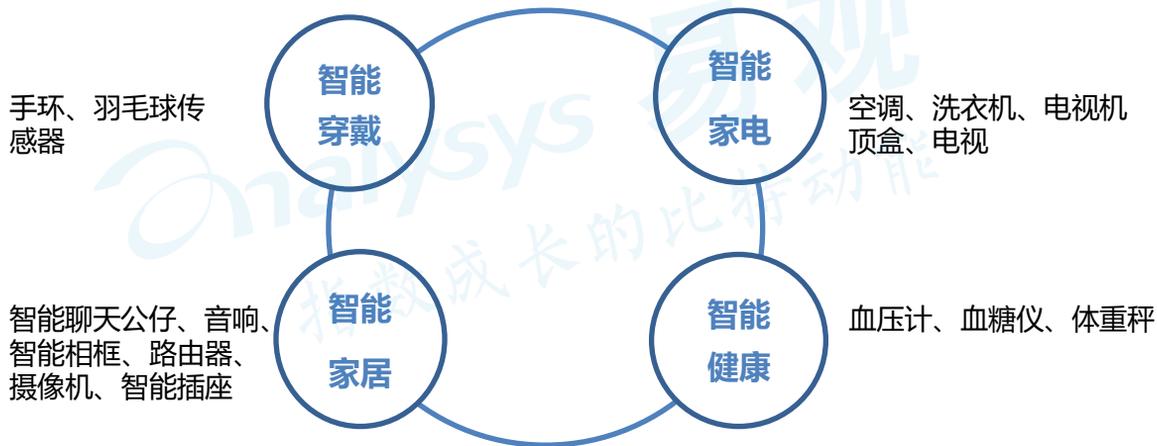
# 微信智能硬件平台组织架构



# 微信微信智能硬件平台战略目的及体系定位



# 微信智能硬件平台产品体系



# 微信智能硬件平台SWOT分析

## STRENGTH

- 1.拥有数量庞大的活跃用户，具有社交化元素
- 2.设备接入微信平台技术成熟，平台开放
- 3.微店可供硬件厂商销售配件和耗材
- 4.“京腾计划”有效衔接京东渠道资源

## OPPORTUNITY

- 1.智能硬件未来需求可期
- 2.硬件技术手段已经足够成熟与丰富

## WEAKNESS

- 1.微信平台接入智能硬件，操作繁琐
- 2.销售渠道没有阿里和京东等电商平台成熟

## THREATS

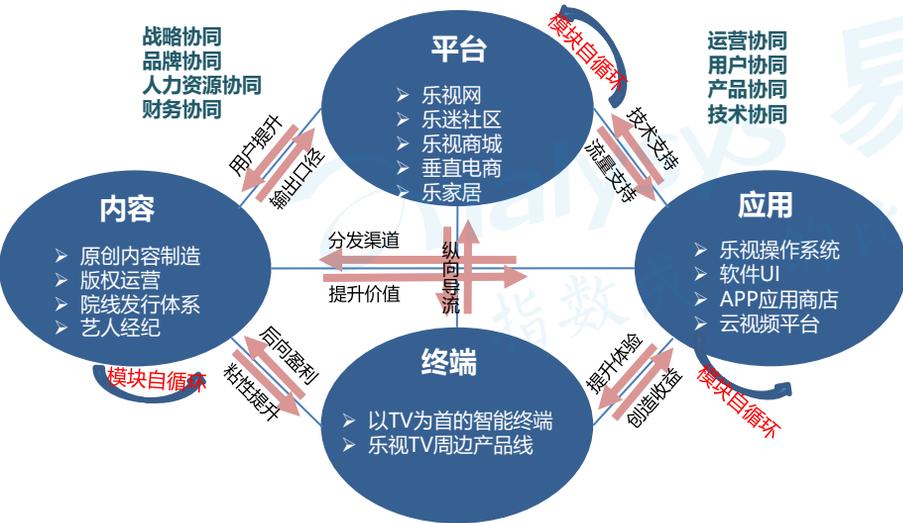
- 1.平台竞争激烈，互联网公司及传统厂商入局
- 2.安全问题成为智能家居推进的巨大隐患

# SWOT



乐居家

## 乐视生态体系的协同性壁垒



## 乐视生态体系的协同效应

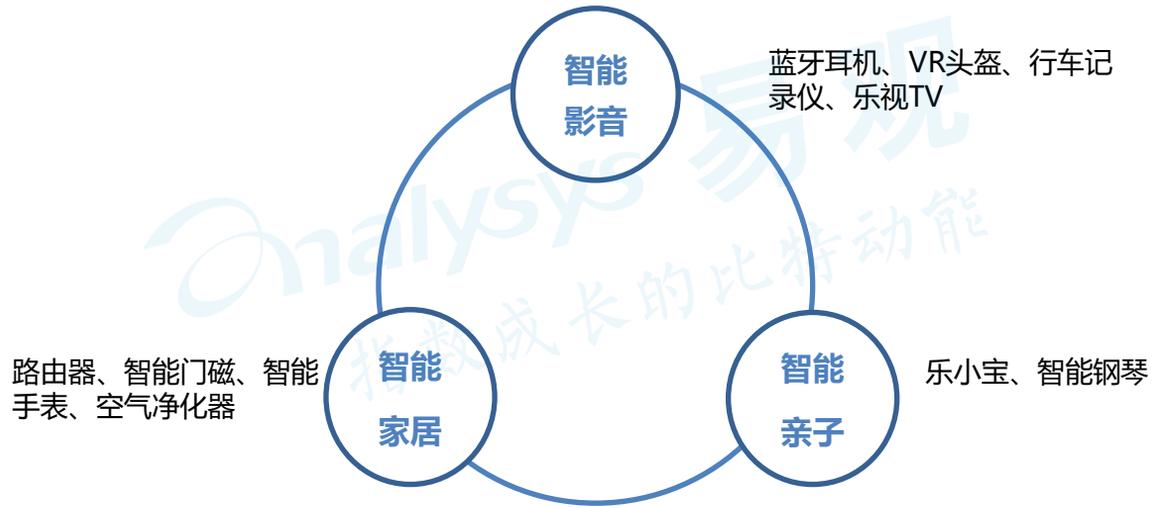
- ◆ **乘数效应:** 乐视生态系统中四个维度的事业群互有作用，互有需要，互有促进，互有保护，每个单点的优势被呈几何维度地放大，形成乘数效应体现在每个节点
- ◆ **竞争壁垒:** 竞争者可以在单点取得竞争优势，但难以在这么多方面全面与之匹敌，因为协同效应下，垂直生态链的各个环节环环相扣
- ◆ **网状保护:** 竞争对手需要竞争突破的并非是一个产品、业务，而是一整套生态网

愿景

乐居家，打通设备间边界的超级APP，拉近智能家居与用户之间的距离，让智能生活地梦想更高效快速地照进现实。



研发打通智能手机、智能电视的智能硬件，构建一个基于核心内容领域，如健康、娱乐、运动、亲子、车联等的大智能产品生态圈



## STRENGTH

- 1.丰富的视频资源作为基础，内容支持硬件
- 2.智能硬件研发和制造的经验丰富
- 2.乐视垂直整合生态，完备的从服务到运营的一体化模式

## OPPORTUNITY

- 1.家电智能化趋势日益显著，市场前景可期
- 2.物联网、云计算等新兴技术发展

## WEAKNESS

- 1.乐居家应用的封闭性限制了用户群体
- 2.智能硬件范围局限在视频领域，很难打造物联网的智能生活场景

## THREATS

- 1.平台竞争激烈，互联网公司及传统厂商入局
- 2.安全问题成为智能家居推进的巨大隐患

# SWOT

# 指数成长的比特动能



- 易观千帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅