

中国智能手表行业研究报告：智能手表，健康生活的亿万级赛道

China Smart Watch Industry Research Report

中国スマートウォッチです産業調査報告書

报告标签：智能手表，传感器，健康与健身追踪，智能可穿戴

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

■ 关于头豹 About Us

- ◆ 头豹深耕行企研究6年，凭借丰富的内容生产、平台运营和知识管理经验，基于人工智能、大模型、云计算等先进数字技术，构建了业内领先的全产业覆盖、百万级原创研究内容数据库，首创全开源、多方协同、可拓展的智慧行研平台——“脑力擎 Knowlengine™”知识管理与研究辅助KaaS系统，并通过“AI推理+AI搜索”双引擎辅助分析师提升工作效能，加深行研精度，助力行业实现数字化转型升级，赋能数字中国建设。
- ◆ 头豹科创网(www.leadleo.com)拥有**20万+专业用户**，全行业赛道覆盖及相关研究报告产出数百万原创数据元素，每年数千场直播及视频内容，**用户覆盖了超过70%的投融资机构、金融机构和资本市场服务机构**。近年来，头豹研报在资本市场的影响力逐年提升。据不完全统计，**已有上百家拟上市及上市公司在其信披材料中大量引用头豹数据及观点**。头豹精选报告被全球著名的财经资讯平台路孚特(Refinitiv)广泛收录，帮助中国企业获得国内外投资机构重点关注，吸引投资，赋能企业发展。

■ 报告作者 Report Author

姓名：刘禹熙

职位：TMT行业分析师

Email: yuxi.liu@leadleo.com

■ 业务合作 Business Cooperation



会员账号

阅读全部原创报告和百万数据



定制报告/词条

募投可研、尽调、IRPR等咨询服务



白皮书

助力企业改善市值管理，增强知名度与认可度



资本市场数据引用

内容授权商用、上市/二级市场数据引用。高效赋能企业上市进程



市场地位确认

助力企业价值提升及品牌影响力宣传



词条报告

数字行研助力“产投研学”，提升决策效率

网址：www.leadleo.com

电话：李先生 130-8019-7867

地址：深圳市南山区华润置地大厦E座4105

报告摘要

■ 智能手表是指基于移动互联网技术的智能化系统内置于手表之中的可穿戴设备。

从智能手表各个分类的特点和功能可知个性化定制、健康管理 and 安全监控是智能手表着重发展的方向：（1）不同年龄段用户的特定需求促使厂商开发更加细分化的产品，反映了市场对个性化智能穿戴设备的强烈需求。（2）从儿童到老人，智能手表均强调健康相关的功能，如步数追踪、心率监测等，显示出健康监测技术在智能穿戴设备中的核心地位。随着技术进步，对老年人的健康监护更加全面，体现了智能手表在健康管理领域的深化应用。（3）无论针对儿童、青少年还是老人智能手表，定位功能均被作为核心功能之一，满足监护人对孩子安全的关注、青少年的活动管理和老年人可能面临的迷路风险等问题。

■ 全球智能手表市场规模加速增长，预计从2024年443.3亿美元增至2028年735.7亿美元。中国市场增速与全球相比虽稍缓，但稳定在14.2%以上，增长主要依靠中国国内庞大市场渗透和国内品牌创新。

（1）全球智能手表市场正经历高速发展阶段，2019至2023年间规模从237.0亿美元跃升至391.0亿美元，复合增长率达13.3%。预计2024至2028年间，将以13.5%的年复合增长率继续增长，市场规模有望在2028年突破735.7亿美元大关。技术创新，如Apple Watch的心电图功能及系统升级，是推动市场爆发的关键。（2）中国智能手表市场同样势头强劲，2019至2023年间从137.7亿元增长至381.8亿元，复合年增长率29.0%；预计至2028年，市场规模将以14.2%的年复合增长率扩张，达到784.6亿元的新里程碑。中国市场快速增长的背后，得益于庞大的消费基础、中产阶级扩大带来的购买力提升，以及华为、小米等本土品牌推出的高性能、性价比高的产品，共同推动市场需求高涨。

■ 中国智能手表市场高度集中，华为、苹果引领，小米、小天才紧随其后，VIVO、OPPO等企业新兴崛起。其中，技术迭代、生态构建和需求细分是这一竞争格局形成的核心因素。

中国智能手表市场竞争格局以高度集中为特点，形成了由行业领导者与细分市场专业品牌共存的态势。华为、苹果作为领头羊2023年合占半壁江山，而小米和小天才在高性价比和儿童市场各领风骚，合计约占中国20%市场份额。VIVO、OPPO等品牌则通过差异化创新紧随其后。此格局的形成，得益于技术快速迭代带来的产品升级、品牌生态系统强化的用户体验，以及对消费者多样需求的精准把握，包括技术如5G、AI的应用、生态系统闭环的建立，以及对特定市场需求的深度挖掘，如儿童安全与专业运动健康管理。

目录

CONTENTS

◆ 中国智能手表行业综述	5
• 定义与分类	6
• 发展历程	7
◆ 中国智能手表行业产业链分析	8
• 产业链图谱	9
• 上游：芯片与传感器	10
• 中游：智能手表出货量与高端产品对比	12
• 下游：用户画像	14
◆ 中国智能手表行业市场分析	16
• 市场规模	17
• 驱动因素：供给端、需求端与政策端	18
• 发展趋势	21
• 行业竞争格局	22
◆ 中国智能手表行业企业分析	25
• 苹果	26
• 华为	28
• 华米	30
◆ 商务合作	31
◆ 方法论与法律声明	31



Chapter 1

行业综述

行业综述——智能手表的定义和分类

智能手表运用移动互联网技术集成提醒、导航、校准、监测、交互等多种智能化功能，并针对不同年龄层提供个性化设计，涵盖儿童至老人的专用类型，其主要发展方向包括个性化配置、健康管理及安全监控

智能手表分类

头豹洞察

儿童智能手表

01

特点：

- 安全监护为主
- 硬件安全可靠
- 界面简洁易操作
- 家长远程控制与管理
- 低功耗长效定位技术

功能：

- GPS+LBS+WIFI三重定位系统
- 定时定位报告
- 电子安全区域告警
- 紧急SOS一键报警
- 家长端实时追踪与轨迹回放

青少年智能手表

02

特点：

- 社交互动与学习辅助结合
- 设计时尚活力
- 应用拓展性强
- 中高强度定位需求
- 健康生活习惯培养

功能：

- 高精度动态定位导航
- 亲友间位置共享
- 运动路线记录与分析
- 定位触发的家庭作业提醒
- 定位绑定的校园考勤签到

特点：

- 全方位健康管理
- 商务与休闲兼具
- 高精度多模定位
- 强大独立操作系统
- 高效互联与便捷支付

功能：

- 多卫星系统联合定位
- 运动路径规划与户外导航
- 实时交通状况更新
- 旅行与出差行程记录
- 结合健康管理的地理位置标签

成人智能手表

03

特点：

- 简化操作界面与大字体显示
- 健康监测与紧急救援
- 定位寻踪与行动轨迹记录
- 一键SOS呼叫
- 老年人专属关怀功能

功能：

- GPS+AGPS+基站混合定位
- 定时自动位置上报
- 迷路防走失功能
- 定位触发的医疗急救服务
- 家人远程协助定位与寻找路径指引

老人智能手表

04

智能手表是指基于移动互联网技术的智能化系统内置于手表之中的可穿戴设备，它不仅具备传统手表显示时间的功能，还集成了提醒、导航、校准、监测、交互等多种智能化特性。按用户群体分类，智能手表可分为四类，儿童智能手表、青少年智能手表、成人智能手表和老人智能手表。

从智能手表各个分类的特点和功能可知个性化定制、健康管理和安全监控是智能手表着重发展的方向：（1）不同年龄段用户的特定需求促使厂商开发更加细分化的产品，反映了市场对个性化智能穿戴设备的强烈需求。

（2）从儿童到老人，智能手表均强调健康相关的功能，如步数追踪、心率监测等，显示出健康监测技术在智能穿戴设备中的核心地位。随着技术进步，对老年人的健康监护更加全面，体现了智能手表在健康管理领域的深化应用。（3）无论针对儿童、青少年还是老人智能手表，定位功能均被作为核心功能之一，满足监护人对孩子安全的关注、青少年的活动管理和老年人可能面临的迷路风险等问题。

智能手表行业发展历程

自70年代计算器手表起，智能手表历经功能演化、手机互联探索，21世纪10年代受益于操作系统与领军产品推动，技术革新市场壮大。集成GPS、强化健康功能后，至2020年代，智能手表借力物联网成为全方位生活助手

智能手表行业发展历程

(1) 20世纪70年代至80年代：探索期

- ✓ **基本情况：**计算器手表等初试啼声，奠定智能手表雏形，功能简单，无网络连接。
- ✓ **重大事件：**1972年，Pulsar Calculator Watch的发布标志着手表智能化的初步尝试。

(2) 1990年代至2000年代初期：初步发展期

- ✓ **基本情况：**功能增多，尝试与手机互联。
- ✓ **重大事件：**1998年，IBM研发出WatchPad原型机，展示了智能手表可能的触控屏幕和无线通信方向；2000年前后，微软尝试通过SPOT (Smart Personal Objects Technology) 技术，使手表能够接收信息更新。

(3) 2010年代初期：技术突破与市场启动期

- ✓ **基本情况：**专属操作系统诞生，实现独立运算和联网能力。
- ✓ **重大事件：**2013年，Pebble Time智能手表通过众筹模式成功推广，带动智能手表市场热度；2014年Android Wear操作系统的发布以及2015年Apple Watch的初次亮相，标志着智能手表市场的正式启动。



(4) 2010年代中期至2010年代末：高度集成与功能完善期

- ✓ **基本情况：**集成GNSS芯片实现独立定位，强化健康管理及运动追踪功能，市场成熟化。
- ✓ **重大事件：**2015年，Apple Watch Series 2首次搭载独立GPS芯片，此后各大厂商纷纷在自家智能手表中加入独立GPS和多模GNSS系统支持。

(5) 2020年代至今：深度智能化与生态构建期

- ✓ **基本情况：**智能手表成为健康生态链关键一环，深入融入物联网，功能多样性和生态兼容性持续提升。
- ✓ **重大事件：**在全球健康事件影响背景下，智能手表在远程健康监测方面的角色更加重要，推动了各类健康监测功能的升级和完善。同时，各大品牌不断优化智能手表与自家生态系统的兼容性与互操作性。

Chapter 2

产业链分析

产业链图谱

智能手表产业链紧密联动，上游传感器与芯片技术竞争激烈，由少数国际大厂主导，但中国厂商快速崛起；中游智能手表市场呈现分化格局，中国厂商擅长高效产控成本与本土服务；下游多渠道营销网络满足多元需求

智能手表产业链

产业链上游

硬件材料

传感器: huami 华米科技, Senodia, TDK, ST
芯片: 紫光展锐, OnMicro 昂瑞微, 杰理科技, Apple, Qualcomm, REALTEK

软件系统

操作系统: huami 华米科技, xiaomi, 科大讯飞, Apple, Google, SAMSUNG, GARMIN.
云服务: Tencent 腾讯, Bai 百度, amazon

- 智能手表上游产业链中传感器和芯片市场竞争激烈，由少数国际大厂主导，但中国本土企业迅速崛起。
- 智能手表上游产业链紧跟功能个性化与复杂化趋势，着力解决硬件集成与软件优化挑战。例如，Apple Watch Series 6不仅集成了血氧饱和度监测这一复杂健康监测功能，还在watchOS中加入了相应的算法优化，确保测量结果的准确性和用户数据的安全性。

产业链中游

中国智能手表品牌厂商

中国智能手表品牌厂商: huami 华米科技, HONOR, 小米, 小天才, oppo, vivo, MEIZU, 出门问问, 360, 阿尔法蛋, 读书郎, TBIT 泰比特

海外智能手表品牌厂商

海外智能手表品牌厂商: Apple, GARMIN, fitbit, TAG Heuer, motorola, FOSSIL GROUP, LG, SAMSUNG, NIXON, CASIO, POLAR, Withings, SONY

- 中国智能手表厂商以生产高效、低成本和本土化服务闻名，而海外厂商则在核心技术、国际品牌力及生态系统构建上占优。例如，在高端智能手表市场，华为和苹果均配备先进操作系统，并且华为价格更具吸引力，但受限于国际品牌影响力和相对较小的生态系统，其市场份额落后于苹果。2022年第三季度数据显示，苹果占据45%的高端市场份额，而华为则占有14%。

产业链下游

销售渠道

销售渠道: 线上电商平台, 品牌官方网站, 传统零售渠道, 线下专卖店, 电信运营商渠道, 专业消费电子展览, 分销商与代理网络, 社交媒体与品牌营销

终端消费者

各年龄段智能手表拥有占比，2023年

儿童及青少年 (0-17岁) 10%
成年人 (18-54岁) 35%
老年人 (54岁以上) 15%

- 下游销售渠道共同构建了一个多层次、宽覆盖的销售网络，适应不同消费者的购买习惯和偏好。
- 智能手表普及率在各年龄段分化明显：2023年，儿童和青少年市场虽需求升温但仅10%的人群拥有；成年人35%的普及率缘于其在日常生活和健康管理上的广泛需求；老年人拥有率为15%，操作简便和健康监测等功能正助力智能手表逐渐渗透老年市场。

来源: Scoop.market.us, 头豹研究院



上游 (1/2) : SOC芯片

中国智能手表SoC市场竞争格局呈现双轨趋势，成人市场由国际品牌苹果、高通、三星、华为引领，儿童市场则以紫光展锐和翱捷科技为翘楚，目前这两家企业正逐步向成人市场渗透

紫光展锐、翱捷、高通智能手表SoC芯片对比

	紫光展锐		翱捷	高通
	W117	W517	ASR3603	W5
产品定位	MCU蜂窝表方案的优秀Thin Modem平台	旗舰级4G AI智能手表平台，提供更加多样化的AI应用场景	多模Cat.1芯片，功耗低，外围接口丰富，新增对WCDMA语音的支持，可使智能穿戴覆盖全球多种通信制式	专为下一代可穿戴设备构建，通过新的4nm SoC和22nm高度集成的AON协处理器扩展混合架构
GPU	1*A7@1.0GHz	1*A75@2.0GHz 3*A55@1.8GHz	2*Cortex-R5@624MHz	4*Arm Cortex-A53@1.7GHz
GPU	-	1MG8300@800MHz	-	Qualcomm Adreno A702@1GHz
存储	SiP LPDDR2	LPDDR3/LPDDR4 x eMMC 5.1	嵌入式 pSRAM+闪存	LPDDR4 eMMC 4.5
摄像头	-	16MP; 30fps	支持SPI、Parallel接口的摄像头系统	-
调制解调器 (Modem)	蜂窝: LTE, WCDMA, GSM LTE 类别: Cat1/Cat4 VoLTE	蜂窝: LTE FDD&TDD, WCDMA, CDMA, GSM LTE 类别: LTE Cat4, VoLTE	蜂窝: WCDMA, GSM LTE类别: LTE Cat1	蜂窝: T D-SCDMA、1x Adv、LTE TDD、GSM/EDGE、LTE FDD、EV-DO Rev. A LTE类别: LTE Cat1.
连接	-	GNSS: GPS/GLONASS/BEIDOU Wi-Fi: 802.11 b/ g/ n/ ac 蓝牙: 蓝牙5.0	GNSS: BD-2/GPS/GLONASS/Galileo Wi-Fi: Wi-Fi FTM, Wi-Fi LTE 蓝牙: 蓝牙5.0	GNSS: GLONASS/Galileo/Beidou/GPS Wi-Fi: Wi-Fi 4 蓝牙: 蓝牙5.3

- 智能手表SOC芯片是专为智能手表设计的集成芯片，集CPU、GPU、内存、通信等功能于一体，为核心处理单元，支持健康监测、通讯、应用运行等，确保设备的小型化、低功耗及高性能运行。
- 中国成人智能手表的SoC市场主要由苹果、高通、三星和华为掌控，而儿童智能手表SoC市场则以紫光展锐和翱捷科技为主。紫光展锐与翱捷科技正努力渗透成人手表市场，通过各自的竞争优势进行市场拓展。紫光展锐提供全面的解决方案，涵盖基带芯片W117到集成AI的SoC W517，成功应用于多款成人及儿童手表，例如VIVOWatch2。翱捷科技则以ASR3603等高性能集成SoC，凭借卓越的连接性能在儿童手表领域站稳脚跟，并逐步向成人市场迈进。这两家中国厂商凭借其高性价比产品和不断的创新，正有效挑战国际大厂的领导地位，加速市场份额的增长。
- 未来智能手表SOC芯片将朝着高度集成、低功耗、5G/AI融合、成本优化和生态合作方向发展，以实现更长续航、更强智能体验、更广市场覆盖和更深的用户渗透。

来源: 各公司官网, 各公司年度报告, 头豹研究院



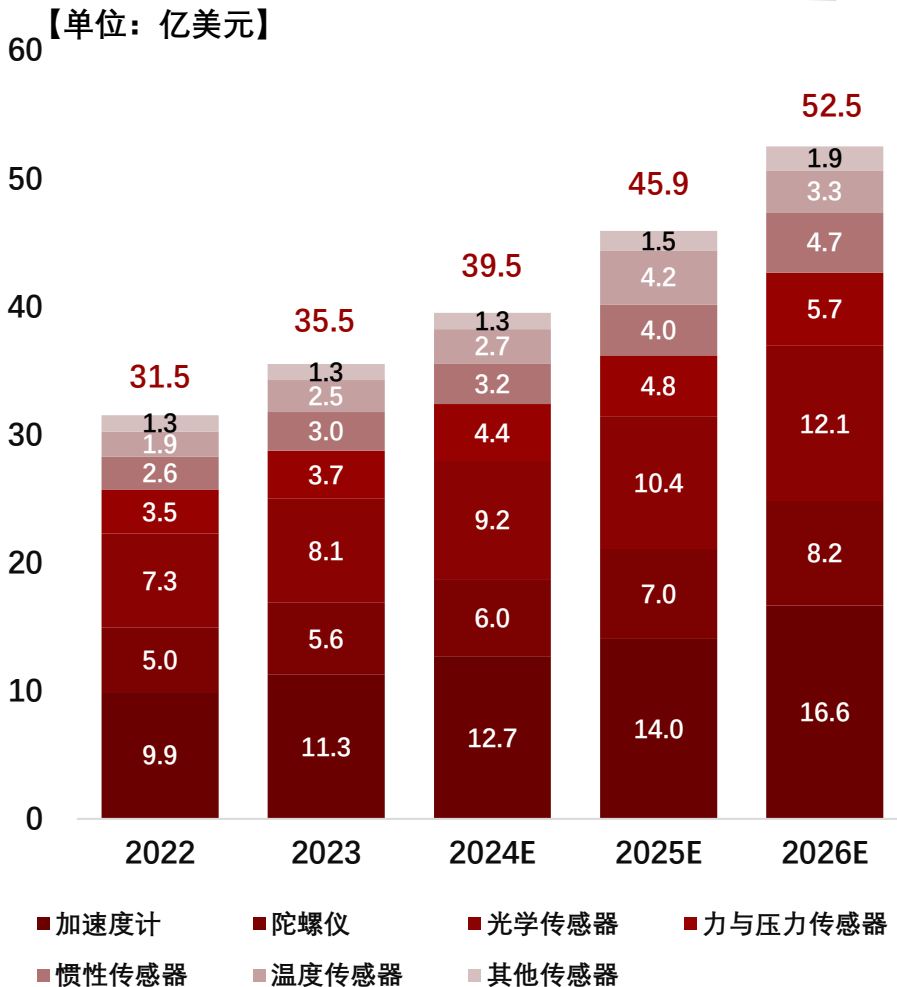
上游 (2/2) : 传感器

智能手表传感器市场以欧美企业为主导，中企快速崛起，涵盖运动、生物和环境等多种传感器类型。预计市场规模将从2023年的35.5亿美元增长至2026年的52.5亿美元，年复合增长率14.4%

智能手表传感器工作原理



全球可穿戴设备传感器市场规模，2022-2026年



头豹洞察

- 智能手表传感器市场由欧美领先企业如博世、意法半导体和德州仪器等凭借深厚技术底蕴主导，而以汉威科技、汇顶科技为代表的中国厂商正凭借创新与成本效益快速崛起，形成了技术与市场的双重竞争格局。该市场围绕运动、生物特征与环境等多类型传感器展开，是智能手表功能扩展的关键。据Market.US预测，2023年可穿戴设备传感器市场规模达**35.5**亿美元，预计至2026年将以**14.4%**的复合年增长率增长至**52.5**亿美元，智能手表传感器领域展现出极高的增长速度，领跑智能穿戴传感器市场。其中，加速度计在可穿戴设备传感器市场占比排名第一，约占30%，因其对健康和运动监测功能至关重要。
- 慢性疾病将推动智能手表传感器的应用，因为传感器是实现健康管理 and 安全监控的核心。智能手表集成多种传感器，实时监测心率、血糖、血压、步数等健康和活动数据。光电传感器测量心率，环境光传感器自动调节屏幕亮度，加速度计和陀螺仪记录运动状态。这些数据经手表处理后，可通过蓝牙发送至手机或电脑，并上传云端分析。用户只需启用相关功能，即可快速获取全面的健康评估、运动记录和定位信息。例如，2023年美国约有1100万未确诊高血压患者，智能手表的连续血压监测功能有助于预防心脏病和中风等心血管病。

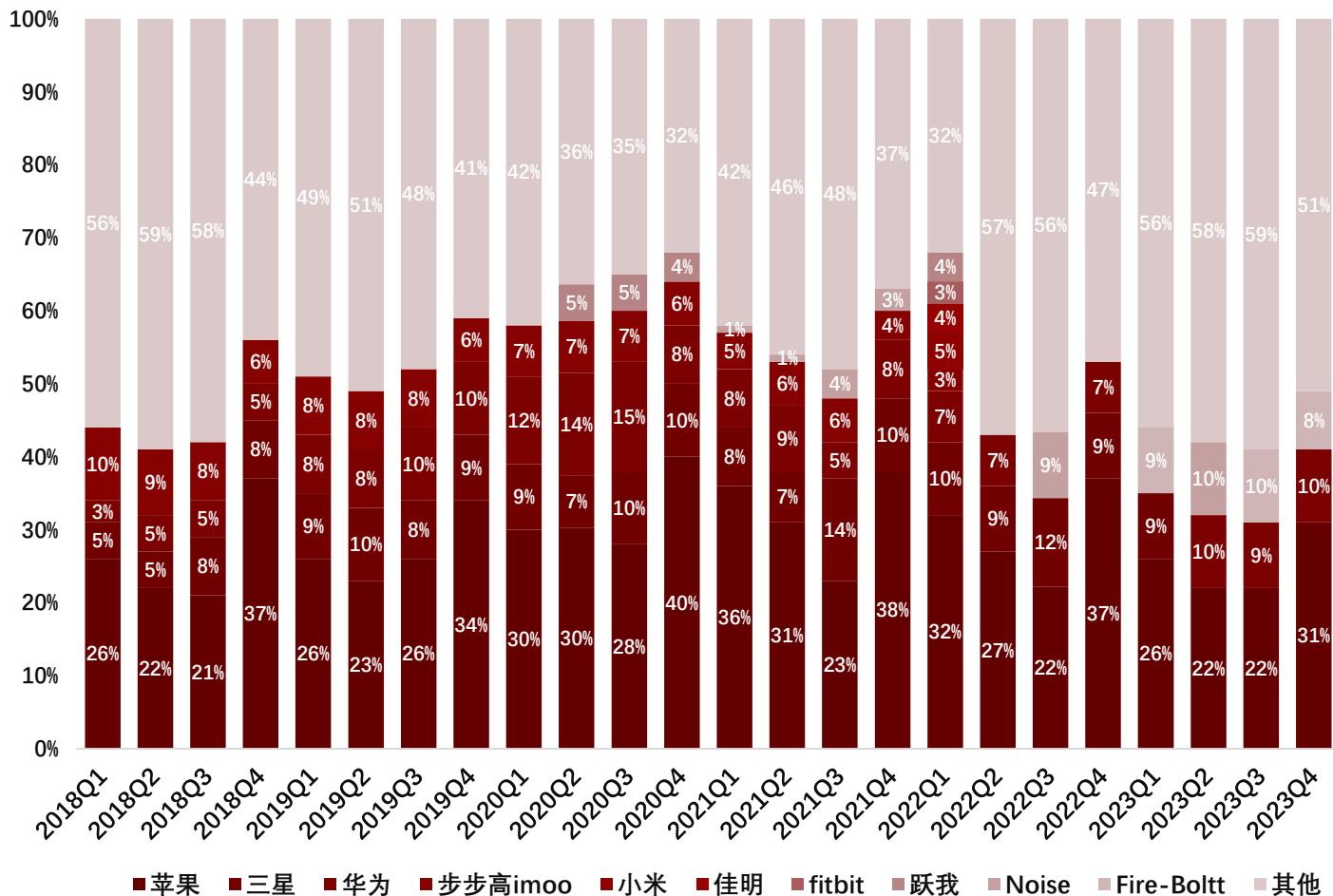
来源：美国卫生与公共服务部，Market.US，头豹研究院



中游 (1/2) : 智能手表出货量

苹果、华为等凭借品牌生态和技术优势引领智能手表市场，而小品牌借细分定位争夺市场份额。健康追求起初推动智能手表市场扩容，但新竞争者加入和创新放缓导致主要品牌份额出现一定下滑

全球智能手表季度出货量份额（从供应商角度统计），2018-2023年



头豹洞察

- 从出货量来看，苹果在智能手表行业一直占据着主导地位，其次是华为和三星。苹果依靠品牌实力、大量iOS用户和先进的健康技术在智能手表市场稳居首位。截至2023年第四季度，苹果智能手表出货量全球占比第一，为**31%**。华为以**10%**份额跟随其后，通过深耕高端市场、优化智能手表操作系统、强化设备间生态系统联动，以及实施如Mate 60系列智能手机与智能手表的捆绑销售策略，华为有效促进了其智能手表市场份额的扩张。
- 尽管智能手表市场主要由苹果、三星、华为等大品牌引领，众多小厂商仍能分得全球**30%-50%**的市场份额。这得益于它们采取灵活定位和差异化战略，紧贴特定市场需求。它们专注于如儿童、老年人、运动爱好者等细分市场，提供量身定制的功能与服务，并凭借在特定地区的本土化优势，深入理解并适应本土文化及消费习惯，通过精准的市场营销和优质的售后服务，成功开拓并巩固了自身市场地位。
- 在2020至2021年间，由于全球疫情引发的健康意识提升和远程工作需求的增加，苹果和华为等知名智能手表品牌的市场份额各自增长了**3%至5%**。消费者对健康监测功能的需求急剧上升，同时对提高生活工作效率的工具表现出强烈的渴望，这些因素共同推动了智能手表市场的快速发展。然而，进入2022年至2023年，市场态势出现了变化，主要品牌的市场份额开始出现一定下滑。这一现象主要归因于市场新进入者的增多，尤其是来自中国的高性价比竞争者，如中兴（儿童智能手表）和腾讯（腾讯全栖运动智能手表P1）等公司的加入，导致市场竞争更加激烈。此外，由于产品创新的步伐放缓，消费者对持续创新的期待未能得到充分满足，产品的新鲜感逐渐减少，这也影响了用户更换新设备的积极性。





来源: Demandsage, Statista, 头豹研究院



中游 (2/2) : 高端智能手表对比

高端智能手表领域，苹果和三星依靠品牌实力和技术创新引领，展现健康监测与高端设计；华为通过HarmonyOS生态系统和健康管理技术打造独特价值；华米则以高性价比策略，提供实用功能满足大众需求

高端智能手表对比

	型号	发布时间	价格优势	三围	重量	操作系统	健康	内存	安全	定位	续航	兼容
苹果	Apple Watch Ultra 2 	2023年9月	6499元起	49*44*14.4mm	61.4克	watchOS 10	血氧传感器、电级式心率传感器、体温感应	64GB	SOS紧急联络、全球紧急呼救电话、高g值加速感应器	精准的L1和L5双屏GPS	最长36小时	iOS
三星	Galaxy Watch6 Classic 	2023年7月	43mm: 2599元起 47mm: 2899元起	43mm: 42.5*42.5*10.9mm 47mm: 46.5*46.5*10.9mm	43mm: 52克 47mm: 59克	Galaxy Wear OS	心率检测器、心电图、血压、持续血氧饱和度+皮肤温度	16GB	SOS紧急联络、全球紧急呼救电话、高g值加速感应器	GPS/Glonass beidou/Galileo	最长40小时	Android
华为	HUAWEI WATCH 4 Pro 	2023年5月	3349元起	47.6*47.6*12.9mm	65克	HarmonyOS 3.1	体温、睡眠、压力监测、呼吸健康研究、高原健康研究、女性生理周期管理、心电图、血糖风险研究评估	4GB	SOS紧急联络、全球紧急呼救电话、高g值加速感应器	精准的L1和L5, 双频GNSS	最长21天	HarmonyOS、Android & iOS
华米	Amazfit Balance 	2023年9月	1799元起	46*46*10.6mm	35克	Zepp OS 2.1	心率监测、血氧监测、身体成分测量、血氧/心率、吃药提醒	4GB	SOS紧急联络、全球紧急呼救电话、高g值加速感应器	6星双频	最长14天	Android&iOS

- 高端智能手表是指集高效处理器、高清触屏、多元生物传感（心率、血氧、ECG）、GPS、NFC支付与LTE/5G于一体，搭载高级操作系统（watchOS、Wear OS、HarmonyOS、ZeppOS）的智能手表，这类系统支持多样化程序应用，并与智能手机深度集成。2023年典型高端智能手表包括但不限于Apple Watch Ultra 2系列、Galaxy Watch6 Classic 系列、华为WATCH GT4 Pro系列和Amazfit Balance系列。
- 高端智能手表厂商在市场定位和产品策略上存在一些差异：（1）苹果与三星凭借品牌影响力和持续的技术突破，牢牢占据高端市场，引入如先进健康传感器、耐用型设计等创新功能，吸引追求极致体验的消费者。苹果的市场策略侧重于打造一个封闭且高度集成的生态系统，其中Apple Watch与iPhone、iPad、Mac等其他苹果设备的无缝连接是其主要卖点（2）华为则深度整合HarmonyOS生态，强化在健康管理技术上的探索，市场策略在于技术创新和产品多样化，提供从高端商务到运动健身的全系列智能手表；（3）华米采取了高性价比策略，紧贴大众消费需求，以及其在全球市场拓展和品牌建设方面的积极努力。通过持续的技术创新和全球化战略，华米智能在全球多个国家和地区均有销售。

来源：各公司官网，头豹研究院

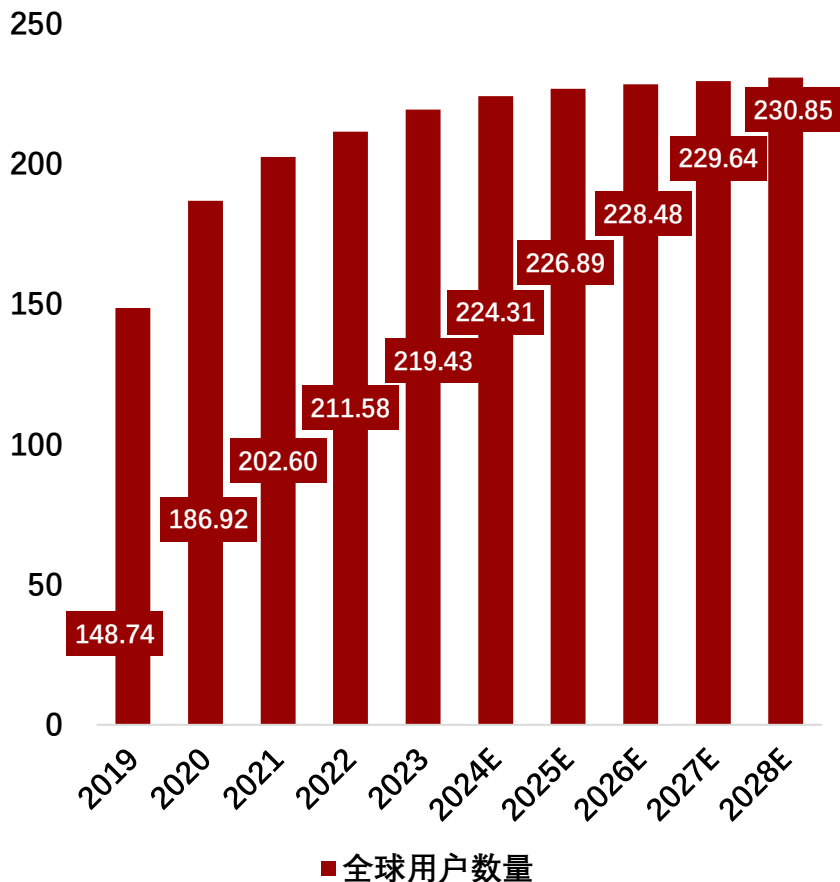


下游（1/2）：用户画像-人口统计

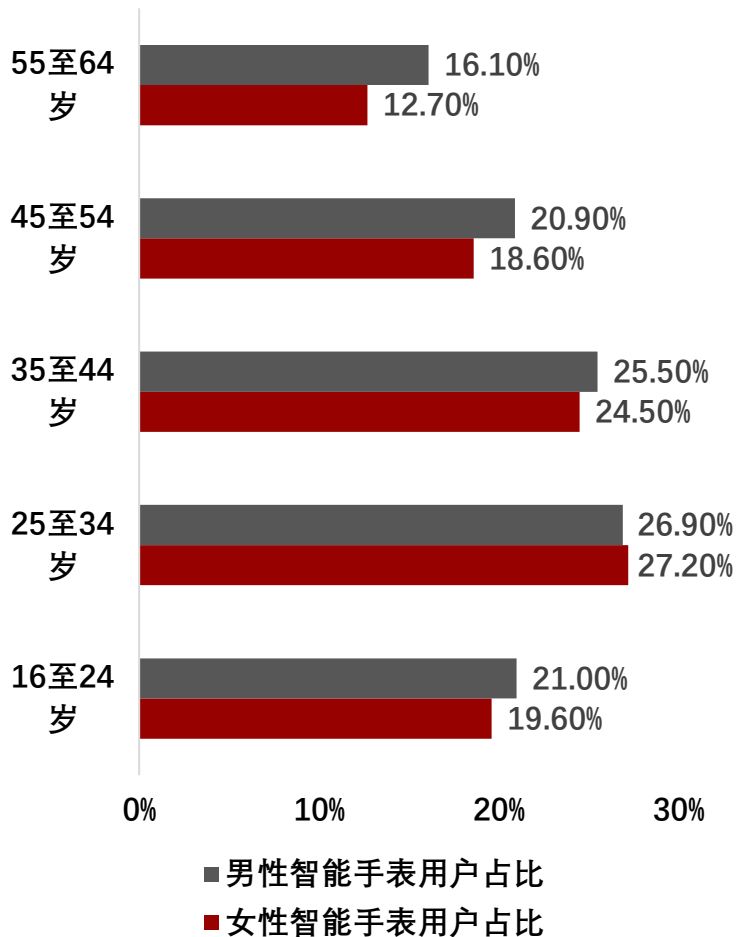
智能手表用户群体广泛，以年轻男性为主导，尤其是16至24岁者，对科技接纳度高。随着年龄增长，中老年用户偏好简化健康监测，导致该年龄群智能手表使用比例较低

全球智能手表用户数量，2019-2028E年

【单位：百万人】



全球智能手表各年龄段用户人口占比统计，2023年



头豹洞察

- 全球智能手表市场用户基础持续扩大，覆盖全年龄段，以年轻和男性用户为主。用户增长用户数量从2019年的**148.74**百万人增至2023年的**219.43**百万人，预计到2028年将达到230.85百万人。
- 从用户画像性别占比角度分析：年轻男性对智能手表的接受度和兴趣较高，16至24岁男性用户占比最高达21%，女性为19.6%。主要原因是男性通常对新兴技术和可穿戴设备具有更高的接受度和兴趣，他们乐于尝试并利用智能手表的各类功能来提升生活或工作效率。
- 从用户画像年龄占比角度分析，随着年龄增长，两性用户占比均呈下降趋势，中老年人群更偏好简易的传统手表或专业健康监测设备，55至64岁男性用户降至16.1%，女性降至12.7%。智能手表在中老年人群中的用户占比下降主要因为对新技术的熟悉度不足、操作难度、对隐私保护的担忧、市场营销的不足、缺乏教育和技术支持、设备兼容性问题以及对专业健康监测设备的信赖。这些因素共同作用，导致中老年人群更倾向于使用简易的传统手表或专门的健康监测设备。

来源：IDC, Statista, eMarketer, TechCrunch, 头豹研究院

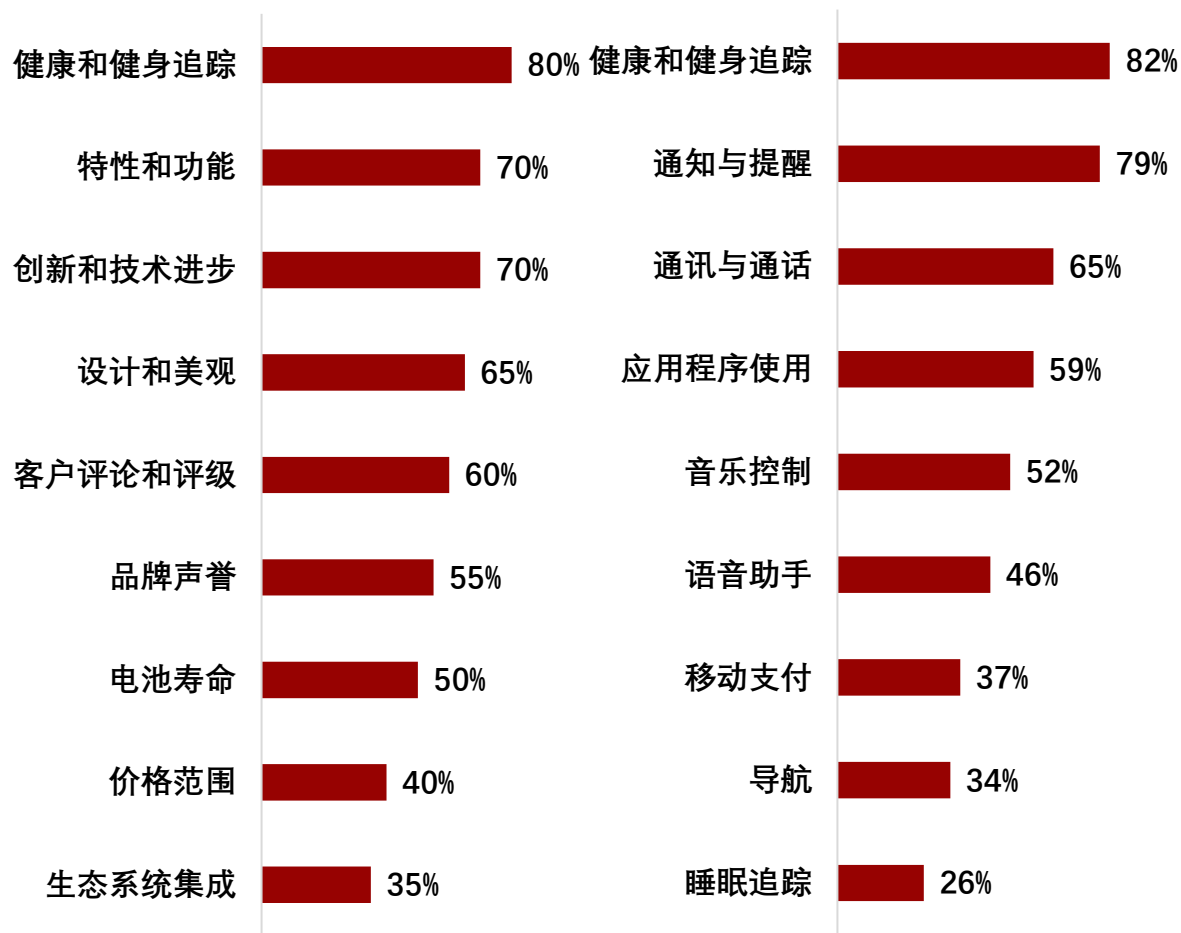
下游 (2/2) : 用户画像-购买偏好与使用偏好

健康追踪引领智能手表需求，80%消费者聚焦健康功能，突显其健康管理价值。技术革新与通讯升级拉动市场前行，多功能性开创新局，尤以增强健康监控和通讯效能为重点，个性化应用预示广阔增长空间

全球智能手表消费者购买偏好，2023年

全球智能手表用户使用偏好，2023年

头豹洞察



- 智能手表市场正被健康追踪的强需求牵引，伴随对技术前沿的追求，同时兼顾通讯便利性与日常生活的全面智能化，而潜在的多功能开发则为市场增长开辟了新的路径。
- 健康与健身追踪功能的突出地位，体现在80%的消费者购买动机中，及其高达82%的使用频率，直接反映了智能手表已成为现代健康管理不可或缺的一部分。这一趋势与全球健康意识的普遍提升、以及可穿戴技术精确度的不断提高密切相关，预示着健康监测技术将进一步深化，如通过集成更复杂的生理参数监测，如血糖、血压监测等，来吸引更广泛的用户群体。2019年9月华为发布的Watch GT2系列智能手表新增女性经期追踪功能，帮助华为在2019年第三季度提升2%的全球市场份额。
- 除了健康和健身追踪外，智能手表的其他功能也得到了用户的广泛使用。70%的购买者重视智能手表的特性与功能升级，以及创新技术的应用，说明消费者期待智能手表不仅仅是传统时间显示工具的升级版，而是具备前瞻性技术的智能设备。在使用场景中，通知与提醒、通讯与通话功能的高使用率（分别为79%和65%）凸显了智能手表作为通讯辅助工具的核心地位，驱使制造商优化如语音识别和独立通信性能，确保在多元场景下通讯顺畅，满足用户需求。
- 尽管设计美学、品牌口碑、用户评价、电池续航、价格适中性及系统生态的兼容性，虽非决定购买的首要条件，却映射出用户对于高品质、信赖、性价比及设备间协同的综合追求。
- 至于应用程序、音乐操控、语音助手、移动支付、导航、睡眠监测等功能，虽当前使用率较低，却预示智能手表未来发展潜能，尤其是满足个性化便捷生活需求。技术演进与习惯变化将使这些功能成为市场增长的新驱动力。

Chapter 3

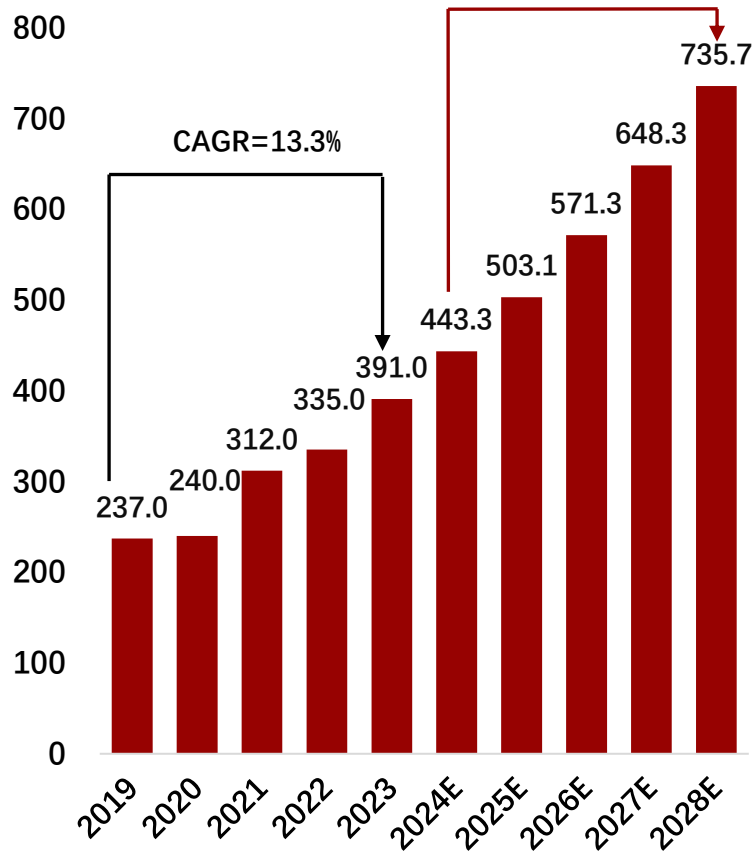
市场分析

智能手表市场规模

全球智能手表市场2019至2023年增长13.3%，受技术迭代如Apple Watch功能优化驱动。中国市场2019至2023年增长29.0%，预计2024年达460.7亿元，得益于人口基数、消费力提升及国内品牌发展

全球智能手表市场规模，2019-2028E年

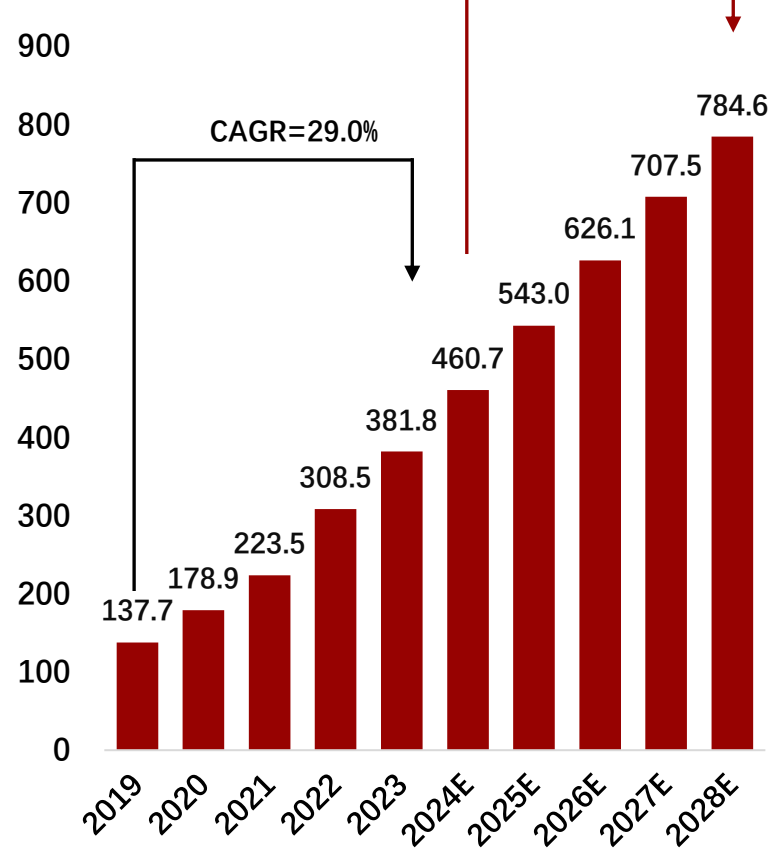
【单位：亿美元】



■ 全球智能手表市场规模

中国智能手表市场规模，2019-2028E年

【单位：亿元】



■ 中国智能手表市场规模

头豹洞察

- 全球智能手表市场正经历着快速增长的黄金时代，呈现出持续且加速的扩张态势。自2019年的237亿美元市场规模，至2023年已增长至391亿美元，年复合增长率达到13.3%。展望未来五年，预计全球市场将维持这一增长势头，市场规模将从2024年的443亿美元增长至735.7亿美元，年复合增长率预计为13.5%。技术革新，尤其是苹果公司定期更新的Apple Watch系列，通过引入ECG心电图功能和不断优化的watchOS系统，推动了健康管理与生活辅助功能的深度融合，是市场增长的主要驱动力。
- 中国智能手表市场规模在过去五年保持了稳健的双位数增长态势，尽管增速较全球市场稍显温和，但其增长轨迹依旧亮眼。市场规模从2019年的137.7亿人民币增长至2023年的381.8亿人民币，年复合增长率为29.0%。预计到2024年，市场规模将进一步增长至460.7亿人民币，并以14.2%的年复合增长率持续扩张至2028年，届时市场规模有望达到784.6亿人民币的新高峰。这一增长得益于多方面因素：中国庞大的人口基数为市场提供了天然优势；中产阶级的扩大和消费者购买力的提升，使得更多人愿意投资于健康管理和智能生活设备；国内品牌如华为、小米、OPPO等通过增加研发投入，推出高性能、高性价比的产品，满足了市场需求。

驱动因素 (1/3) : 供给端

供给端四大动力促进中国智能手表市场蓬勃兴起，一是技术升级与健康监测创新满足用户，二是产业链齐全加速产研进程，三是新兴市场需求助力增长，四是多样化产品线全面覆盖细分用户群

中国智能手表供应端驱动因素

技术创新与产品迭代

- 中国智能手表厂商不断推出具有新技术和新功能的智能手表，如健康监测、独立通信、户外运动等，满足消费者对智能化和个性化产品的需求。

产业链完善

- 中国拥有完整的智能手表产业链，包括传感器、芯片、屏幕、操作系统等上游环节，以及制造和销售等中下游环节。这为智能手表的生产和创新提供了坚实的基础。

新兴市场的开拓

- 智能手表厂商积极开拓新兴市场，如南亚、东南亚、中东、中东欧等，这些市场的兴起为智能手表市场增长带来新动力。

产品多样化

智能手表市场针对多元需求，推出丰富产品线：儿童款注重安全学习；商务款注重高端设计与品牌；运动款专注专业运动数据。

头豹洞察

中国智能手表市场规模增长的供给端原因可以从以下四个方面进行分析：

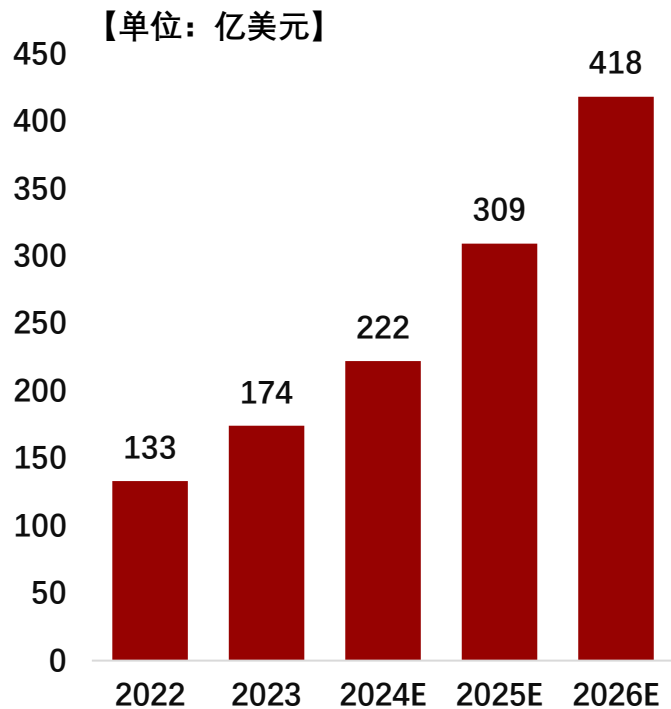
(1) 技术创新与产品迭代：中国智能手表厂商不断推出具有新技术和新功能的智能手表，如健康监测、独立通信、户外运动等，满足消费者对智能化和个性化产品的需求。例如，华为Watch GT系列通过持续的技术升级，实现了长达**2周**的续航能力，同时加入了全面的健康监测功能，吸引了大量注重健康管理的消费者。(2) 产业链完善：中国拥有完整的智能手表产业链，包括传感器、芯片、屏幕、操作系统等上游环节，以及制造和销售等中下游环节。这为智能手表的生产和创新提供了坚实的基础。例如，深圳已成为全球智能穿戴设备的重要生产基地，这里聚集了大量的零部件供应商和制造商，为智能手表的快速迭代提供了有力支持。(3) 新兴市场的开拓：智能手表厂商积极开拓新兴市场，如南亚、东南亚、中东、中东欧等，这些市场的兴起为智能手表市场增长带来新动力。以印度为例，Canalys的数据显示，2024年印度市场基础手表出货量大幅增长了**22%**，这在很大程度上推动了智能手表行业的发展，尽管其他市场可能面临增长放缓。(4) 产品多样化：满足多元需求的产品线，从儿童手表到高端商务款式，再到专业运动手表，如小天才和华米Amazfit的成功，展示了市场细分的重要性。



驱动因素 (2/3) : 需求端

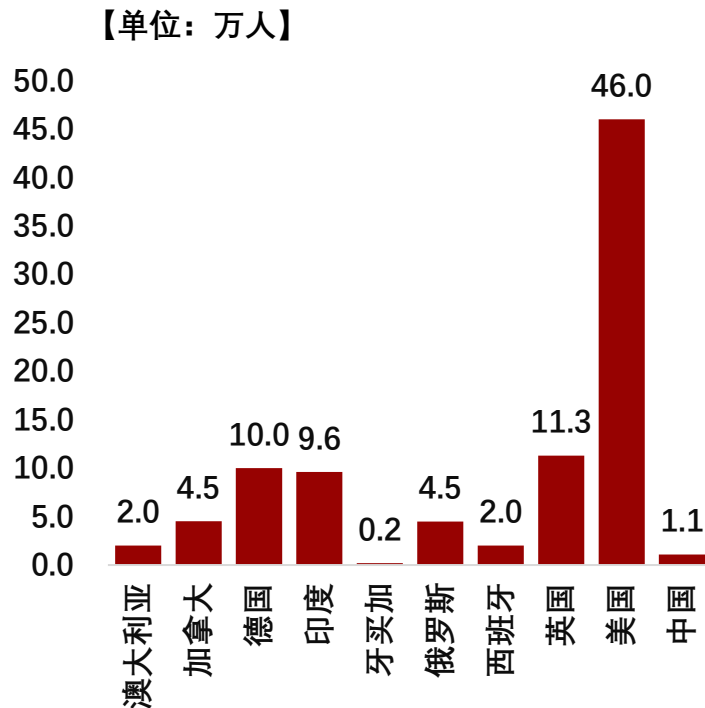
从需求端看，虚拟健身催化的健康意识与全天候监测需求，儿童安全顾虑，以及老龄化社会的健康管理挑战，共同强力推高智能手表市场

全球虚拟健身市场规模，2022-2026E年



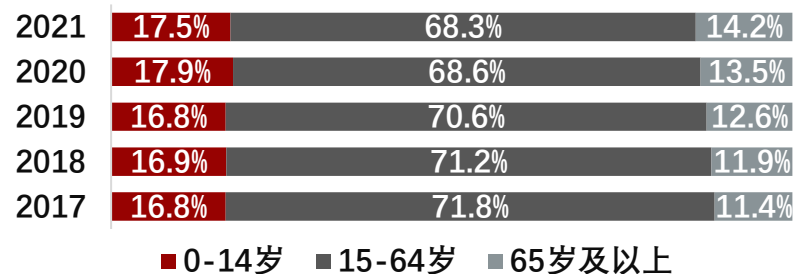
虚拟健身的兴起极大地激发了健康意识，推动人们寻求全天候健康监测设备，智能手表因其便携性和全面的健康追踪功能（如心率、运动量、睡眠监测）成为理想选择。2023年全球虚拟健身市场规模预计将达到174亿美元，2026年将达到418亿美元，三年复合增长高达33.9%。

各国每年儿童失踪人口统计，2024年

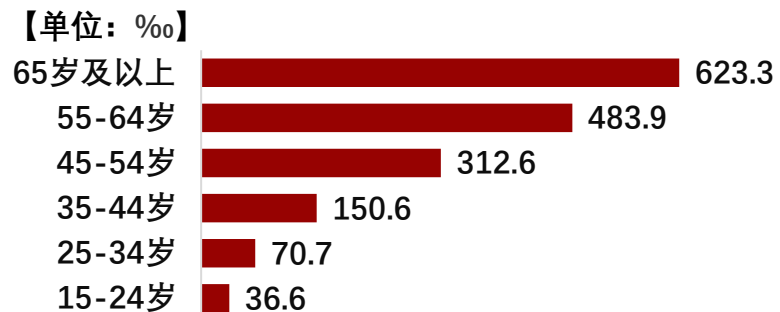


儿童安全需求驱使智能手表市场增长，因其定位功能让家长能实时监控孩子位置，应对儿童失踪问题，有效减少走失风险，加强安全保障，故而市场需求大增。据2024年全球失踪儿童网统计，美国每年失踪儿童约46万人，中国也有约1.1万人，智能手表作为防范措施之一，帮助降低了儿童走失风险。

中国人口结构占比，2017-2021年



中国人口各年龄段慢性病患率，2021年



中国老龄化社会与慢性病高发促使智能手表市场快速增长。2017至2021年间，65岁以上老年人口比例从11.4%升至14.2%，逾六成老年人受慢性病困扰。智能手表凭借其在健康监测和管理上的精确度，尤其是在ECG和血压监测方面，帮助老年人应对医疗难题，有效管理健康，预防心血管疾病，从而成为市场发展的重要推动力。

驱动因素（3/3）：政策端

中国密集出台的5G应用创新、5G+智慧产业融合策略、传统产业智能化升级，以及加速物联网基础设施部署的政策，意在通过深度融合科技与产业，为智能穿戴市场注入新活力，直接推动了智能手表市场规模的扩张

智能手表相关政策，2021-2023年

政策	颁布日期	颁布主体	政策要点
《工业和信息化部办公厅关于推进5G轻量化（RedCap）技术演进和应用创新发展的通知》	2023.10	工业和信息化部	积极开展5G RedCap应用创新。围绕产业数字化、治理智能化、生活智慧化等方面，加快探索5G RedCap应用，培育新模式、新业态。 推动可穿戴、智能家居、移动办公等新型终端向5G RedCap演进升级，助力个人应用创新不断涌现。
《两部委关于加强5G+智慧旅游协同创新发展的通知》	2023.4	上海市人民政府办公厅	鼓励依托智慧旅游信息服务平台探索5G应用， 推动基于5G的AI摄像头、VR/AR终端、可穿戴设备等数字化产品与智慧旅游产品深度融合 ，促进5G智慧旅游产品的进一步推广。
《产业用纺织品行业高质量发展的指导意见》	2022.4	商务部、国家发展改革委、教育部和工业和信息化部等	促进两化融合，培育新业态新模式。推进数字化智能化制造，加大关键环节数字化、网络化改造，推进数字化工厂建设。 开发推广体育运动、医疗健康、安全防护用智能可穿戴产品，拓展智能纺织品应用领域。 推进区域性、行业性工业互联网平台建设，开发行业专用工业APP，提高产业链协同制造能力和应急快速反应能力。
《物联网新型基础设施建设三年行动计划（2021-2023年）》	2021.9	工业和信息化部、科学技术部、生态环境部等	智慧健康。 研发具有个人健康监测功能的智能可穿戴设备，推动具备医疗性能、诊断级性能的感知终端临床应用。 推广智能体育装备在游泳、冰雪等训练、比赛中的应用。

近年来，中国密集出台的5G应用创新、5G+智慧产业融合策略、传统产业智能化升级，以及加速物联网基础设施部署的政策，构成了强大推力，意在通过深度融合科技与产业，为智能穿戴市场注入新活力。这些前瞻性政策不仅拓宽了智能手表在健康监测、智慧生活、工业互联等多元场景的应用范畴，还促进了与智慧生态系统的深层次整合，为智能手表行业开辟了崭新的发展空间。在此背景下，企业得以抓住市场扩张的黄金时机，利用政策红利，驱动技术创新与产品迭代，实现行业的快速成长与跃进式发展。

来源：中国政府网，国家互联网信息办公室，头豹研究院



发展趋势

智能手表行业正经历从单一功能向多元化、专业化转型的过程，同时兼顾用户对健康、个性化和环保的需求，未来市场潜力大

全球智能手表行业发展趋势



健康监测的深化与医疗级应用：

- ❑ 智能手表正逐渐从简单的健康追踪工具转变为具有医疗级精度的健康监测设备。
- ❑ 案例：（1）Apple Watch 推出的心电图（ECG）功能，已经获得多个国家和地区监管机构的批准，能够为用户提供心律不齐和心房颤动的警示。（2）华为与中华预防医学会合作，推出了“健康三叶草”功能，涵盖运动、睡眠、情绪管理，强化了智能手表在预防医学上的作用。



跨设备互联与智能家居控制：

- ❑ 趋势说明：智能手表作为智能家居生态的入口，能够控制家中的智能设备。
- ❑ 案例：（1）通过HomeKit平台，Apple Watch能够控制兼容的智能家居设备，如打开Philips Hue智能灯、调节Nest智能恒温器等，甚至可以通过Siri语音命令实现免提控制。（2）依托小米强大的智能家居生态系统，小米手表能够控制小米生态链中的智能家电，如空气净化器、智能插座、智能门锁等，通过小米穿戴APP进行设备绑定后，即可实现智能互联。



个性化与时尚融合：

- ❑ 趋势说明：智能手表设计更加注重个性化和时尚元素，以吸引更多广泛的消费者群体。
- ❑ 案例：（1）Fossil Gen 6 系列智能手表，在提供最新智能功能的同时，推出多种表壳和表带款式，甚至与知名时尚品牌合作，如Michael Kors、Kate Spade等，以满足消费者对时尚和个性化的需求。（2）Apple与法国奢侈品牌爱马仕合作，推出了多款Apple Watch联名系列，包括独特的表带设计和定制表盘，将科技与高级时尚完美结合。



可持续性和环保材料：

- ❑ 趋势说明：环保成为新的关注点，智能手表制造商开始采用可回收材料、生物基材料或低环境影响材料来生产手表及其配件，减少对自然资源的消耗和废弃物的排放。
- ❑ 案例：（1）Apple承诺在其产品中使用**100%**回收或可再生材料，并已经推出使用回收铝材的Apple Watch Series。（2）Fossil Group推出了使用再生聚酯纤维和植物基皮革的表带，以及致力于减少生产过程中的碳足迹。

竞争格局 (1/2) : 全球智能手表市场主要参与者

全球智能手表市场呈现出明显的细分化、专业化发展趋势，各品牌通过精准定位和技术创新，在各自的领域内取得了显著成果

全球智能手表行业主要参与者

企业名称	总部	产品线	主打功能	主要目标市场	价格范围	市场情况
苹果 Apple	美国	Apple Watch	心率监测, ECG, Siri	高端市场	¥ 2,000- ¥ 10,000	• Apple Watch以强大的生态系统整合、健康监测功能以及持续的创新保持了其市场领导地位
三星 Samsung	韩国	Galaxy Watch	长续航, Tizen OS	中高端	¥ 1,500- ¥ 4,000	• Galaxy Watch依托智能手机生态、先进健康技术及时尚设计抢占高端市场，与苹果激烈竞争
华为 Huawei	中国	Watch GT系列	长续航, TruSeen™ 生物识别	中高端	¥ 1,000- ¥ 3,000	• 华为Watch借HarmonyOS生态、长续航及全面健康管理，在中国市场领先，成为国产品牌标杆
小米 Xiaomi	中国	米动手表系列	高性价比, 小爱同学	入门&中端市场	¥ 99- ¥ 1,500	• 小米手环及手表以高性价比、生态兼容性及实用健康追踪在中低端市场占大份额，推动普及
佳明 Garmin	美国	Fenix & Vivoactive系列	GPS导航, 多运动模式	户外&专业运动	¥ 1,500- ¥ 6,000	• 以专业运动表著称，凭借精准GPS、丰富运动模式及高级健康监测，赢得户外运动及专业领域高度认可
华米科技 Amazfit	中国	GTR & GTS系列	长续航, 多运动模式	中端市场	¥ 200- ¥ 2,000	• Amazfit品牌提供多样化产品，结合健康监测，新兴市场布局成功
步步高 imoo	中国	学习手表系列	家长管控, AI学习助手	儿童及青少年教育市场	¥ 300- ¥ 1,200	• 小天才手表集成学习辅导与安全定位，专为儿童设计，在儿童智能手表市场领先
乐活 Fitbit	美国	Versa & Sense系列	健康追踪, SpO2监测	运动爱好者	¥ 500- ¥ 3,000	• 作为先驱，以健康追踪、个性化健身计划及活跃社区维持全球健康乐活品牌地位，北美欧洲影响力显著

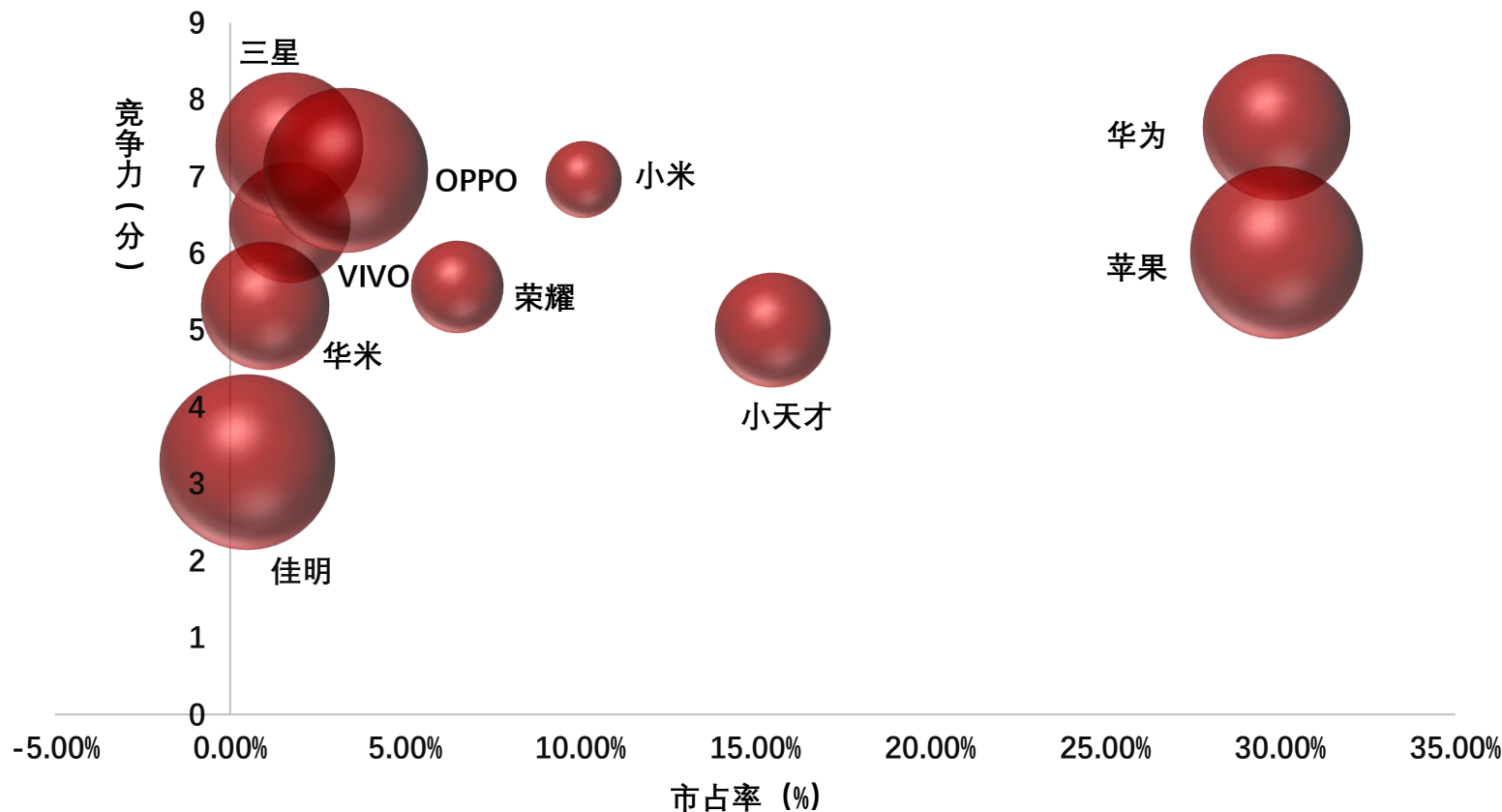
来源：各公司官网，头豹研究院



竞争格局（2/2）：中国智能手表市场主要参与者

中国智能手表市场高度集中，华为、苹果引领，小米、小天才紧随其后，VIVO、OPPO等企业新兴崛起。其中，技术迭代、生态构建和需求细分是这一竞争格局形成的核心因素

中国智能手表企业竞争格局，2024年



注：注：X轴-市占率（0-100%），计算依据为“每家企业京东自营系统推荐排名前五的智能手表评论数量之和/这10家店京东自营系统推荐前五产品的总评论数量之和”，其值便是市占率。Y轴-竞争力（0-10分），通过线上渠道品牌店五个产品的好评率和店铺关注度给出0-10分。α轴-价格水平，用气泡大小表示，气泡越大意味着该企业的产品综合价格水平越高。

- 中国智能手表市场竞争格局以高度集中为特点，形成了由行业领导者与细分市场专业品牌共存的态势。
- 一方面，华为与苹果作为龙头企业，2023年合占约中国50%市场份额，依托其顶尖技术、持续创新和强大的品牌影响力。另一方面，小米和小天才分别深耕高性价比成人手表和儿童智能手表市场，2023年合计约占中国20%市场份额，凭借其精确市场定位和特色功能维持稳定客户群。此外，VIVO、OPPO等新兴品牌则通过在健康监测和运动技术上的差异化探索，为市场注入新动力，推动行业向更加多元化和成熟方向演进。
- 中国智能手表市场这一竞争格局的形成可归结为三大核心因素：技术革新带动的产品迭代加速，品牌生态系统的集成效应，以及消费者多元化需求的精准捕捉。首先，技术进步如5G、物联网、AI技术注入，不仅拓宽智能手表功能范畴，还促进领军企业研发投入，技术壁垒形成。其次，品牌生态系统整合，比如苹果与华为的生态闭环，增强了用户体验与品牌粘性。最后，市场细分满足了特定需求，比如小天才针对儿童安全，佳明聚焦健康管理及运动，有效渗透各细分市场，实现差异化竞争。

Chapter 4

企业分析

智能手表企业介绍——苹果 (1/2)

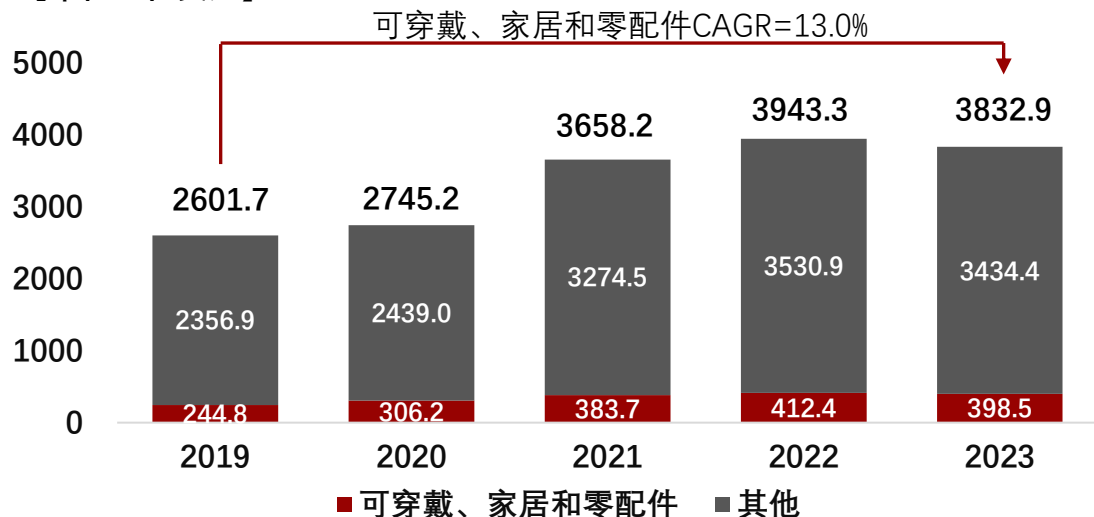
Apple Watch引领可穿戴市场增长，2019-2023年苹果营业收入在该领域以13.0%的复合速度进行增长。其成功得益于苹果生态系统的一体化和强大的品牌效应。然而，它也面临着诸如高价定位和电池续航日常充电等问题

企业介绍

- 苹果公司是一家总部位于美国加州库比蒂诺的高科技巨头，以其创新的电子产品如iPhone、iPad及Apple Watch闻名全球，自2007年更名以来，持续引领科技潮流。
- 苹果智能手表业务作为可穿戴设备领域的核心，通过Apple Watch的创新功能，如健康监测、移动支付等，重塑了市场，深化了用户日常生活的数字化连接。其业务显著扩张，2019至2023年间，该领域收入从**244.8亿美元**跃升至**398.5亿美元**，复合增长率达**13.0%**，彰显了苹果在智能穿戴市场不断增长的主导力，这主要归功于其产品在健康技术与智能互联领域的持续创新与市场渗透。

苹果营业收入

【单位：亿美元】



来源：苹果年度报告，头豹研究院

Apple Watch 竞争优势和竞争劣势

竞争优势：

- 生态系统整合：**Apple Watch与iPhone、iPad、Mac等苹果设备无缝连接，提供一致且便捷的用户体验。例如，接打电话、信息提醒、Apple Music播放以及Apple Pay支付等功能均能在手表上流畅操作，无需取出iPhone。
- 健康监测技术：**Apple Watch在健康管理方面持续领先，如Series 6引入血氧监测功能，帮助用户更好地了解自身健康状况。其心率监测准确度高，曾有实际案例表明Apple Watch成功预警用户心脏问题，甚至挽救生命。
- 品牌忠诚度与市场领导地位：**根据Counterpoint Research数据，苹果在2022年第二季度占据了全球智能手表市场超过50%的份额，显示了其强大的市场地位和消费者信任。
- 设计与品质：**Apple Watch以其精良的工艺、多样的表壳材质（如不锈钢、铝金属、陶瓷）和表带选择，满足不同用户审美和场合需求。例如，Edition系列采用高档材料，提升了产品奢华感。

竞争劣势：

- 高昂价格：**以Apple Watch Series 7为例，起售价远高于多数竞争对手，对于预算有限的消费者来说是一大障碍。相比之下，小米手环7仅售**279元**，成为性价比极高的选择。
- iOS专属：**Apple Watch仅兼容iPhone，这限制了潜在用户群。相比之下，华为Watch、三星Galaxy Watch等竞品通常支持iOS和Android双平台，具有更广泛的用户基础。
- 电池续航：**尽管Apple Watch的电池性能有所提升，但在高强度使用下仍需每日充电，这与某些竞品相比（如华为Watch GT系列宣称的两周续航）显得不足。



智能手表企业介绍——苹果 (2/2)

苹果战略聚焦市场领导与增长，借助iPhone创新与Apple Watch生态拓宽，提升用户黏性。未来Apple Watch融入无创血糖监测等前沿健康技术，优化耐用性与电池，集健康、通讯、运动于一身，塑造高端智能生活标准

Apple Watch 发展历程

2015: Apple Watch Series 1

- 革新: Force Touch, 蓝宝石玻璃
- 功能: 健康追踪, Siri
- 意义: 智能穿戴新体验

2017: Apple Watch Series 3

- 革新: LTE集成
- 功能: 独立通话, 数据
- 意义: 设备独立性提升

2019: Apple Watch Series 5

- 革新: 始终显示屏幕
- 功能: 月经周期追踪
- 意义: 便捷性与健康并重

2021: Apple Watch Series 7

- 革新: 屏幕更大, 续航快充
- 功能: 耐用性增强
- 意义: 用户体验优化

2016: Apple Watch Series 2

- 革新: GPS, 防水50米
- 功能: 独立运动追踪, 游泳
- 意义: 运动专业化

2018: Apple Watch Series 4

- 革新: 屏幕增大, 边框窄
- 功能: ECG心电图
- 意义: 医疗级健康监测

2020: Apple Watch Series 6

- 革新: 血氧监测
- 功能: 健康状态监测
- 意义: 深化健康管理

2022-203: Apple Watch Series 8 / Ultra

- 革新: 高级健康传感器
- 功能: 极限环境适应
- 意义: 专业与健康科技前沿探索

企业战略及未来发展方向

- 企业战略: 苹果企业战略首要聚焦于推动总收入的持续扩张，通过不断革新其标志性的电子产品，如iPhone、iPad和Mac，巩固市场领导地位。在可穿戴、家居与零配件领域，苹果利用Apple Watch、AirPods等产品深化其生态系统，策略性地扩展了用户互动的触点，增强了用户粘性，并开辟了新的收入渠道。总结而言，苹果战略围绕创新、生态系统构建、多元化产品线与服务强化，旨在通过高端品牌体验和综合解决方案，引领并塑造消费电子市场未来。
- 未来发展: Apple Watch的演进轨迹表明，其未来将深度整合前沿健康监测技术，比如集成非侵入式血糖监测，为用户提供全面的健康管理方案。进一步优化的耐用性和超长电池寿命，配合专为极端环境设计的型号，可能会内置高级GPS与气压计，满足探险者在复杂地形下的定位与高度测量需求。结合Apple强大的生态系统，未来Watch将成为一个集健康守护、独立通讯、极限运动辅助于一体的全方位智能生活伴侣。

智能手表企业介绍——华为（1/2）

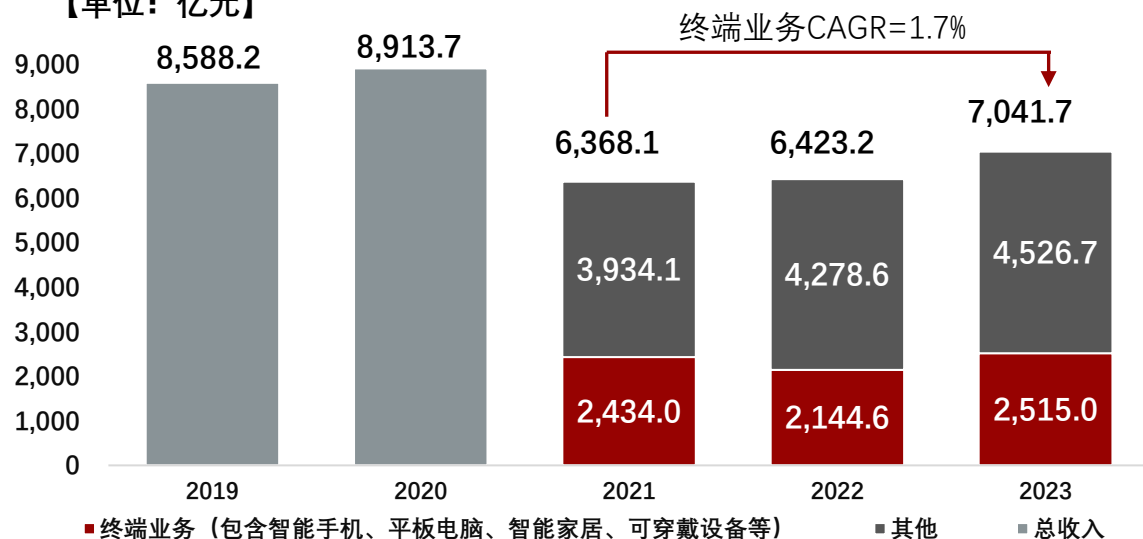
华为智能手表带动企业2019至2023年终端业务营收从2,434.0亿元增至2,515.0亿元。其核心竞争力在于高端健康监测技术、持久电池寿命与良好的鸿蒙系统兼容性。然而，它也面临着诸如第三方应用生态系统待完善等问题

企业介绍

- ❑ 华为是全球领先的信息与通信技术解决方案提供商，业务覆盖电信设备、智能手机和手表、企业服务及云计算等领域，致力于通过创新技术推动数字化转型。
- ❑ 在智能手表业务上，华为自2015年推出Huawei Watch后，快速拓展产品线，涵盖了长续航的GT系列及专注健康管理的Watch D，有效针对运动、健康及商务等多领域需求。尽管国际贸易环境充满挑战，华为仍坚守阵地，2019至2023年，华为终端业务（包含智能手表）销售稳健增长，营收从**2,434.0亿元**增至**2,515.0亿元**，复合年增长率**1.7%**，展现了华为在技术创新与市场策略上的坚实基础和高度适应性。

华为营业收入

【单位：亿元】



来源：华为年度报告，华为官网，头豹研究院

HUAWEI WATCH竞争优势和竞争劣势

❑ 竞争优势：

(1) **健康监测技术**：华为智能手表内置高级传感器，能精确捕捉脉动信息，通过快速算法提供心率、血氧、睡眠质量等健康数据。例如，华为WATCH GT系列因其出色的健康监测功能，成为健康生活追求者的首选。

(2) **超长电池续航能力**：华为WATCH GT系列以其卓越的电池寿命著称，减少了频繁充电的需要，提升用户体验。例如华为WATCH GT 3 Pro续航最长可达两周，远超每日需充电的Apple Watch Series 7，极大提升了使用便捷性。

(3) **良好的系统兼容性**：虽然与苹果系统的兼容性略逊，但在安卓系统中表现良好，且华为自家的鸿蒙操作系统及其生态系统日益完善，为用户提供更多便利。

(4) **综合智能体验**：华为智能手表在功能整合上不断突破，如华为WATCH FIT 3搭载了1.82英寸AMOLED屏幕，支持App棋盘桌面、新版负一屏等UI优化，以及多任务管理，使得用户在小屏幕上也能高效操作，享受流畅的智能体验。

❑ 竞争劣势：

(1) **国际市场挑战**：由于国际贸易环境的不确定性，华为智能手表在海外市场面临谷歌服务受限的问题，如无法预装Google Play Store，影响了与国际用户的部分兼容性和体验，尤其是在依赖这些服务的地区。

(2) **第三方应用生态系统**：相较于Apple Watch等竞争对手，华为手表的第三方应用数量和种类相对较少，虽然华为正在积极构建自己的生态系统，但短期内仍可能限制了用户的可选范围。



智能手表企业介绍——华为 (2/2)

华为依托5G、AI和云技术，强化行业领导，拓展智能汽车等领域合作，革新消费电子如智能手表，集成前沿健康科技。未来手表将深度融合健康监测，优化互联体验，提供个性化服务，引领穿戴设备成为健康管理新标杆

HUAWEI WATCH 发展历程

2015: HUAWEI WATCH

- 技术革新：自主研发，无线通话。
- 新增功能：时间显示，健康追踪。
- 意义：市场首秀，展现技术实力。

2020: HUAWEI WATCH GT 2 & Fit

- 技术革新：血氧监测。
- 新增功能：多运动模式。
- 意义：深入健康领域，改善用户体验。

2022: HUAWEI WATCH GT 3

- 技术革新：优化健康算法，体温监测。
- 新增功能：个性化表盘，应用生态。
- 意义：丰富产品线，完善生态。

2019: HUAWEI WATCH GT

- 技术革新：超长续航两周+。
- 新增功能：心率监测，睡眠分析。
- 意义：增强续航，提升竞争力。

2021: HUAWEI WATCH 3

- 技术革新：4G eSIM独立通话。
- 新增功能：血糖管理。
- 意义：独立使用场景，无缝体验。

2023: HUAWEI WATCH FIT 3

- 技术革新：卫星通讯技术。
- 新增功能：无网紧急通讯。
- 意义：前瞻技术，应对极端场景。

企业战略及未来发展方向

- 华为的战略重心集中在融合技术创新与全球合作力量，旨在通过在5G、人工智能和云计算等尖端科技的不断探索，强化其在全球信息与通信技术（ICT）行业的领军地位。该战略不仅体现在拓宽智能网联汽车等新兴领域的合作伙伴关系，共同开发高级数字平台，彰显开放合作的行业领导力；而且，在消费电子领域，华为不断革新智能手表等可穿戴设备，集成健康监测、卫星通讯等前沿技术，有力推进了健康科技与日常生活的智能化融合，体现了其在个人科技市场促进生活品质提升的坚定承诺。这一系列举措，共同勾勒出华为作为数字时代塑造者的宏伟蓝图，及其对全球经济高质量发展的积极贡献。
- 未来发展：华为智能手表的发展路径清晰地指向了技术创新与健康管理的深度融合，借助其在血氧监测、体温感应及卫星通信等领域的突破，华为正引领智能穿戴设备向全方位健康守护平台演变，不断集纳更多生理监测维度，精进数据分析能力。与此同时，优化的智能互联与无界通讯技术，将让用户享受更加流畅的生活应用场景，配以高度个性化的定制服务，进一步丰富智能穿戴生态系统，不仅巩固华为的市场领导地位，更是重新定义智能手表在健康管理及数字生活中的核心角色。

来源：华为官网，头豹研究院



www.leadleo.com 400-072-5588

©2024 LeadLeo

智能手表企业介绍——华米科技

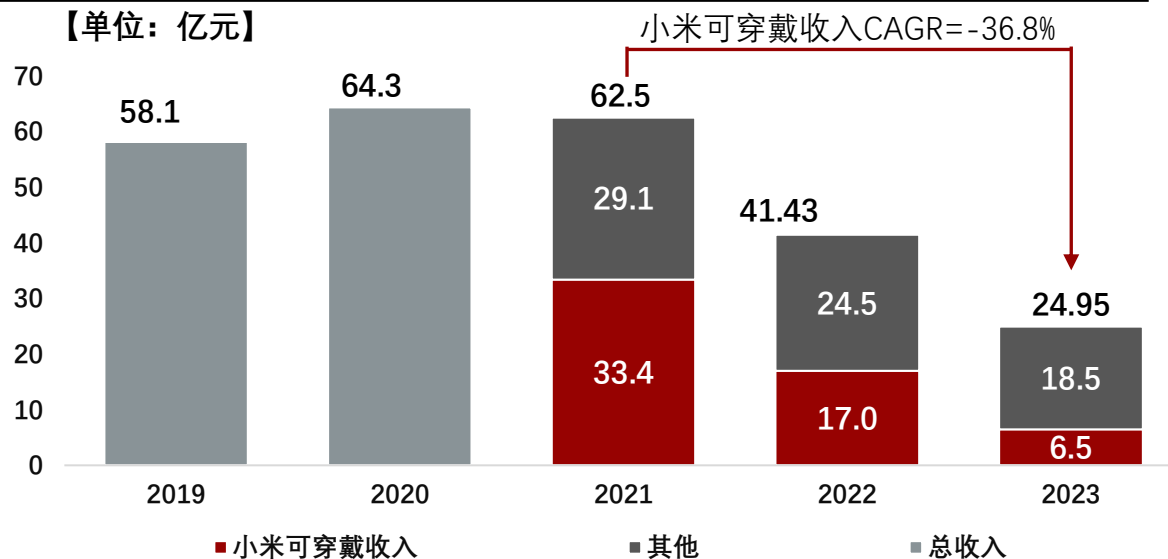
华米科技因在执行“去小米化”策略时遭遇销量波动，导致其在2021年后可穿戴设备领域收入逐年下滑。其优势是性价比高、健康监测领先和市场先机，但遭受市场竞争劲烈和生态受限等挑战

企业介绍

- 华米科技创立于2013年，迅速崛起为智能穿戴与健康服务领域的领航者，不仅荣登纽交所，成就安徽省首登美股企业的辉煌，还在小米生态链内凭借卓越的可穿戴设备赢得市场高度赞誉。
- 在智能手表业务方面，华米科技2021年前经历了显著增长，其收入从2015年的8.9亿元猛增至2020年的64.3亿元，期间复合增长率高达48.5%。然而，2021年后，华米在执行“去小米化”策略时遭遇了销量波动，导致其在可穿戴设备领域收入逐年下滑（2021-2023年CAGR为-36.8%）。此战略旨在降低对小米的依赖，加速自有品牌Amazfit的壮大及业务多元化进程。

华米营业收入

【单位：亿元】



来源：华米年度报告，头豹研究院

Amazfit Watch竞争优势和竞争劣势

竞争优势：

- 性价比：**华米的产品定价策略倾向于提供高性价比的选项，与同类产品相比，其价格更为亲民。例如，在高端产品中，不牺牲核心功能，Amazfit系列起售价1799元低于华为HUAWEI WATCH 4 Pro的3349元和苹果Apple Watch Ultra 2的6499元。
- 运动与健康监测功能：**华米AMAZFIT运动手表以强大的运动功能为核心，支持运动计步、心率监测、GPS实时轨迹记录等，适合各类运动爱好者。例如，Amazfit GTR 2和GTS 2型号引入了血氧检测功能，紧跟健康监测的行业趋势，增强了产品的市场竞争力。
- 市场先发优势：**作为较早进入智能穿戴领域的厂商之一，华米在市场占有一定的先发优势，积累了品牌认知度和用户基础。

竞争劣势：

- 市场竞争压力：**智能手表市场竞争激烈，新老玩家不断加入，如华为、小米（华米前合作伙伴）、苹果等，这些公司拥有强大的研发能力和品牌影响力，给华米带来了巨大的竞争压力。
- “去小米化”风险：**虽然华米努力减少对小米的依赖，但这一过程伴随着销售波动的风险，因为小米的渠道和品牌背书在过去为其贡献了可观的销量，脱离后如何稳定和扩大市场成为一大挑战。
- 生态系统限制：**尽管华米智能手表支持多项功能，但在生态系统兼容性和第三方应用支持方面可能不如苹果WatchOS或谷歌Wear OS等成熟平台广泛，这可能限制了部分用户的使用体验和选择意愿。



■ 方法论 Methodology

- 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业发展周期，伴随着行业内企业的创立，发展，扩张，到企业上市及上市后的成熟期，头豹各行业研究员积极探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业视野解读行业的沿革。
- 头豹研究院融合传统与新型的研究方法论，采用自主研发算法，结合行业交叉大数据，通过多元化调研方法，挖掘定量数据背后根因，剖析定性内容背后的逻辑，客观真实地阐述行业现状，前瞻性地预测行业未来发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- 头豹研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- 头豹研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，以战略发展的视角分析行业，从执行落地的层面阐述观点，为每一位读者提供有深度有价值的研究报告。

■ 法律声明 Legal Statement

- 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

