

2024年中国家电行业基础云应用 研究报告

部门：企服研究一组

©2024 iResearch Inc.

目录

01 赢得竞争：家电企业的云上转型创新

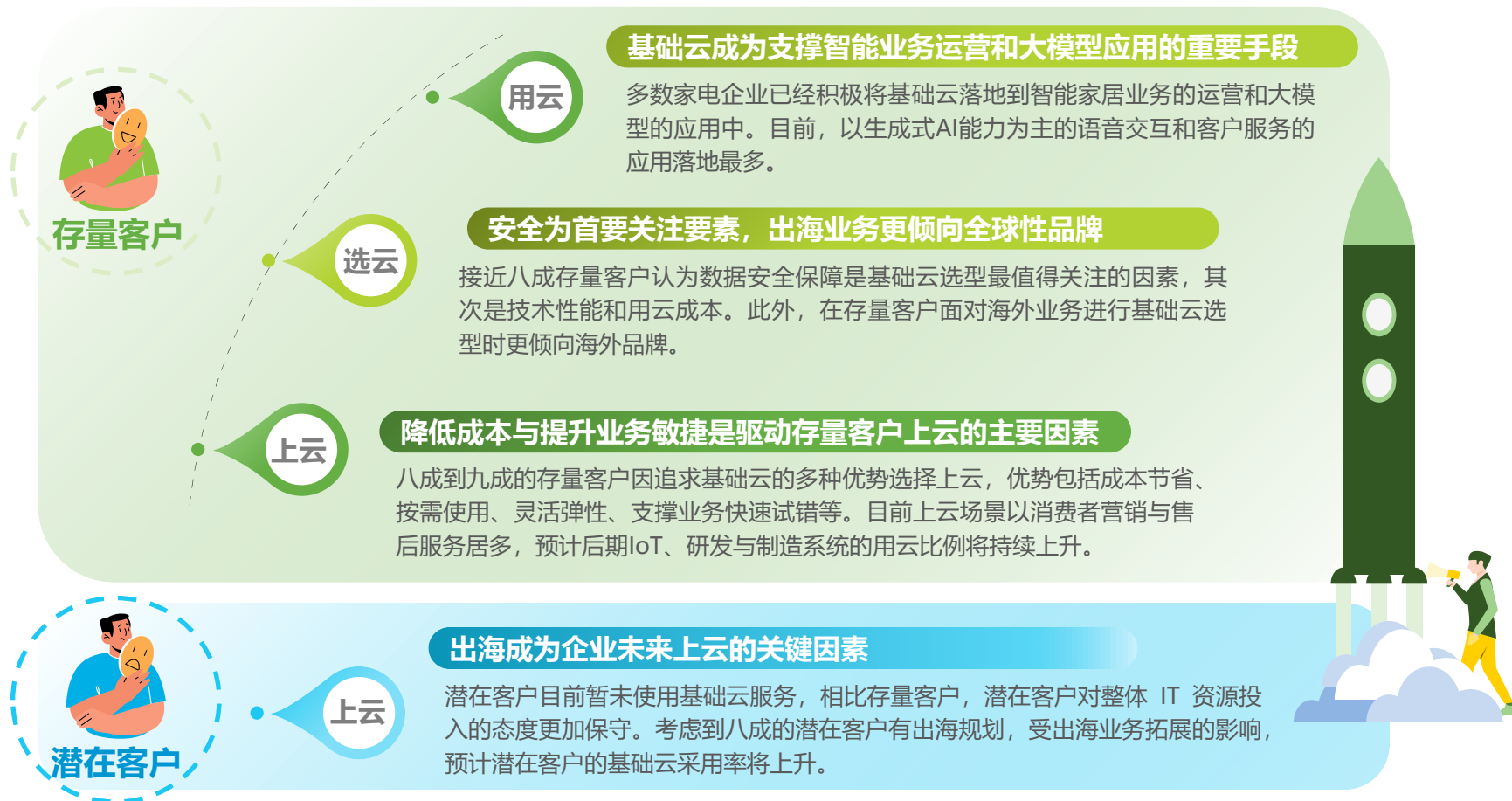
02 价值重构：家电企业的智能用云战略

03 聚焦增量：家电企业的出海用云实践

附录 调研范围定义及被调研企业画像

家电行业基础云应用调研总结

基础云支撑家电企业在业务创新、技术应用、出海扩张中取得良好成效



注释：1) 基础云调研，存量客户数量=49，潜在客户数量=10。

2) 客户共同特征：大型民企为主；75%营收在10亿元以上；88%的企业选择出海（共同特征由两者数据加权相得，权重为配比数量）。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

构建全球一体化云架构

全球一体化云架构为业务出海奠定便利基础，实现用云灵活与快速试错

构建全球一体化云架构被认为是落实IaaS与PaaS最优实践的基础措施。调研结果显示，全球一体化云架构能有效降低家电企业的Capex投入、后期运维成本，且其按需调用的特性保障了后期成本的可持续性控制。同时，全球一体化云架构让业务敏捷的实现变得更加轻松。家电企业无需过多关注底层技术架构，专注业务逻辑构建，创新更加高效；若有需要停止的业务线，底层资源在业务终止后可立即停用，无需额外付出试错成本。对于有出海意愿的家电企业，其国内业务上云后，可利用基础云厂商的能力，迅速将业务在海外上线，更快速的响应海外市场需求。

实现全球一体化云架构的必要性

全球一体化云架构	典型基础云厂商全球一体化云架构分布	
➢具备高可用、高容错能力的单个资源调用区域 ➢具备可在全球范围内实现弹性扩展和灵活调配的基础资源 ➢具备一致性和通用性的资源接口及调用工具 ➢具备统一的数据存储与管理模式，更能支撑数据合规跨境 ➢具备统一标准的安全与合规要求... 节省成本 支撑出海 灵活用云与快速试错	亚马逊云科技 Azure Google Cloud Platform	基础设施覆盖度 云计算成本与效用 ➢ 在34个地理区域内运营108个可用区 ➢ 计划在墨西哥、新西兰、沙特阿拉伯王国、泰国、中国台湾和亚马逊云科技欧盟主权云增加18个可用区和6个亚马逊云科技区域 ➢ 为245个国家和地区提供服务 ➢ 在全球34个国家拥有300多个数据中心 ➢ 在40个区域中运营121个可用区 ➢ 服务遍及200+国家和地区 ➢ 自研ARM架构Graviton处理器 ➢ 为云原生工作任务高度定制，使亚马逊云科技更具成本效益、更节能、更高效 ➢ 相较于x86芯片，Graviton3可达到60%的能耗提升，Graviton2可达到最高30%的性能提升 ➢ 基于Intel及AMD芯片搭建云服务 ➢ 主要基于Intel及AMD芯片搭建云服务 ➢ 提供第三方厂商Ampere设计的Altra ARM架构芯片 ➢ 第三方芯片尚未能与自身云平台进行深度整合

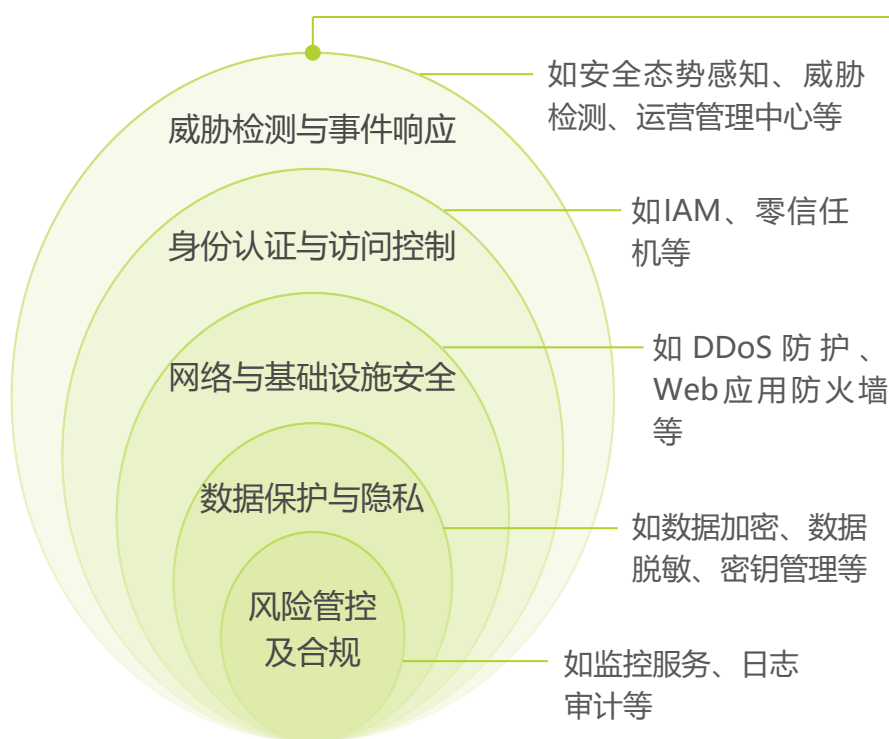
注释：基础设施覆盖范围数据统计时间截止至2024年11月。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

构筑云上安全防线

建立安全基线，选择可靠的基础云厂商，保障云上安全合规

安全基线是信息系统的最小安全保证，家电企业应当基于政策要求、业务特征及企业发展需要设定合理的安全基线，并基于安全基线规划上云策略。与自建数据中心相比，上云后，家电企业无需再关心底层基础设施的安全与运维。基础云厂商提供了一系列安全服务，能够帮助家电企业进行科学的安全配置，从而减轻家电企业的安全运营负担。家电企业可以将云厂商的安全框架作为起点，高效配置相应的安全策略，确保云上的安全合规。

基础云厂商助力家电企业实现安全合规



基础云厂商为家电企业提供多层级安全防护体系

对外提供全面安全服务

提供覆盖不同层级的安全产品和服务，指导客户正确配置云服务，并帮助客户实现云上安全

对内保障自身安全合规

- ✓ 针对数据中心建立完善的物理防范措施，并通过多地备份和容灾恢复，确保客户的业务和数据安全
- ✓ 遵循客户数据主权原则，基于多层次的数据加密、访问控制策略，保障数据的传输和存储安全
- ✓ 遵循业务运营所在国家地区的个人信息保护法律法规，满足安全标准及合规认证要求

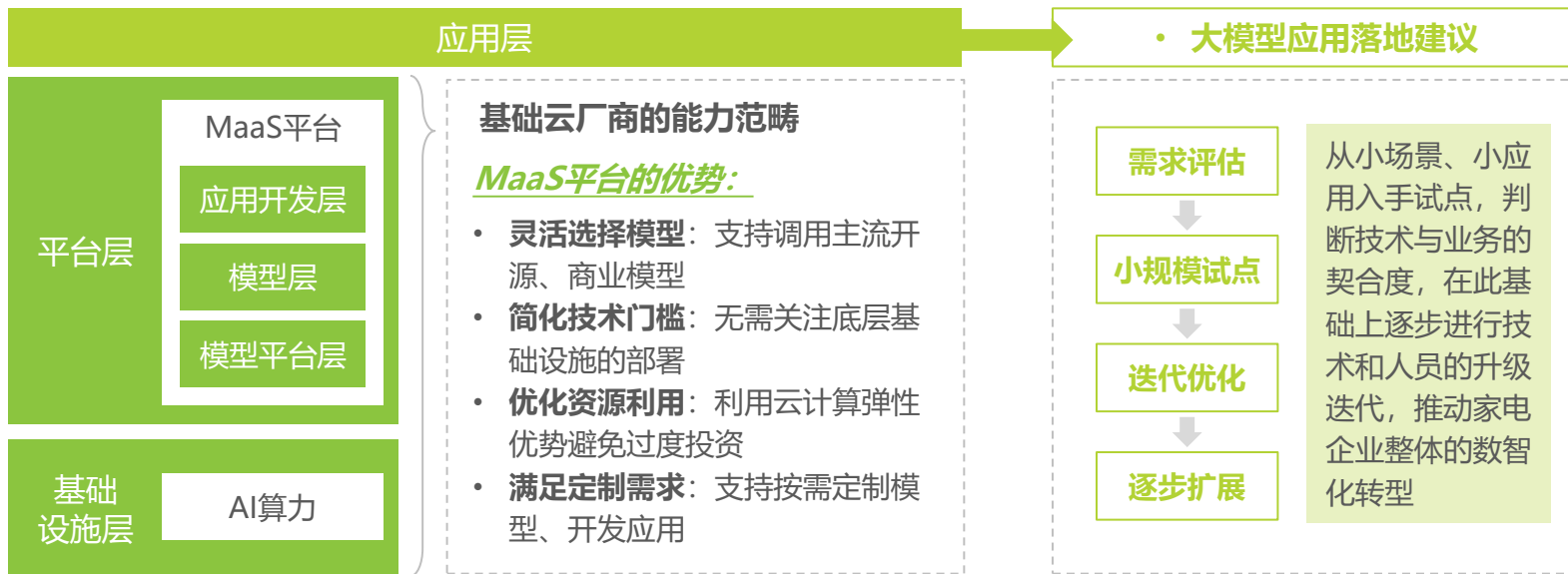
支撑生成式AI应用

MaaS能力+试点应用，充分发挥云计算价值支撑技术创新，进而提升业务创新速度

大模型时代开启后，人工智能的内容生成能力倍受关注，家电企业纷纷探索生成式AI能力在企业研、产、供、销、服等环节的应用，以跟上技术革新热潮，提升业务创新速度。考虑到大模型能力的获取需要较高投入成本，报告建议家电企业借助基础云厂商的MaaS能力，做到低成本快速获取贴合家电企业需求的大模型能力，让家电企业能够专注精力于构建生成式AI应用。在构建应用时，家电企业可从小场景进行应用试点，积累契合度，进而推动企业整体实现智能化转型。

大模型落地建议

- 大模型落地建议：积极借助基础云厂商的MaaS平台能力，专注精力于构建贴合企业需求的生成式AI应用



应对出海经营挑战

关注海外数据安全合规与全球一致性体验，优先选择全球性基础云厂商

现如今，海外市场已经成为中国家电企业的第二增长曲线。但在出海过程中，家电企业势必会面临比国内更加复杂的商业环境。无论是纷繁错综的安全合规政策，或是参差不齐的基础设施环境，都将威胁家电企业的正常经营。如前所述，上云可以帮助家电企业降低出海的门槛，快速、低成本开展业务海外。选择在海外拥有广泛节点和服务团队的基础云厂商，将有助于家电企业获得更好的支持，建立全球品牌形象与用户信任。

家电企业出海上云的需求痛点与选项建议

安全合规



- 全球超160个国家和地区已设立**数据保护和隐私**相关的法律法规，家电企业开展海外业务必须遵守当地的政策规范
- 数字保护主义趋势显现，如要求关键**数据本地化存储**，对数据出境监管严格

选型关注点



- 获得国际主流的**合规资质认证**，并通过数据安全、隐私保护等相关的第三方审计
- 识别不同国家和地区定义的敏感和隐私数据，提供有针对性的**数据合规与跨境传输**解决方案，帮助家电企业建立数据全生命周期防护系统

一致性体验



- 不同地区的基础设施环境差异较大，**跨境网络的速度与稳定性**难以保障
- 家电企业需打造“**全球业务一张网**”，在产品功能、用户界面一致的基础上提供多语言的版本支持

选项关注点



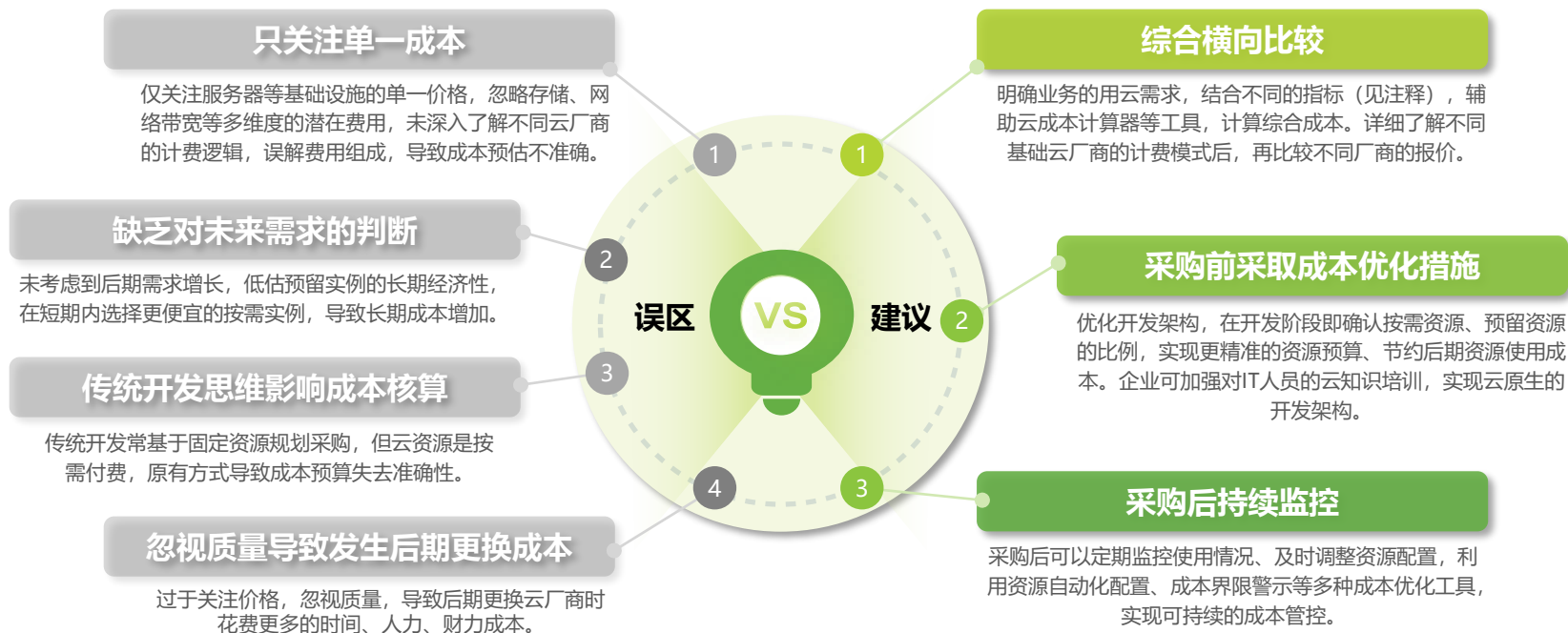
- 拥有云基础设施的**全球覆盖能力**，可在不同地区提供数据的存储、处理、计算等能力及本地化的服务支持
- 具有覆盖广泛、接入灵活、统一调度的云网基础设施，支持**灵活地调配资源**，满足家电企业在不同地区开展业务的需求

衡量综合用云成本

通过综合多维度指标衡量长期成本，避免陷入成本核算与比较误区

调研发现，多数家电企业在采购云服务时，往往过分强调价格，忽视全面评估的必要性。同时，即使在价格对比时，企业也存在多个判断误区，导致最后的选择并不真正“划算”。常见的价格对比误区包括：只关注单一成本、缺乏对未来需求的预判、传统开发思维导致资源预算失准、忽视质量导致后期成本增加。为了避免这些问题，建议企业在采购前即采用云原生开发思维优化架构，不仅可以准确预算资源，还可以优化长期用云成本。而在采购阶段，企业应综合评估多个指标，适当降低价格的决策权重。采购后，企业可以通过持续监控并利用云成本优化工具，进一步降低开支，确保采购的云服务发挥最大性价比。

典型家电企业云用云成本比较误区



注释：调研中常见的综合采购指标包括，数据安全保障、快速响应服务、价格优势明显、技术性能卓越、品牌实力与市场领导地位、高兼容性与灵活性、个性化需求适配、增值服务供应、国产品牌支持。

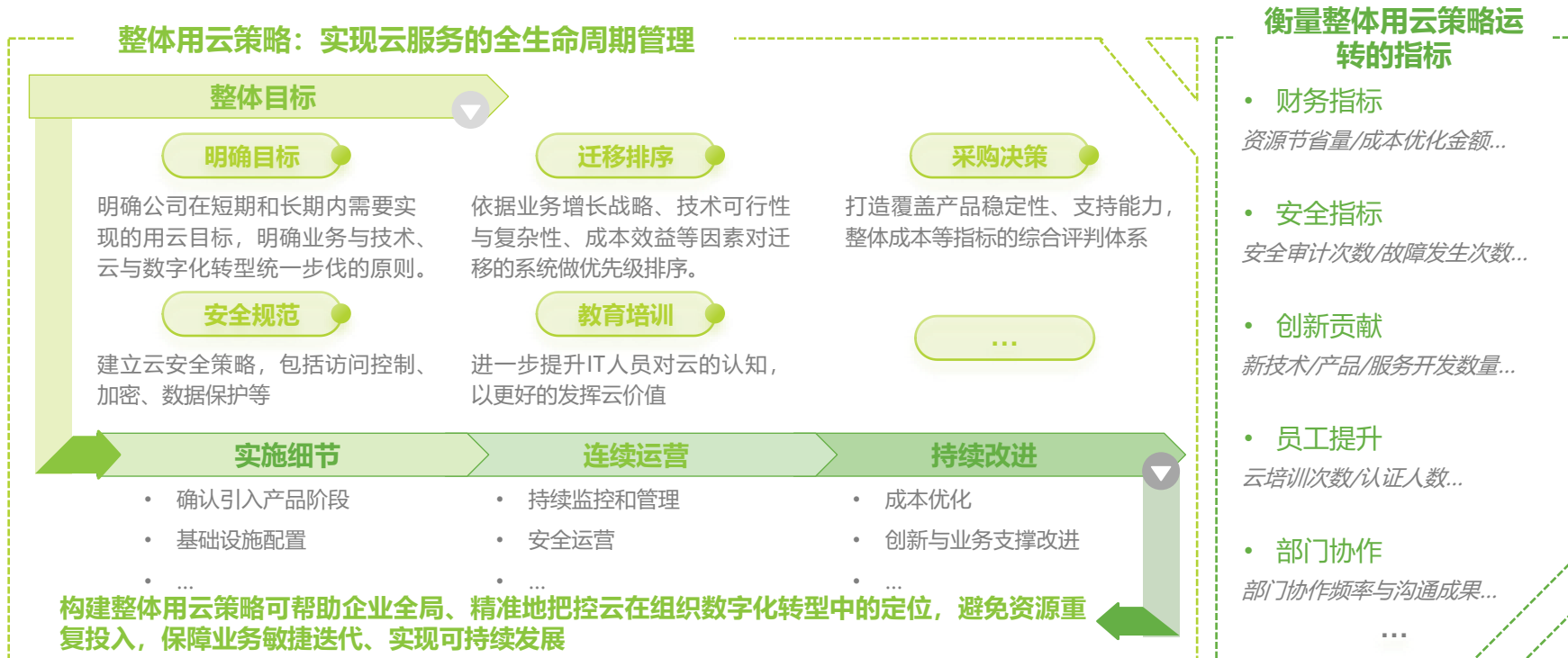
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

把控整体用云战略

高效利用资源，提升投资回报比，保障用云周期可持续运转

调研发现，部分家电企业存在用云策略分散的问题。如缺乏与IT部门的紧密沟通，导致采购到的云服务技术性能低；缺乏整体预算管控，导致云资源反复采购；缺乏用云优先级排序，导致高投资低回报。相比之下，在拥有整体用云战略的家电企业中，企业采购的基础云往往更贴合业务需求，实施效果符合期望，甚至超出预期，企业规划长期用云的态度也更加积极。

整体用云战略构建要素



The background features a large, stylized 'X' shape formed by overlapping triangles in various shades of green. The central part of the 'X' is a darker green, while the outer points are lighter. The right side of the image is plain white.

/01

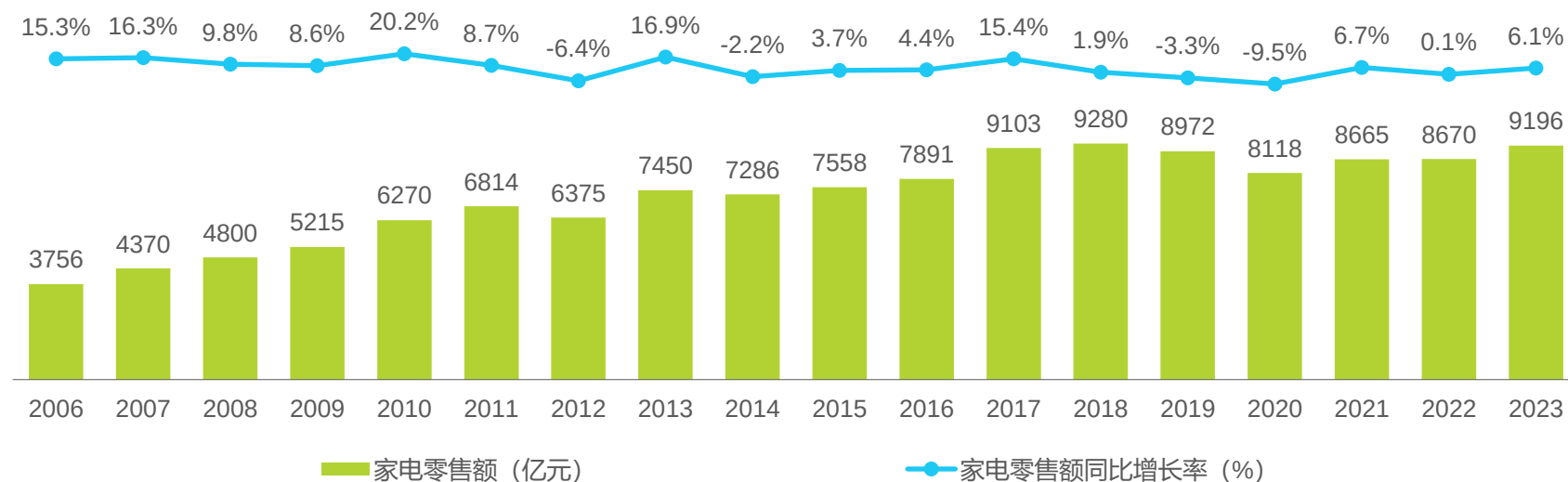
赢得竞争：家电企业的云上转型创新

家电行业市场竞争加剧

换新需求为主导的慢增长周期开启，企业需深化成本精益管理

中国家电行业经历了传统大家电普及到品牌多样化的发展阶段，从“彩冰洗空”到厨房电器、清洁电器、个人护理电器等，家电品类逐步丰富。2023年中国家电零售额达到9196亿元，2020年到2023年的复合年增长率约为4.2%。行业整体步入以换新需求为主导的慢增长周期，竞争重点也由粗放式增长转向精细化运营。

2006-2023年中国家电市场零售额及同比变化趋势



家电行业发展阶段

大家电主导

- 家电企业通过引进国外先进技术，加强自主研发能力，在冰箱、空调、洗衣机、彩电等大家电领域涌现出一众知名品牌

品类多样化

- 大家电领域的龙头企业凭借规模、渠道、成本等优势巩固市场地位，并开始走向国际市场，参与全球竞争
- 随着产业链的逐步成熟与消费者需求的多样化，家电产品分化出更多的细分品类，新兴品牌崛起

创新驱动

- 大量的传统家电品类普遍进入存量替换阶段，通过智能化、绿色化转型寻求新的增长点

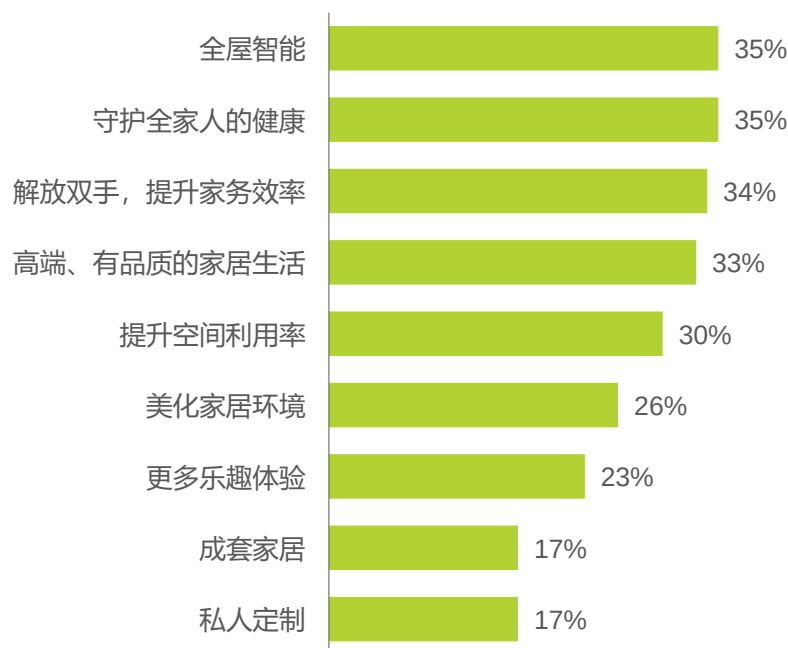
来源：GFK《2024上半年家电内销市场及出海趋势分析》，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

高技术产品将主导需求

存量市场竞争中，家电产品智能化和个性化成为吸引消费者的关键

除智能化已经处于较高水平的彩电外，近几年白电的智能化也取得了显著进展。由于智能家电在用户侧与消费者的交互频繁，存在高并发、低延迟的需求特征，公有云服务正在成为家电企业的首选。同时，为应对消费者日益多样化的产品需求，家电企业倾向于推出更多的SKU或集成多功能的产品，在设计、生产、营销等层面需要具备更强的灵活性。家电企业在构建以用户为中心的服务体系过程中，数据驱动诉求进一步显现，云服务将赋能企业高效处理和分析大量数据，推动更精准的业务洞察和决策优化。

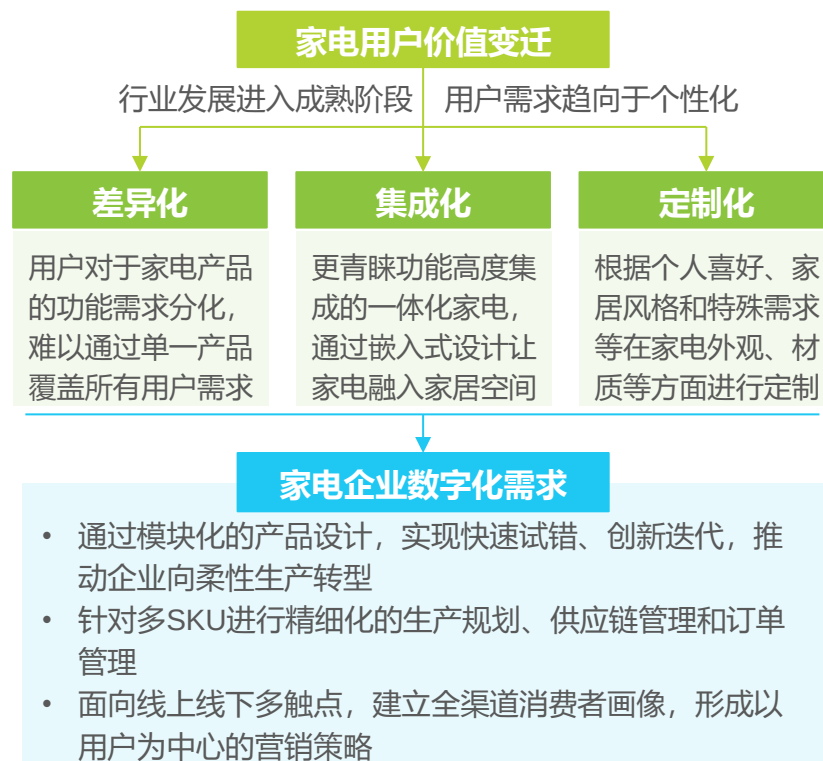
2023年中国家电产品增购的需求方向



注释：考虑未来购买家电时，以下哪些是您在家居生活方面想着重提升的方向？（多选，最多选3个）中国消费者信息跟踪调研 May-2023。

来源：GFK《2023-2024中国科技类消费电子产业发展白皮书》，艾瑞咨询研究院整理及绘制。

终端用户需求变化对家电企业数字化的影响



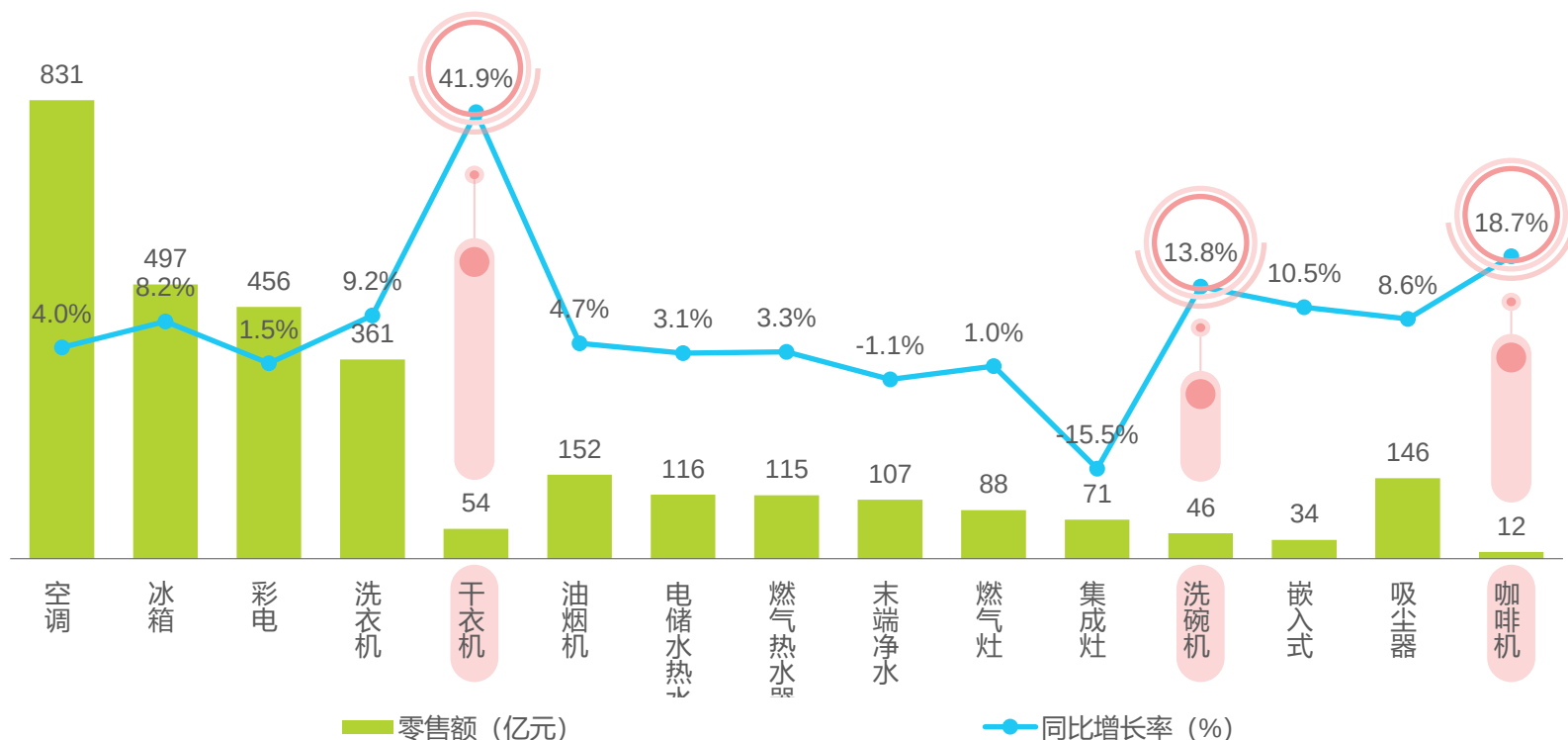
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

新兴品类增长亮眼

新兴品类仍有增长机遇，数字化是实现新型品类业务拓展的关键

在当前家电市场整体保有量较高的背景下，新兴品类如干衣机、咖啡机、洗碗机等仍展现出强劲的增长势头。2024年1月至5月的销售数据显示，这些新兴品类正处于普及阶段，同比增长显著，成为市场的增长亮点。面对这一市场机遇，企业亟需数字化转型：通过大数据分析消费者需求进行产品研发；借助数字化营销推广新兴产品，提高品牌知名度和曝光度；运用数字化技术实现智能化生产，以提高生产效率和生产质量，降低生产成本，增强竞争力。

2024年1-5月中国主要家电品类零售额及同比变化趋势



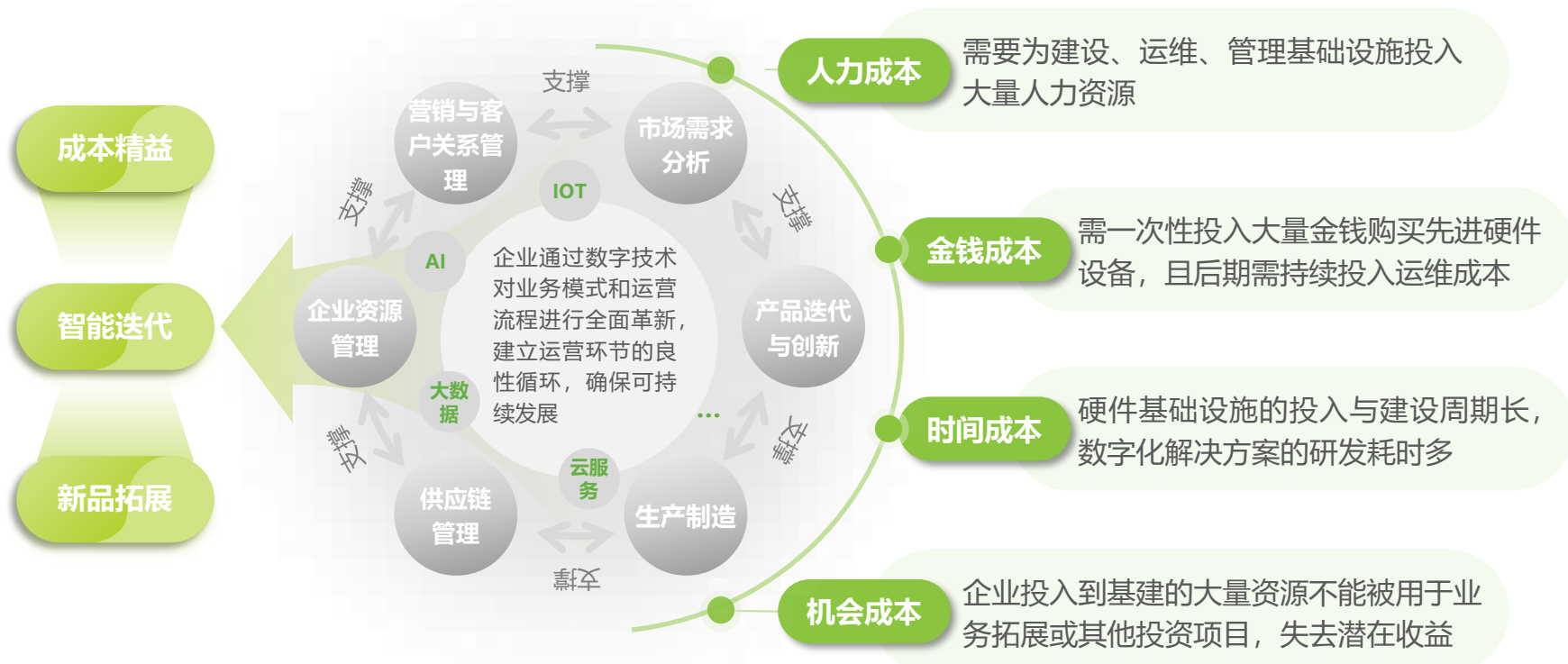
来源：GFK《2024上半年家电内销市场及出海趋势分析》，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。。

数字化转型的价值与挑战

数字化转型支撑家电企业实现成本精益和业务拓展，但需要高投入成本

数字化转型通过提升企业内部研、产、供、销、服等环节的自动化水平与协作效率，帮助企业快速获取内部运转数据与外部客户信息，以实现企业对内部成本的精准把控和对市场变化的及时响应，做到可持续发展。然而，企业的数字化转型需要大量的人力、金钱、时间等成本的投入，这使得许多企业在数字化转型进程中面临推进阻力。

家电企业数字化转型的支撑与挑战



基础云支撑全面数字化转型

基础云服务显著提升客户数字化转型的性价比，进一步支撑业务快速创新

资源租赁模式大幅降低企业在数字化转型中需要投入的一次性建设和运维成本，88%以上的客户表示受到了此优势的积极影响。除此之外，94%的客户认为，基础云服务可按需使用的特性保障了IT资源在长期的高效利用，并能以较低的成本支撑企业快速应对突发性增长的业务，避免市场机遇的流失。另有81%的客户认为基础云能够帮助企业快速试错，以支持业务的持续创新。

基础云服务优势实证调研



调研数据显示，基础云服务（IaaS+PaaS）在企业数字化转型过程的降本增效作用**得到广泛印证**，同时其支撑业务快速响应和创新迭代的能力也**获得高度认可**。



94% 对基础云服务**可按需使用**的效果感到满意



94% 对基础云服务**免除一次性建设成本**的效果感到满意



88% 对基础云服务**节省运维成本**的效果感到满意



88% 对基础云服务**提升消费端响应速度**的效果满意



81% 对基础云服务**快速试错，支持业务创新**的效果满意

注释：基础云（IaaS+PaaS）存量客户调研，N=49。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

基础云支撑智能家电业务运营

五成企业已经率先利用基础云支撑智能家居业务运营

在调研的所有厂商中，90%的厂商认可基础云厂商为智能家居业务提供的应用开发、消息推送、数据分析能力，86%的厂商认可基础云的IoT设备系统和边缘计算能力。基础云在智能家居业务拓展中降低运营成本、提升服务速度的优势已被广泛认知，在开展全屋智能的家电企业中，已有55%的企业使用基础云进行支撑。同时，需要构建智能家电产品数据分析功能的厂商中，有47%的厂商选用了基础云方案。考虑智能家居业务是市场存量需求更替的热点，且调研中厂商对基础云应用态度较为积极，预计后期应用基础云支撑智能家居业务的比例仍会上升。

基础云有效支撑智能家电业务拓展



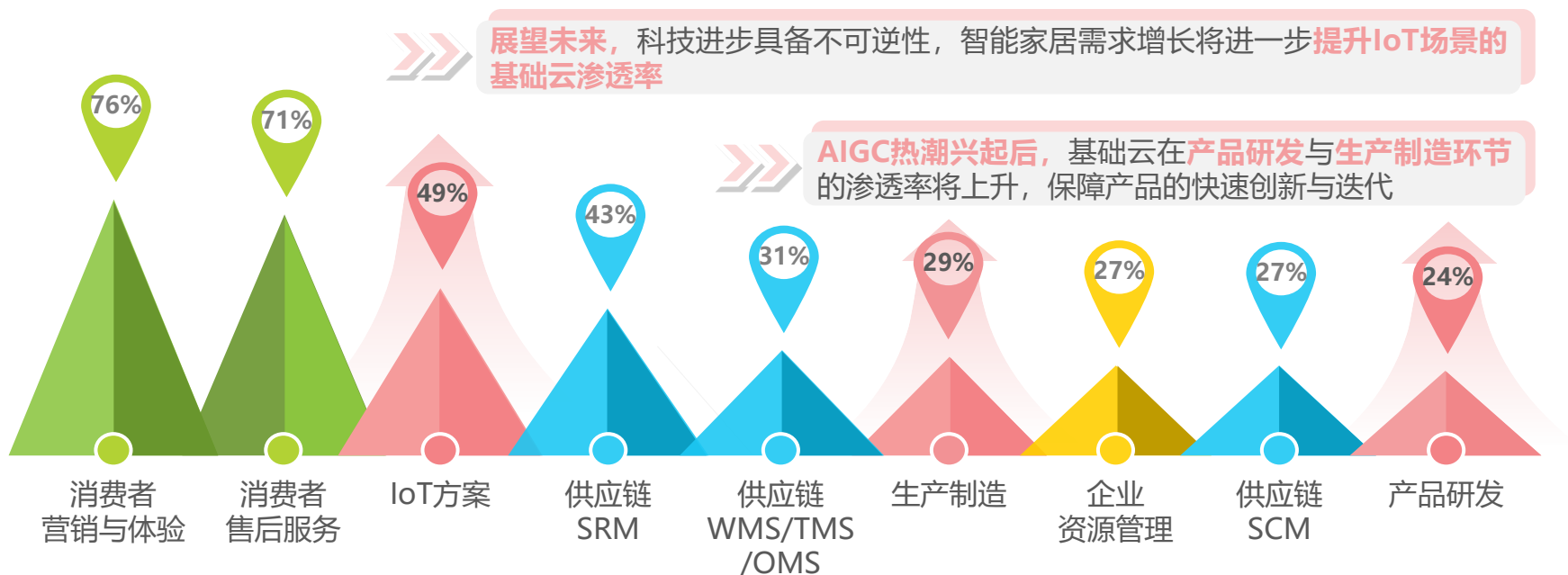
注释：基础公有云现有家电企业客户调研，N=49。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

基础云渗透各业务系统

围绕消费端的业务系统渗透率较高，IoT、研发与制造系统渗透率将上升

调研发现，早期家电企业多采用基础云服务支撑客户营销与售后服务，以实现互联网浪潮下对消费者的快速响应。截至调研期间，基础云在售前与售后场景渗透率达70%以上。随着业务的增长和企业规模的扩大，后期企业在供应链和资源管理中需要协同的环节也开启上云步伐。约2015年后，消费者对于智能家居的需求逐渐凸显，家电企业亟需低成本实现对全国各地消费者的快速联动，基础云在IoT方案中的渗透开始上升，到调研期基础云渗透率达49%。

各业务系统基础云渗透率



注释：基础云（IaaS+PaaS）存量客户调研，N=49；

渗透率=（选择在此业务系统上使用基础云的企业数量）/（整体存量客户数量）；

其中供应链SRM指供应商关系管理系统，供应链SCM指供应链管理系统。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

The background features a large, stylized 'X' shape formed by overlapping triangles in various shades of green. The central part of the 'X' is a darker green, while the outer triangles are lighter shades of green. The overall design is modern and minimalist.

/02

价值重构：家电企业的智能用云战略

传统AI：点状、广泛应用于家电行业

传统AI应用已贯穿家电企业经营流程，AI存量需求场景众多

智能家电是当前家电行业重要的发展方向，通过集成语音控制、人脸识别等人工智能技术，家电产品不仅能够与用户自然交互，更可以在理解用户需求的基础上，主动提供宜居的服务。除提升家电产品本身的智能化水平外，人工智能技术还深入到了家电企业从研发设计到营销客服的各个环节之中，通过数据分析与智能决策，优化产品设计、提高生产效率、促进精准营销，持续提升用户的满意度。

人工智能技术在家电行业中的主要应用场景



大模型时代的AI：高价值与高门槛并存

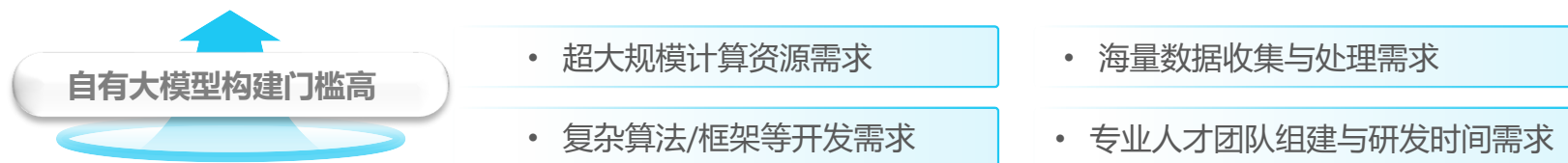
存量应用场景的AI革新和增量应用场景的AI探索都需较高投入

2022年OpenAI对GPT3.5模型进行了监督训练、强化学习等调整，面向公众发布对话式模型ChatGPT，其不知疲倦的创造力迅速引爆市场。AI能力跃升后带来的热潮验证了此类生成式模型及其底层技术普及的可行性，厂商竞相入场。调研中有90%的家电企业表示正在积极探索大模型在企业内部应用的实践路径，但其构建门槛较高，企业更需要集中精力探索AI能力与场景的结合，而非花费大量资源构建底层模型。

AI能力跃升点及应用门槛



使用大模型实现AI应用场景革新需较高投入成本



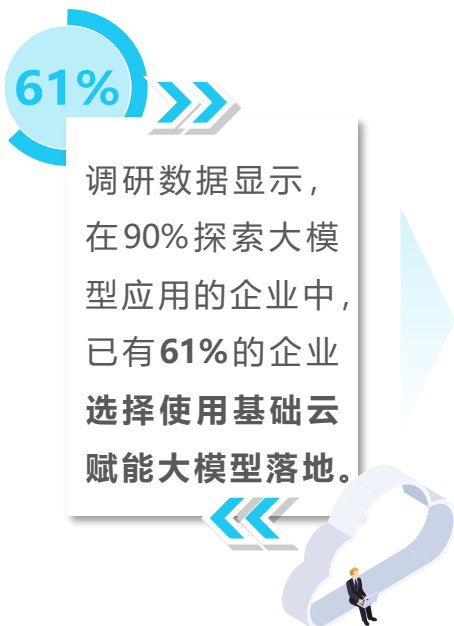
注释：基础公有云现有家电企业客户调研，N=49。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

基础云降低大模型应用门槛

大幅降低投入成本外，可通过调整成熟基础模型快速搭建自有模型及应用

已有61%的企业借助基础云支撑大模型应用。其中，61%的家电企业选择基础云厂商提供的MaaS能力搭建大模型能力及应用。与选择仅借助IaaS资源的家电企业相比，这种选择能更高效地利用云厂商的先进技术和大模型生态资源，降低研发成本，缩短产品上市时间。此外，这种模式还有助于企业专注于核心业务逻辑，以更加灵活地应对技术变革与需求更替，实现AI业务的持续增长和创新。

基础云支撑大模型落地现状



61%

借助基础云厂商的平台层能力，自行搭建上层应用

39%

基于基础云厂商的IaaS资源训练自有大模型

基础云支撑大模型应用的优势	61%	39%
降低智能算力基础设施构建成本、维护成本	√	√
提升支撑大模型资源的可扩展性	√	√
根据大模型不同阶段的算力需求调整资源配置，提升资源使用效率	√	
利用基础云已有的数据存储和处理系统，提高数据处理效率	√	
从多种主流基础模型中选择，快速搭建自有模型	√	
简化模型开发流程，支撑模型快速迭代，实现按需定制	√	
快速应用更完善成熟的AI安全策略	√	

注释：基础公有云现有家电企业客户调研，N=49。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

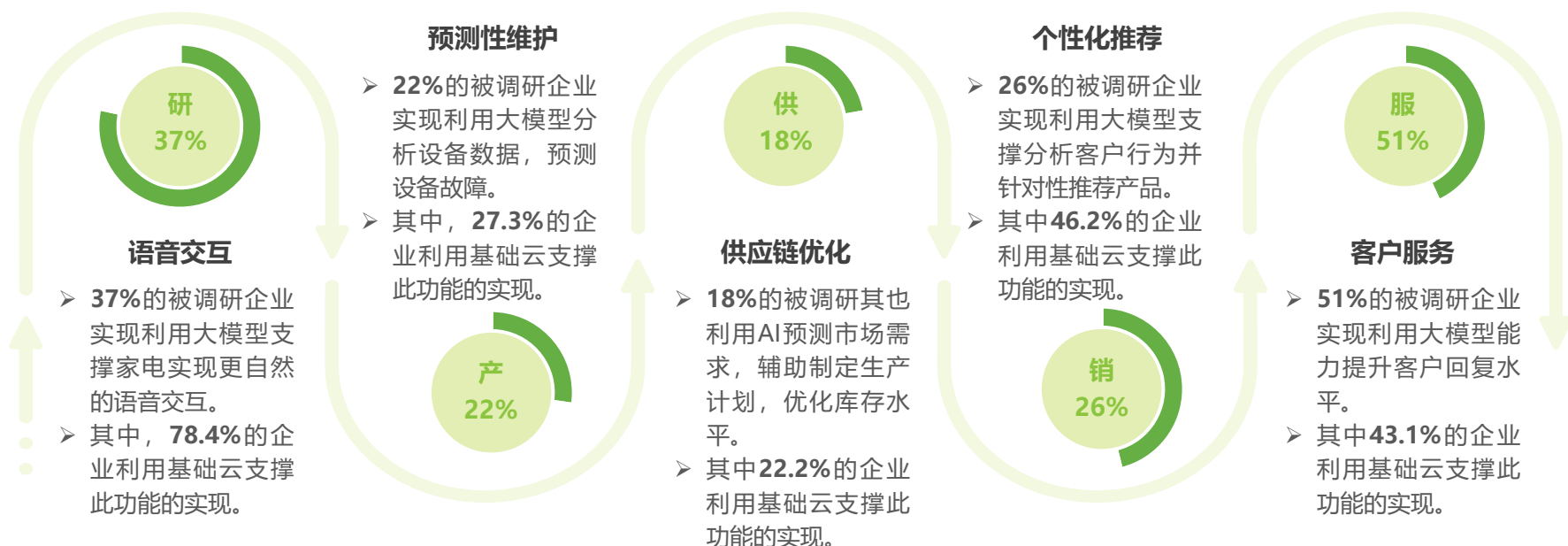
基础云支撑的大模型应用全链路赋能企业研、产、供、销、服

大模型兴起后，家电企业积极探索生成式AI与业务结合的落地场景，目前在各经营环节均有渗透。截止到调研期，大模型落地最热门的场景为：**1) 智能家电产品语音交互功能的升级**：基于传统AI技术的智能家居多依赖于预先编程的规则指令，在交互体验上存在诸多限制，大模型技术能够更好的理解用户以自然语言描述的模糊需求，并进一步综合分析用户需求与环境数据，自动做出最佳的决策，推动全屋智能的落地。**2) 客户服务的升级**：结合企业相关知识库，更精准的理解客户信息，回复更准确、自然。

大模型在家电行业的应用现状

已利用大模型落地相关应用场景的企业比例

利用基础云支撑落地的企业比例



注释：基础公有云现有家电企业客户调研，N=49。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

The background features a large, stylized 'X' shape composed of several overlapping triangles in various shades of green, ranging from a vibrant lime green to a pale, almost white green. The triangles are arranged in a way that creates a sense of depth and movement.

/03 聚焦增量：家电企业的出海用云实践

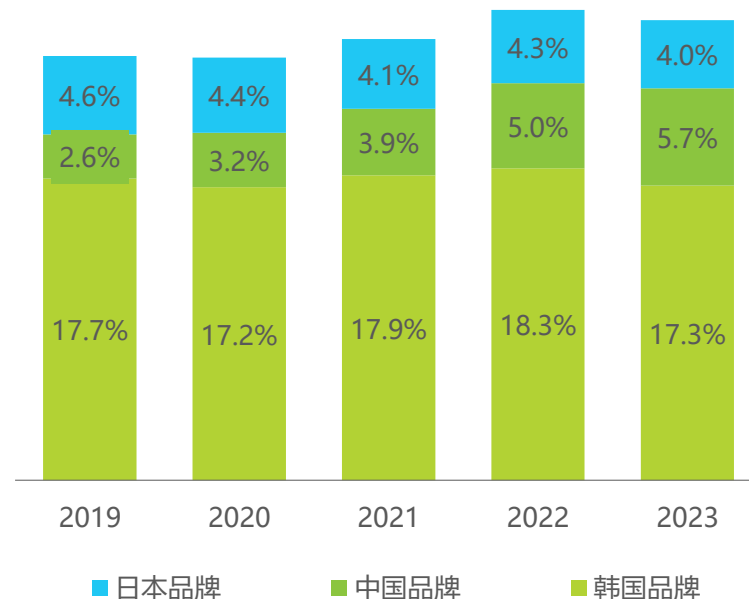
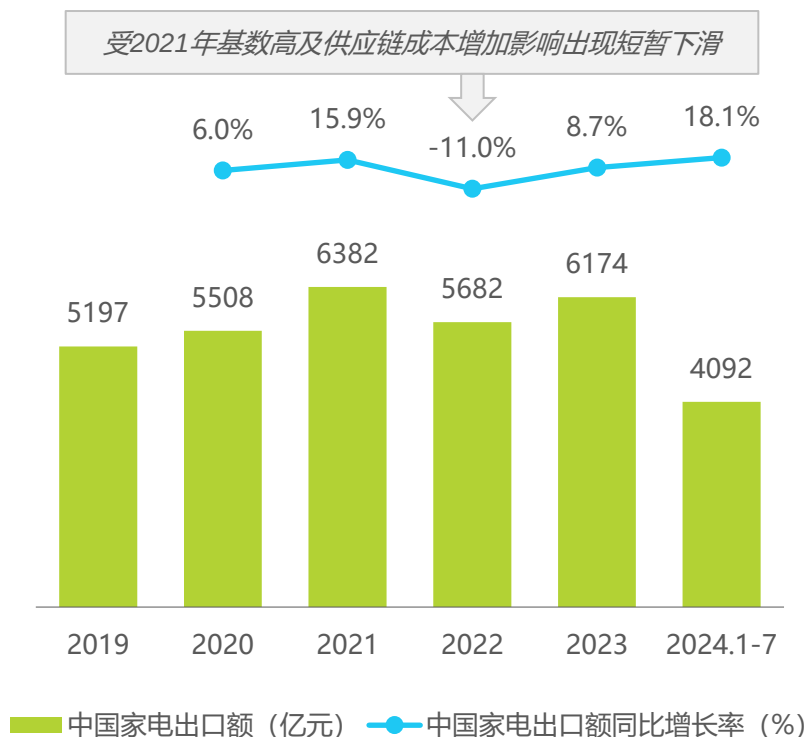
家电企业加速出海进程

海外市场具备增长潜力，家电出海重心由产品出海逐步转向品牌出海

面对中国家电市场的饱和态势，众多家电企业将目光投向海外。根据海关总署数据，2024年1月-7月，包括电扇、洗衣机、吸尘器、微波炉、液晶电视在内的家电累计出口4091.9亿元，同比增长18.1%。与早期的ODM模式不同，这一阶段的家电企业出海更倾向于在新兴市场开店设厂，并且开始逐渐从单纯的产品出海向高附加值的品牌出海转变。以白电为例，中国家电品牌持续压缩日韩等其他国家品牌的市场空间，在海外市场的份额已经由2019年的2.6%增加到2023年的5.7%，国际影响力进一步提升。

2019-2024年7月中国家电出口额及增长率

2019-2023年全球白电市场品牌份额



注释：包括冰箱、空调、洗衣机、液晶电视机等。
来源：海关总署，艾瑞咨询研究院整理及绘制。

注释：不含中日韩和北美市场，以美元销售额计算。
来源：GfK oversea POS data，艾瑞咨询研究院整理及绘制。

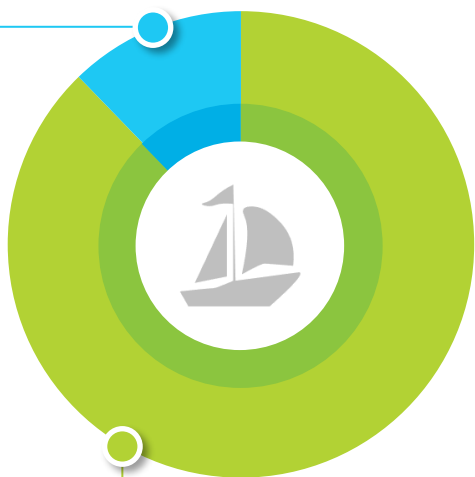
近九成家电企业谋求出海

海外IT采购流程与国内相同，可利用公有云降低进入海外市场的门槛

被调研企业中，88.1%的家电企业表示正在开展或规划海外业务。出海初期，家电企业通常不会设置独立的海外IT团队，而是会随着海外业务和团队规模的扩张，逐步考虑成立海外事业部或分子公司。但即便拥有了独立团队，海外的IT采购流程也基本同国内一致。由于海外业务的不确定性强，基于公有云搭建全球化基础设施，能够让家电企业以较低的初始投资开展海外业务。利用云计算的弹性扩展、敏捷迭代等优势，家电企业可以快速响应市场变化。尤其针对国内市场已经应用成熟的系统，家电企业在出海时往往优先考虑上云，以求实现全球版本统一和一体化管理。

家电企业海外业务开展情况

被调研家电企业中
12%无海外业务和相关规划

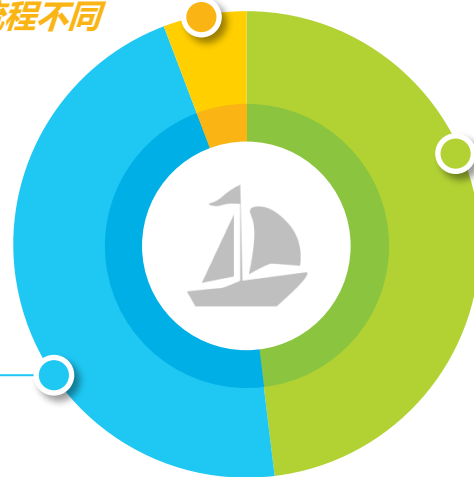


被调研家电企业中
88%有海外业务或相关规划

注释：N=59，包括49个基础云存量客户和10个基础云潜在客户。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

家电企业海外IT采购机制

家电企业海外IT采购机制
6%与国内采购负责部门不同且流程不同



家电企业海外IT采购机制
48%与国内一致

家电企业海外IT采购机制
46%与国内采购负责部门不同，但流程一致

注释：N=52，包括43个具备出海业务的基础云存量客户和9个基础云潜在客户。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

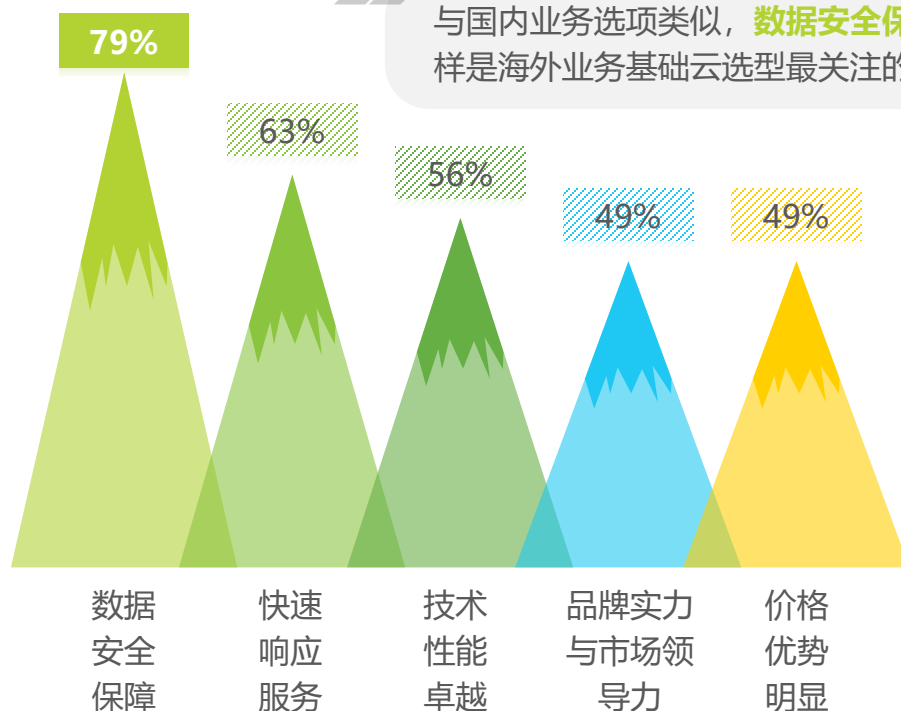
安全合规是出海重中之重

全球隐私保护关注度提升，通过与云厂商合作规避潜在的安全合规风险

近年来，全球各地区对数据保护和隐私的关注度不断提升。由于不同国家和地区在安全合规方面的要求不尽相同，家电企业在出海过程中首要关注的即是安全问题。调研数据显示，79%的家电企业认为数据安全合规是影响海外业务基础云选型的关键因素。通过与基础云厂商合作，家电企业可以有效规避潜在的合规风险。在对各地区政策法规充分了解的基础上，家电企业可以进一步利用相关的推动性规范，降低跨境管控的成本压力。

家电企业海外业务基础云选型倾向：安全

TOP5关注因素



与国内业务选项类似，**数据安全保障**同样是海外业务基础云选型最关注的因素

出海安全合规的主要关注点

隐私保护政策

截至2023年底，全球已有约70%的国家和地区推出数据隐私保护法，出海家电企业需保持高度敏感，及时跟进不同地区的政策变化，适时调整合规策略

数据本地化

要求敏感个人数据和关键个人数据的数据本地化，包括对数据的存储及处理等进行规定

数据跨境传输

限制本国或地区数据向境外流动，包括：1) 在满足出境合规条件的情况下可以向境外传输或2) 仅在特定的条件下允许经审批出境

注释：基础云存量客户调研，国内业务基础云选型N=49，海外业务基础云选型N=43。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

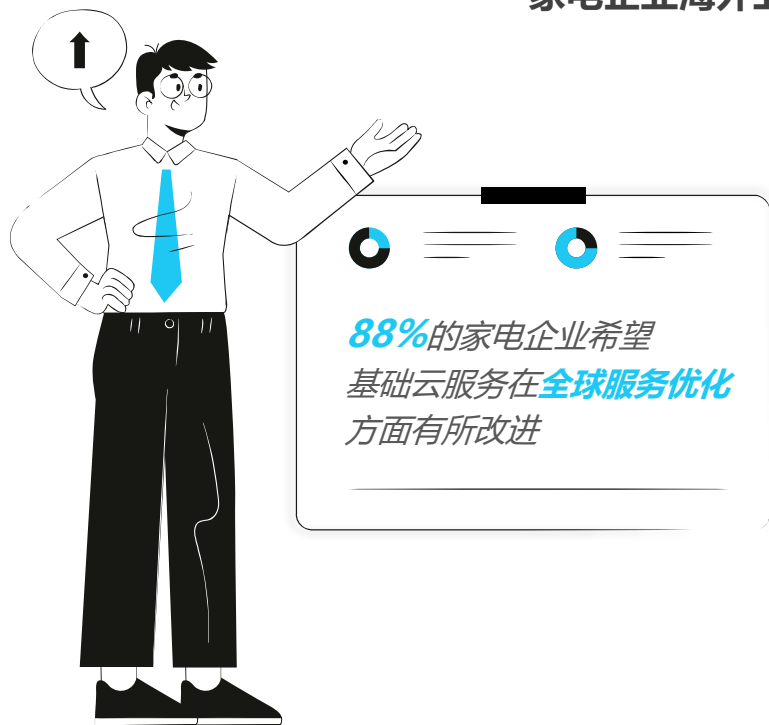
出海上云更倾向于海外品牌

海外云厂商在全球基础设施、产品生态、本土化服务等方面具有优势

调研数据显示，有88%的家电企业希望基础云厂商能够在全服务方面进行优化升级。相比在为国内业务选择基础云厂商时，仅有10%的家电企业关心云厂商是否为本土品牌，在为海外业务选择云厂商时，这一比例上升至47%。

海外云厂商相比国内云厂商在全球拥有更广泛的节点分布，同时考虑到数字保护主义抬头，选择海外云厂商也可以在一定程度上规避地缘政治的潜在风险。除此之外，海外云厂商更早地开展全球化布局，在全球各区域能够提供更加全面、精细化的云产品以及本地化的服务团队支持，从而为家电企业出海保驾护航。

家电企业海外业务基础云选型倾向：品牌



国产品牌支持

针对国内业务的基础云选型：

国产品牌支持是优先级最低的选型要素，仅有**10%**的家电企业在选型过程中关心云厂商是否为本土品牌



海外本土品牌支持

针对海外业务的基础云选型：

对海外品牌的倾向性明显提升，有**47%**的家电企业在为海外业务选型过程中会优先考虑海外云厂商



注释：基础云存量客户调研，国内业务基础云选型N=49，海外业务基础云选型N=43。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

The background features a large, stylized 'X' shape formed by overlapping green triangles. The triangles are in two shades of green: a vibrant lime green and a muted sage green. The 'X' is centered on the left side of the page, with its arms extending towards the corners.

附录

调研范围定义及被调研企业画像

家电用云调研：调研范围（1/2）

调研对象为涵盖全品类家电的自有品牌制造企业

本次调研的家电企业为自有品牌的家电生产企业，不包括上游的零部件和原材料供应商或代工厂。调研的家电品类覆盖所有家庭中使用的电器设备，包括彩电、空调、冰箱等大家电，也包括厨房大小家电和生活类电器，智能家居的智能黑白电、监控、门锁、照明、中控等也均包含在内。

家电覆盖范畴

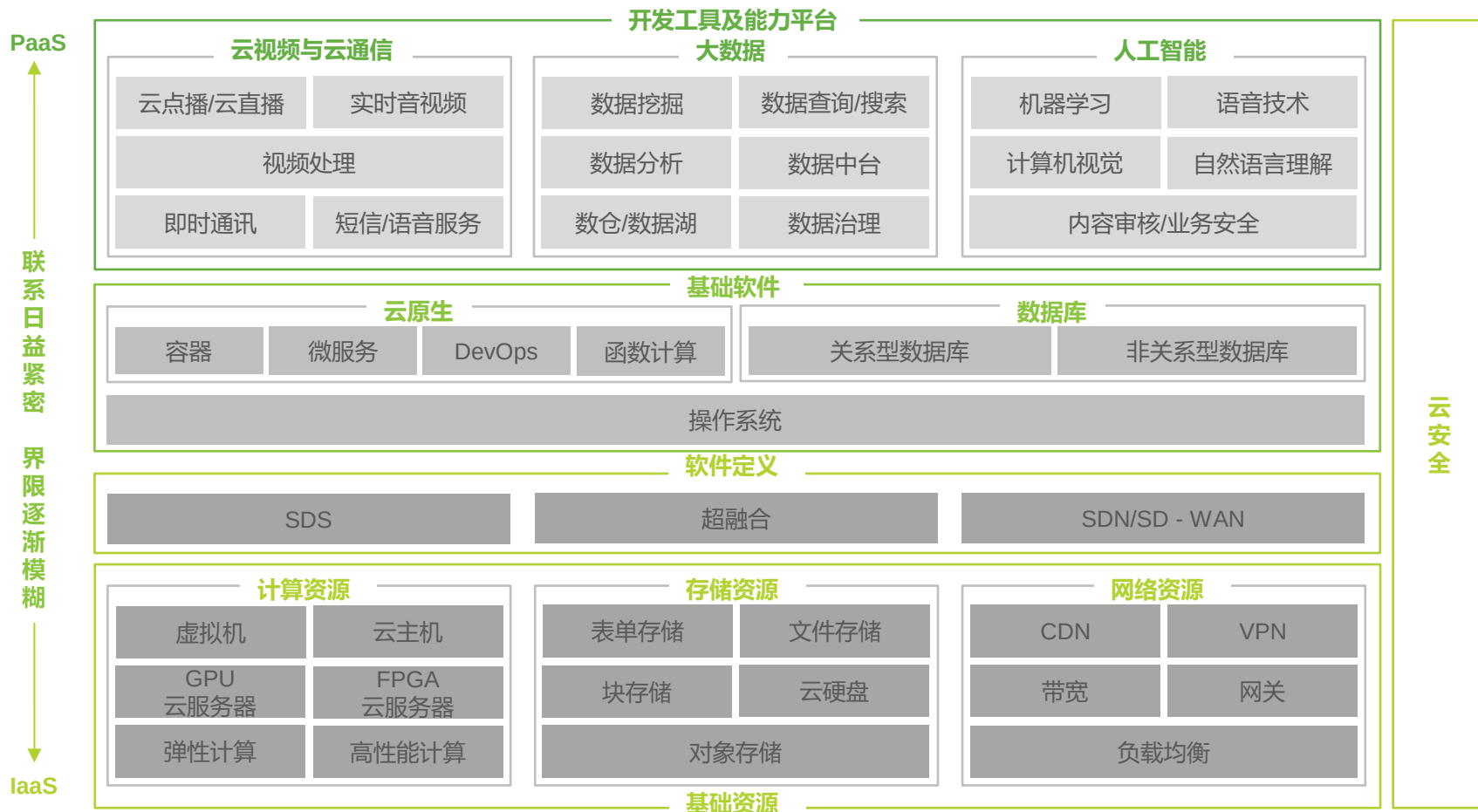


来源：综合奥维云网、GKF等多渠道，由艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

家电用云调研：调研范围（2/2）

据初步调研，企业使用SaaS的随机性强、分散性广，因而在公有云范畴中，IaaS和PaaS（统称基础云）为重点研究范畴

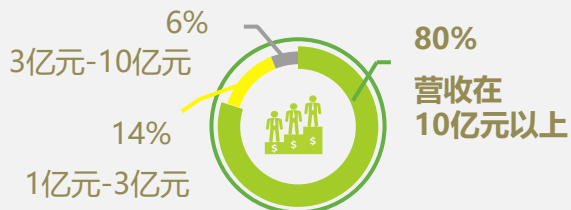
基础云（IaaS和PaaS）覆盖范畴



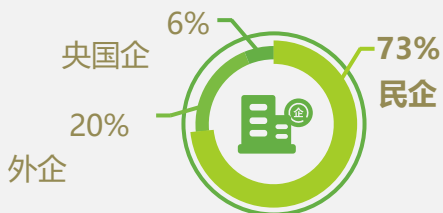
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

样本画像——存量客户

存量客户营收量级分布



存量客户属性分布



存量客户出海状况



存量客户的IT采购机制

由业务部门根据自身IT需求采购，IT部门仅给出意见参考或不参与



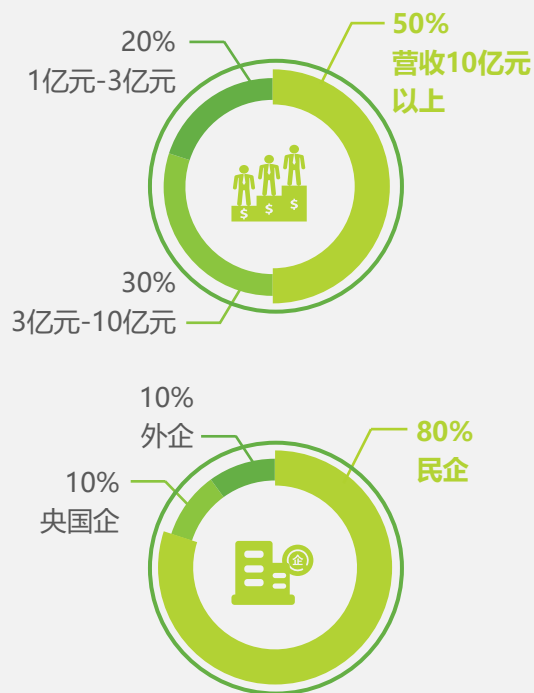
IT部门收集所有业务部门的需求，进行统一年度采购，偶发需求由IT部门单独采购

存量客户基础云采购机制



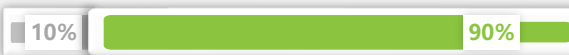
样本画像——潜在客户

企业基本属性



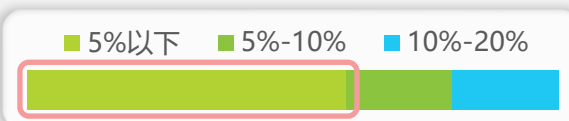
国内IT采购机制

由业务部门根据自身IT需求采购，IT部门仅给出意见参考或不参与



IT部门收集所有业务部门的需求，进行统一年度采购，偶发需求由IT部门单独采购

IT采购额占营收比例



IT采购话语权分布



海外IT采购机制

90%

有海外业务或正在规划海外业务

海外IT采购与国内一致



海外IT采购与国内负责部门不同，但流程一致

BUSINESS
COOPERATION

业务合作

联系我们



400 - 026 - 2099



ask@iresearch.com.cn



www.idigital.com.cn

www.iresearch.com.cn

官 网



微 信 公 众 号



新 浪 微 博



企 业 微 信



LEGAL STATEMENT

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞数智旗下品牌艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。



THANKS

艾瑞咨询为商业决策赋能