



中国联通
China unicom



中国联通 · 泛终端
技术生态创新联合实验室

国内可穿戴市场：机遇与挑战并存

2023年10月

引言：

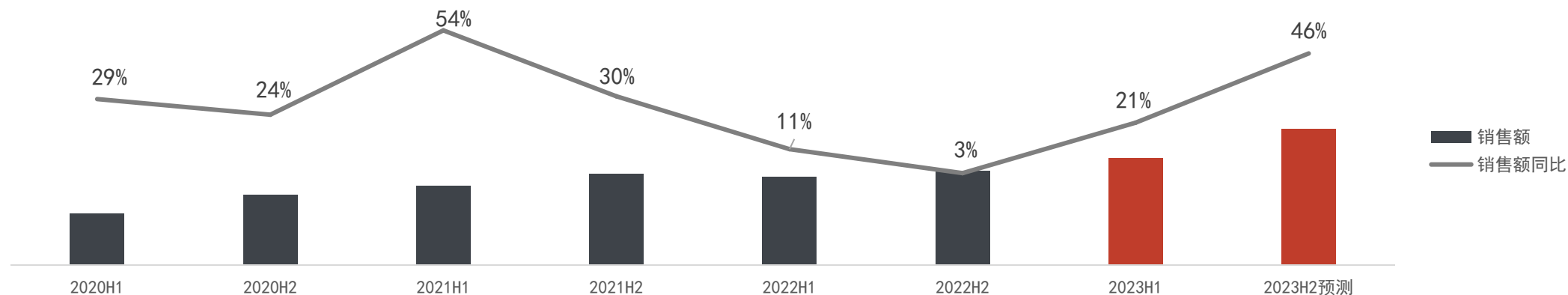
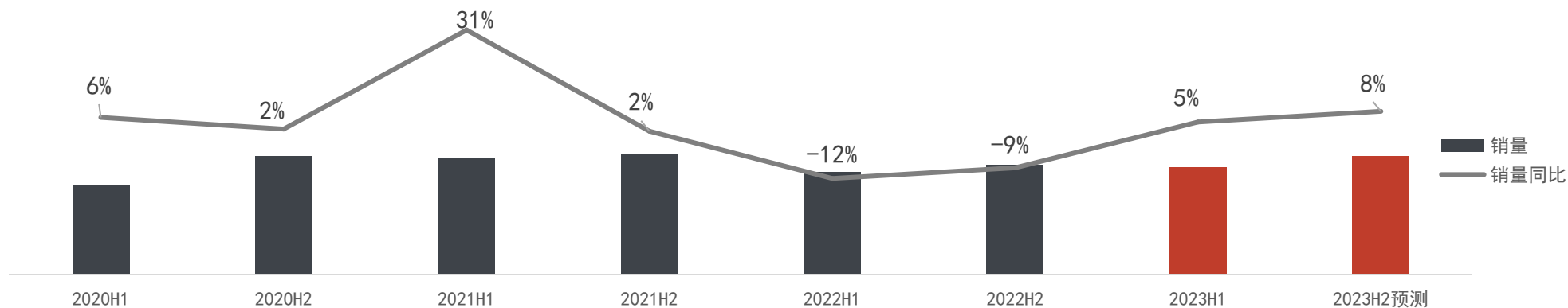
可穿戴市场机遇与挑战并存。近年来，消费人群对健康监测、运动跟踪等功能重视程度不断提高，在手机终端销量长期缓降的大趋势下，国内可穿戴市场率先表现出回暖迹象，二季度智能手表和儿童手表销量纷纷上扬，下半年随着人群出游增加、苹果、华为等新品上市，有望进一步拉动增长趋势。目前可穿戴市场月度销量已达百万级，头部手机品牌正加速布局可穿戴市场；另一方面头部品牌在品牌效应和价格优势的双重加持下，呈现出更加强势的增长，给市场带来更加激烈的竞争，头部效应愈发明显。

注释：产品定义

- 智能手表：以无线连接方式（蓝牙/wifi）与手机设备相连，实现数据功能的腕间可穿戴设备
- 儿童手表：可接入蜂窝网络，不必需与手机设备相连，可单独使用，主要佩戴者以老人/小孩为主的腕间可穿戴设备
- 智能手环：主要监测佩戴者的日常健康活动（如测量心率/步数/卡路里消耗等）的可穿戴设备

2023年可穿戴市场销量回暖，销售额增长明显

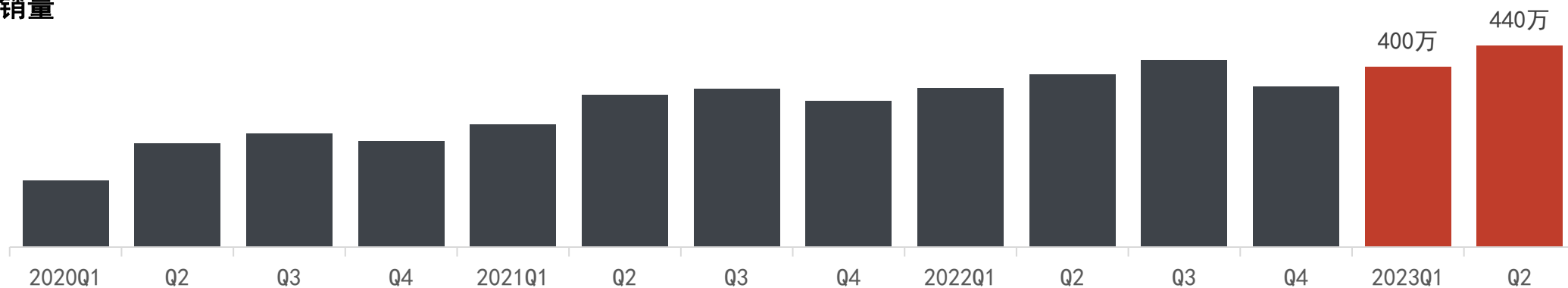
- 在户外和出行活动放开的大背景下，可穿戴市场需求开始回暖，2023年上半年可穿戴市场整体销量同比增长5%，预计下半年同比增长8%，但仍未恢复到2021年的销量水平；
- 随着可穿戴设备均价持续走高，销售额呈明显上升趋势，预计2023年下半年销售额将同比增长46%。



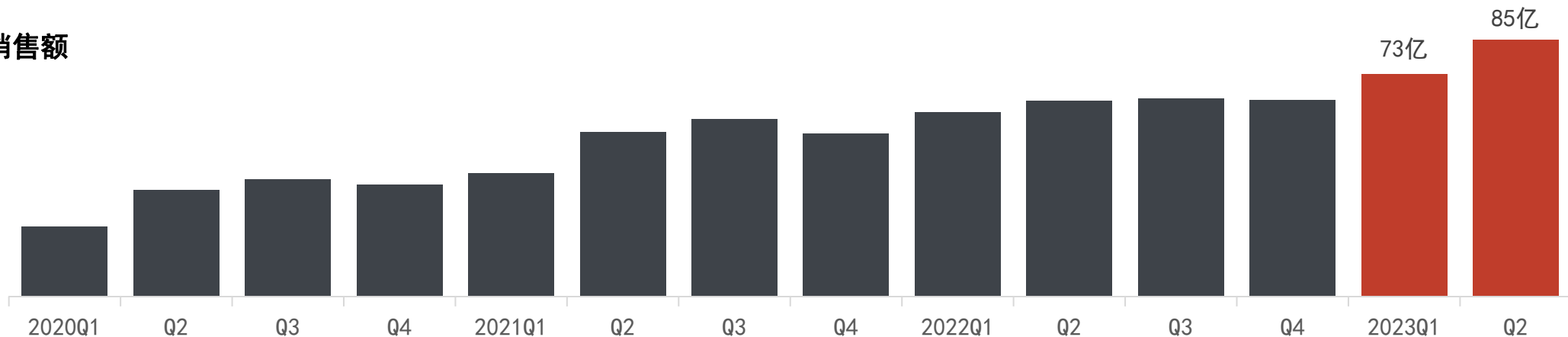
智能手表：二季度销量销售额双双上扬

- 2023年疫情缓解后，随着外出活动的增加，消费人群对智能手表需求提高，一二季度销量同比增长10%以上；下半年苹果华为等厂商的新品上市，将进一步拉动智能手表销量。在苹果、华为等厂商新品高端智能手表的拉动下，智能手表市场销售额呈明显上升趋势，预计2023年整体销售额将同比增长40%以上。
- 目前苹果、华为已占近七成市场空间，其他手机头部品牌与中小品牌平分三成市场空间。

● 销量

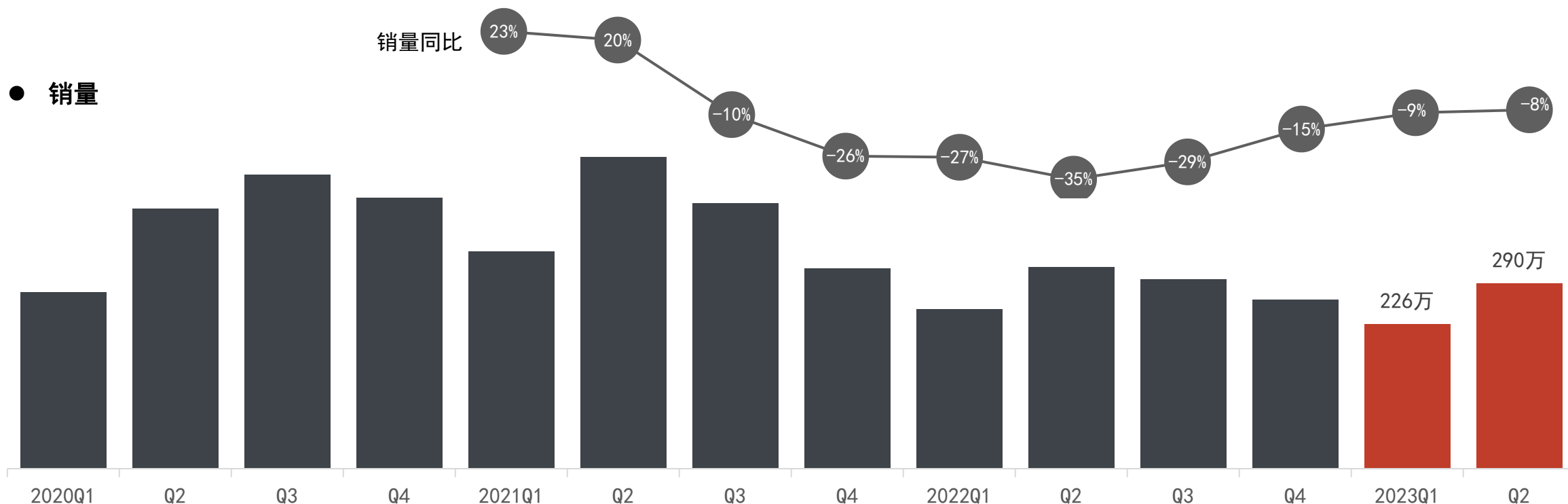


● 销售额



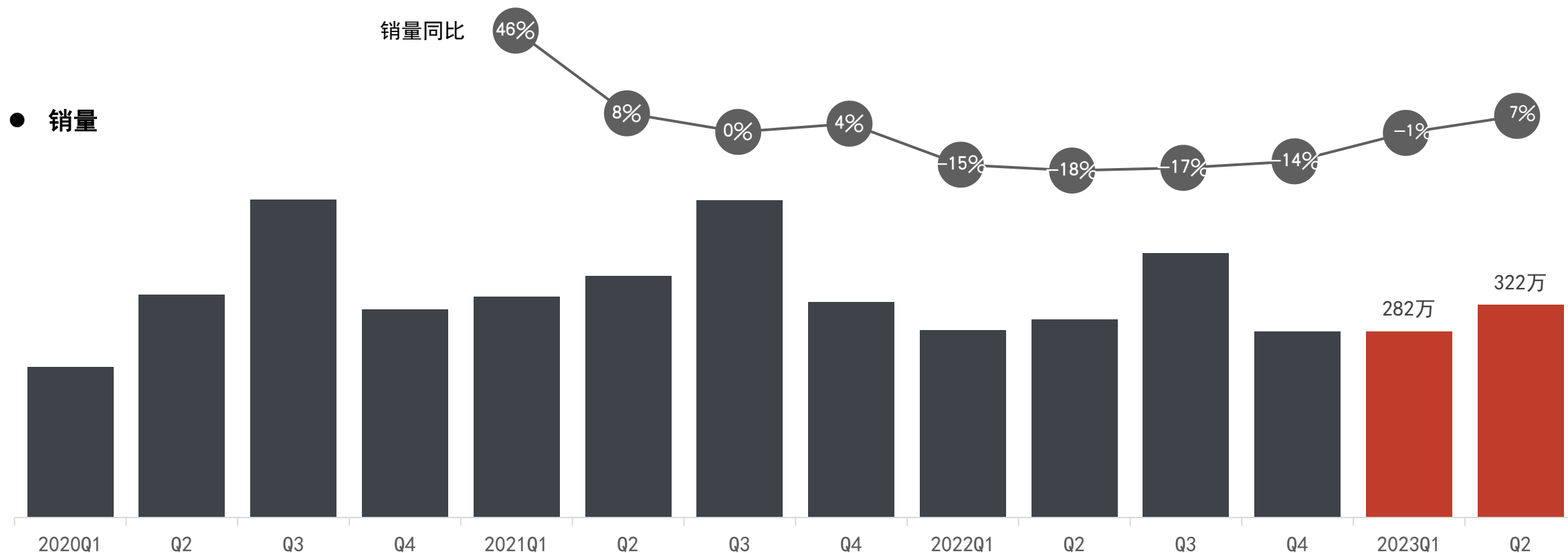
智能手环：受血氧需求影响，下降趋势有所放缓

- 智能手环主要集中在500元以下市场，随着智能手表的价格下探，消费者在500元以下市场拥有更多选择，智能手环市场将面临更多竞争；另一方面受2023年年初疫情影响，消费者对观测血氧浓度需求增加，在一定程度上缓解了智能手环销量下降趋势。
- 在品牌效应和价格优势的双重加持下，华为+小米智能手环市场份额已达85%；非Top品牌生存空间持续被挤压，中小品牌份额已不足10%，未来这一趋势可能还会加剧。



儿童手表：疫情缓解，销量有望回暖

□ 2023年初，疫情得到缓解，学生开始返校上课，户外活动、出游开始增多，2022年受抑制的市场需求逐渐释放，2023年二季度销量同比增长7%，未来有望回到2021年水平。



小结

可穿戴市场已呈现复苏迹象。一方面，随着消费人群对健康和运动功能的关注度不断提高，可穿戴市场整体有向好趋势；另一方面，在户外和出行活动放开的推动下，此前受抑制可穿戴市场需求逐渐释放。

机遇伴随挑战，在竞争加剧的市场环境下，中小型非头部品牌面临着更为严峻的考验。由于头部手机品牌对可穿戴市场的加速渗透，不仅依靠其强大的品牌力快速拉拢消费者，还通过不断扩大产品价格范围，实现产品从低端到超高端的全价位覆盖，进而全面占领市场空间，而非头部品牌无论是在价格还是产品力上都已不具备优势，若无有效应对措施，未来生存空间将遭受更严重的挤压。