

穿戴式科技产品 - 中国 - 2016年12月

报告价格: £3235.48 | \$3990.00 | €3791.99

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“健康监测是智能手环和智能手表的一大卖点，而家庭相关的产品特性有潜力鼓励购买。品牌应该提供独一无二的功能和入门级产品激发购买。VR/AR技术可以成为抓住消费者眼球的一个有效营销渠道。”

— 徐天韵，高级研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 消费者希望可穿戴设备提供哪些功能？
- 跨越智能手环和智能手表的购买壁垒
- 目前VR仍应用于品牌营销和体验上

2016年，中国智能手环市场销量估计会享有高速增长，而智能手表则会出现下跌。低价智能手环的销量拉动智能手环和智能手表整体市场增长，而智能手表缺少突破性产品可能成为拖累因素。

可穿戴设备的主要购买壁垒为其“可被取代”的功能（如被智能手机代替）和价格因素。另一方面，健康相关的产品特性是重要的购买动因。监测家庭成员健康和安全的功能是让消费者特别为之心动产品特性，品牌因而应在广告中予以宣传。

消费者对虚拟现实（VR）和增强现实（AR）技术兴趣盎然。VR和AR应用已出现在不同领域中，但公司和品牌才刚开始探索另类现实领域。

购买这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

穿戴式科技产品 - 中国 - 2016年12月

报告价格: £3235.48 | \$3990.00 | €3791.99

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告定义

人口分类

个人收入

家庭收入

综述

市场

智能手环持续增长，而智能手表出现下滑

数据1: 智能手环和智能手表销量，中国，2015-2016年

低价智能手环拉动增长，但智能手表市场缺乏突破性产品

公司与品牌

小米和苹果主导，华为和三星同时提供智能手环和手表

低价VR头戴设备吸引试用、高端设备更好地教育消费者

创新亮点

消费者

谁拥有可穿戴设备？

谁打算购买可穿戴设备？

小米和苹果称霸一至三线城市

领先品牌的可穿戴设备和智能手机用户的年龄和性别分布相似，但收入和城市不同

数据2: 智能手环和智能手表的品牌渗透率，2016年9月

功能和价格是可穿戴设备的主要购买障碍

数据3: 可穿戴设备的购买壁垒，2016年9月

健康监测炙手可热，特别是家庭监测功能

不同年龄的消费者对产品特性兴趣高低有别

数据4: 有吸引力的产品特性，2016年9月

对各种VR应用活动兴趣浓厚

数据5: 对VR应用的兴趣，2016年9月

消费者对科技品牌的喜爱超过运动品牌

为自己购买，而不是送礼

租赁服务吸引20-24岁的消费者

数据6: 对可穿戴设备的态度，2016年9月

虚拟试用不一定能转化成实际购买

数据7: 对VR技术的态度，2016年9月

我们的观点

议题与洞察

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

穿戴式科技产品 - 中国 - 2016年12月

报告价格: £3235.48 | \$3990.00 | €3791.99

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

消费者希望可穿戴设备提供哪些功能？

现状

启示

跨越智能手环和智能手表的购买壁垒

现状

启示

目前VR仍应用于品牌营销和体验上

现状

启示

市场——您所需要了解的

智能手环持续增长，而智能手表的出现下滑

低价智能手环推动销量增长

缺乏突破性产品和高价位拖累智能手表市场

市场规模与细分

智能手环持续增长，而智能手表出现下滑

数据8: 中国智能手环和智能手表的预计销售量，2015-2016年

智能手表的销量下挫和智能手环的价格走低导致销售额增长受阻

数据9: 中国智能手环和智能手表的预计销售额，2015-2016年

智能手环的销量和销售额占比更高

数据10: 中国智能手环和智能手表市场的销量和销售额份额，2015-2016年

市场因素

低价智能手环推动销量增长

缺乏突破性产品和价位高拖累智能手表市场

可替代功能是潜在的增长障碍

公司与品牌——您所需要了解的

小米借低价引领市场

苹果领导智能手表市场，但面临重重阻力

华为和三星受益于平衡的产品组合

VR和AR硬件仍处于商业化初期

创新亮点

重点企业

智能手环和智能手表

小米智能手环凭借低价引领市场

苹果领导智能手表市场，但面临挑战

华为和三星受益于综合产品线

乐心和小天才是市场上的新兴品牌

VR/AR技术

低价头戴设备吸引消费者试用，而高端设备能更好地教育消费者

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

穿戴式科技产品 - 中国 - 2016年12月

报告价格: £3235.48 | \$3990.00 | €3791.99

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

VR/AR硬件市场上的重点企业——HTC、Oculus和其他

VR体验店

VR内容提供商中不见王者

数据11: 提供VR内容的公司举例, 2016年

谁在创新？

更多类型的可穿戴科技

面向更多人的可穿戴设备

更多VR和AR技术应用

消费者——您所需要了解的

可穿戴设备用户通常年轻，且二、三线城市深具潜力

入门级别产品是吸引试用的关键

小米和苹果领先

功能和价格是可穿戴设备的主要购买障碍

健康监测炙手可热，特别是家庭功能

不同年龄的消费者对产品特性关注不同

对各种VR应用活动兴趣浓厚

消费者偏爱科技品牌，而且更倾向于为自己购买可穿戴设备

虚拟试用不一定能转化成实际购买

拥有情况及购买意愿

谁是可穿戴设备拥有者？

可穿戴设备用户没有显著的性别差异

年轻消费者更有可能拥有可穿戴设备

数据12: 可穿戴设备拥有者 (按年龄和性别区分), 2016年9月

二、三线城市中的机遇

数据13: 可穿戴设备拥有者 (按城市线级和家庭月收入区分), 2016年9月

谁打算购买可穿戴设备？

更多女性有意购买智能手环

入门级别产品是吸引试用的关键

数据14: 可穿戴设备的购买意愿 (按性别和年龄区分), 2016年9月

品牌渗透率

小米和苹果分别领跑智能手环和智能手表

不是所有人都能分辨智能手环和智能手表

数据15: 智能手环和智能手表的品牌渗透率, 2016年9月

领先品牌用户的年龄和性别类似于智能手机

数据16: 领先智能手环和智能手表的用户特征 (按年龄和性别区分), 2016年9月

相比智能手机市场，苹果吸引更广泛的收入群，华为在低线城市更受青睐

数据17: 领先智能手环和智能手表的用户特征 (按城市线级和家庭月收入区分), 2016年9月

购买壁垒

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

穿戴式科技产品 - 中国 - 2016年12月

报告价格: £3235.48 | \$3990.00 | €3791.99

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

可穿戴设备不应被视为小版智能手机

价格对智能手表、智能首饰和智能服装非常重要

数据18: 可穿戴设备的购买壁垒, 2016年9月

功能、价格和外形是阻碍年轻消费者购买智能手环的主要壁垒

数据19: 智能手环的购买壁垒 (按人口统计区分), 2016年9月

功能是阻碍男性和20多岁的消费者购买智能手表的主要壁垒

数据20: 智能手表的购买壁垒 (按人口统计区分), 2016年9月

有吸引力的产品特性

健康监测仍是最炙手可热的功能

消费者对可穿戴设备连接至其他数码产品

数据21: 有吸引力的产品特性, 2016年9月

吸引不同年龄群的消费者

当前的智能手环和智能手表用户寻求改善

数据22: 有吸引力的产品特性 (按智能手环和智能手表的现有用户和意向购买用户区分), 2016年9月

对VR应用的兴趣

对各种VR应用兴趣浓厚

最吸引人的VR应用是什么?

数据23: 对VR应用的兴趣, 2016年9月

男女兴趣领域各不相同

数据24: 对VR应用的兴趣——非常感兴趣和比较感兴趣 (按性别区分), 2016年9月

父母对用VR设备进行儿童娱乐和上虚拟课程感兴趣

数据25: 对VR应用的兴趣——非常感兴趣和比较感兴趣 (按有小孩和无小孩的家庭区分), 2016年9月

对可穿戴设备的态度

消费者对科技品牌的喜爱超过运动品牌

为自己购买, 而不是送礼

为了功能而不是跟风购买

要经济实惠的产品而不是租赁服务

数据26: 对可穿戴设备的态度, 2016年9月

男性和高家庭收入者会为自己购买可穿戴设备

在礼品场合提供详细信息

数据27: 对购买可穿戴设备的态度 (按性别和家庭月收入区分), 2016年9月

年轻消费者更偏爱租赁服务

数据28: 对租用可穿戴设备的态度 (按年龄区分), 2016年9月

虚拟试用不一定能转化成实际购买

数据29: 对VR技术的态度, 2016年9月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群更关注家庭监测和运动记录

数据30: 有吸引力的产品特性 (按消费者分类区分), 2016年9月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

穿戴式科技产品 - 中国 - 2016年12月

报告价格: £3235.48 | \$3990.00 | €3791.99

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

英敏特城市精英人群对哪些VR应用感兴趣？

数据31: 对VR应用的兴趣 (按消费者分类区分), 2016年9月

附录

研究方法

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com