

---

# 个人智慧穿戴产品应用场景

- 横纵双向不断延伸
- 市场机会愈发凸显

GfK 中国

# 2023年“消费提振年”——“政策+活动”双轮驱动进一步做实做细



优先恢复和扩大消费，让消费引擎担当主力，促进国内循环更畅通

## 细化措施

- 1. 稳定大宗消费
- 2. 扩大服务消费
- 3. 促进农村消费
- 4. 拓展新型消费
- 5. 完善消费设施
- 6. 优化消费环境

## 提振消费信心

- 结合各地特色和消费场景
- 举办消费活动
  - 发放消费券
  - 举办购物节
  - 商圈及平台打折让利
  - 电商平台消费补贴 ...

## 提升“消费提振年”活动的影响力和带动力

### “6+12+52+N”原则

- 6大主题活动
- 12个重点展会
- 52周安排活动
- N场特色各地消费活动



## ✓ 政府搭台、企业唱戏、百姓受益

### ➤ 顺应市场规律和消费趋势 & 促进实现资源优势互补

强化央地联动，加强区域合作。  
协会、企业、机构、电商平台等**多方参与**。

### ➤ 优化供给 & 扩大需求

增强供给结构对需求变化的适应性和灵活性。  
拓展消费新空间，打造消费新场景。  
以高质量供给引领和创造市场新需求。

### ➤ 提升电子产品消费

利用超高清视频、虚拟现实、柔性显示等新技术，  
推进供给端技术创新和电子产品**升级换代**。  
支持可穿戴设备、智能产品消费，打造电子产品消费**应用新场景**。

# 个人穿戴产品应用场景已经渗透到生活中的各个环节



## ● 应用场景纵横双向不断延伸

↑ 纵向深化 ↓  
↑ 横向拓展 ↓



运动

运动监测  
潜水模式  
精准跑圈  
...

运动属性  
防水  
防尘



娱乐

音乐  
双金标  
空间音频

游戏  
身临其境  
内外兼修



个人助手



腕间穿戴先行

卫星通信  
eSIM价位下渗  
智能生态互联  
家中“遥控器”  
汽车“钥匙”



耳机/XR拓展

协同办公  
同声传译  
智能助理



智慧装备  
AR户外骑行



健康



腕间穿戴先行

连续性监测  
一键微体检  
ECG、血压、血糖  
病症初筛...



耳机拓展

体温监测  
心率监测  
紫外线消毒盒



悦己

品牌+功能+  
品质+个性...



贵金属材质  
多种佩戴方式  
超丰富表盘



非入耳形态多样  
充电盒工业设计  
IP联名  
...

## ● 契合疫情后市场机会

人们开始更加关心自己

✓ 生活方式健康化  
健康维护  
成为关注重点

✓ 愉悦自己  
提升幸福感  
成为风口经济

# 2022年个人智慧穿戴产品市场规模



## 成人腕间穿戴

0.26 亿

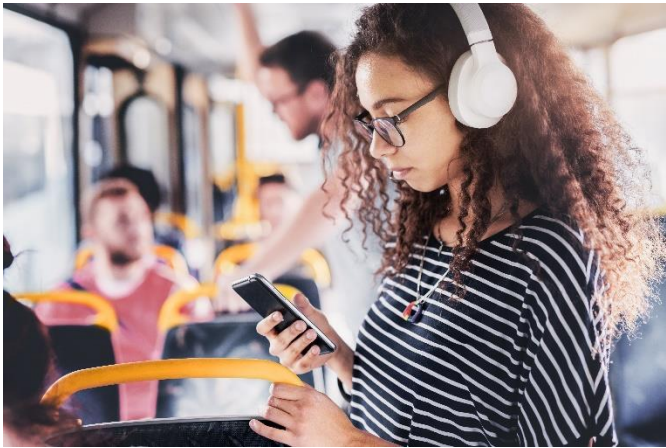
283 亿元



## 立体声耳机

1.53 亿

313 亿元



## XR

0.013 亿

20 亿元



01

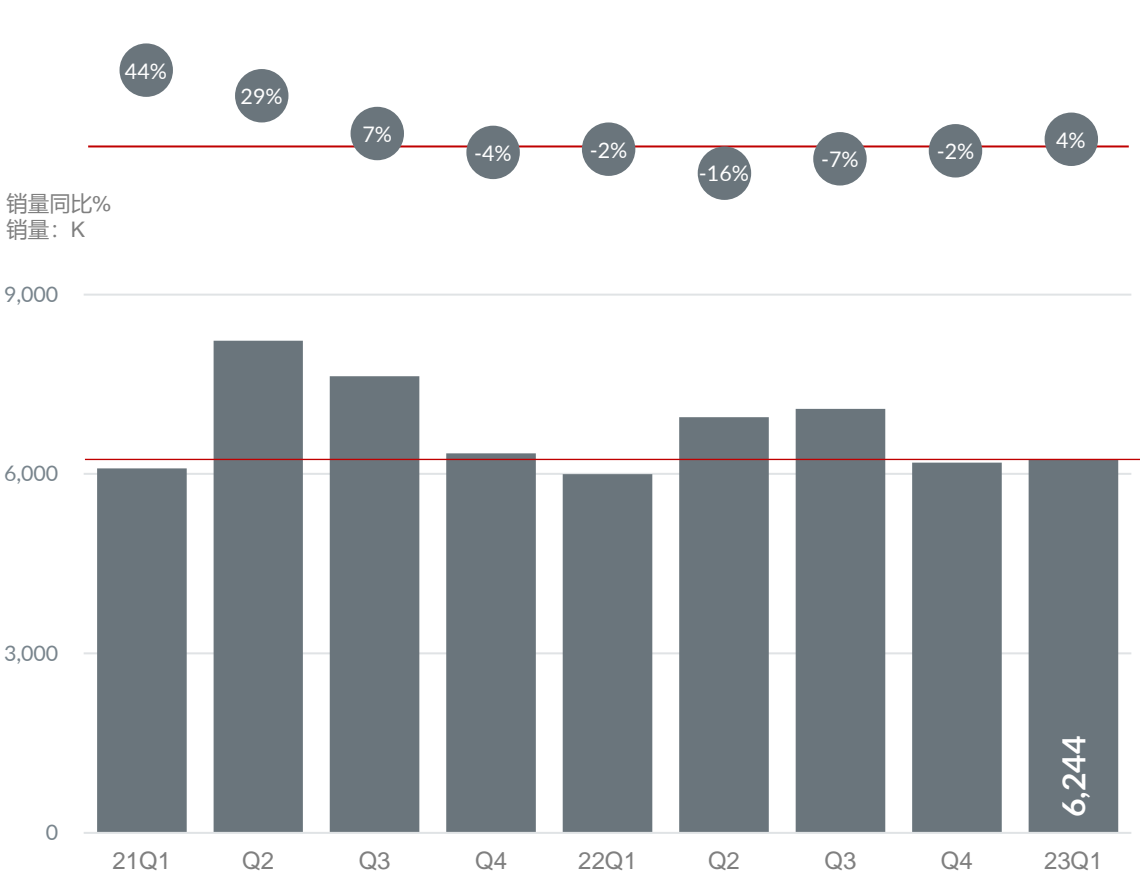
## 成人腕間穿戴

# 时隔五个季度，成人腕间2023Q1销量同比回正至+4%，销额同比+17%

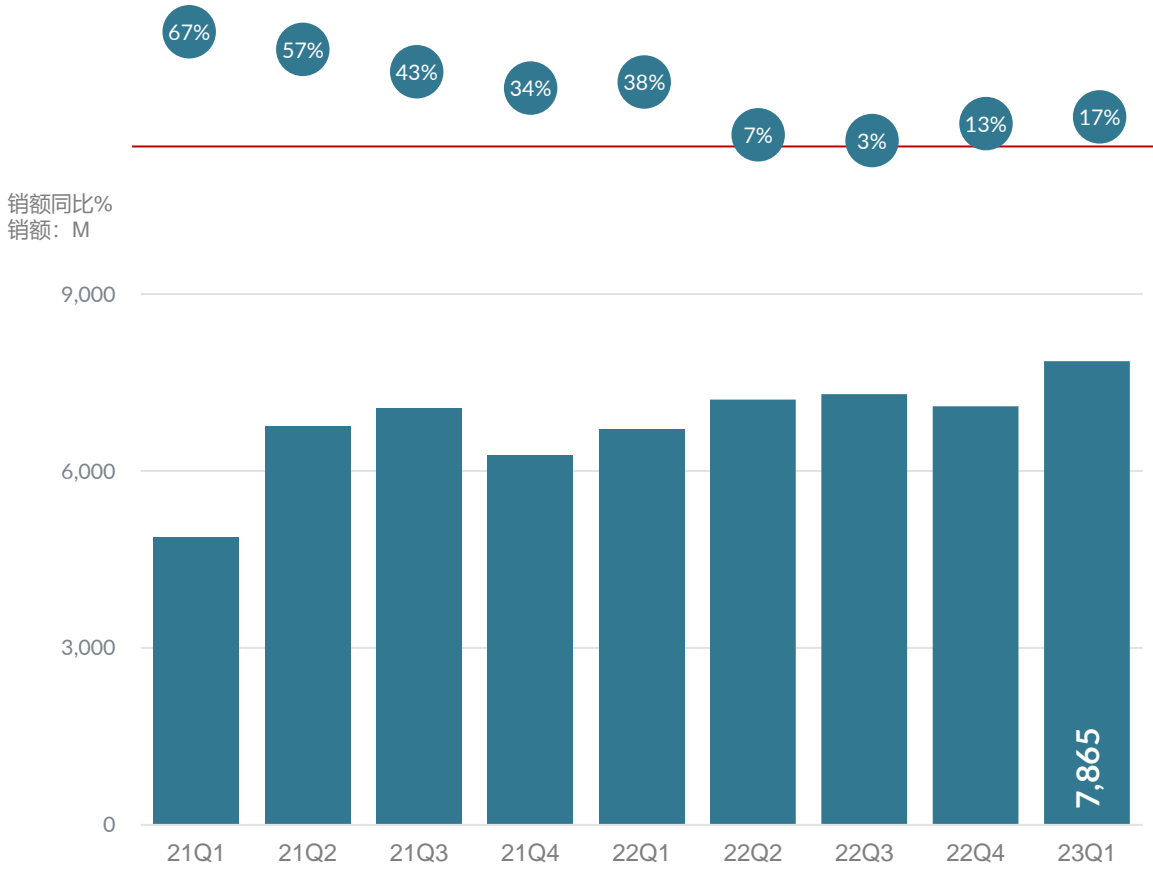


## 成人腕间穿戴 市场规模及同比走势

### 销量



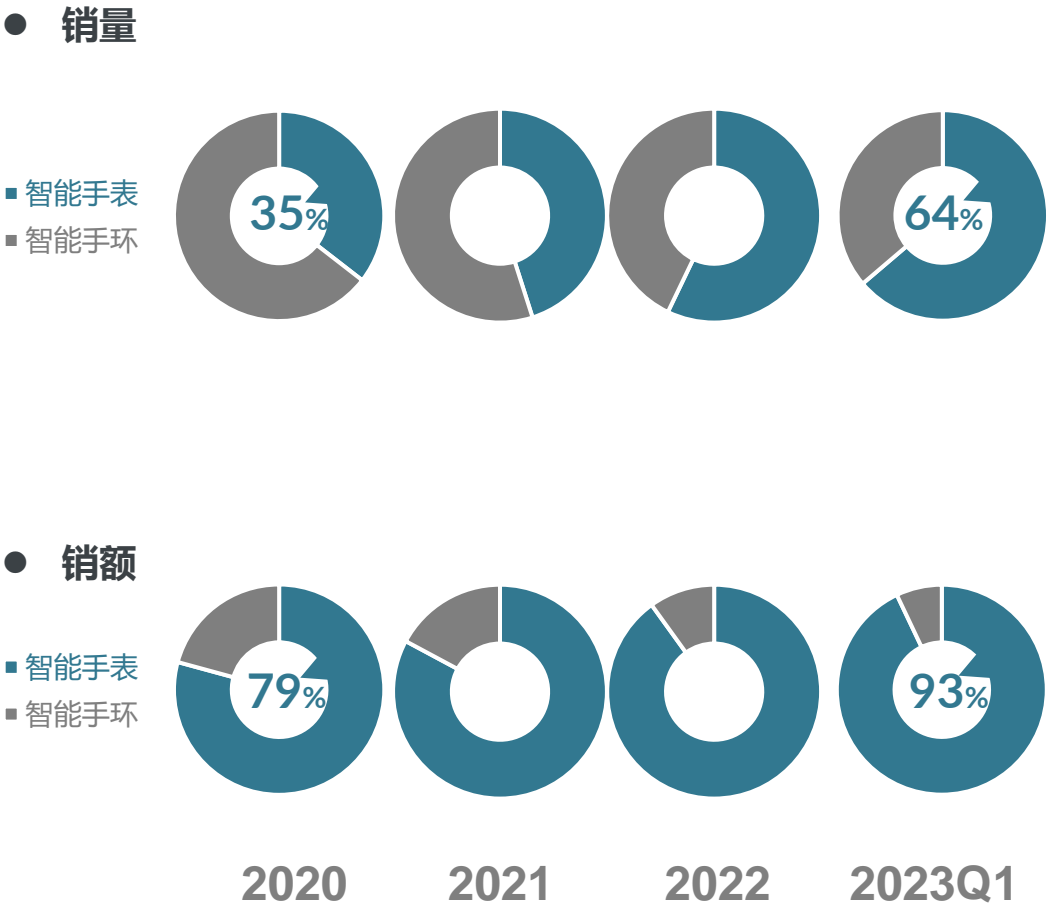
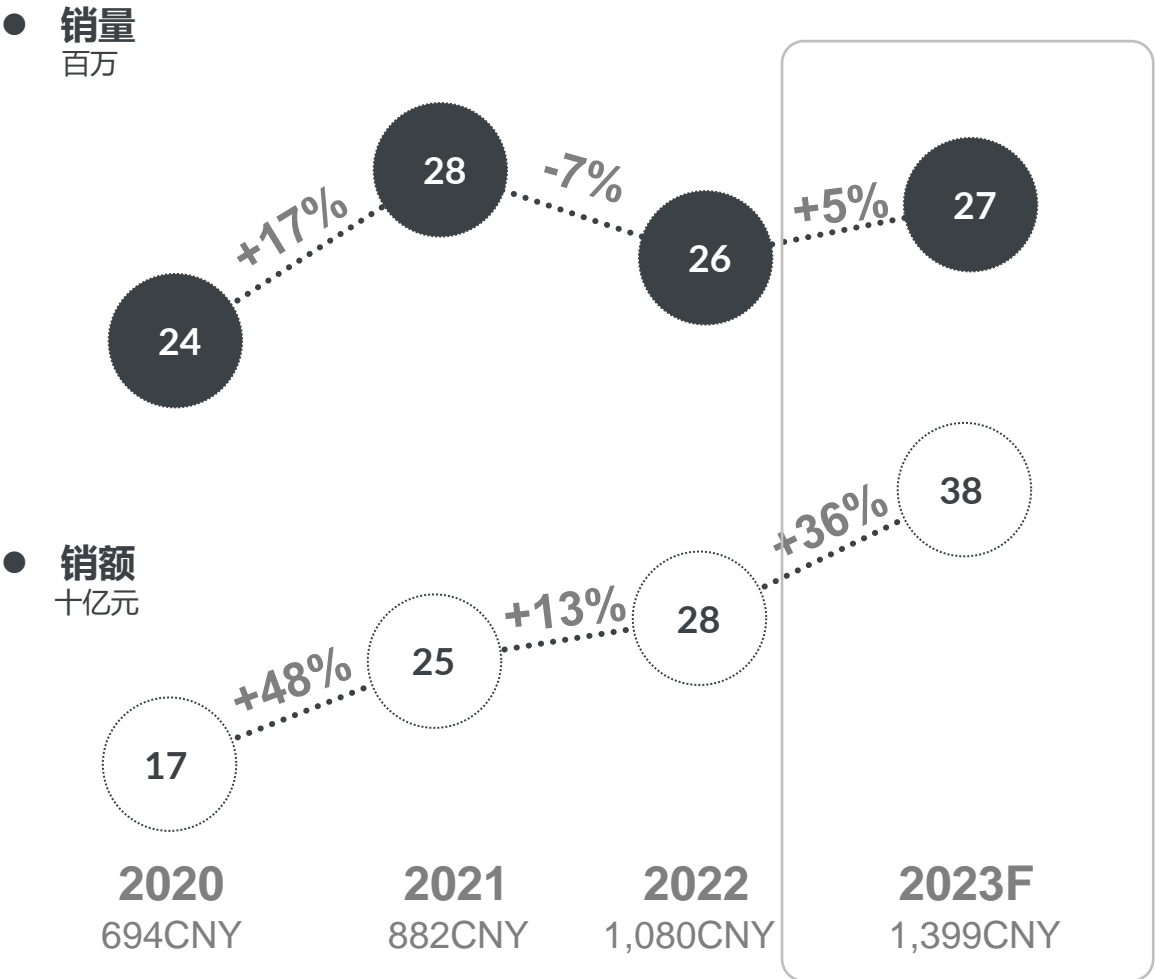
### 销额



# 疫情期间，手表较手环发挥多功能优势，引领成人腕间穿戴发展趋势更为凸显



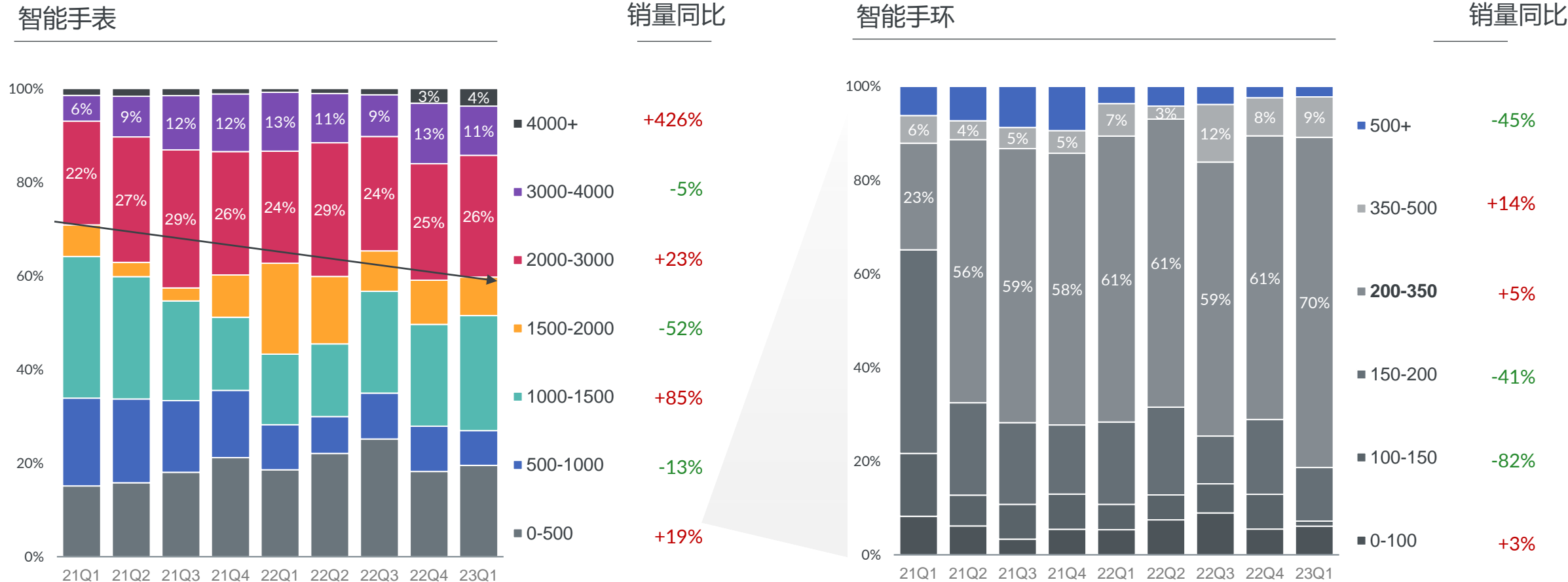
成人腕间穿戴 市场规模及预测 2019-2023F



智能手表由2K+加速渗透高价值产品；智能手环集中于500以内发挥性价比优势



成人腕间穿戴 分品类/分价位 销量走势 2021Q1-2023Q1



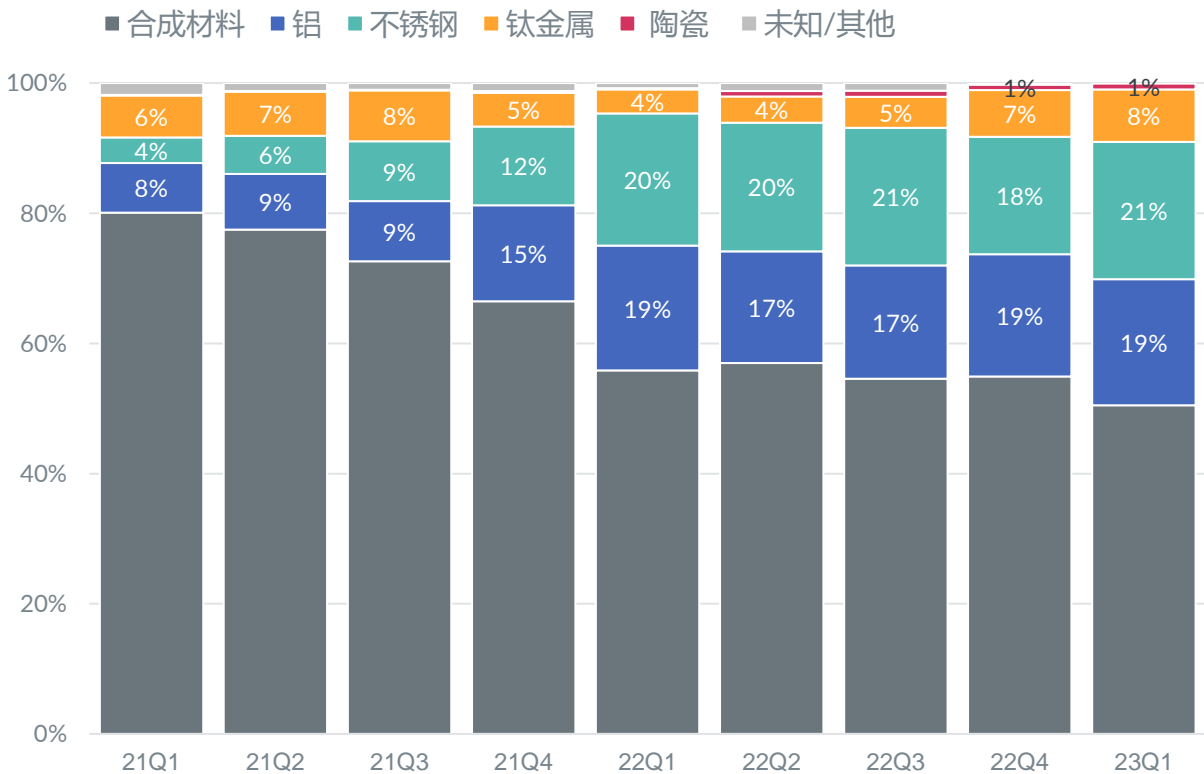


# 促进达成悦己消费：提高腕间穿戴产品外观质感



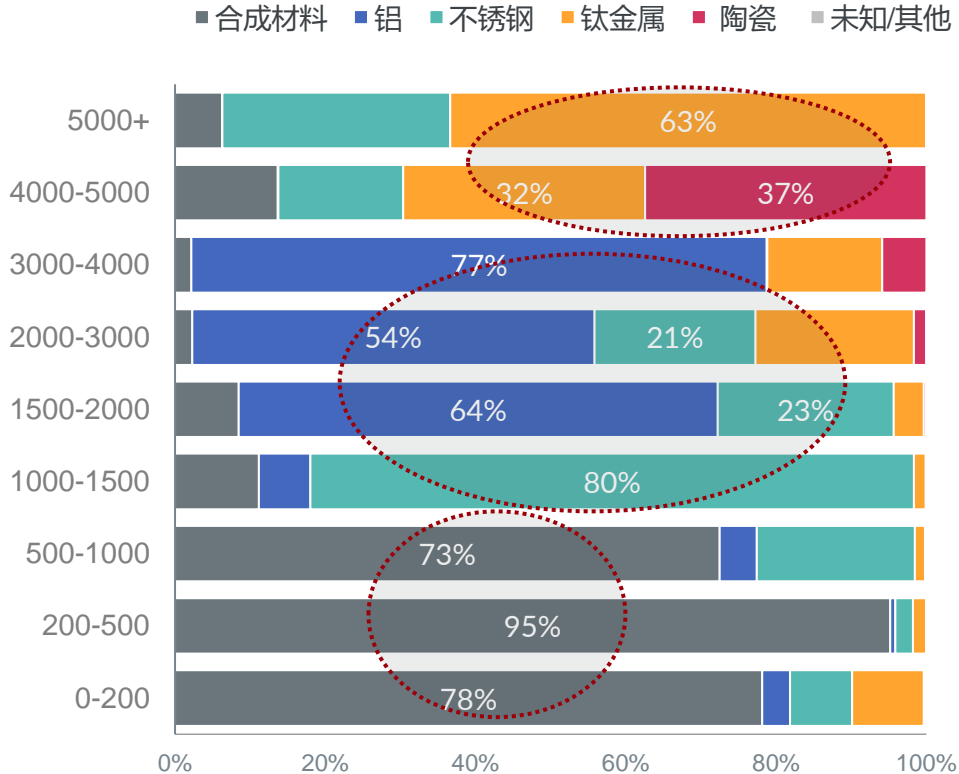
## 成人腕间穿戴 表壳材质 发展情况

● 不同表壳材质 销量及贡献走势



合成材料：包含塑料、铝合金、高强度复合碳纤维等。

● 不同表壳材质 分价位 销量渗透情况 23Q1



02

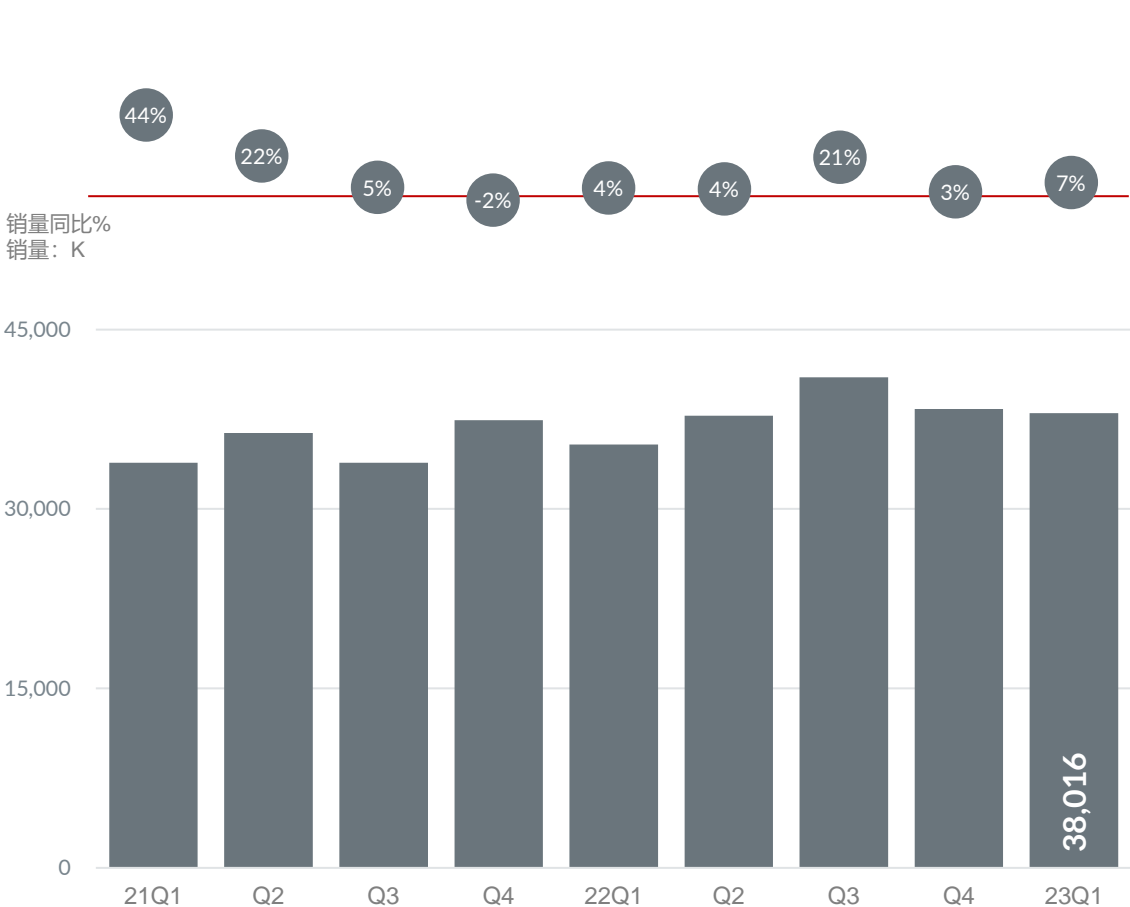
## 立体声耳机

# 随着疫情的结束，今年一季度量额同比均呈增长趋势

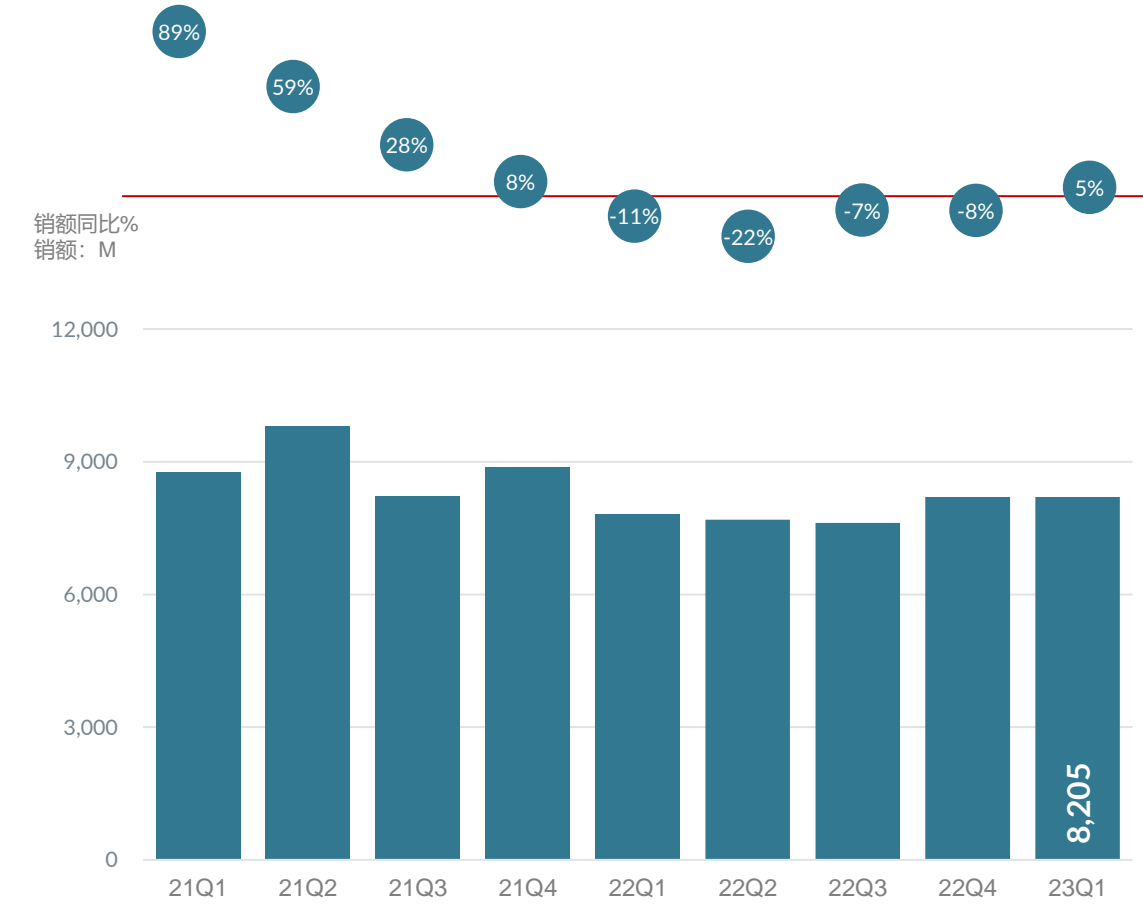


## 立体声耳机 市场规模及同比走势

### 销量



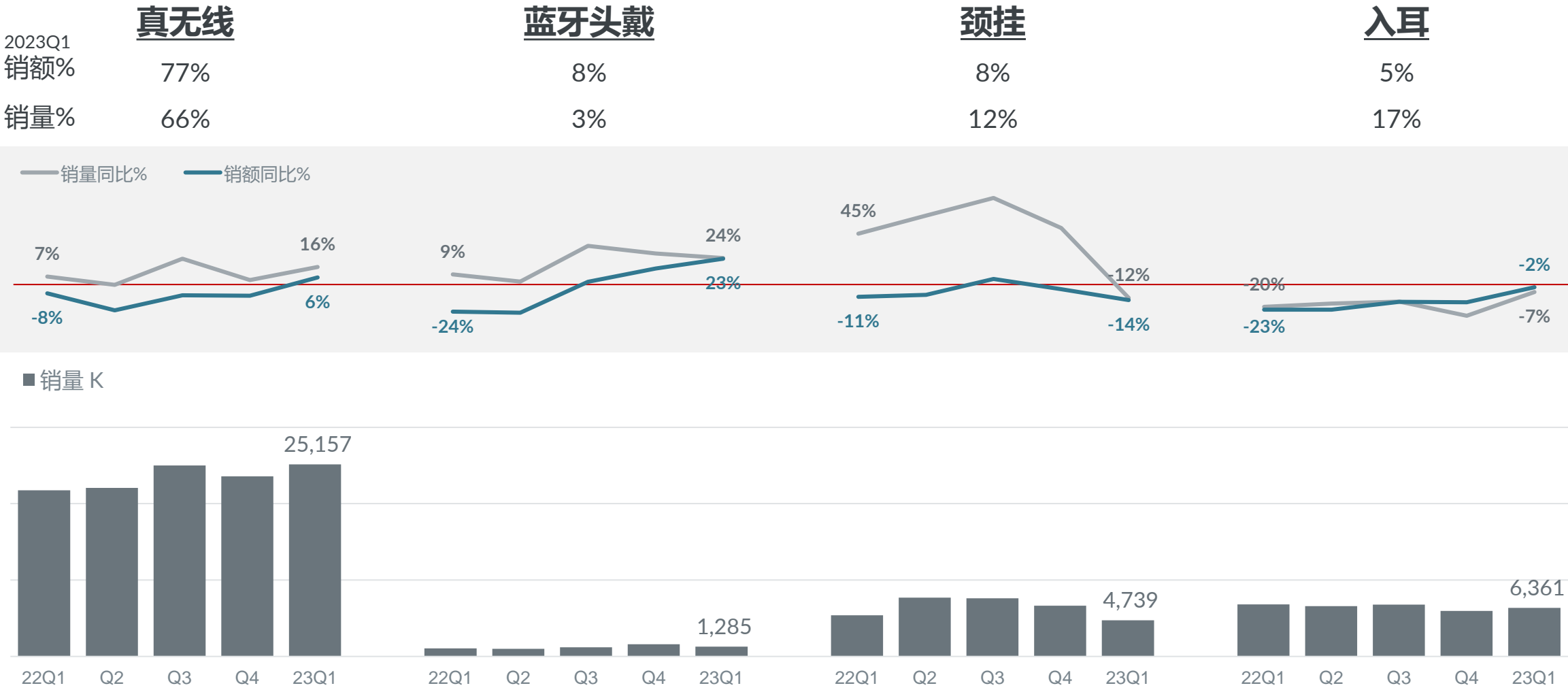
### 销额



# 真无线的销售额迎来近五个季度的首次正增长； 蓝牙头戴市场技术下沉及新品刺激，持续走高



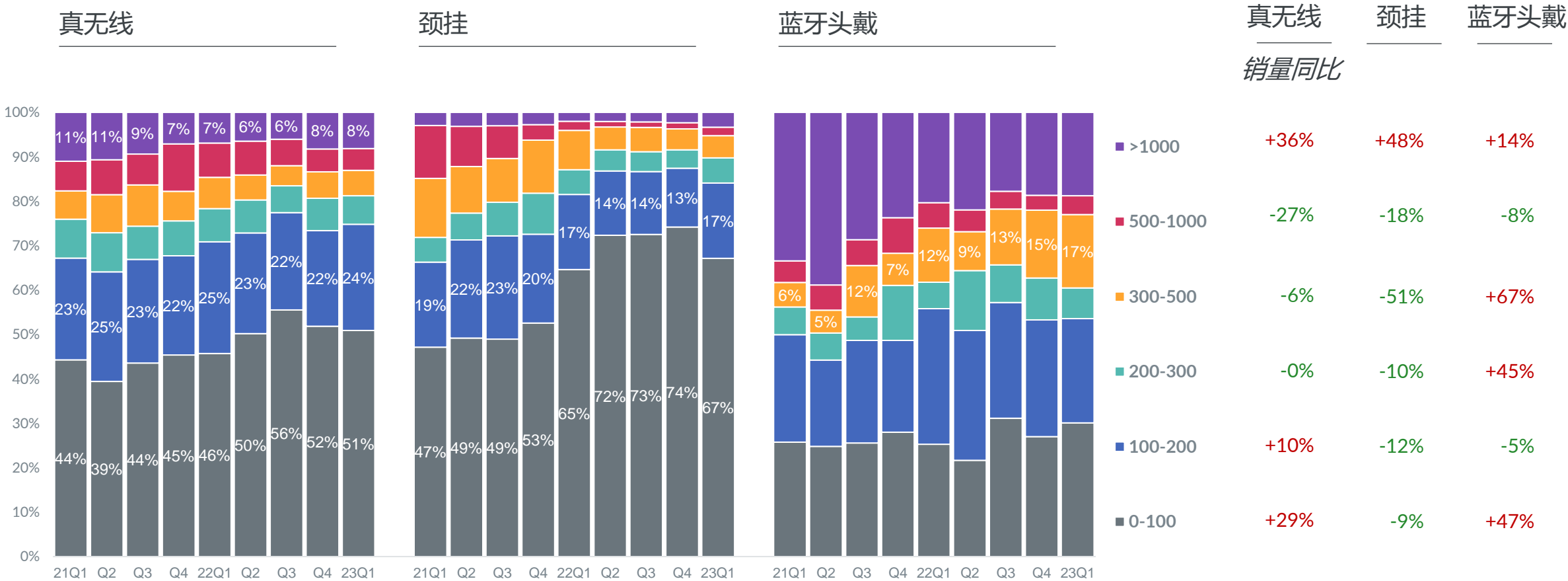
## 立体声耳机 市场细分品类规模及同比走势



真无线产品千元以上小幅扩张；颈挂产品主力价格段持续下沉，200元以下市场份额不断增长，蓝牙耳机300-500的快速增长是主动降噪类产品价格下沉带来



立体声耳机 分价位销量走势 2021Q1-2023Q1

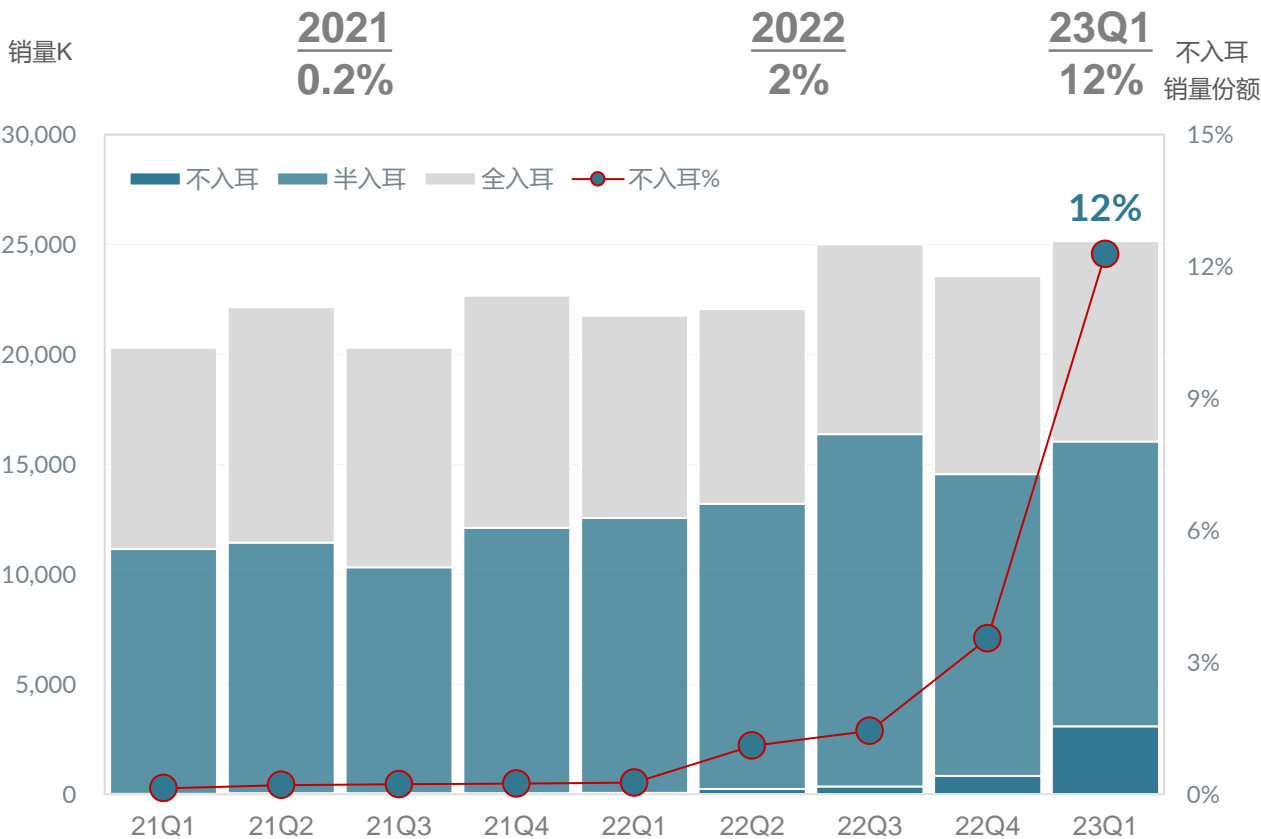


# 越来越多的消费者注重耳部健康，非入耳型耳机受到消费者青睐

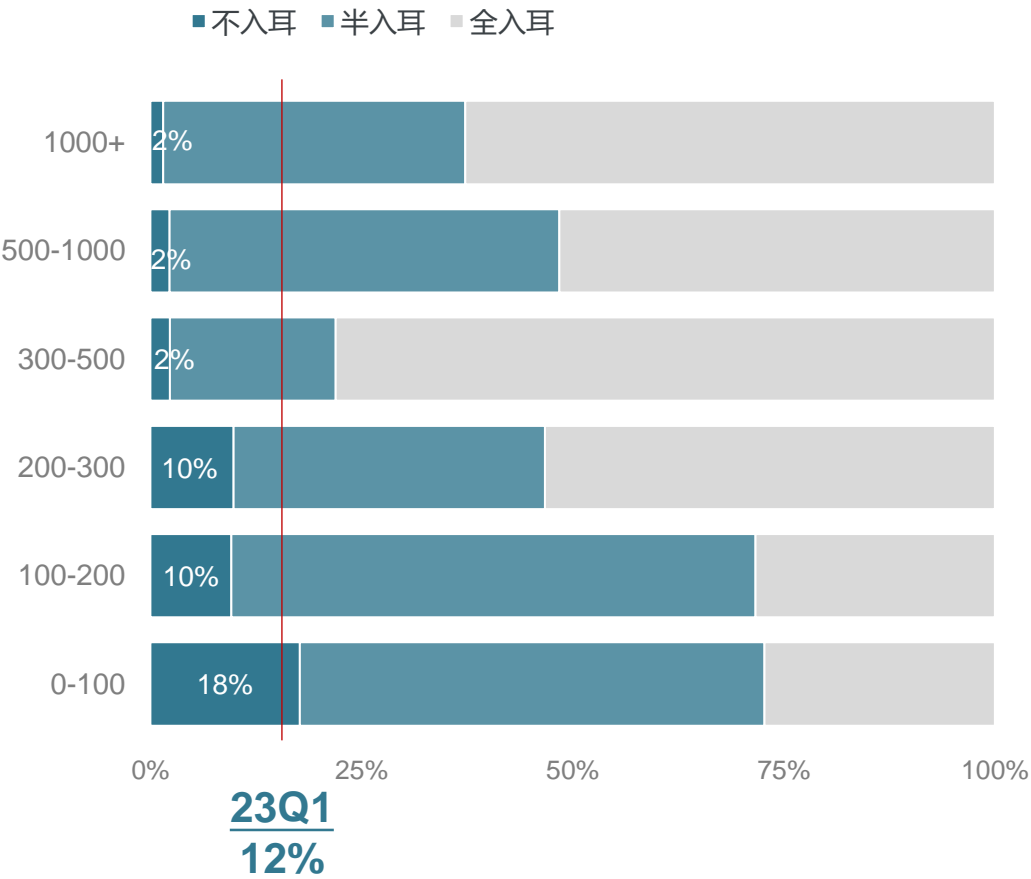


## 立体声耳机 **真无线** 耳机不同入耳方式的发展变化 2021Q1-2023Q1

不同入耳方式 销量走势



不同入耳方式的价格段渗透2023Q1



03

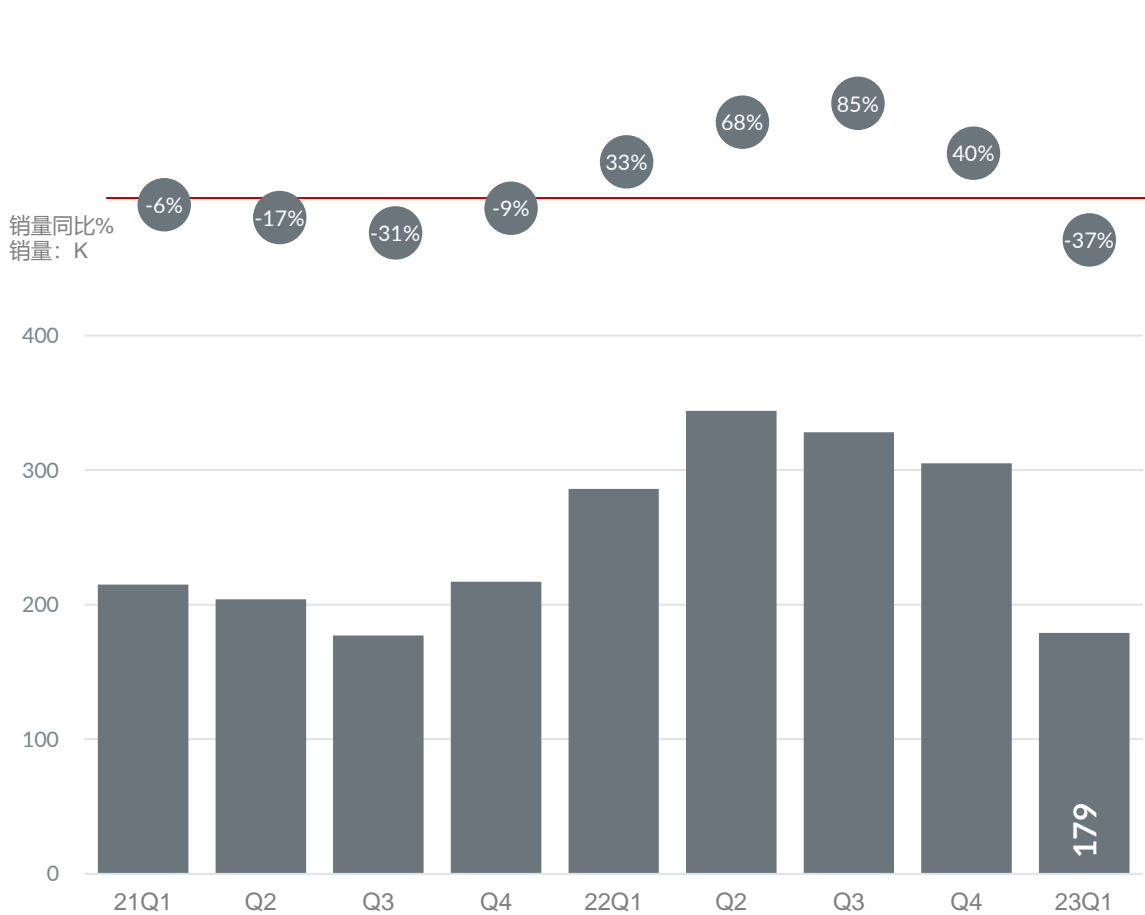
XR

# XR市场受到疫情结束，大家都恢复正常工作学习影响需求下滑， 量额同比均呈现下降趋势

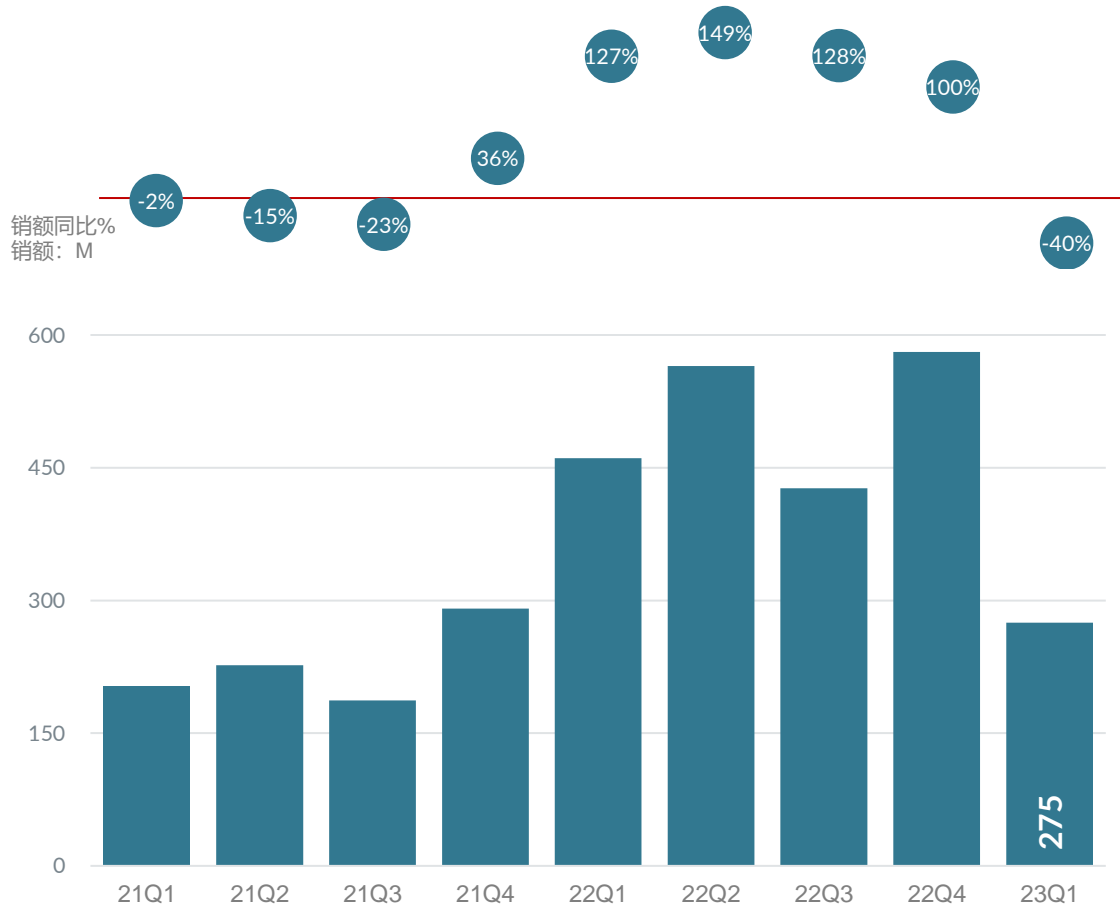


## XR在线市场 规模及同比走势

### 销量



### 销额

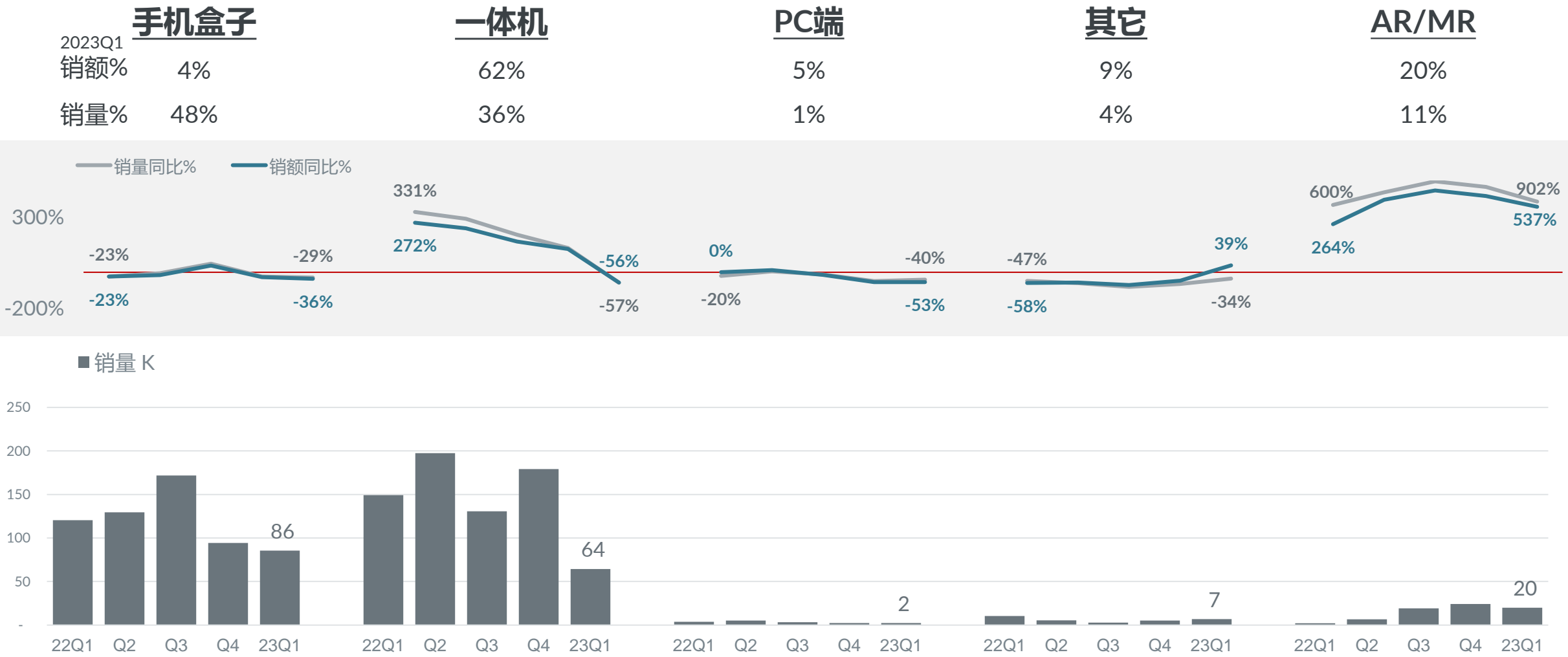




# 受消费者关注的一体机在本季度市场呈下行趋势，AR/MR类产品的高增长也开始趋缓



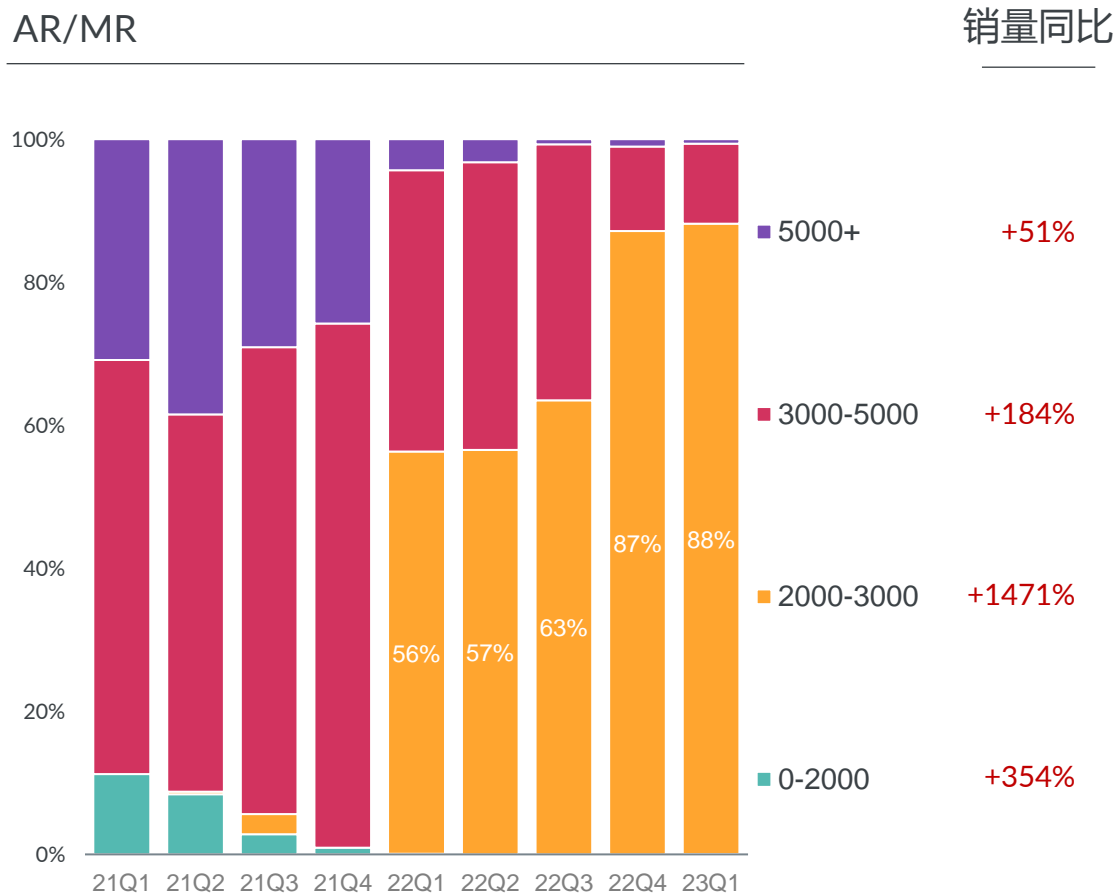
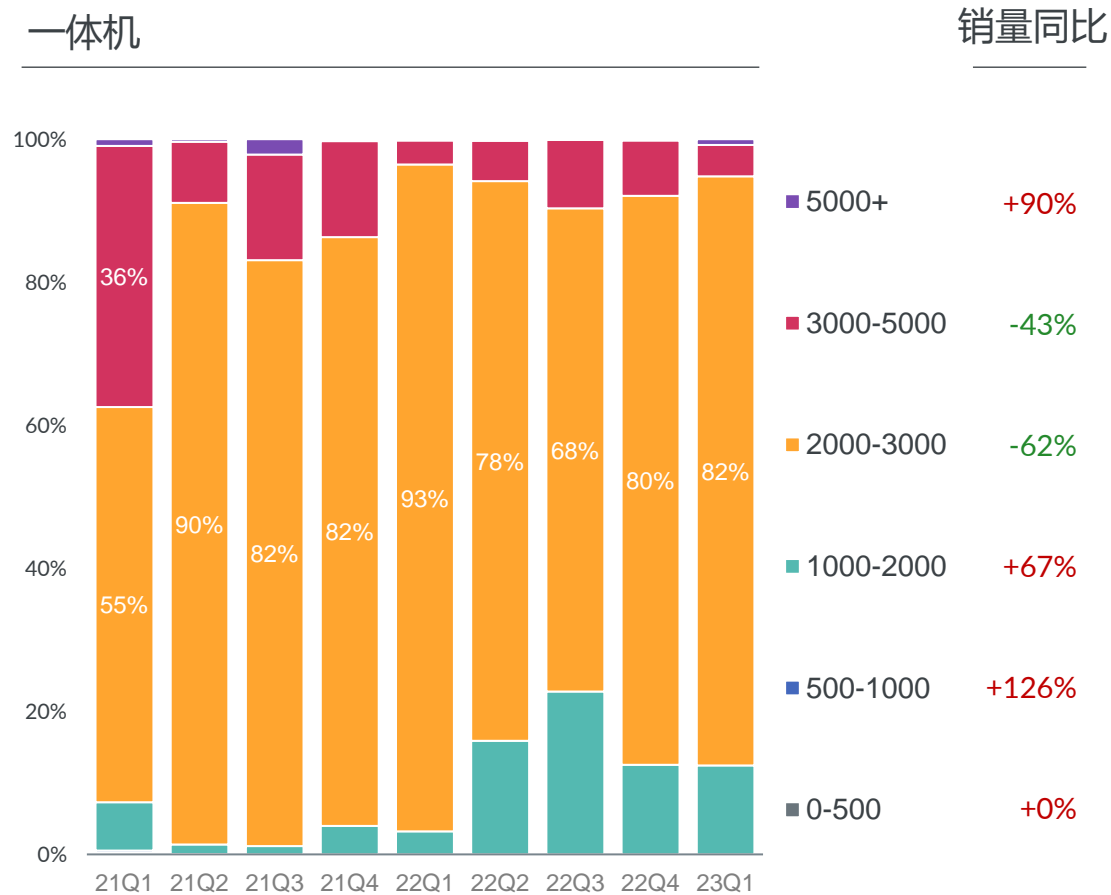
XR在线市场 细分品类规模及同比走势



# 软硬件技术及生态内容持续迭代带动XR市场价格段下沉



## XR在线市场 重点品类分价位销量走势 2021Q1-2023Q1

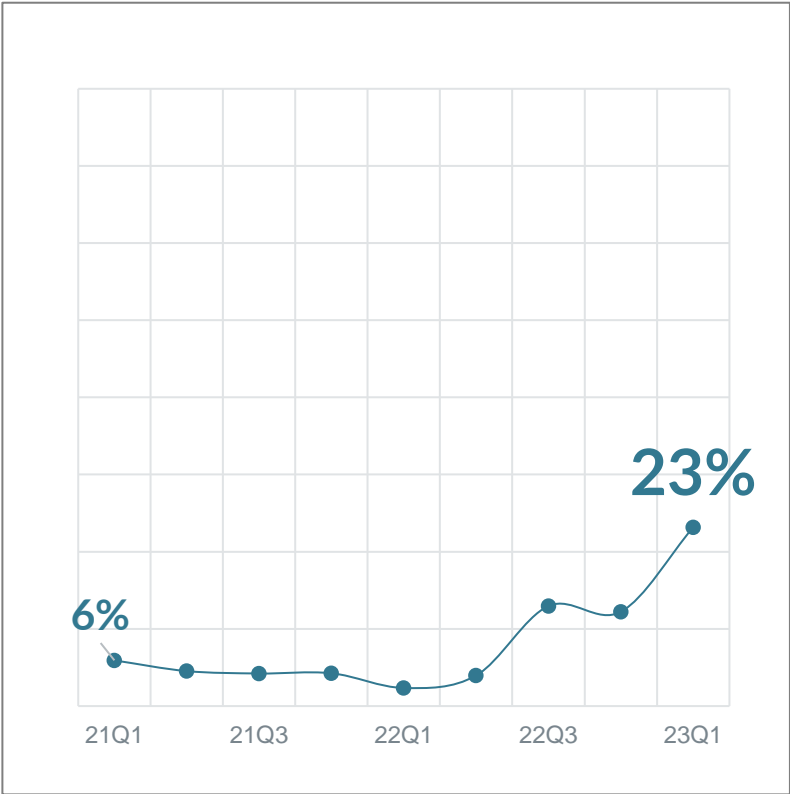


# 各技术能力的提升，满足XR游戏所需的体验要求，才能推动XR头显出货量的持续增长

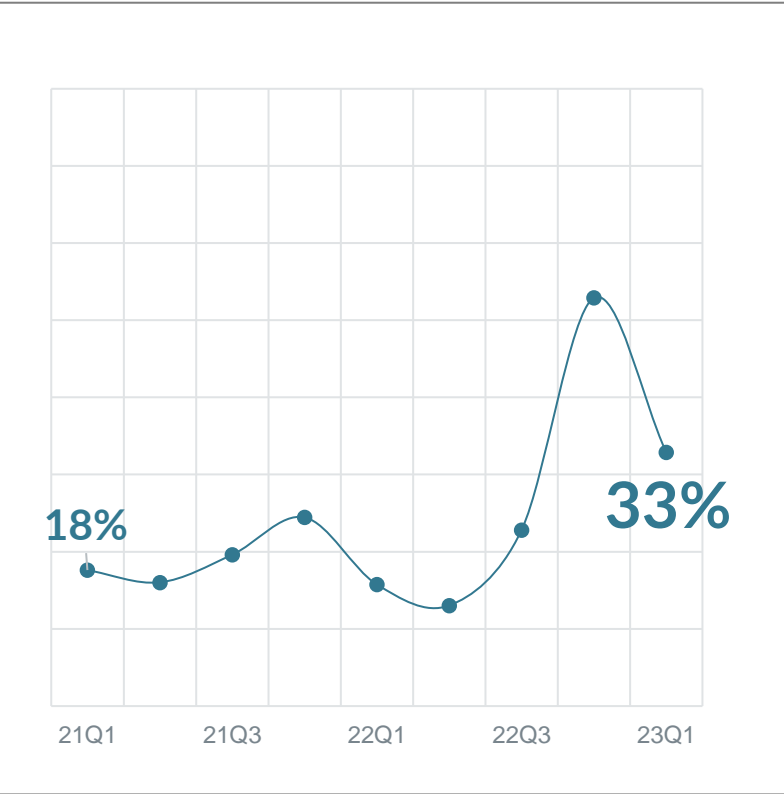


XR在线市场 产品重点配置 销量份额走势 2021Q1-2023Q1

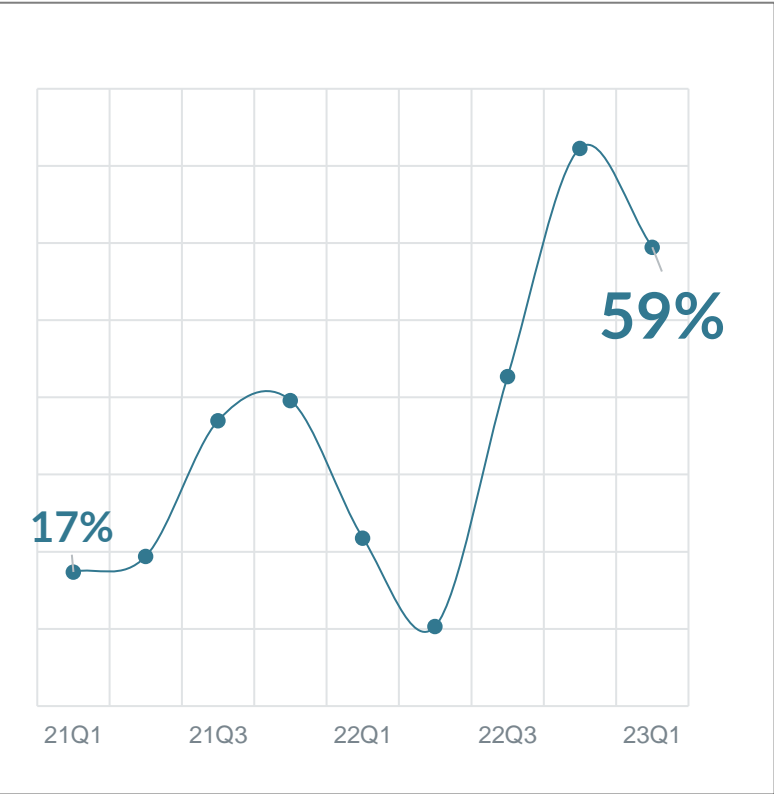
## Micro-OLED屏



## FOV>100°



## WIFI 6



# Thank you

欢迎发送邮件至 [marketing-china@gfk.com](mailto:marketing-china@gfk.com) 联系我们



获取最新报告



“GfK市场洞见”小程序  
指尖获取科技全品类数据