

---

## 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



## ● 应用场景横纵双向不断延伸



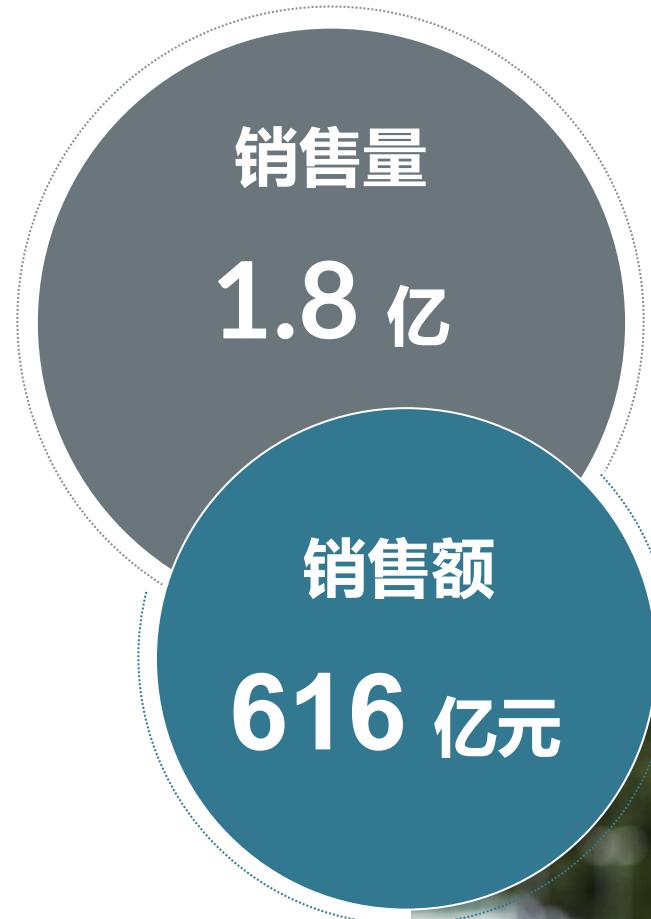
## ● 契合疫情后市场机会

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

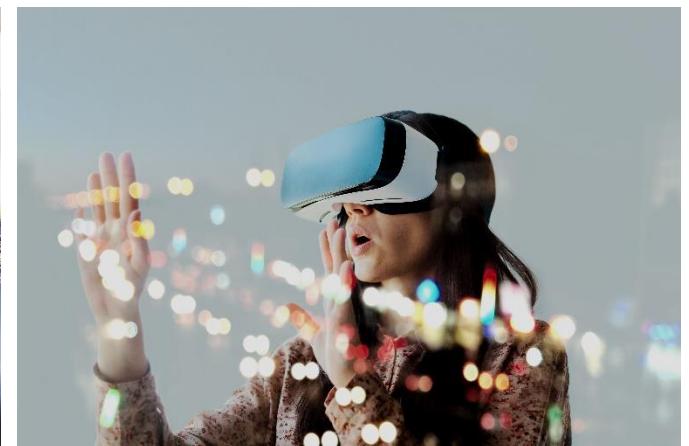
313 亿元



## XR

0.013 亿

20 亿元



01

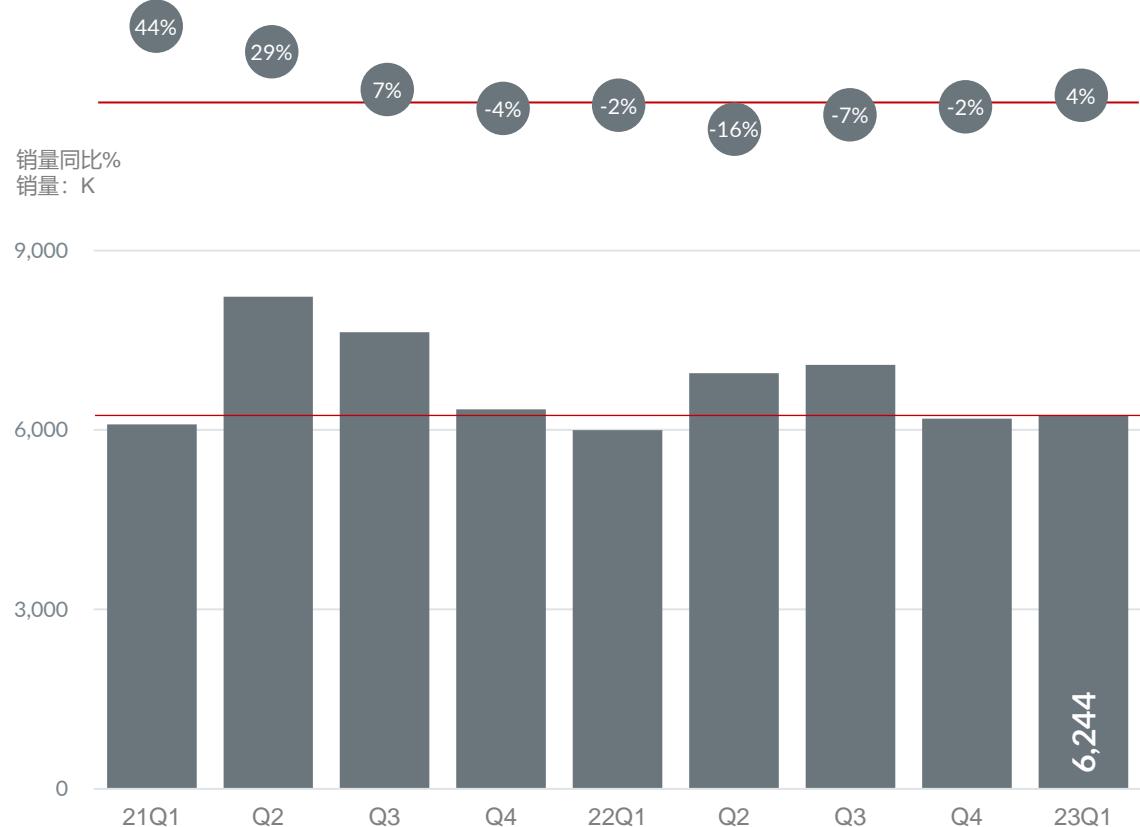
成人腕间穿戴

时隔五个季度，成人腕间2023Q1销量同比回正至+4%，销额同比+17%

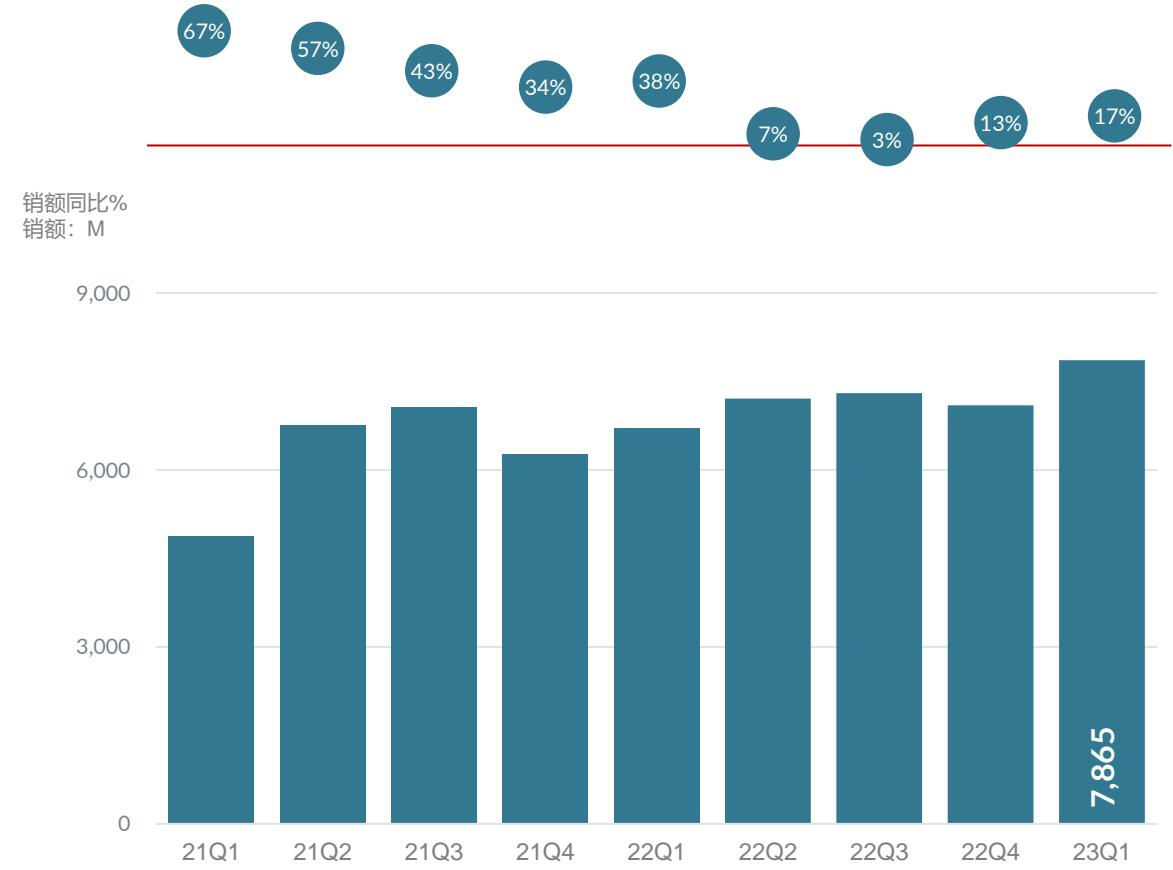


## 成人腕间穿戴 市场规模及同比走势

销量



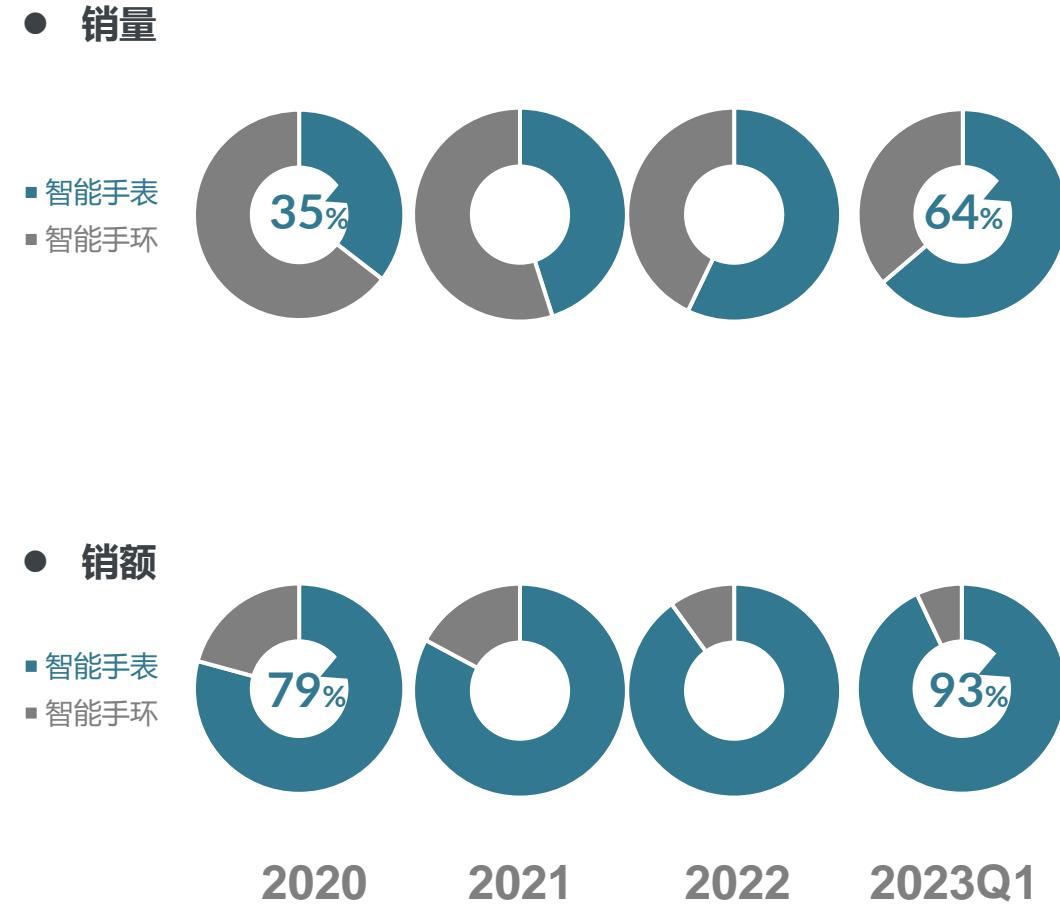
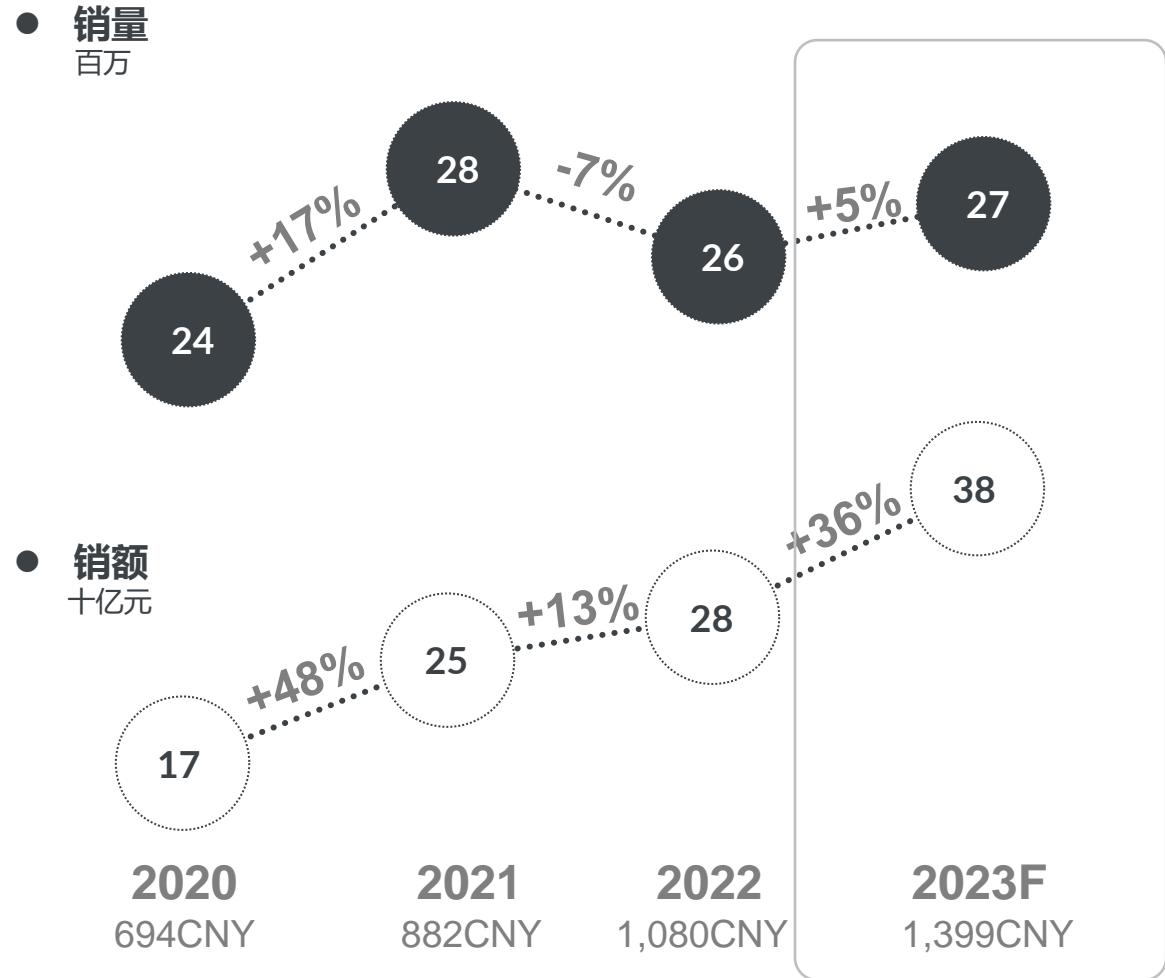
销额



# 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

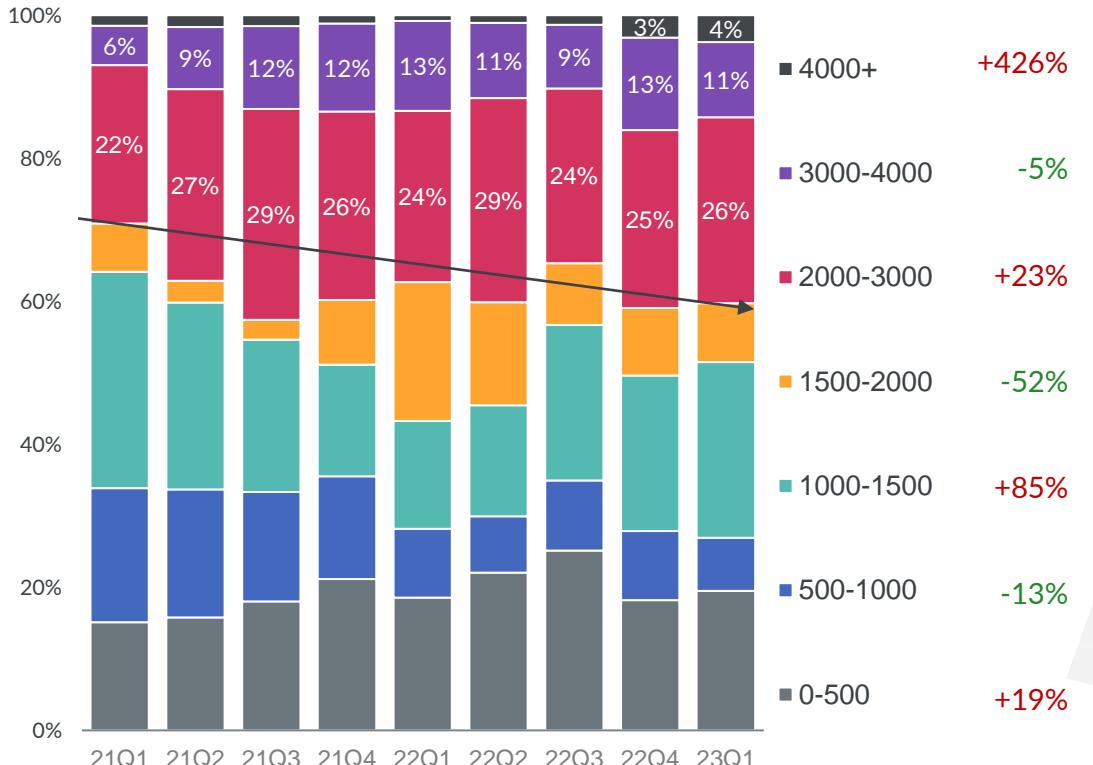


# 智能手表由2K+加速渗透高价值产品；智能手环集中于500以内发挥性价比优势

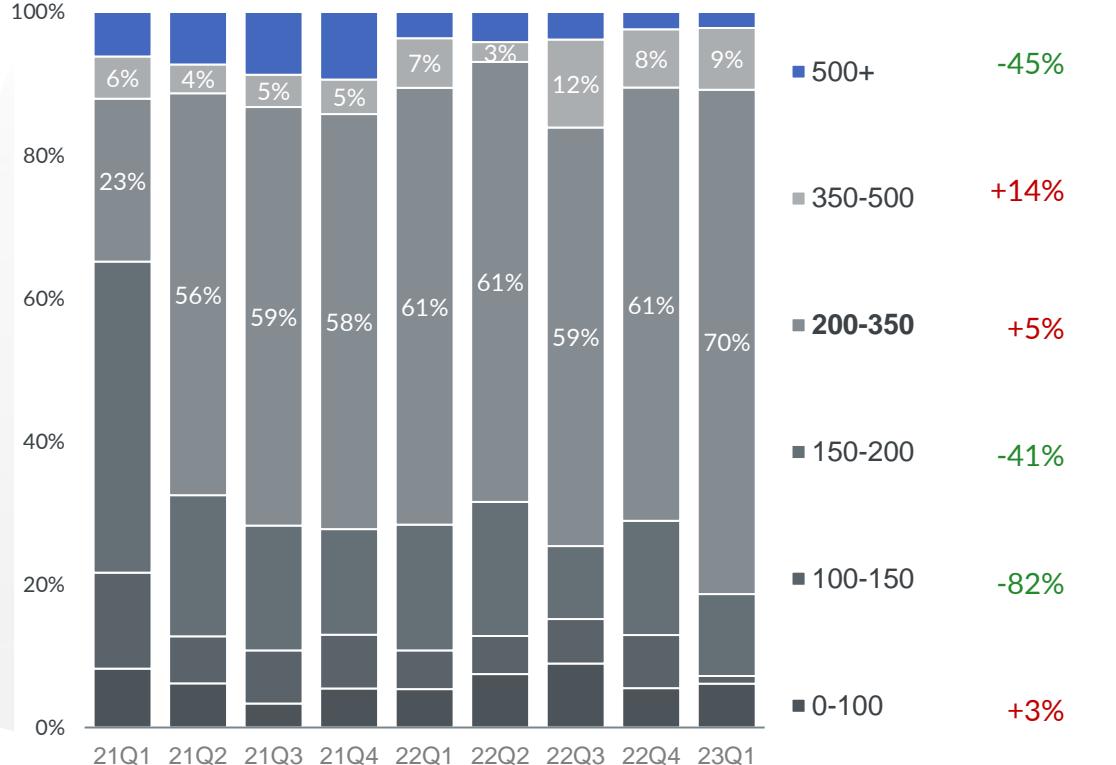


## 成人腕间穿戴 分品类/分价位 销量走势 2021Q1-2023Q1

智能手表



智能手环

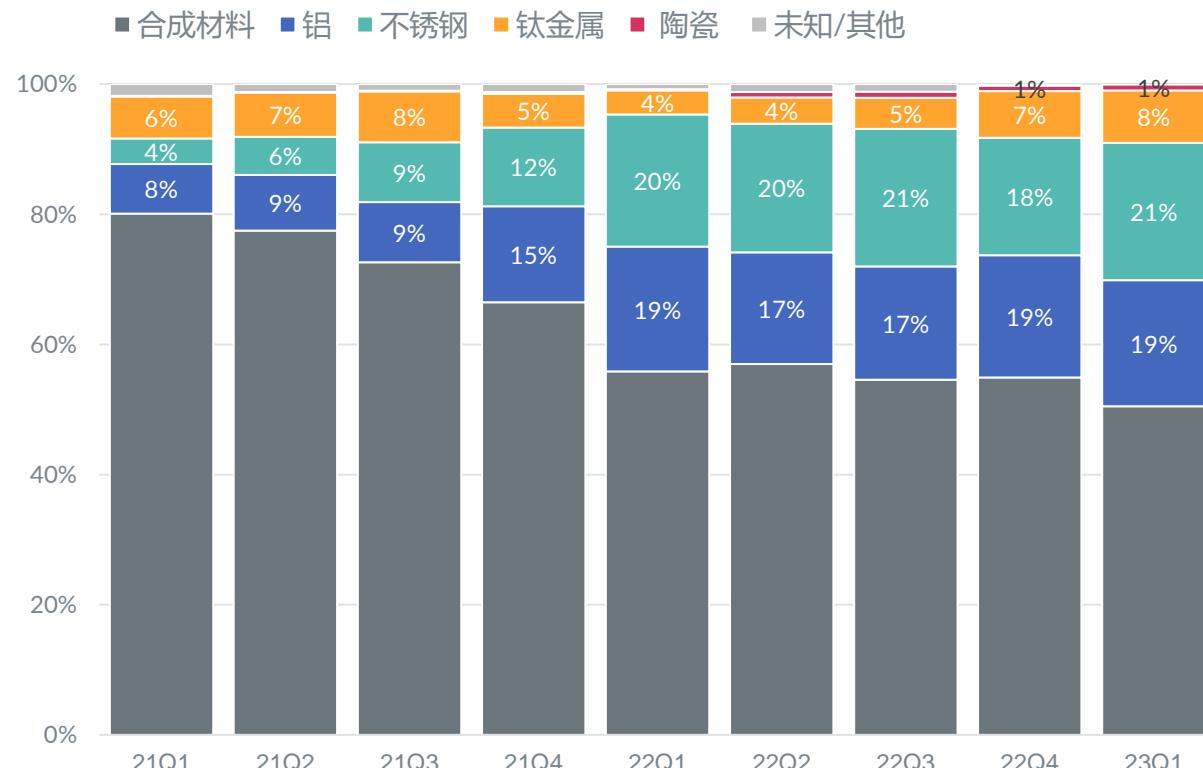


# 促进达成悦己消费：提高腕间穿戴产品外观质感



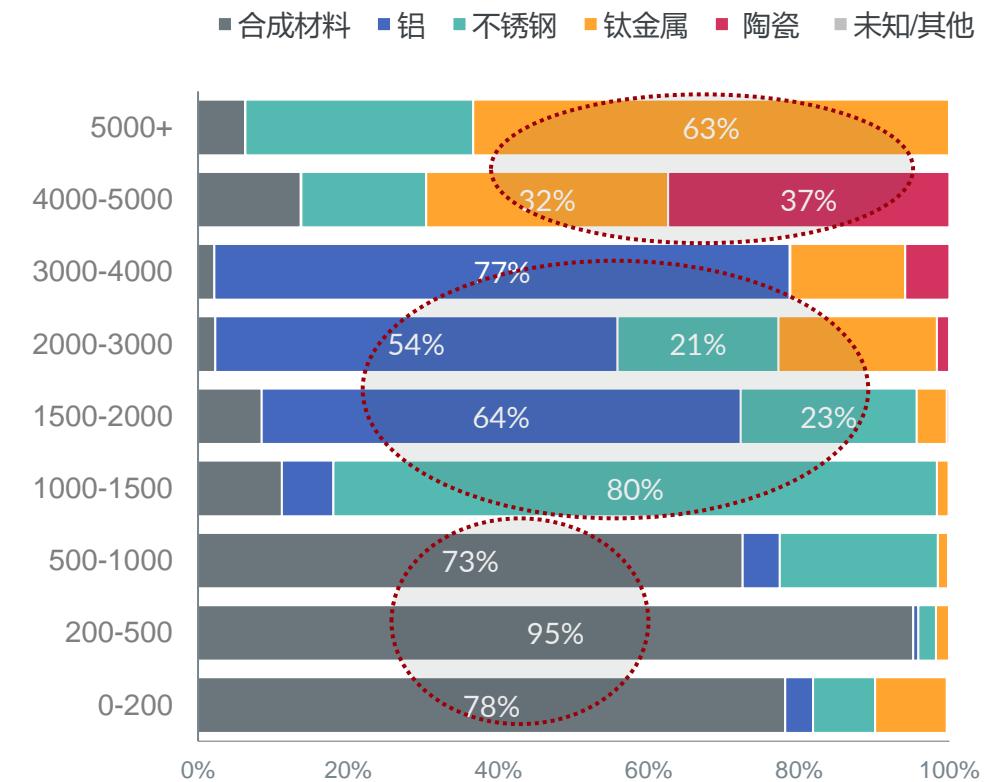
## 成人腕间穿戴 表壳材质 发展情况

### ● 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

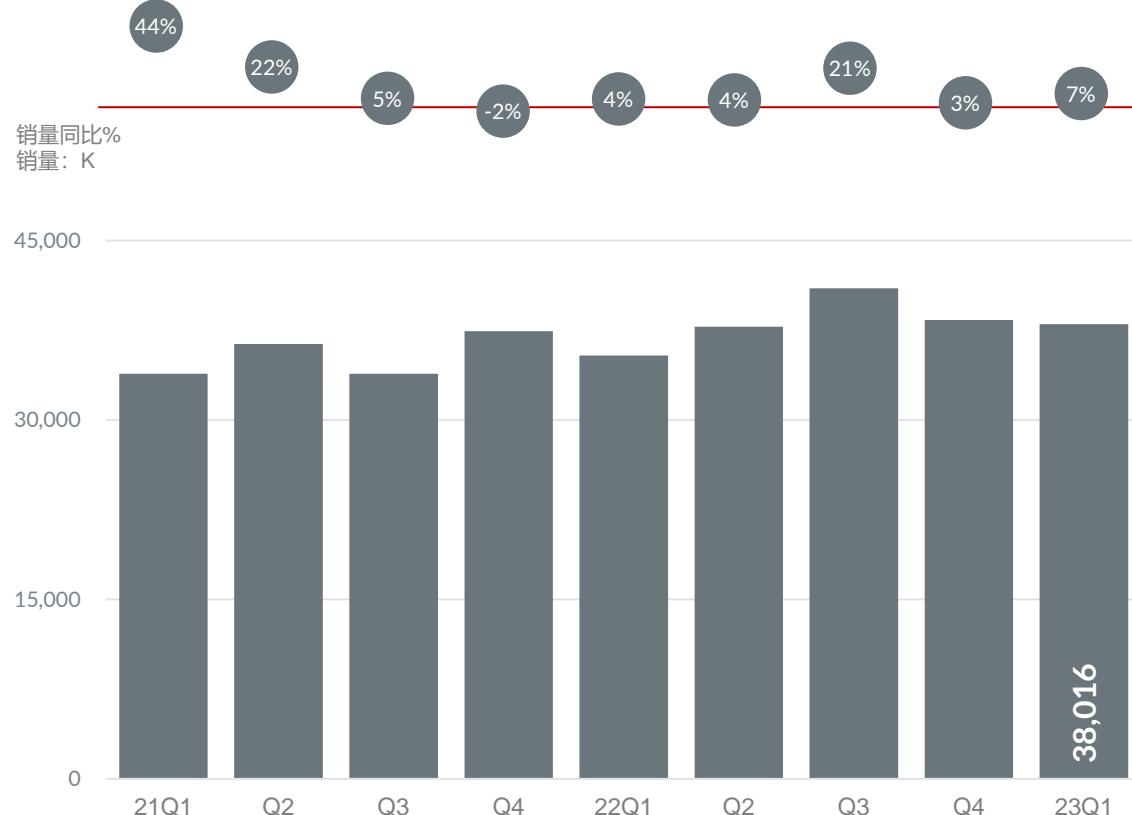
立体声耳机

# 随着疫情的结束，今年一季度量额同比均呈增长趋势

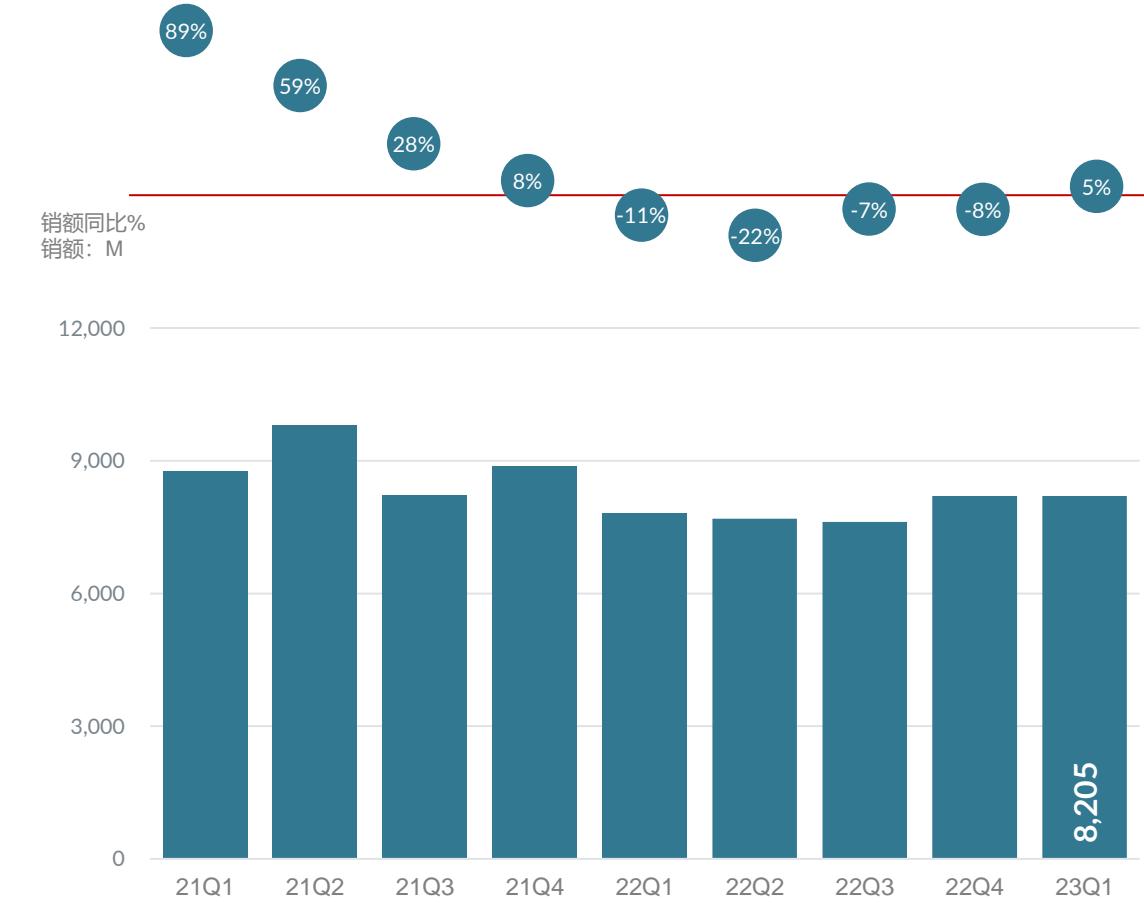


## 立体声耳机 市场规模及同比走势

销量

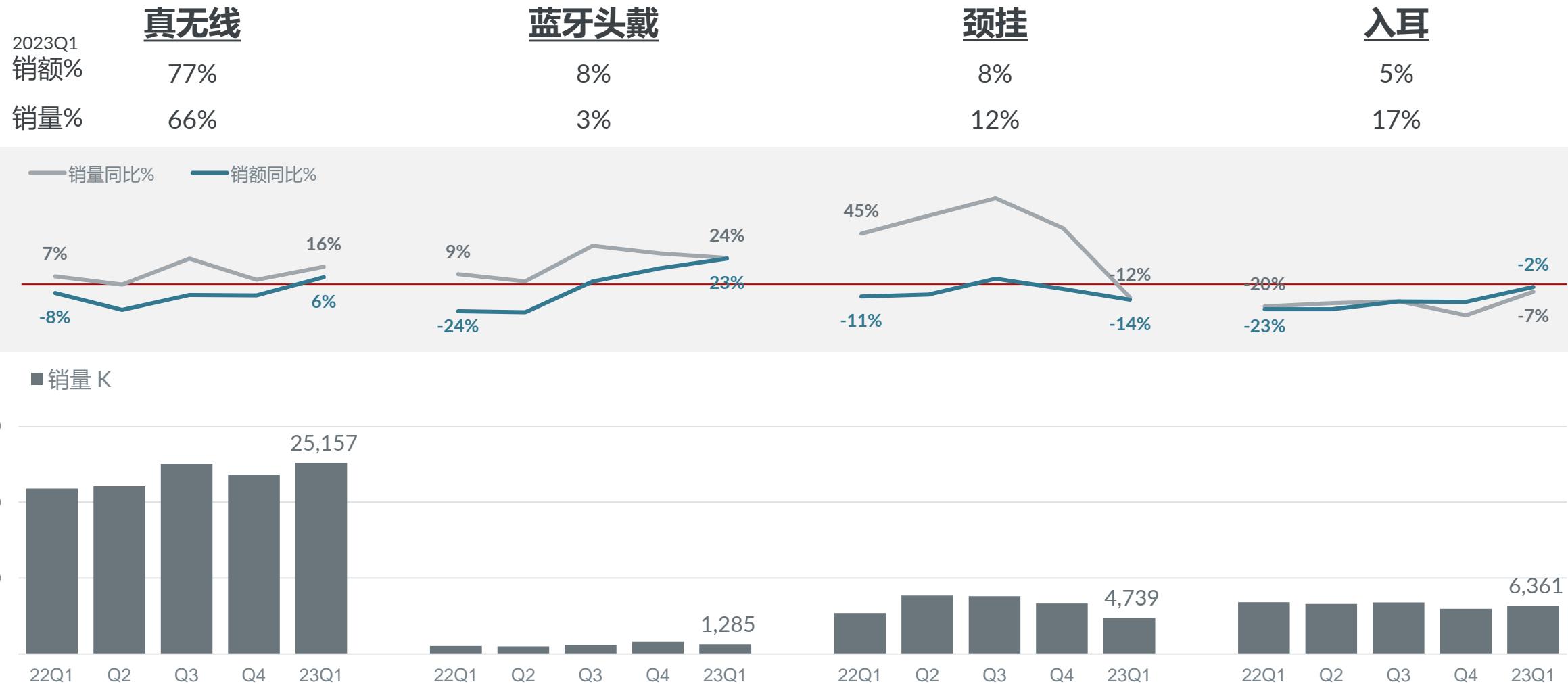


销额



# 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

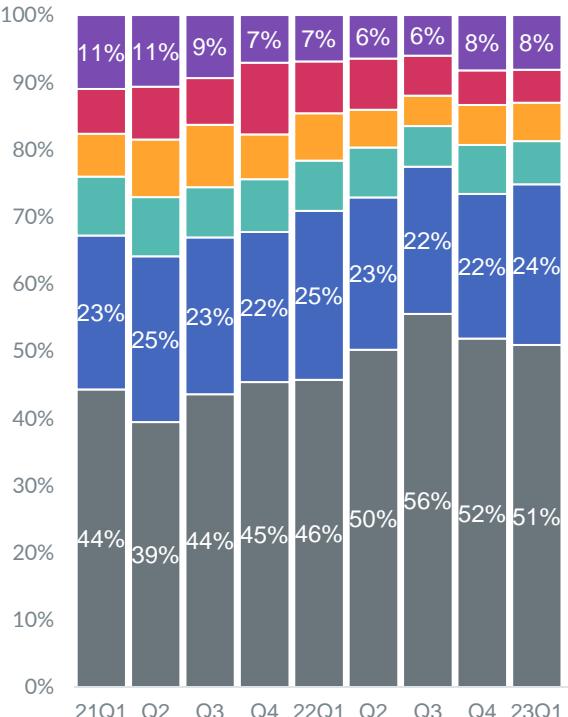


真无线产品千元以上小幅扩张；颈挂产品主力价格段持续下沉，200元以市场份额  
不断增长，蓝牙头戴300-500的快速增长是主动降噪类产品价格下沉带来

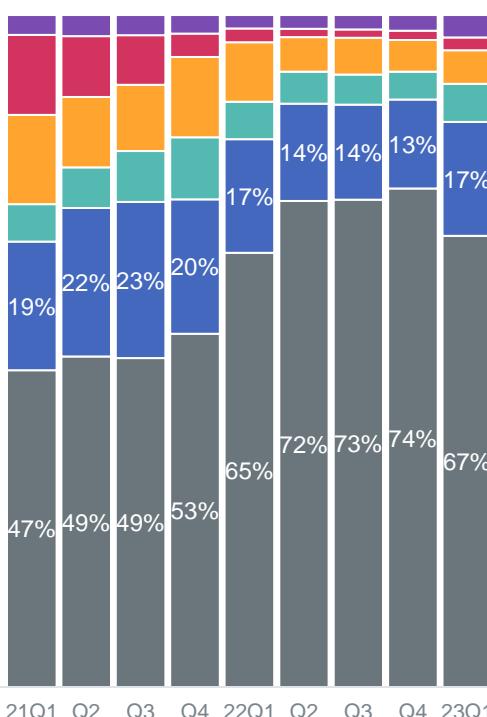


立体声耳机 分价位销量走势 2021Q1-2023Q1

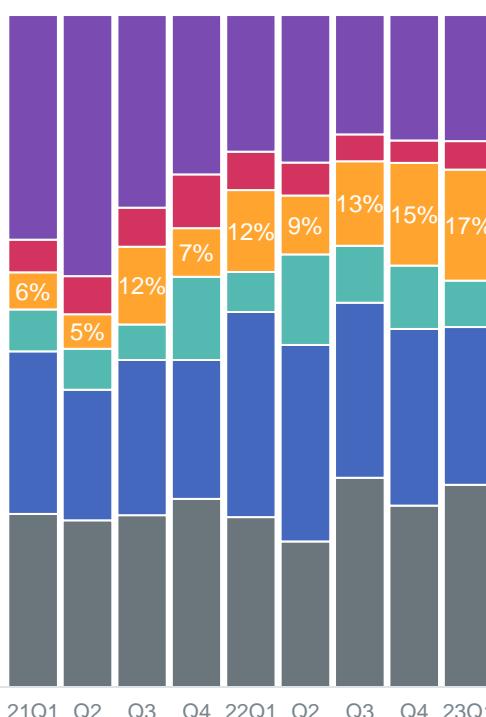
真无线



颈挂



蓝牙头戴



真无线

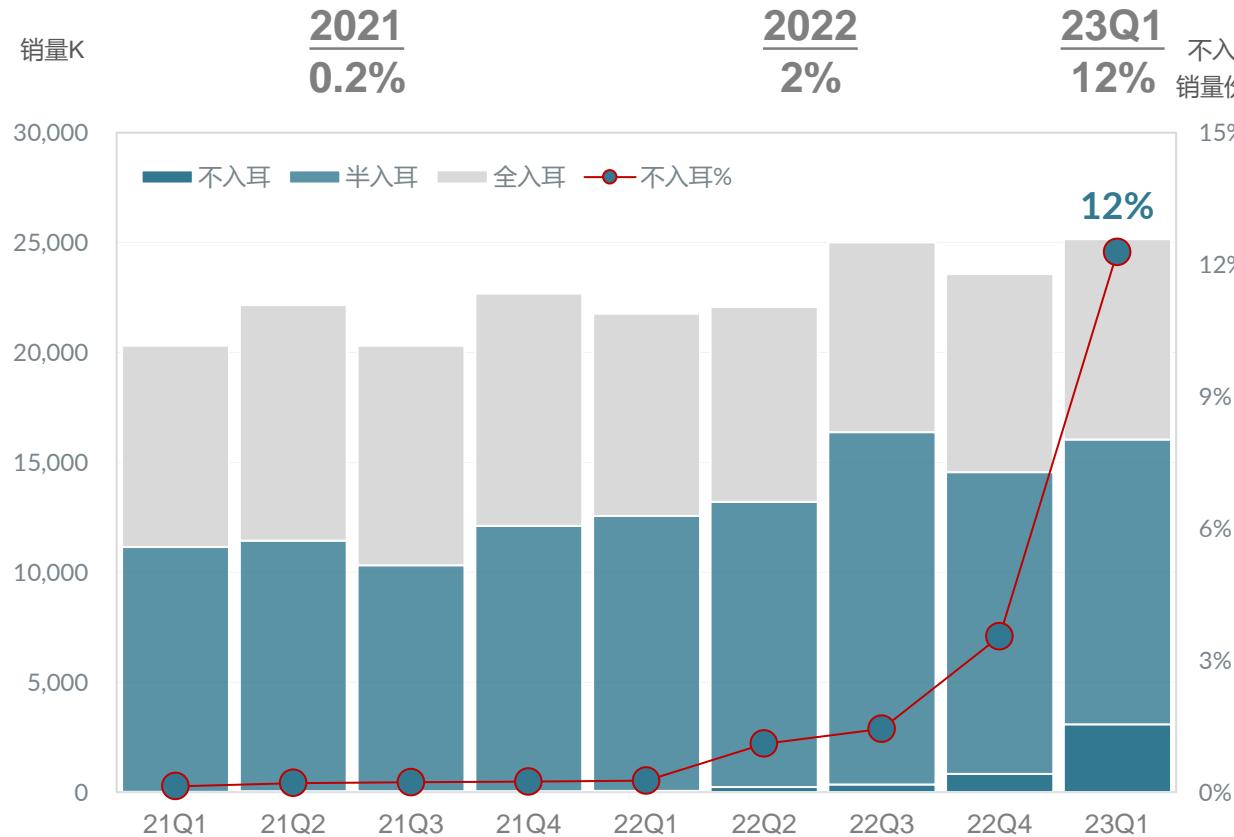
价格段	2021Q1	2022Q1	2023Q1	销量同比
>1000	+36%	+48%	+14%	
500-1000	-27%	-18%	-8%	
300-500	-6%	-51%	+67%	
200-300	-0%	-10%	+45%	
100-200	+10%	-12%	-5%	
0-100	+29%	-9%	+47%	

# 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

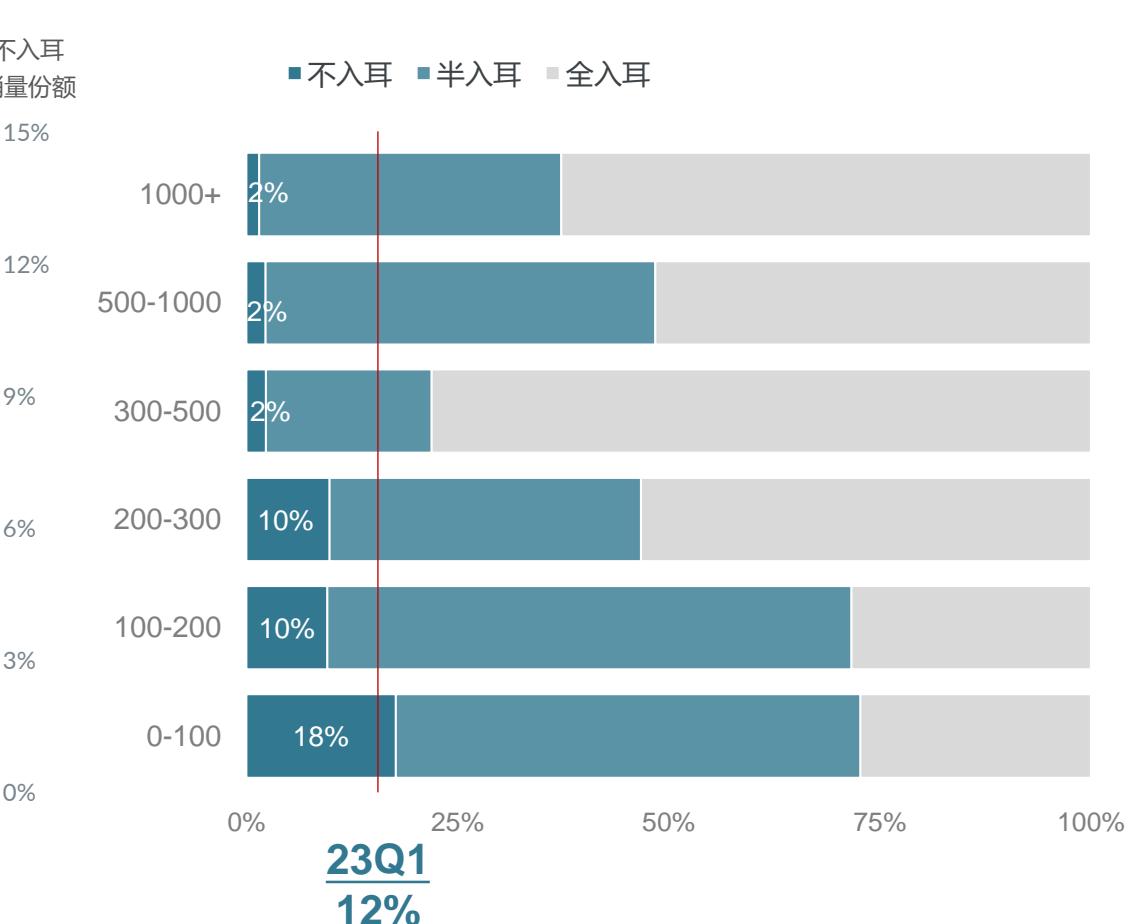


## 立体声耳机 **真无线** 耳机不同入耳方式的发展变化 2021Q1-2023Q1

### ● 不同入耳方式 销量走势



### ● 不同入耳方式的价格段渗透2023Q1



03

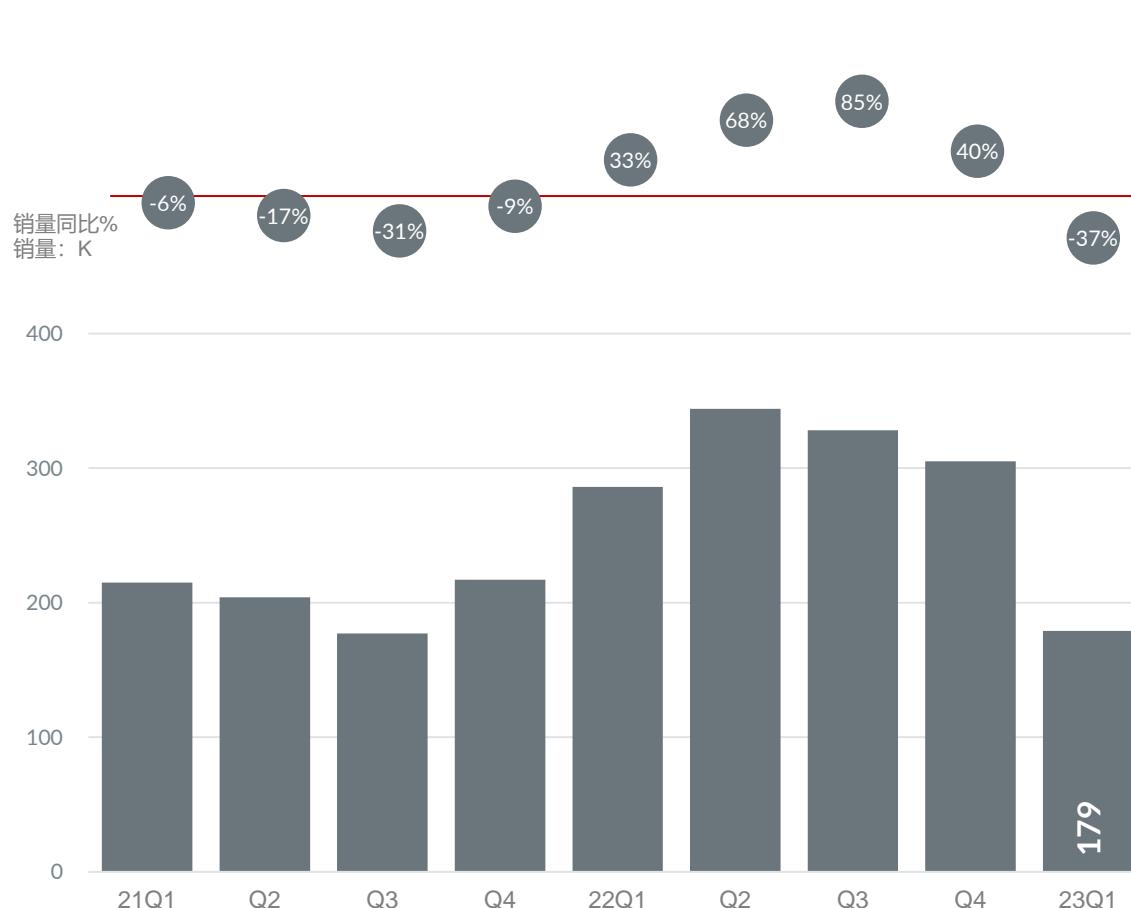
XR

# 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

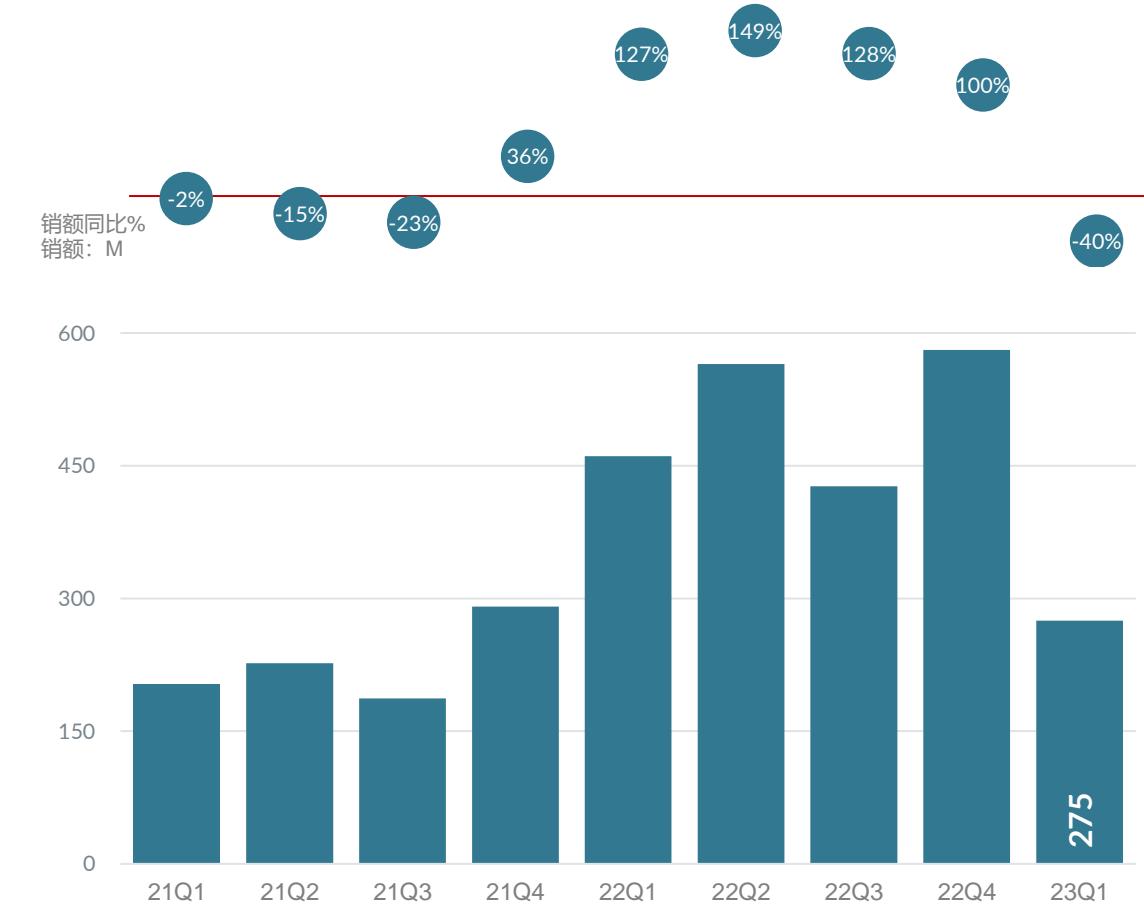


## XR在线市场规模及同比走势

销量



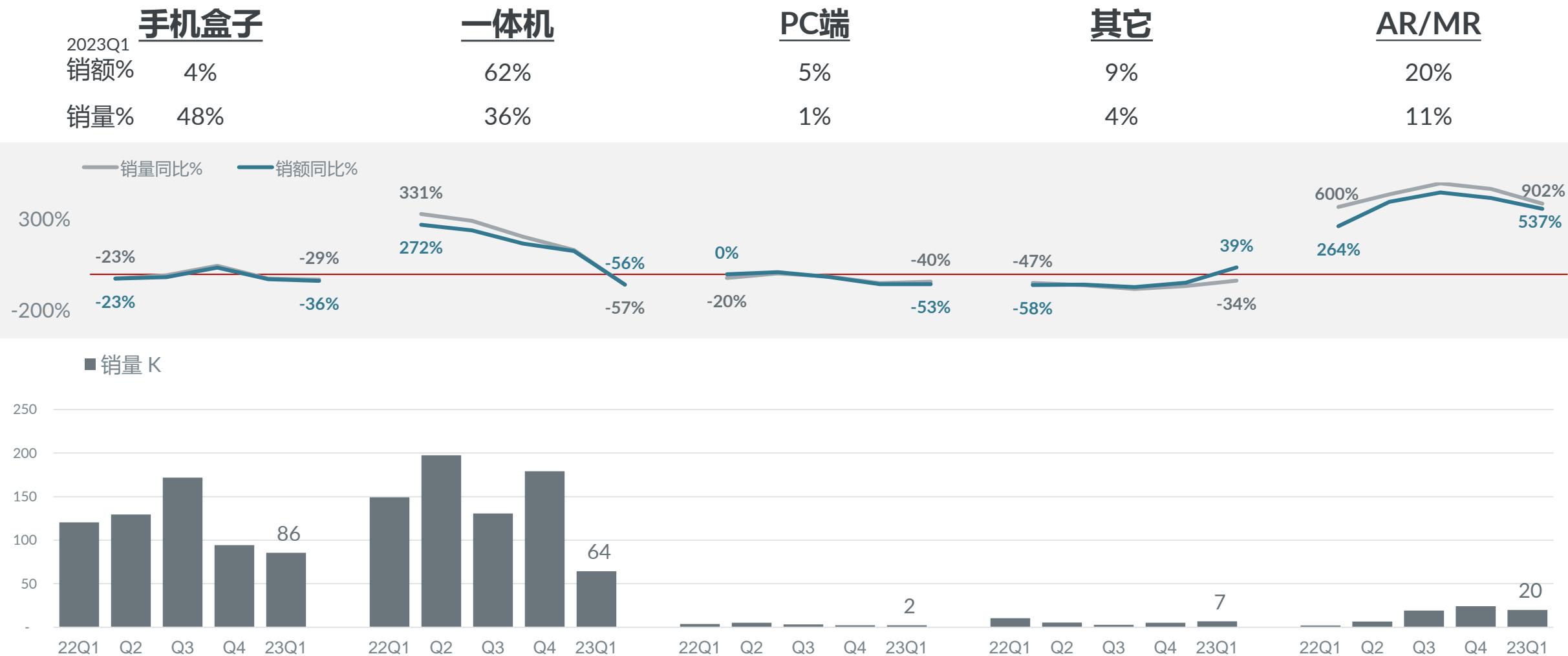
销额



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



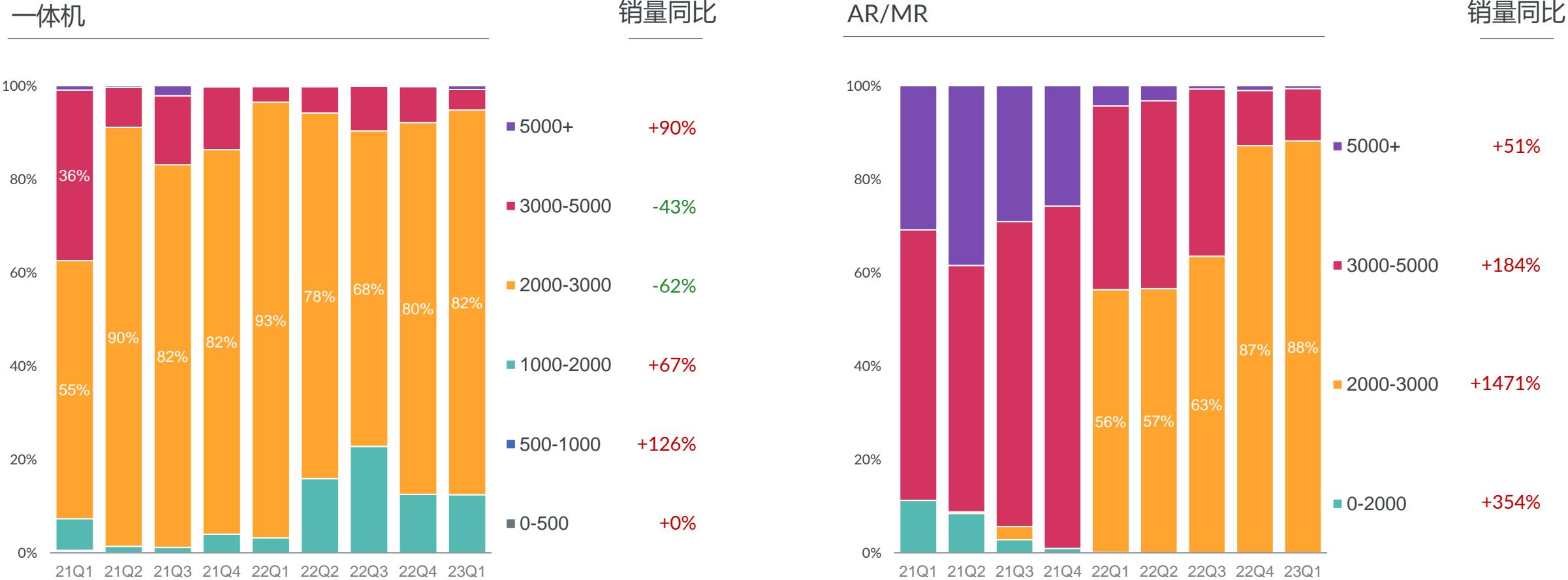
XR在线市场 细分品类规模及同比走势



# 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

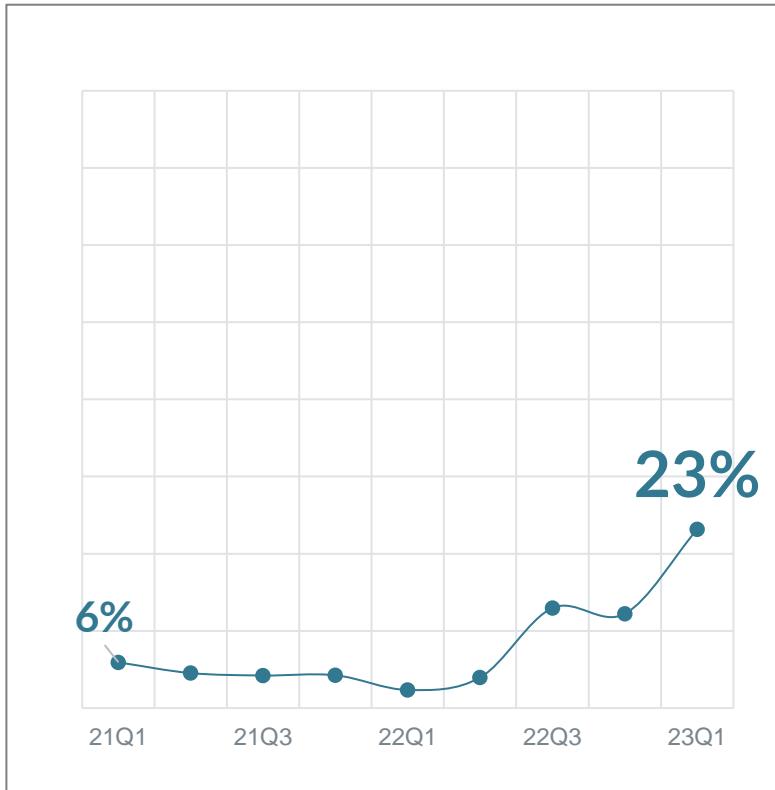


各技术能力的提升，满足XR游戏所需的体验要求，才能推动XR头显出货量的持续增长

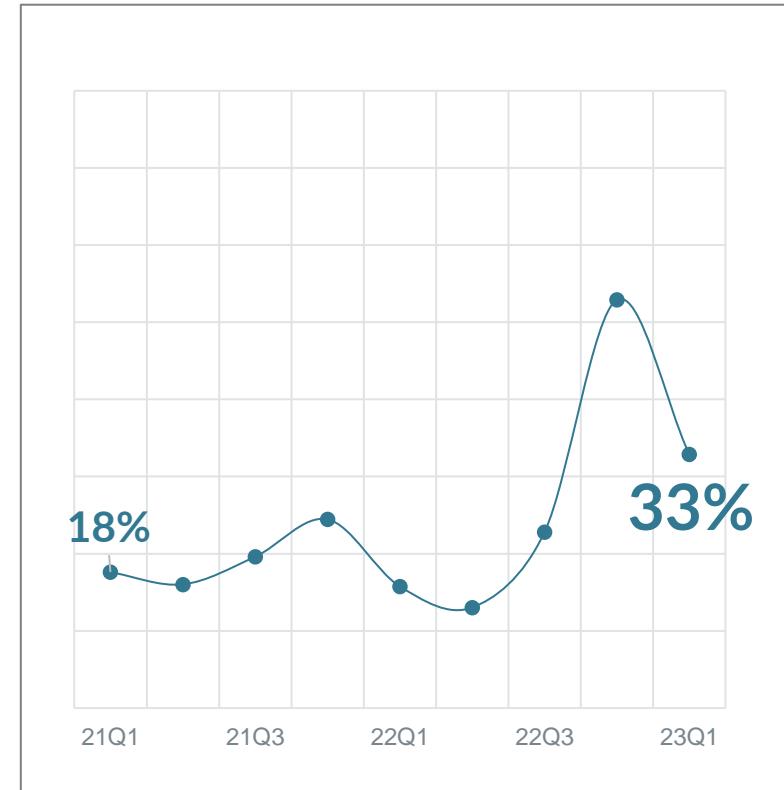


XR在线市场 产品重点配置 销量份额走势 2021Q1-2023Q1

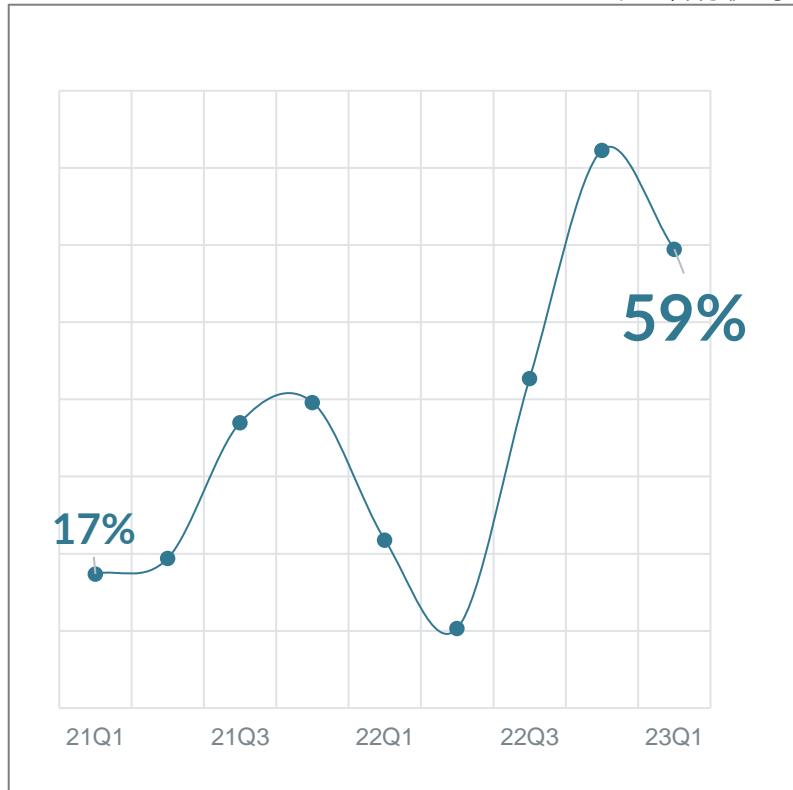
### Micro-OLED屏



### 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