

## 可穿戴产品 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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



“尽管2020年开始得跌跌撞撞,中国可穿戴设备市场仍坚韧不拔,保持着顽强的斗志。由于新冠疫情的爆发,消费者使用健康数据的意愿陡增。可穿戴设备的销售量或将因此而提升。一方面,健康和医疗使用场景是可穿戴设备市场开发时的重要突破点。另一方面,产品定位正在发展出更多具体细分,迎合不同年龄段群体。这将帮助品牌在激烈竞争中脱颖而出。”

许昕远, 初级研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题:

- 新冠疫情对消费者行为以及对可穿戴设备市场的影响
- 市场在新冠疫情过后该如何做出反应
- 领先品牌在2019年的表现
- 可听设备、智能手表和智能手环未来的增长机会
- 制造商采取的市场营销策略

由于新冠疫情的影响,2020年对可穿戴设备市场来说将是一个不平凡的一年。市场的规模将继续增长。由于新冠疫情对供应链的影响,该市场在2020年第一季度出现了短暂停摆。

整体来说,就腕带类可穿戴科技设备而言,健康监测需求仍是主要购买动因。可穿戴设备市场正处于提供健康和健身监测的顶峰时期,将继续保持,甚至可为消费者提供比现在更多元的功能。入门级零售价和使用便利性将助力市场增长。随着科技的发展,消费者会越来越信任以及青睐于能提供更准确的健康与健身数据的品牌,以及提供定制化饮食方案推荐的品牌。

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

## 可穿戴产品 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

本报告涵盖的关键议题

报告研究范围:

## 综述

市场

虽然短期内受影响,但市场仍保持增长

数据1: 中国可穿戴设备的销售总量, 2015-2023年(预测)

新冠疫情对可穿戴设备市场的影响

预计将继续健康增长

数据2: 新冠疫情对可穿戴设备的短期、中期和长期影响, 2020年4月

公司与品牌

华米凭借折扣登顶销售榜

华为和小米的智能手表增幅最大

在产品创新上, 苹果引领可听设备市场

消费者

消费者对隐私越来越担忧, 品牌因此获得“出圈”机会

数据3: 目前生活中最担心的事——个人隐私被侵犯, 2020年2-5月

智能手表拥有率微增, 手环的使用量出现流失

数据4: 智能手表和智能手环的当前拥有率, 2016和2020年

主要使用场景仍集中于健康数据追踪

数据5: 最常用的可穿戴设备用途, 2020年4月

为赢得消费者, 生态系统更为重要

数据6: 不同智能手机品牌的消费者使用什么品牌的智能手表(按拥有的智能手表品牌区分), 2020年4月

二线城市消费者青睐健康监测带来市场机遇

数据7: 购买因素——管理慢性疾病(按城市线级区分), 2020年4月

针对家长的营销——掌控感

数据8: 消费者的购买因素(按婚姻状况区分), 2020年4月

推出高颜值智能手环, 降低年轻女性对价格的敏感度

我们的观点

## 新冠疫情对可穿戴设备市场的影响

数据9: 新冠疫情对可穿戴设备的短期、中期和长期影响, 2020年4月

机遇与挑战

消费者对隐私越来越担忧, 品牌因此获得“出圈”机会

数据10: 目前生活中最担心的事——个人隐私被侵犯, 2020年2-5月

机遇: 健康方面的功能随消费者意识的增强而提升

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](https://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](mailto:reports@mintel.com)

## 可穿戴产品 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

数据11: 华为GT2的血氧饱和度检测, 2019年9月, 中国

对市场的影响

销售和供应链短期受扰

居家隔离期间, 手机app盛行

2020年, 中国可穿戴设备市场保持积极增势

数据12: 中国可穿戴设备的销售总量, 2015-2023年 (预测)

消费者行为的转变

消费者仍对可穿戴科技设备兴趣浓厚

数据13: 消费者在科技品类的消费变化, 2020年2-5月

数据14: 生活重心的变化情况, 2020年5月

消费者偏好向本土设备制造商转移

疫情将如何影响可穿戴设备的关键消费者细分

自我提升与科技消费紧密相连

新冠疫情带来的经济低迷将如何重塑行业

智能手机制造商赢得竞争优势

对市场营销组合的影响

比定制化数据更进一步

可听设备提供的不仅仅是声音

新冠疫情: 在中国市场情况简述

数据15: 中国新冠肺炎累计确诊病例, 2020年1-5月

数据16: 复工情况, 中国, 2020年3-5月

## 议题与洞察

品牌要建立可穿戴设备用户规模, 生态系统至关重要

现状

启示

提升智能手环和TWS耳机的健身专业性

现状

启示

向高收入的潮流引领者推广创新可穿戴设备的实用性

现状

启示

## 市场——您所需要了解的

智能手表保持增速

可听设备增速最高

健康监测功能继续驱动可穿戴设备的消费

## 市场规模与细分

可穿戴设备市场稳步增长

数据17: 中国可穿戴设备的销售总量, 2015-2023年 (预测)

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](https://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](mailto:reports@mintel.com)

## 可穿戴产品 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

数据18: 中国销售量市场份额 (按百万件计算), 2015-2019年

数据19: 中国可穿戴设备销售总额 (按十亿元人民币计算), 2018和2019年

数据20: 中国可穿戴设备市场的销售总额 (按细分区分), 2018和2019年

## 市场增长动力

国产品牌降低价格,以推升人气

无需手动操作的体验在可穿戴设备市场再上一步台阶

满足健康需求

## 重点企业——您所需要了解的

华米渗透到高端智能手表品类

步步高在儿童可穿戴设备获得成功

在智能手环品类,小米的实惠价格策略击败对手

## 竞争策略

品牌在操作系统战场利用专利技术

数据21: 可穿戴设备市场的主要企业及其操作系统, 2020年5月

数据22: 智能手表不同操作系统的比较

将儿童可穿戴设备打造成社交产品

数据23: 小天才智能手表及其主要功能

## 谁在创新?

美容品牌推出更小或隐性追踪器

数据24: 理肤泉可穿戴皮肤PH追踪器 (La Roche-Posay wearable skin PH tracker)

透明可穿戴口罩

数据25: Aeri口罩展现内置紫外线灯消毒口罩的概念

医疗保健和安全性方面的可穿戴摄像机

数据26: 支持5G的Linkflow穿戴式相机

## 消费者——您所需要了解的

利用折扣提升拥有率

年轻男性是新品开发应瞄准的关键客群

健康和体重管理仍是重点

## 当前拥有率与未来的兴趣

TWS耳机的拥有率击败智能手环和智能手表

数据27: 智能耳机、智能手环和智能手表的当前拥有率与购买意愿, 2020年4月

潮流引领者的画像

数据28: 消费者对可穿戴设备的当前拥有率及购买意愿——潮流引领者群体, 2020年4月

智能手表的拥有率略有提升, 智能手环的拥有率下降

数据29: 智能手表和智能手环的当前拥有率, 2016和2020年

智能手表拥有率因群体而异

数据30: 智能手表的拥有率 (按年龄和性别区分), 2016vs2020年

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](https://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](mailto:reports@mintel.com)

## 可穿戴产品 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

较年轻消费者流失,导致智能手环的拥有率下降

数据31: 智能手环拥有率的变化(按年龄和性别区分), 2016vs2020年

## 品牌拥有率

数据32: 智能手表和手环的拥有率(按品牌区分), 2016和2020年

苹果、小米和华为的用户画像

数据33: 可穿戴设备市场前三大企业的用户画像, 2020年4月

为赢得消费者,生态系统更为重要

数据34: 不同智能手机品牌的消费者使用什么品牌的智能手表(按拥有的智能手表品牌区分), 2020年4月

## 关键用途

主要使用场景仍集中于健康数据追踪

数据35: 最常用的可穿戴设备用途, 2020年4月

智能手表用途更广,未来将更具广泛吸引力

数据36: 最常用的可穿戴设备用途(按智能手表和手环拥有者区分), 2020年4月

对孩子的担忧

数据37: 最常用的可穿戴设备用途——跟踪家庭成员的安全或健康状况(按年龄和婚姻状况区分), 2020年4月

智能语音助手将成为未来产品的必备功能

数据38: 最常用的可穿戴设备用途——智能语音助手(按年龄区分), 2020年4月

## 购买因素

受形象和功能驱动的人口统计

数据39: 可穿戴设备购买因素, 2020年4月

当前用户与流失用户之间的差异

数据40: 购买因素(按用户类型区分), 2020年4月

健康监测在低线级市场展现商机

数据41: 购买因素(按城市线级区分), 2020年4月

## 最重要的产品特征

消费者仍优先考虑健康,年轻人看重设计

数据42: 可穿戴设备的最重要选择因素——任何重要程度(按年龄区分), 2020年4月

年轻消费者对保修服务的期待值高

数据43: 可穿戴设备的选择因素——有保障的保修服务(按年龄区分), 2020年4月

## 对可穿戴设备的态度

对可穿戴设备普遍持积极态度

数据44: 对可穿戴设备的态度, 2020年4月

流失用户和当前用户如何看待自己的设备

数据45: 对于“可穿戴设备的大部分功能都是华而不实”这一描述语句的态度(按产品拥有情况和对科技产品的兴趣区分), 2020年4月

为不同年龄的女性群体提供不同定价模式

数据46: 认同“市场上大多数可穿戴设备价格都太昂贵”这一观点(按性别和年龄区分), 2020年4月

管理对健康抱有很高期望的消费者

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](https://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](mailto:reports@mintel.com)

## 可穿戴产品 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

数据47: 对可穿戴设备的态度——付费app不值得花钱购买 (按消费者类型区分), 2020年4月

## 认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群的可穿戴设备拥有率更高,但购买兴趣更低

数据48: 可穿戴设备的当前拥有率 (按消费者分类区分), 2020年4月

数据49: 可穿戴设备的购买兴趣 (按消费者分类区分), 2020年4月

英敏特城市精英人群在品牌生态系统中有较高的使用率

数据50: 当前拥有的智能手表品牌 (按消费者分类区分), 2020年4月

便利性在英敏特城市精英人群的使用习惯中较为突出

数据51: 可穿戴设备最常被使用的功能 (按消费者分类区分), 2020年4月

控制体重仍是选择可穿戴设备的重要因素

数据52: 购买可穿戴设备的原因 (按消费者分类区分), 2020年4月

较之非英敏特城市精英人群,英敏特城市精英人群了解如何更好地利用可穿戴设备

数据53: 对于可穿戴设备的不同态度的同意程度 (按消费者分类区分), 2020年4月

## 附录一——按重点企业区分的价格区间

数据54: 按重点企业区分的价格区间——智能手表和智能手环市场,中国,2020年4月

## 附录一——消费者细分

数据55: 对于可穿戴设备的态度 (按消费者分类区分), 2020年4月

数据56: 对于可穿戴设备的不同态度——非常同意 (按消费者分类区分), 2020年4月

经济型消费者

他们是谁

他们的态度如何

如何向其营销

热衷消费者

他们是谁

他们的态度如何

如何向其营销

坦率消费者

他们是谁

他们的态度如何

如何向其营销

## 附录一——研究方法 with 缩写

研究方法

缩写

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](https://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](mailto:reports@mintel.com)