

ZDC：2015-2016 年智能穿戴市场研究

一、智能穿戴市场发展概述

市场快速发展，健身可穿戴设备需求增长迅速

2015 年中国智能穿戴市场可谓是繁荣发展，技术更新迅速。全年智能穿戴设备的发货量为 8500 万个，有研究表明，到 2021 年，这个数字会增长 36.9%。随着近年来技术的不断发展，各种智能穿戴设备更是接连地蜂拥而至，从头上的 VR 头戴到脚上有智能跑鞋，从谷歌眼镜到 Moto 360 再到小米手环等，已经涉及到人们生活的各个方面。其中，由于人们健康意识的加强，健身类可穿戴设备，包括腕带、智能服装、胸背带、运动手表和其他健身监控设备尤其吸引消费者的目光，其市场规模还在不断增长，成为智能穿戴行业重要的推动因素。

产品参差不齐，Apple Watch 领跑市场

然而，尽管智能穿戴设备的概念越来越火，市场上智能手表、智能手环和智能眼镜等产品也开始设计得越来越酷炫，真正好的产品却并不多。由于这类市场出现较晚且发展迅速，目前国内还并没有形成一个统一的行业标准，造成市场上的产品参差不齐，在安全和隐私方面也没有一个通用的标准能让用户放心使用。在众多的产品中，苹果 2015 年发布的 Apple Watch 系列产品以黑马的姿态脱颖而出，一经发布就迅速占领了各个榜单的冠军，再一次验证了苹果的品牌号召力，也成为 2015 年智能穿戴市场的一大亮点。

二、中国智能穿戴市场品牌结构分析

1. 十大热门品牌

苹果品牌榜独占鳌头

| | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 |
|-----------------------|--------|--------|--------|--------|
| Apple Watch | 41.74% | 32.52% | 15.72% | 18.18% |
| Apple Watch Sport | 9.89% | 11.40% | 6.97% | 5.34% |
| Apple Watch Edition | 7.17% | 6.46% | 3.94% | 3.00% |
| HUAWEI WATCH 尊享系列 | 3.47% | 3.45% | 6.51% | 8.34% |
| 三星 Galaxy Gear V700 | 5.40% | 3.82% | 3.45% | 2.81% |
| 三星 Gear Fit R350 | 3.08% | 3.61% | 3.03% | 2.46% |
| 华为 Talk Band B1 | 2.49% | 2.67% | 3.32% | 2.28% |
| 华为 Talk Band B2 (商务版) | 1.67% | 2.85% | 3.45% | 3.42% |
| MOTO 360 二代 | 1.04% | 0.93% | 5.35% | 2.87% |
| 三星 Gear S | 2.49% | 2.30% | 1.59% | 0.91% |

图 1 2015 年 3 月-2016 年 2 月智能穿戴品牌关注比例

ZDC 统计数据显示，2015 年 3 月-2016 年 2 月中国的智能穿戴市场上，整体来看，苹果以 45.88% 的市场关注比例独占鳌头，遥遥领先其他品牌；三星和华为并列第二，他们的市场关注比例都是 13.12%；剩余热门品牌分别是摩托罗拉、索尼、佳明、360、乐心、Jawbone 和 Fitbit，他们的市场关注比例都不足 5%。

华为关注度上升迅速，苹果下降明显

| | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 |
|---------|--------|--------|--------|--------|
| 苹果 | 59.02% | 50.69% | 27.55% | 28.13% |
| 三星 | 13.83% | 12.53% | 14.05% | 10.84% |
| 华为 | 8.50% | 10.99% | 19.14% | 21.26% |
| 摩托罗拉 | 1.85% | 3.01% | 9.27% | 5.11% |
| 索尼 | 2.78% | 2.60% | 3.01% | 2.35% |
| 佳明 | 1.41% | 1.91% | 1.70% | 2.48% |
| 360 | 0.52% | 2.50% | 1.89% | 1.82% |
| 乐心 | 0.78% | 1.40% | 2.33% | 1.96% |
| Jawbone | 1.20% | 1.18% | 1.40% | 1.00% |
| Fitbit | 0.71% | 1.08% | 1.26% | 1.33% |

表 1 2015 年 3 月-2016 年 2 月智能穿戴品牌关注走势

对比 2015 年 Q1-2015 年 Q4 (本文中 Q1 表示 2015 年 3 月-2015 年 5 月, Q2 表示 2015 年 6 月-2015 年 8 月, Q3 表示 2015 年 9 月-2015 年 11 月, Q4 表示 2015 年 12 月-2016 年 2 月) 的数据可以看出, 苹果的品牌关注度下降十分明显, 从 Q1 的 59.02% 先降到 Q2 的 50.69%, 之后迅速下跌到 Q3 的 27.55%, 最后小幅上升到 Q4 的 28.13%, 从 Q1 到 Q4 总计下降了 30.89 个百分点。而华为则呈现出与苹果相反的上升趋势, 从 Q1 的 8.50% 一路上升, 在 Q3 时反超三星上升到第二位, Q4 继续上升到 21.26%, 不断拉近与苹果的距离。其他品牌中, 三星和摩托罗拉的市场关注度也有较大的波动。

三、中国智能穿戴市场产品结构分析

1. 十大热门产品

Apple Watch 领先优势明显

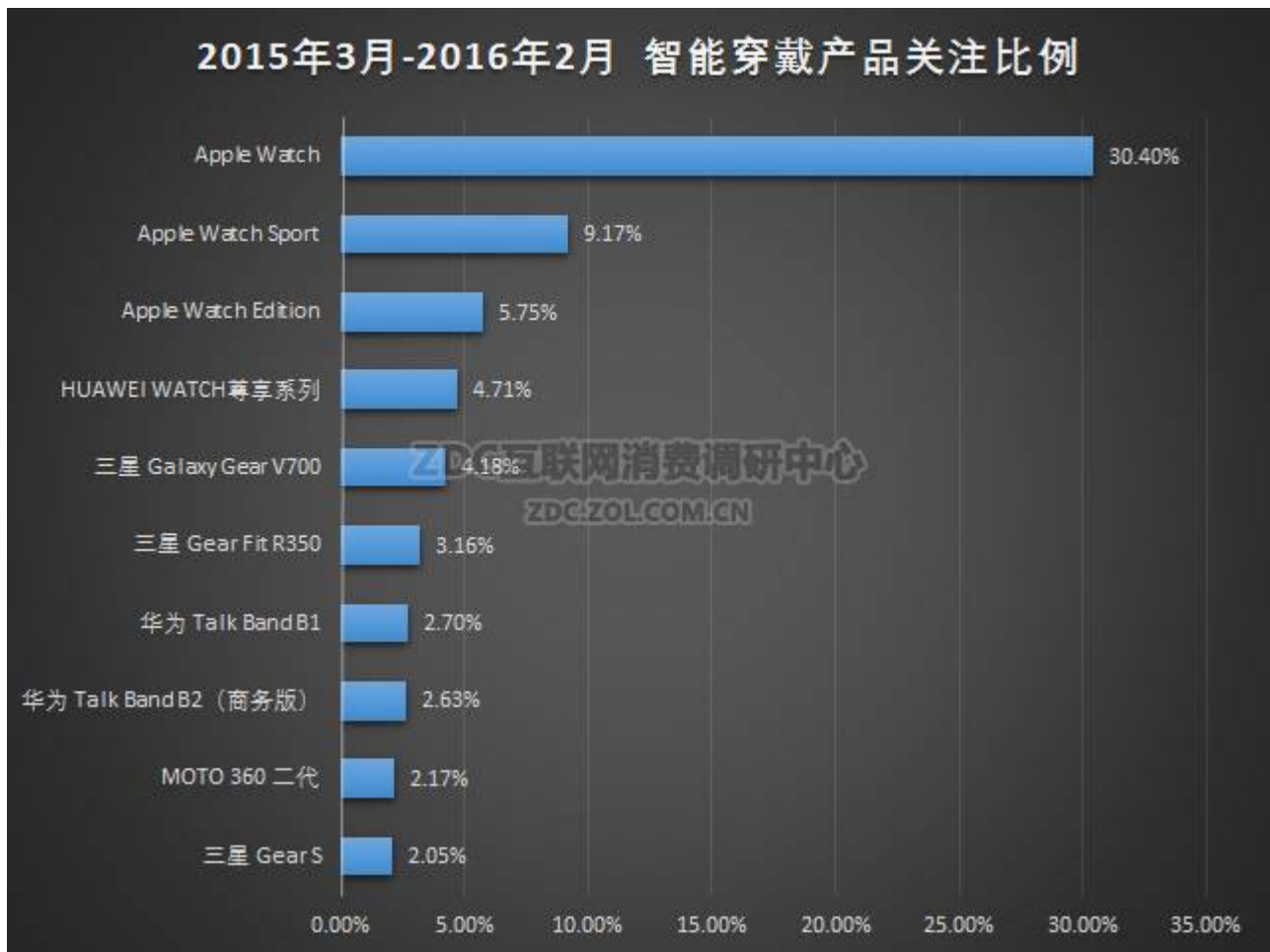


图 2 2015 年 3 月-2016 年 2 月智能穿戴产品关注比例

从产品来看，2015 年 3 月-2016 年 2 月中国的智能穿戴市场产品关注较为集中，用户的关注度两极分化严重。其中，Apple Watch 成为最受欢迎产品，其市场关注比例超过了三成；第二位和第三位的分别是 Apple Watch Sport 和 Apple Watch Edition，其他产品的市场关注比例都不足 5%。整体上看，前十热门产品中，苹果是最大的赢家，三款上榜产品共吸引了 41.32% 的市场关注比例，三星和华为也各有三款产品入围，360 有一款产品入围。第六位到第十位产品的市场关注比例在 2.05%-2.70% 之间，差距十分微小。

Apple Watch 关注度迅速下跌

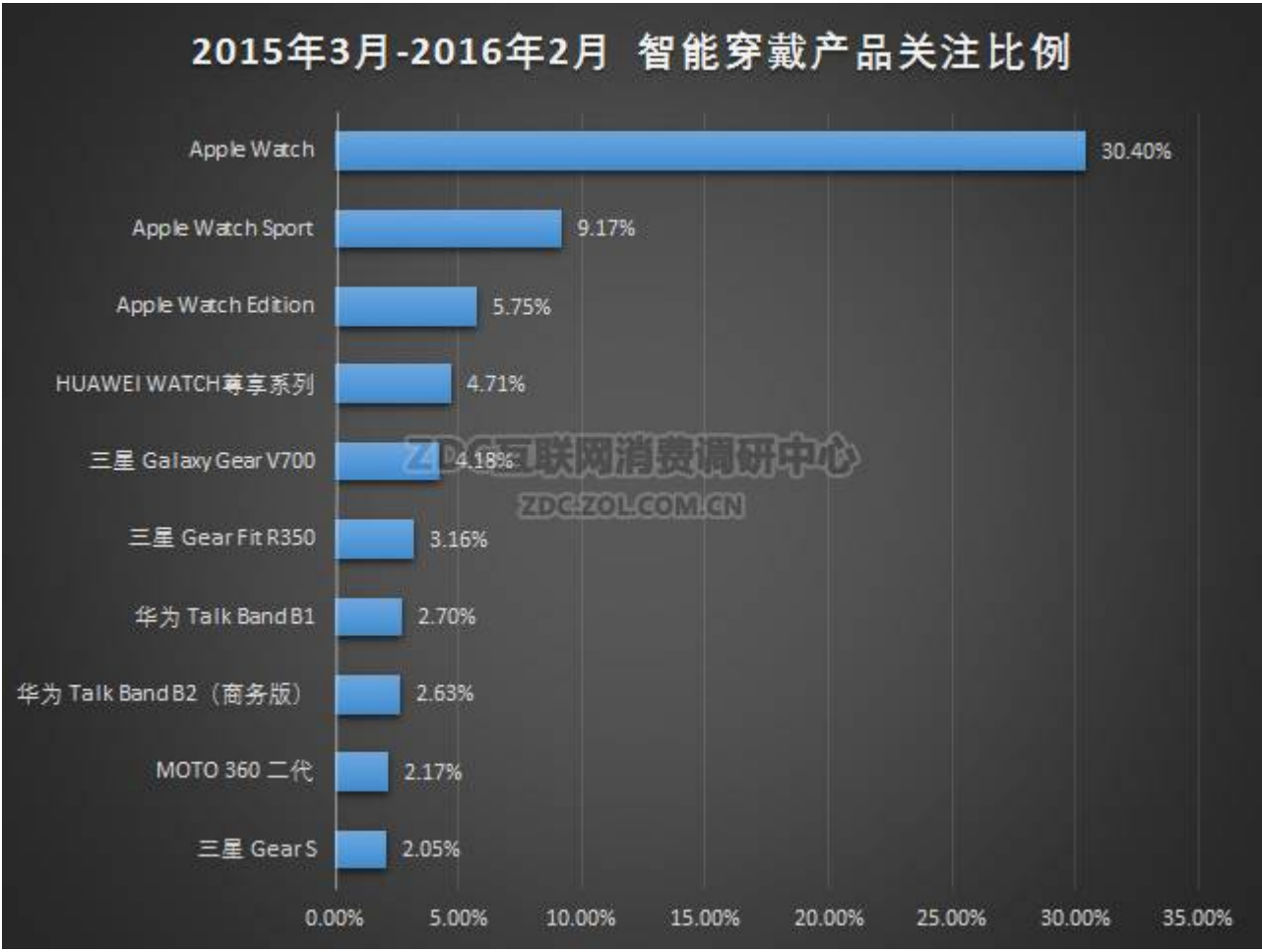


表 2 2015 年 3 月-2016 年 2 月中国智能穿戴产品关注走势

ZDC 统计数据显示，2015 年 3 月-2016 年 2 月，前十热门产品中有七款的关注度是持续下降的，其中，Apple Watch 尤为明显。虽然 Apple Watch 的关注度始终保持在第一的位置，但其市场关注比例却是在迅速下跌，从 Q1 优势明显的 41.74% 下降到 Q2 的 32.52% 后继续下降到 Q3 的 15.72%，Q4 小幅反弹到 18.18%，从 Q1 到 Q4 共计下跌了 23.56 个百分点。HUAWEI WATCH 尊享系列则保持着稳定上升的趋势，从 Q1 的 3.47% 上升到 Q4 的 8.34%，总计上涨了 4.87 个百分点。

2. 智能手表

2.1 智能手表热门品牌

苹果保持领先优势

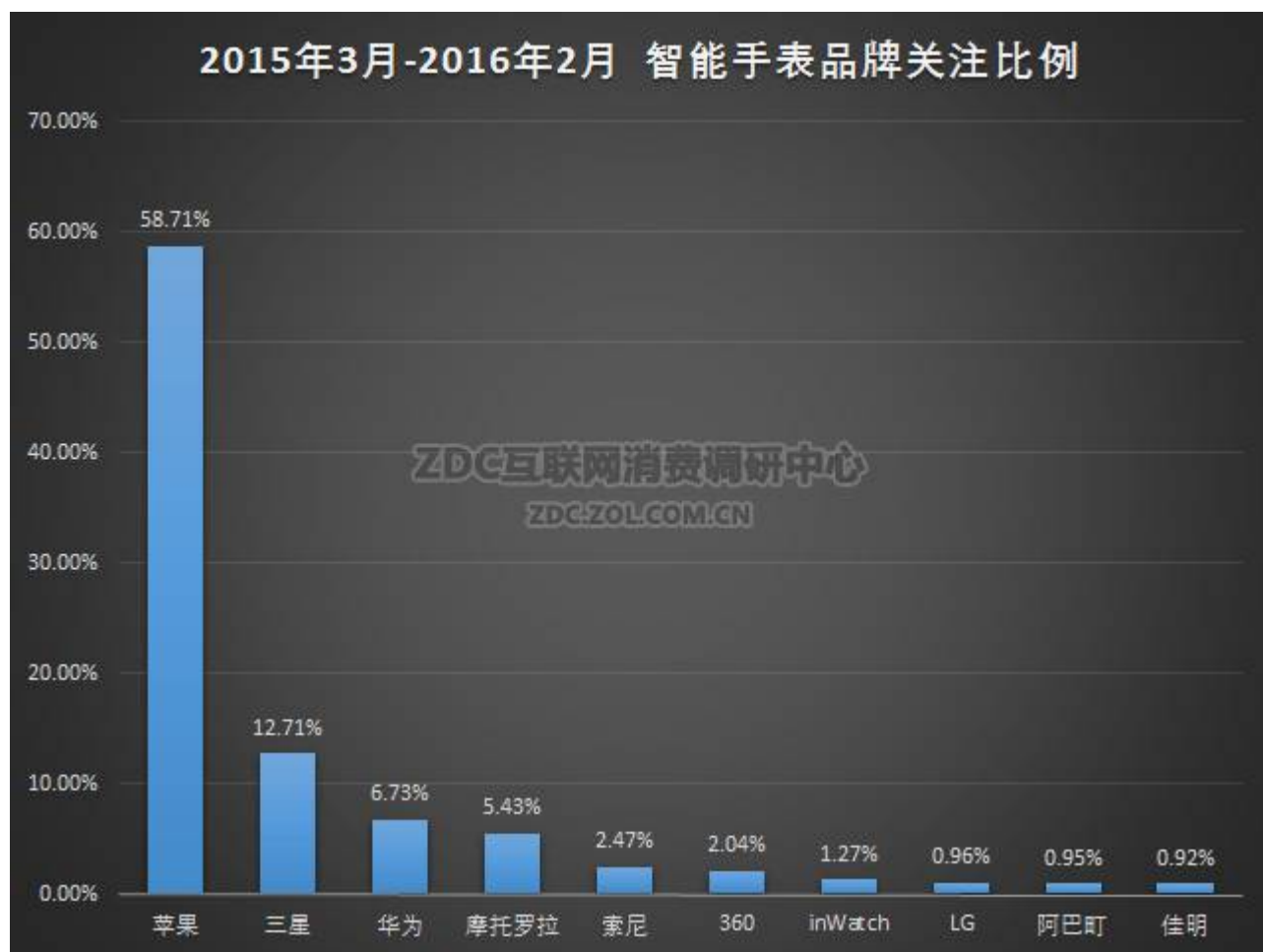


图 3 2015 年 3 月-2016 年 2 月智能手表品牌关注比例

在智能手表方面，苹果依旧独领风骚，以近六成的市场关注比例遥遥领先；三星稳坐第二，其市场关注比例也超过了 10%，华为和摩托罗拉的市场关注比例分别为 6.73%和 5.43%；其他热门智能手表品牌还有索尼、360、inWatch、LG、阿巴町以及佳明，他们的市场关注比例都在 0.92%-2.47%之间。

华为关注度稳步提升，苹果持续下跌

| | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 |
|---------|--------|--------|--------|--------|
| 苹果 | 70.28% | 64.08% | 38.81% | 39.07% |
| 三星 | 12.78% | 11.25% | 15.51% | 11.57% |
| 华为 | 4.14% | 4.54% | 10.20% | 15.71% |
| 摩托罗拉 | 2.21% | 3.82% | 13.22% | 7.17% |
| 索尼 | 2.52% | 2.17% | 2.92% | 2.33% |
| 360 | 0.62% | 3.18% | 2.70% | 2.55% |
| inWatch | 1.28% | 1.28% | 1.36% | 1.06% |
| LG | 1.00% | 0.73% | 1.31% | 0.87% |
| 阿巴町 | 0.51% | 1.23% | 1.50% | 0.72% |
| 佳明 | 0.47% | 0.89% | 1.18% | 2.09% |

表 3 2015 年 3 月-2016 年 2 月中国智能手表市场品牌关注走势

尽管苹果连续四个季度保持着领先优势，其市场关注比例却是在迅速下跌的，从 Q1 的 70.28%先下降到 Q2 的 64.08%，又快速降到 Q3 的 38.81%，最终到达 Q4 的 39.07%，累计全年下跌了 31.21 个百分点。华为继续保持着稳步上升的趋势，从 Q1 的 4.14%最终上升到 Q4 的 15.71%，累计上升 11.57 个百分点。三星的关注度走势较为平稳。

2.2 智能手表热门产品

Apple Watch 受欢迎

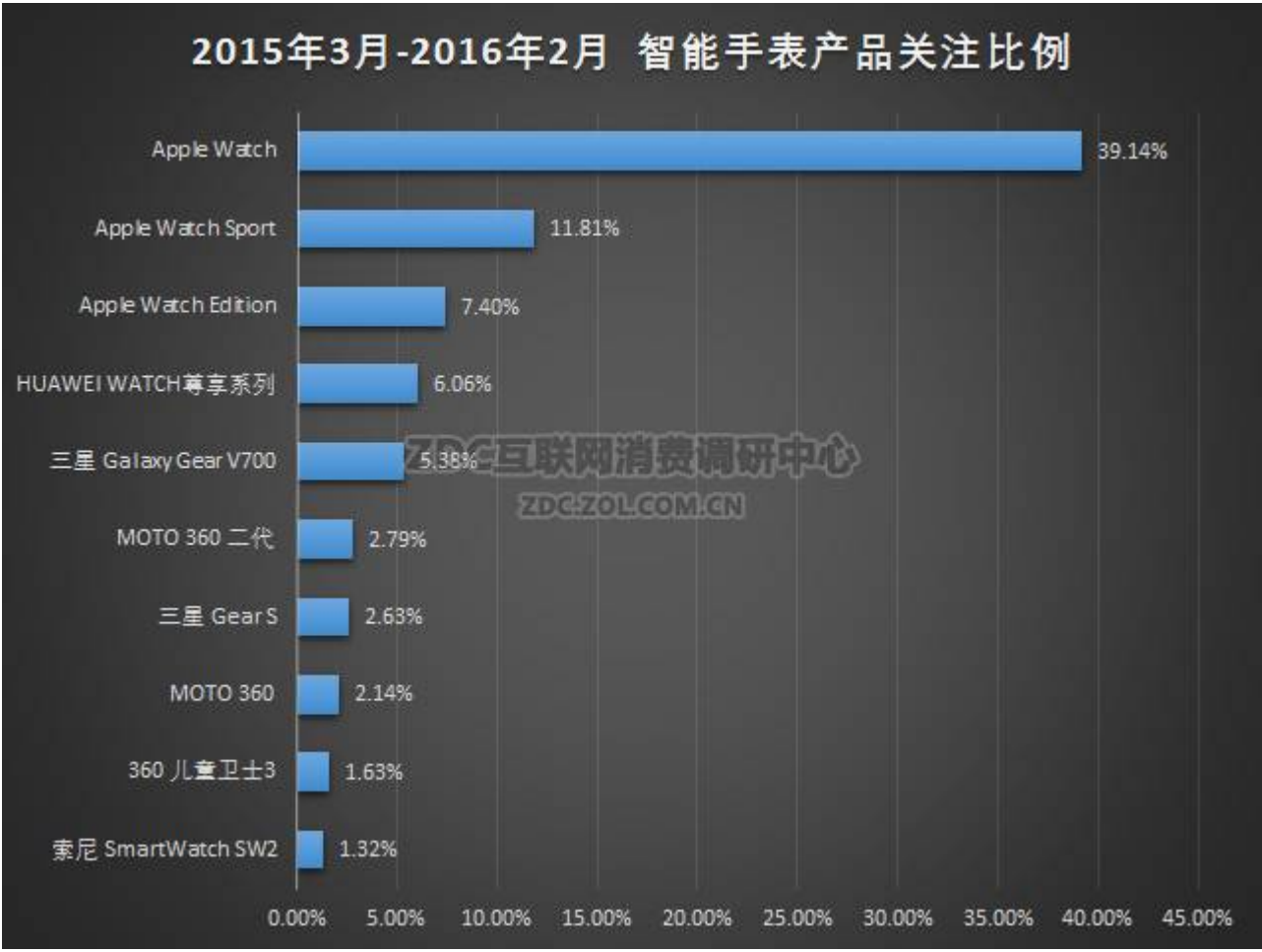


图 4 2015 年 3 月-2016 年 2 月智能手表产品关注比例

2015 年 3 月-2016 年 2 月，Apple Watch 称霸着智能手表市场，Apple Watch、Apple Watch Sport 和 Apple Watch Edition 分别以 39.14%、11.81%和 7.40%排名最受欢迎智能手表前三位，HUAWEI WATCH 尊享系列和三星 Galaxy Gear V700 紧随其后，其他产品的市场关注比例都在 1.32%-2.79%之间，与前面产品有较大差距。

Apple Watch 关注度持续下降

| | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 |
|---------------------|--------|--------|--------|--------|
| Apple Watch | 49.89% | 41.36% | 22.43% | 25.50% |
| Apple Watch Sport | 11.82% | 14.49% | 9.95% | 7.49% |
| Apple Watch Edition | 8.58% | 8.22% | 5.62% | 4.21% |
| HUAWEI WATCH 尊享系列 | 4.14% | 4.39% | 9.29% | 11.69% |
| 三星 Galaxy Gear V700 | 6.46% | 4.86% | 4.92% | 3.94% |
| MOTO 360 二代 | 1.24% | 1.18% | 7.64% | 4.02% |
| 三星 Gear S | 2.98% | 2.93% | 2.27% | 1.28% |
| MOTO 360 | 0.48% | 2.23% | 5.01% | 2.45% |
| 360 儿童卫士 3 | 0.38% | 2.69% | 2.19% | 1.98% |
| 索尼 SmartWatch SW2 | 1.42% | 1.19% | 1.44% | 1.10% |

表 4 2015 年 3 月-2016 年 2 月中国智能手表市场关注走势

从表中可以看出，2015 年 3 月-2016 年 2 月，超过一半的智能手表产品关注度都处于下跌的状态，其中，最为明显的就是 Apple Watch 的三款产品。其中，Apple Watch 从 Q1 的 49.89%持续下跌到 Q4 的 25.50%，累计下降 24.39 个百分点；Apple Watch Sport 下降 4.33 个百分点；Apple Watch Edition 下降了 4.37 个百分点。表中上升最快的产品是 HUAWEI WATCH 尊享系列，从 Q1 的 4.14%连续四个季度持续上升，最终 Q4 达到 11.69%，累计全年上升了 7.55 个百分点。

3. 智能手环

3.1 智能手环热门品牌

华为智能手环关注度高

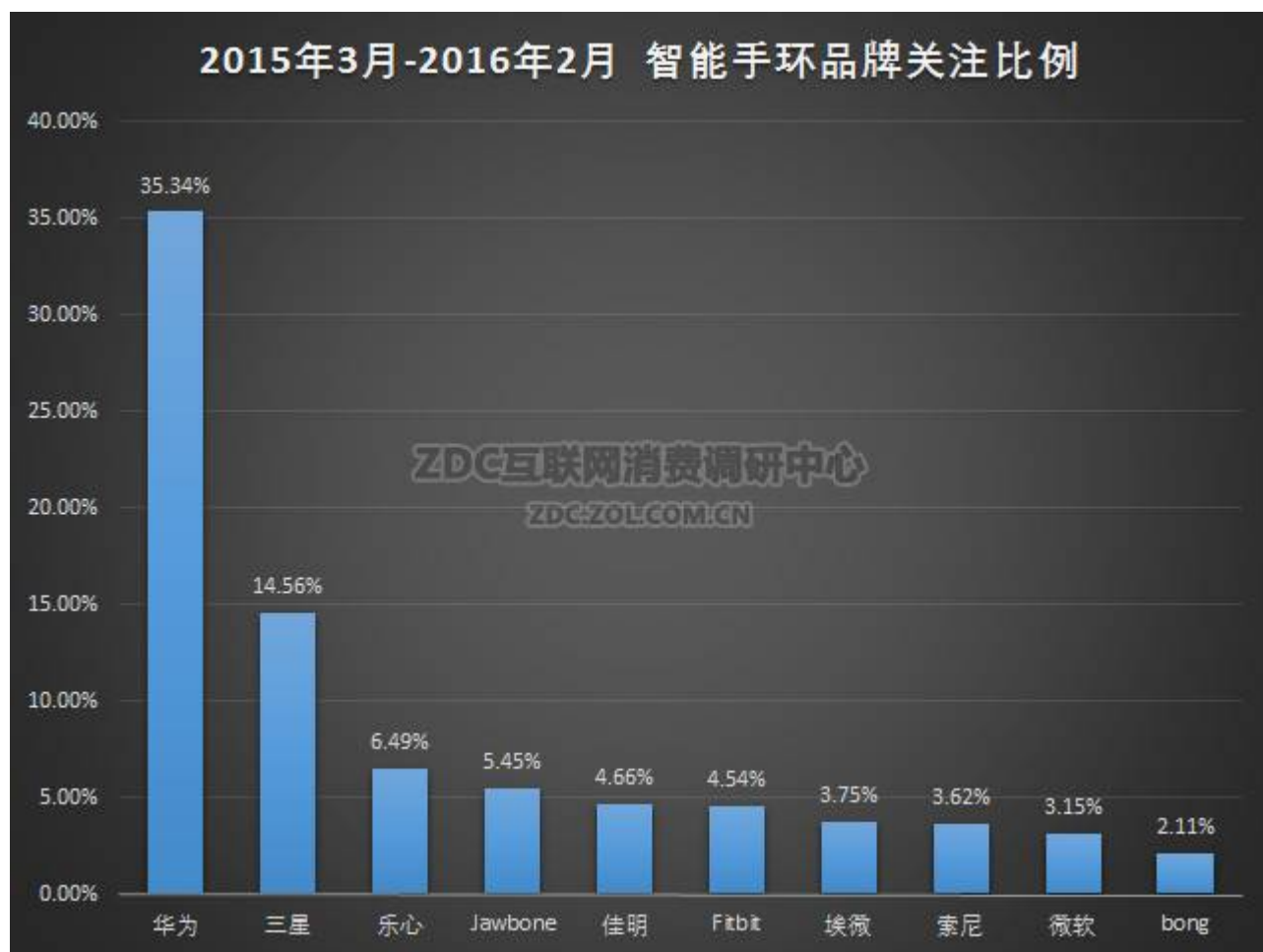


图 5 2015 年 3 月-2016 年 2 月智能手环品牌关注比例

智能手环方面，2015 年 3 月-2016 年 2 月中国的智能穿戴市场上，华为一枝独秀，以超过三成的市场关注比例夺冠；三星第二，其市场关注比例也超过了 10%；其他热门品牌还有乐心、Jawbone、佳明、Fitbit、埃微、索尼、微软和 bong，他们的市场关注比例都在 2.11%-6.49%之间。

华为连续四个季度夺冠

| | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 |
|---------|--------|--------|--------|--------|
| 华为 | 30.79% | 34.71% | 40.12% | 35.07% |
| 三星 | 19.22% | 17.24% | 10.63% | 9.05% |
| 乐心 | 4.75% | 6.55% | 7.78% | 6.84% |
| Jawbone | 7.36% | 5.54% | 4.69% | 3.48% |
| 佳明 | 6.22% | 5.65% | 2.93% | 3.43% |
| Fitbit | 4.36% | 5.05% | 4.21% | 4.53% |
| 埃微 | 1.65% | 3.57% | 4.70% | 5.81% |
| 索尼 | 4.15% | 4.17% | 3.23% | 2.38% |
| 微软 | 3.46% | 1.85% | 3.80% | 3.87% |
| bong | 3.05% | 2.26% | 1.60% | 1.20% |

表 5 2015 年 3 月-2016 年 2 月中国智能手环关注度走势

ZDC 统计数据显示，2015 年 3 月-2016 年 2 月中国的智能手环市场上，华为连续四个季度夺冠，关注度略有波动，总体呈现上升的趋势，从 Q1-Q4 累计上升了 4.28 个百分点。三星的关注比例则呈现持续下降的趋势，从 Q1 的 19.22%下降到 Q2 的 17.24%，Q3 继续下跌到 10.63%，Q4 达到全年最低点 9.05%。其他品牌中，下降趋势比较明显的还有 Jawbone 和佳明。

3.2 智能手环热门产品

三星 Gear Fit R350 最受用户欢迎

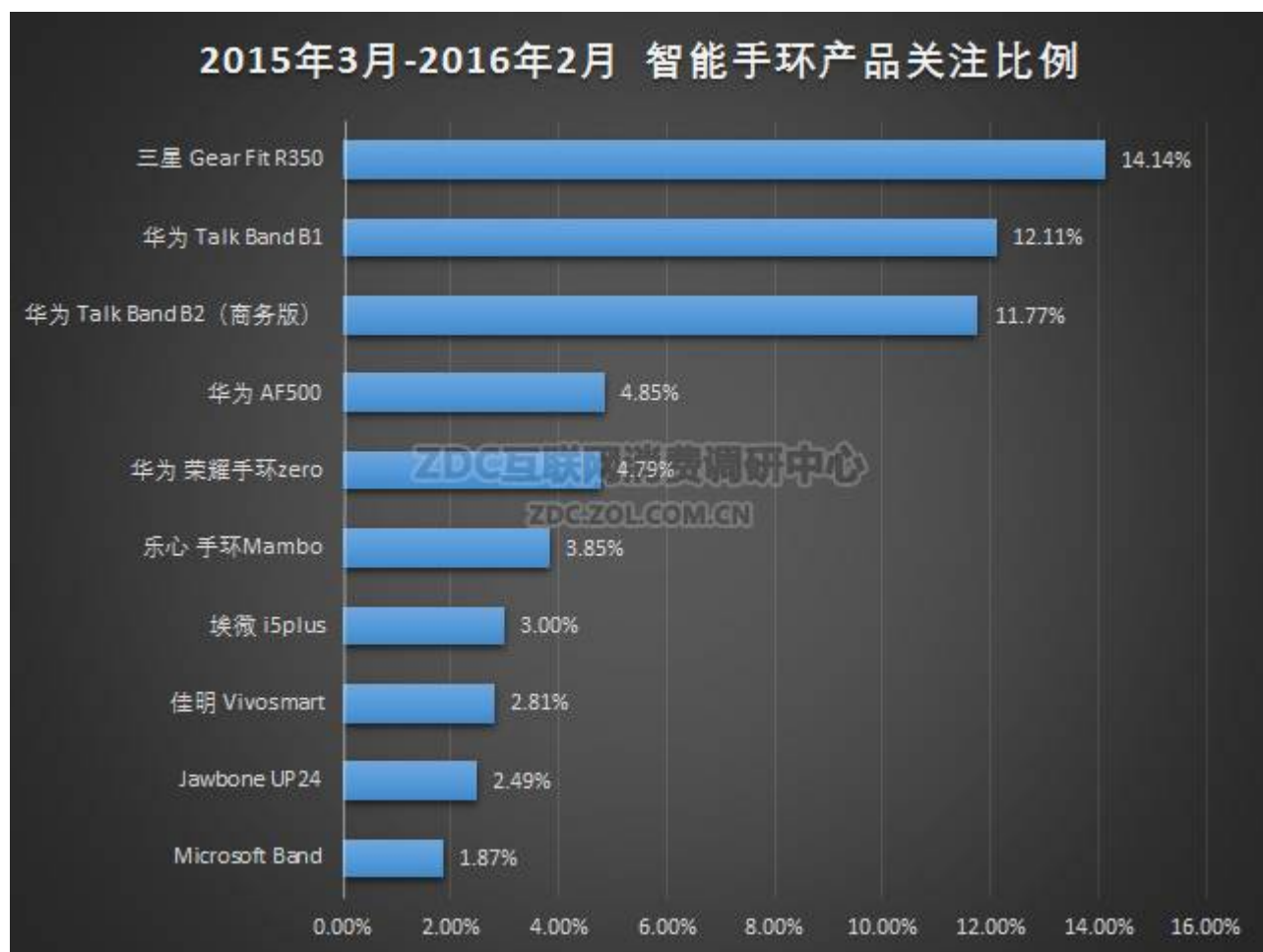


图 6 2015 年 3 月-2016 年 2 月中国智能手环产品关注比例

在十大热门智能手环中，三星 Gear Fit R350 以 14.14%的关注比例成为最受欢迎产品，华为 Talk Band B1 和华为 Talk Band B2（商务版）分别排名第二位和第三位，他们的关注比例为 12.11%和 11.77%。其他产品的市场关注比例都在 5%以下。整体上看，十大热门智能手环分别来自三星、华为、乐心、埃微、佳明、Jawbone 和微软七个厂商旗下，其中，华为上榜的产品最多，共四款。

华为 荣耀手环 zero 关注度快速上升

| | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 |
|-----------------------|--------|--------|--------|--------|
| 三星 Gear Fit R350 | 18.88% | 16.87% | 10.13% | 8.58% |
| 华为 Talk Band B1 | 15.23% | 12.51% | 11.12% | 7.94% |
| 华为 Talk Band B2 (商务版) | 10.20% | 13.31% | 11.53% | 11.93% |
| 华为 AF500 | 5.36% | 5.83% | 4.18% | 3.38% |
| 华为 荣耀手环 zero | 0.00% | 2.33% | 9.87% | 7.90% |
| 乐心 手环 Mambo | 1.43% | 3.58% | 5.56% | 5.16% |
| 埃微 i5plus | 1.65% | 3.35% | 3.49% | 3.65% |
| 佳明 Vivosmart | 3.64% | 3.68% | 1.86% | 1.59% |
| Jawbone UP24 | 4.47% | 2.33% | 1.70% | 0.96% |
| Microsoft Band | 3.46% | 1.85% | 1.19% | 0.54% |

表 6 2015 年 3 月-2016 年 2 月中国智能手环市场关注走势

2015 年 3 月-2016 年 2 月中国的智能手环市场上，有超过一半的产品关注度持续下降。

其中，三星 Gear Fit R350 的关注度下降明显，从 Q1-Q4 共计下降了 10.30 个百分点；华为 Talk Band B1 的关注度累计下降 7.29 个百分点；关注度上升较为明显的产品有华为 荣耀手环 zero，Q1-Q4 共上升了 7.90 个百分点。

四、中国智能穿戴市场价格分析

1. 智能穿戴市场价格分析

超过四成用户关注 3000 元以上产品

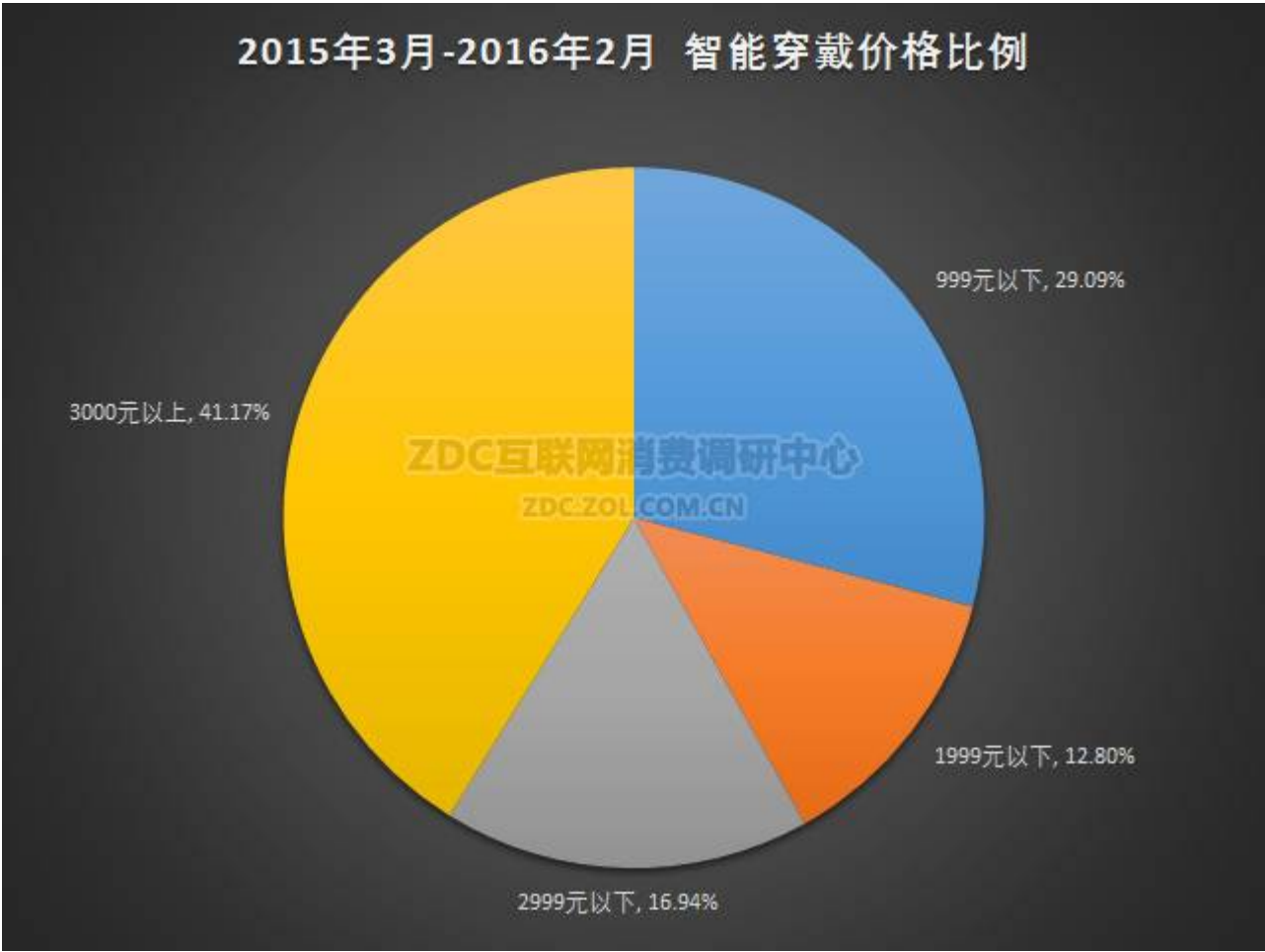


图 7 2015 年 3 月-2016 年 2 月智能穿戴价格比例

在价格方面，2015 年 3 月-2016 年 2 月中国的智能穿戴市场上，有超过 4 成的用户关注价格在 3000 元以上的产品；价格为 999 元以下产品的市场关注比例为 29.09%，2999 元以下产品的市场关注比例为 16.94% 价格在 1999 元以下的产品市场关注比例为 12.80%。

3000 元以上产品的关注比例持续下跌

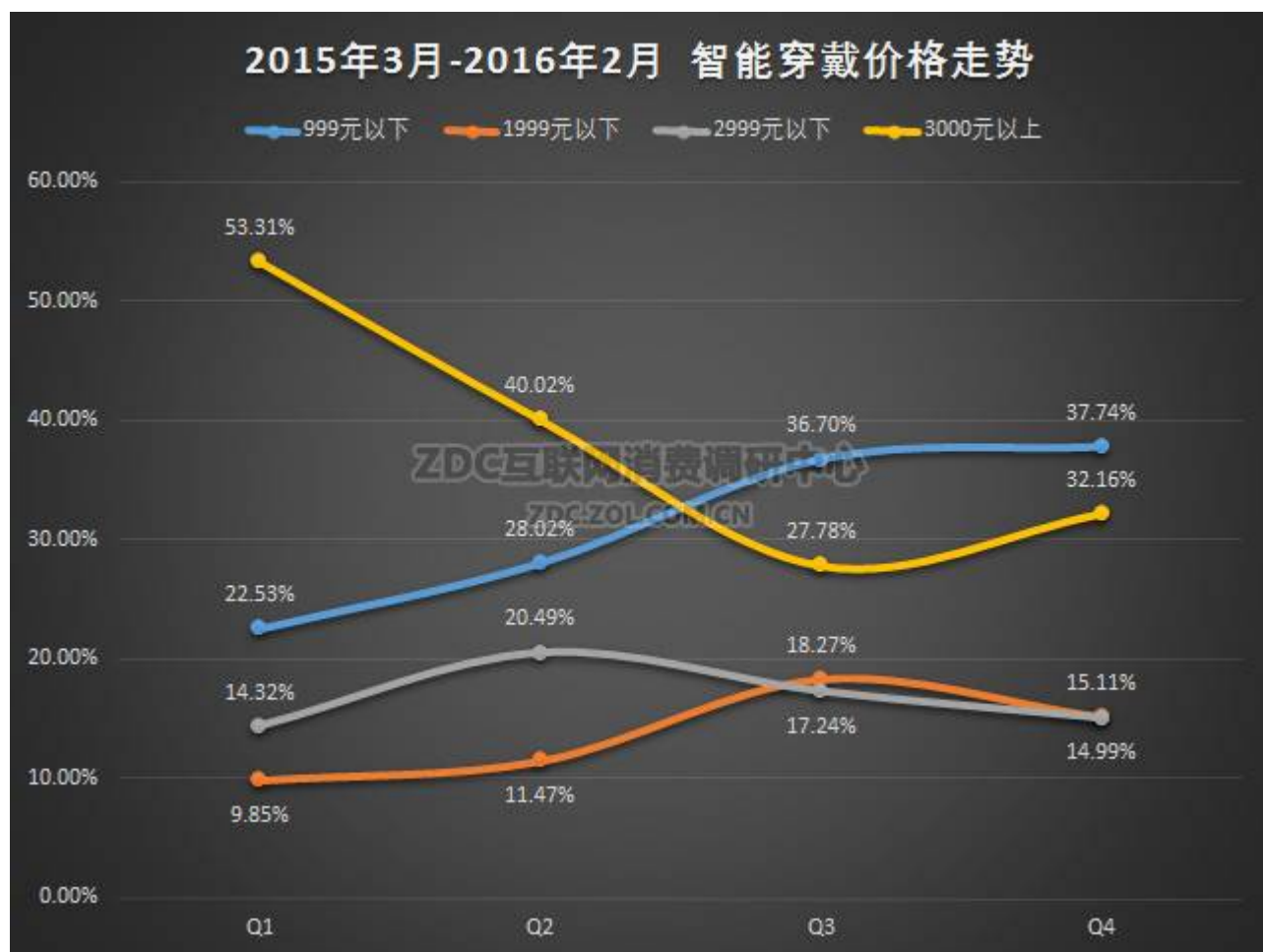


图 8 2015 年 3 月-2016 年 2 月智能穿戴价格走势

从 Q1-Q4 的价格走势图可以看出，价格在 3000 元以上的产品市场关注比例是持续显著下跌的，最高点为 Q1 的 53.31%，最低点是 Q3 的 27.78%，二者相差 25.53 个百分点；而价格在 999 元以下的产品关注比例则呈现持续上升的趋势，从 Q1 的 22.53%持续上升到 Q4 的 37.74%，在 Q3 和 Q4 都成为最受关注的价格区间。其他价格区间的产品也都有小幅的波动。

2. 智能手表价格分析

2000 元-2999 元产品关注度高

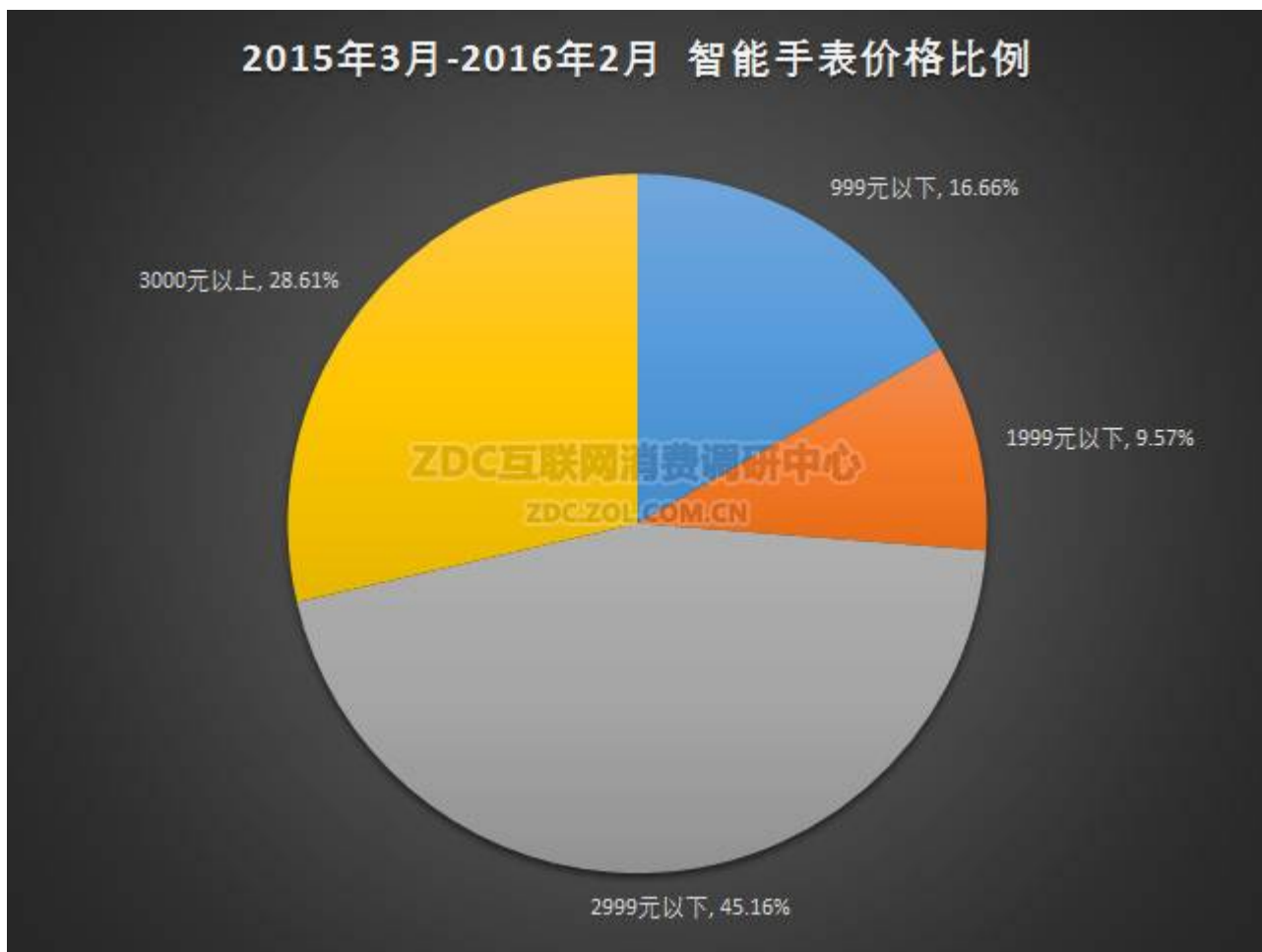


图 9 2015 年 3 月-2016 年 2 月智能手表价格比例

在智能手表方面，2015 年 3 月-2016 年 2 月中国的智能穿戴市场上，价格在 2000 元-2999 元的智能手表市场关注比例高达 45.16%，远远高于其他价格区间；价格在 3000 元以上的智能手表市场关注比例也很高，为 28.61%；价格为 999 元以下智能手表的市场关注比例为 16.66%，1000 元-1999 元产品的市场关注度占比为 9.57%。

2000 元-2999 元智能手表关注度大幅下跌

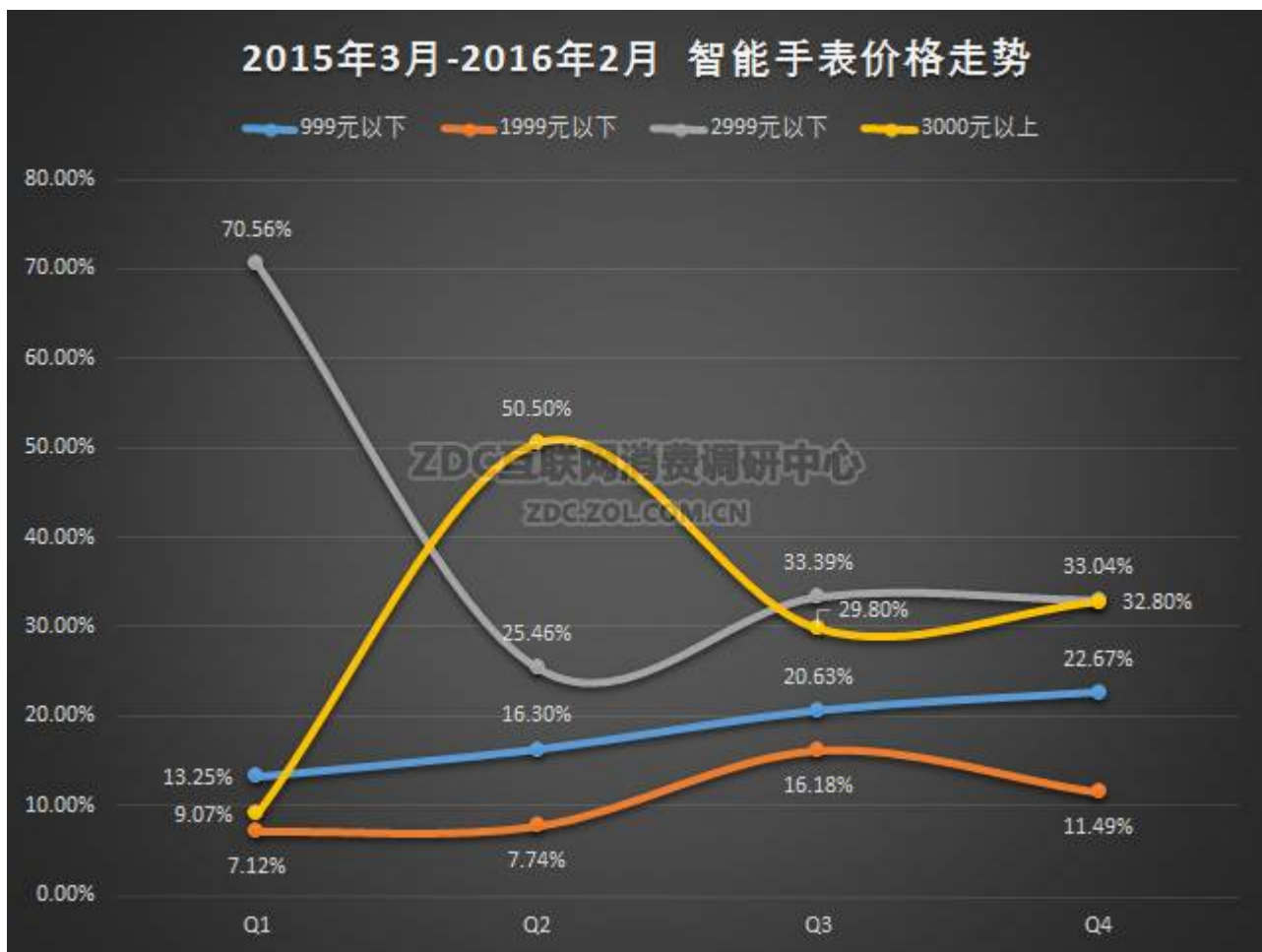


图 10 2015 年 3 月-2016 年 2 月智能手表价格走势

从图中可以看出，2015 年 3 月-2016 年 2 月中国的智能手表市场上，价格在 2000 元-2999 元以及 3000 元以上的产品市场关注比例都出现了大幅波动。其中，2000 元-2999 元的智能手表市场关注比例从 Q1 的 70.56% 直线下降到 Q2 的最低点 25.46%，降幅高达 45.10 个百分点；而 3000 元以上的产品市场关注比例则从 Q1 的 9.07% 迅速上升到 Q2 的 50.50%，涨幅为 41.43 个百分点。其他价位产品关注比例波动较小。

3. 智能手环价格分析

500 元-999 元产品受欢迎

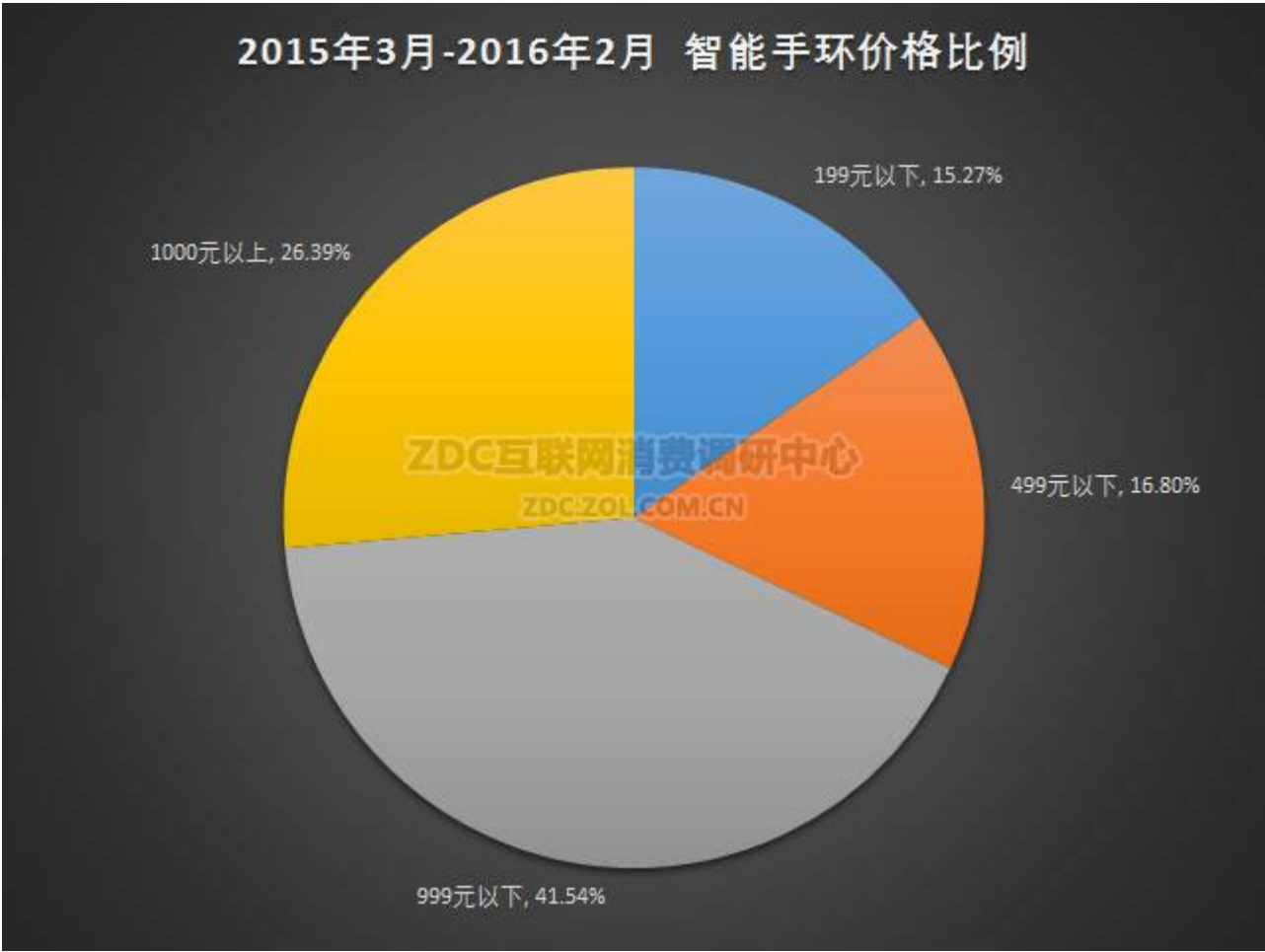


图 11 2015 年 3 月-2016 年 2 月智能手环价格比例

在智能手环方面 ,2015 年 3 月-2016 年 2 月中国的智能穿戴市场上 ,价格在 500 元-999 元的智能手环最受用户的欢迎 , 其市场关注比例为 41.54% ; 其次是 1000 元以上的智能手环 , 市场关注比例为 26.39% ; 价格为 200 元-499 元以及 199 元以下的智能手环市场关注比例分别是 16.80%和 15.27%。

500 元-999 元智能手环关注度下降明显

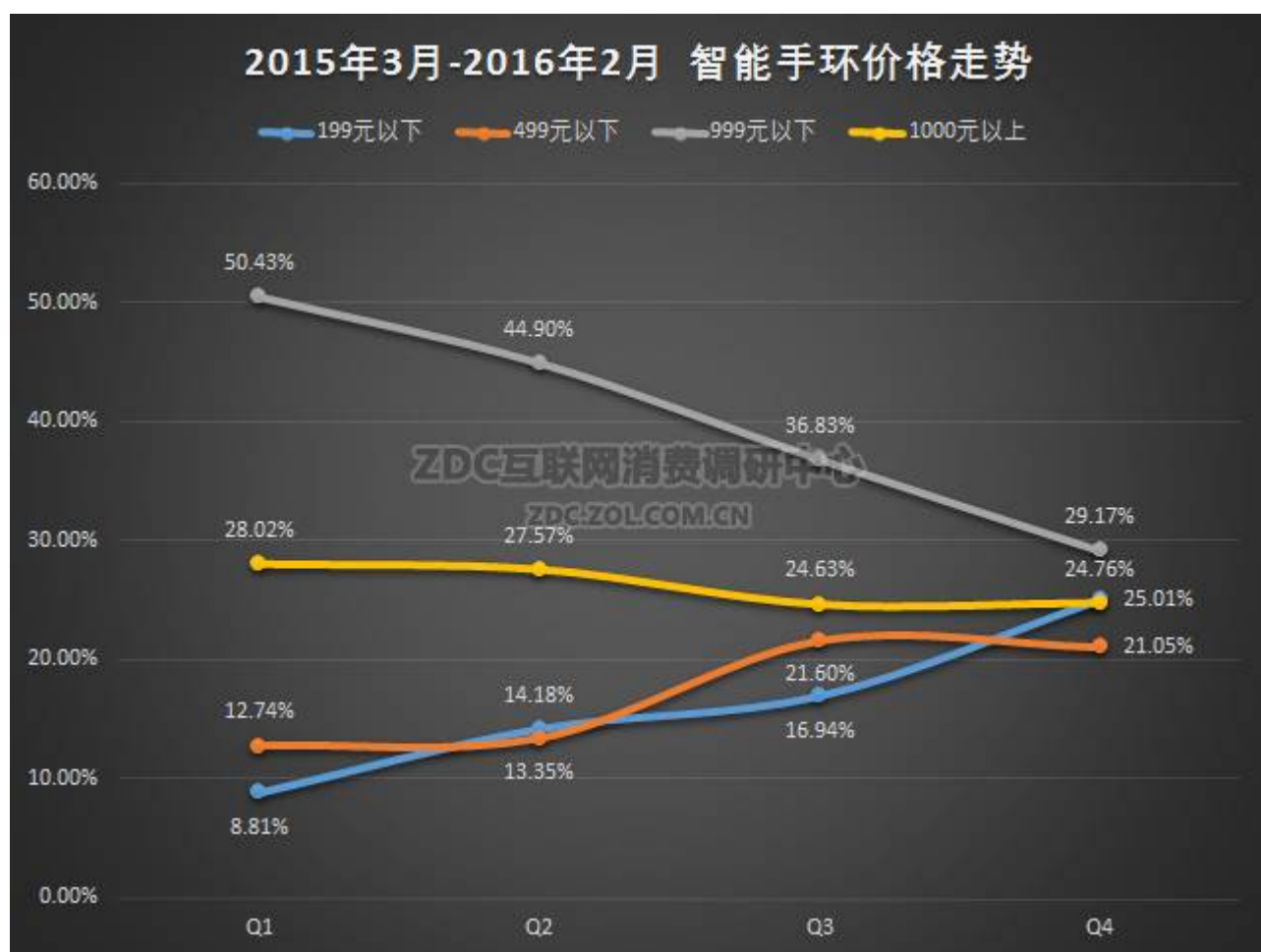


图 12 2015 年 3 月-2016 年 2 月智能手环价格走势

ZDC 统计数据显示，2015 年 3 月-2016 年 2 月中国的智能手环市场上，各价格区间的产品市场关注比例都有不同程度的变化。其中，价格为 500 元-999 元的产品市场关注比例显著下跌，从 Q1 的 50.43%持续下跌，到 Q4 达到最低点 29.17%，总计下降了 21.26 个百分点。价格为 199 元以下和 200 元-499 元的产品市场关注比例都呈现上升的趋势，价格为 1000 元以上的产品关注比例变化不大。

五、ZDC 总结

总的来说，2015 年度的智能穿戴市场持续快速发展的趋势，苹果凭借 Apple Watch 在智能手表市场独占鳌头，虽然其关注比例呈现迅速下降的趋势，但他的关注度始终远远高于其他品牌产品。智能手环市场则由华为领跑，优势明显，地位稳固；三星潜力巨大并夺得最

受欢迎产品。价格方面，整体市场中，3000 元以上的产品在关注度上占有一定优势；2000 元-2999 元的智能手表以及 500 元-999 元的智能手环用户关注度最为集中。