

2014-2019年中国智能手表 市场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2019年中国智能手表市场深度调研与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/qitaqinggongshuju1404/Y67504IMO0.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-04-04

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国智能手表市场深度调研与投资前景研究报告》共十一章。首先介绍了智能手表相关概述、中国智能手表市场运行环境等，接着分析了中国智能手表市场发展的现状，然后介绍了中国智能手表重点区域市场运行形势。随后，报告对中国智能手表重点企业经营状况分析，最后分析了中国智能手表行业发展趋势与投资预测。若您想对智能手表产业有个系统的了解或者想投资智能手表行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

智能手表，是将手表内置智能化系统、搭载智能手机系统而连接于网络而实现多功能，能同步手机中的电话、短信、邮件、照片、音乐等。智能手表有别于一般传统的手表，它没有传统手表的石英机芯或机械机芯，取而代之的是小巧的电路板以及微处理器。

随着移动技术的发展，许多传统的电子产品也开始增加移动方面的功能，比如过去只能用来看时间的手表，现今也可以通过智能手机或家庭网络与互联网相连，显示来电信息、Twitter和新闻feeds、天气信息等内容。这种新手表即为智能手表。

目前在售智能手表主要品牌与企业：		主要品牌与企业	三
三星-Glaxy Gear	索尼-Smart watch	Alerta-Pebble	酷派-cwatch
	果壳-GeakWatch		

资料来源：博思数据研究中心整理

当前中国主要的智能手表消费量集中在长三角、珠三角及环渤海地区，具体比例见下图：

数据来源：博思数据研究中心整理

第一章 中国智能手表行业发展概述 1

第一节 智能手表行业概述 1

一、智能手表的定义 1

智能手表，是将手表内置智能化系统、搭载智能手机系统而连接于网络而实现多功能，能同步手机中的电话、短信、邮件、照片、音乐等。智能手表有别于一般传统的手表，它没有传统手表的石英机芯或机械机芯，取而代之的是小巧的电路板以及微处理器。

随着移动技术的发展，许多传统的电子产品也开始增加移动方面的功能，比如过去只能用来

来看时间的手表，现今也可以通过智能手机或家庭网络与互联网相连，显示来电信息、Twitter和新闻feeds、天气信息等内容。这种新手表即为智能手表。

二、智能手表的特点 1

目前在售的智能手表功能并不完善，仅仅停留在与手机互联，同步手机中的电话、短信、邮件、照片、音乐等功能方面。专家指出，未来智能手表要想吸引消费者前来购买，应当具备以下10大特点：

1、全面整合智能手机功能

任何一款智能手表，不管是现在已经上架的，或者即将上架的，都必须能够与智能手机联网，并处理智能手机的所有任务，包括拨打电话和发送短信。如果缺少这样的功能，那么智能手表离终结也就不远了。

2、独具匠心

尽管智能手表都整合了高级软件和硬件，但对普通消费者而言，智能手表的价值主要还是通过特色功能所体现出来的。无论如何，消费者都希望手腕上配带的是一款极具特色的产品，因此，在智能手表领域，风格或特色就是一切。

3、适当的公司生产

并非所有的公司都能够在智能手表领域大获成功。智能手机和平板电脑市场已经表明，成功的设备往往都来自消费者所期待的公司，这也是为何苹果和三星能够在智能手表领域获得青睐、而一家非著名公司可能难以在此领域成功的原因。

4、合理的价格

三星Galaxy Gear智能手表售价为299美元，这在移动领域绝对是个问题。三星和其他竞争对手需要想方设法让智能手表降价，一款配带在手腕上的设备售价不可能，而且也不应当像智能手机那样昂贵，要知道，合理的价格很关键。

5、有效的第三方应用

智能手表要想取得成功，就需要获得第三方应用的支持，这样才能拓展智能手表的功效。当然，设备制造商会提供相应的应用，但是，这还是需要第三方应用开发者的支持，这样智能手表将会取得成功，否则就将面临困境。

6、完全直观的设计

业界评论人士发现，三星的Galaxy Gear软件并不像他们想像的那样直观，这是个大问题。简易使用非常重要。人们应当能够接触一些按键，划过显示屏，并处理任何任务。如果达不到这样的直观设计要求，那么智能手表将难以赢得市场的青睐。

7、丰富的功能体验

更多的功能当然非常重要，但不要忘记，智能手表是一款配带在用户手腕上的设备，显示屏至少达到3英寸。另外，这种设备的首要功能就是显示时间，因此，各大制造商在智能手表中添加功能时，应当三思而行，如果功能过多无效的话，智能手表将很难成功，反而会让智能手表难以操作，重要的是，智能手表要能给用户带来丰富的体验。

8、连接Google Now？

Google Now是谷歌(微博)公司的一项计划，无论何时何地都能给用户提供最相关的数据。尽管还没有消息涉及谷歌将把Google Now服务置入智能手表之中，但是Google Now的理念与智能手表非常相配备，毕竟，智能手表配置了Google Now服务之后，将有助于用户明确所处位置及所在区域。

9、跨平台协作

尽管Galaxy Gear是三星精心打造的产品，但仍存在诸多不足。市场关注的是，智能手表能否与多种设备和操作系统相兼容，这一点可能与苹果的理念相冲突，但是，苹果最终推出iWatch时，最好还是确保这款设备能够与Android协作。

10、基于耐用的商业模式

没有人希望每年都购买一块新手表，因此，如果一款智能手表经久耐用，那么这将非常符合消费者和硬件制造商的最大利益。智能手表不应当成为用户购买不久就随便扔掉的电子设备，当然，硬件制造商希望销售更多的产品来增加营收，但如果移动领域能够给我们提供经验教训的话，那么这肯定就是所谓的“生态系统”——即让硬件和软件相配备，这才是真正的未来，这也是智能手表领域需要关注的一种商业模式。设备制造商不应当单纯依赖硬件来创收，未来是为了从设备中盈利，然后再通过软件建立现有的营收渠道。

第二节智能手表上下游产业链分析 3

一、产业链模型介绍 3

二、智能手表行业产业链分析 5

智能手表行业的上游包括电子元件、芯片、屏幕等厂商，中游是智能手表生产商，下游是电子产品专卖店、大型购物广场等经销商和终端消费者，具体产业链如下图所示：

资料来源：博思数据研究中心整理

目前我国与智能手表产业链关联性较大的重点企业主要有——

……………….

第三节 智能手表行业生命周期分析 7

一、行业生命周期概述 7

二、智能手表行业所属的生命周期 8

第四节 行业经济指标分析 9

一、赢利性 9

二、附加值的提升空间 9

三、进入壁垒 / 退出机制 9

进入壁垒：

进入壁垒(Barriers to entry) 是影响市场结构的重要因素，是指产业内既存企业对于潜在进入企业和刚刚进入这个产业的新企业所具有的某种优势的程 度。换言之，是指潜在进入企业 和新企业若与既存企业竞争可能遇到的种种不利因素。进入壁垒具有保护产业内已有企业的作用，也是潜在进入者成为现实进入者时必须首先克服的困难。

1、技术壁垒

智能手表涉及多学科多领域技术，综合了电力电子技术、电代计算机技术、微电子技术等，行业技术集成度高、开发难度大、制造工艺复杂，具有较高的技术门槛。

2、行业推广及销售渠道壁垒

智能手表行业推广及销售渠道的建立还需要大量的时间、资金、人力的投入。因此，存在着较高的行业推广及销售渠道壁垒。

3、资金壁垒

智能手表行业是典型的技术、资金密集型行业。需要投入大量资金，一次性投入装备较多，是进入该行业的一大障碍。

退出机制：

所谓投资退出机制，是指风险投资机构在所投资的风险企业发展相对成熟或不能继续健康发展的情况下，将所投入的资本由股权形态转化为资本形态，以实现资本增值或避免和降低财产损失的机制及相关配套制度安排。风险投资的本质是资本运作，退出是实现收益的阶段，同时也是全身而退进行资本再循环的前提。

智能手表行业的退出机制主要包括股份上市和公司清算两种。对于发展环境规模较大的企业可以谋求上市，而发展陷入停滞期的企业多数通过公司清算的方式退出行业。

四、行业周期 10

第二章 2013年世界智能手表市场运行形势分析 11

第一节 2012年全球智能手表行业发展回顾 11

第二节 亚洲地区主要市场概况 22

第三节 欧盟主要国家市场概况 22

第四节 北美地区主要市场概况 22

第五节 2014-2019年世界智能手表发展走势预测 23

第三章 2013年中国智能手表产业发展环境分析 24

第一节 2013年中国宏观经济环境分析 24

一、GDP历史变动轨迹分析 24

初步核算，2013年全年国内生产总值568845亿元，按可比价格计算，比上年增长7.7%。分季度看，一季度同比增长7.7%，二季度增长7.5%，三季度增长7.8%，四季度增长7.7%。分产业看，第一产业增加值56957亿元，增长4.0%；第二产业增加值249684亿元，增长7.8%；第三产业增加值262204亿元，增长8.3%。从环比看，四季度国内生产总值增长1.8%。全年万元国内生产总值能耗比上年下降3.7%。

资料来源：国家统计局

资料来源：国家统计局

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 31

三、2014年中国经济发展预测分析 34

第二节 智能手表行业主管部门、行业监管体 35

第三节 中国智能手表行业政策环境分析 40

一、智能制造科技发展“十二五”专项规划 40

二、电子信息制造业“十二五”发展规划 45

第四节 2013年中国智能手表产业社会环境发展分析 60

一、人口环境分析 60

二、教育环境分析 60

三、文化环境分析 61

四、生态环境分析 63

五、消费观念分析 64

第四章 2013年中国智能手表产业运行情况 68

第一节 中国智能手表行业发展状况 68

一、智能手表行业市场供给情况 68

二、智能手表行业市场需求情况 81

三、智能手表行业市场容量 81

第二节 中国智能手表行业价格走势分析 82

一、智能手表行业价格影响因素分析 82

二、2012年智能手表行业价格走势回顾 82

目前，市场上在售(接受预定)的智能手表报价大多位于159-335美元之间，根据不同厂家的销售策略不同而存在一定的价格差别。

主要智能手表定价		价格（美元/块）		Galaxy Gear	299
Kreyos Meteor		149.95	Smart watch2	199.95	
I’mWatch	349	Pebble	150	OmatetrueSmart	
175	HOTWatch	159	AGENT	299	
metaWatchStrata	179	CookooSmartwatch	129	Androidly	
219	MartianSmartwatch	249	NeptunePine	335	

数据来源：博思数据研究中心整理

三、2014-2019年智能手表行业价格走势预测 83

第三节 中国智能手表行业技术发展分析 84

第四节 智能手表行业未来发展趋势预测 85

第五章 中国智能手表市场发展分析 88

第一节 中国智能手表行业竞争现状 88

第二节 中国智能手表行业集中度分析 88

一、市场集中度 88

二、企业集中度 88

三、区域集中度 89

当前中国主要的智能手表消费量集中在长三角、珠三角及环渤海地区，具体比例见下图：

数据来源：博思数据研究中心整理

第三节 智能手表行业品牌现状分析 89

第四节 中国智能手表行业存在的问题 90

第五节 中国智能手表行业国际竞争力分析 91

一、生产要素 91

二、需求条件 91

三、支援与相关产业 91

四、企业战略、结构与竞争状态 92

五、政府的作用 93

第六章 2013年中国智能手表行业竞争情况 94

第二节 行业竞争结构分析 94

一、现有企业间竞争 94

二、潜在进入者分析 94

三、替代品威胁分析 94

四、供应商议价能力 95

五、客户议价能力 95

第三节 智能手表行业SWOT分析 95

一、优势 95

二、劣势 96

三、机会 96

四、威胁 96

第四节 中国智能手表产品竞争力优势分析 96

一、整体产品竞争力评价 96

二、产品竞争力评价结果分析 96

三、竞争优势评价及构建建议 97

第七章 2011-2013中国智能手表所属行业主要数据监测分析（C4130 钟表与计时仪器制造） 98

第一节 2011-2013中国智能手表所属行业总体数据分析 98

- 一、2011年中国智能手表所属行业全部企业数据分析 98
- 二、2012年中国智能手表所属行业全部企业数据分析 100
- 三、2013年中国智能手表所属行业全部企业数据分析 101
- 第二节 2011-2013中国智能手表所属行业不同规模企业数据分析 103
 - 一、2011年中国智能手表所属行业不同规模企业数据分析 103
 - 二、2012年中国智能手表所属行业不同规模企业数据分析 104
 - 三、2013年中国智能手表所属行业不同规模企业数据分析 104
- 第三节 2011-2013中国智能手表所属行业不同所有制企业数据分析 105
 - 一、2011年中国智能手表所属行业不同所有制企业数据分析 105
 - 二、2012年中国智能手表所属行业不同所有制企业数据分析 105
 - 三、2013年中国智能手表所属行业不同所有制企业数据分析 106

第八章 2013年智能手表行业重点生产企业分析 107

第一节 北京君正集成电路股份有限公司 107

- 一、企业概况 107
- 二、企业主要经济指标分析 107
- 三、企业盈利能力分析 108
- 四、企业偿债能力分析 109
- 五、企业运营能力分析 110
- 六、企业成长能力分析 111

第二节 深圳市奋达科技股份有限公司 111

- 一、企业概况 111
- 二、企业主要经济指标分析 111
- 三、企业盈利能力分析 112
- 四、企业偿债能力分析 113
- 五、企业运营能力分析 114
- 六、企业成长能力分析 115

第三节 中国无线科技有限公司(HK2369) 115

- 一、企业概况 115
- 二、企业主要经济指标分析 116
- 三、企业盈利能力分析 116
- 四、企业偿债能力分析 118

五、企业现金流量分析 119

第四节 中兴通讯股份有限公司 119

一、企业概况 119

二、企业主要经济指标分析 120

三、企业盈利能力分析 121

四、企业偿债能力分析 122

五、企业运营能力分析 123

六、企业成长能力分析 124

第九章 2014-2019年智能手表行业发展预测 125

第一节 2014-2019年中国智能手表行业未来发展前景分析 125

一、2014-2019年中国智能手表市场发展环境分析 125

二、2014-2019年中国智能手表行业市场规模预测 125

三、2014-2019年中国智能手表行业市场发展趋势分析 125

第二节 2014-2019年中国智能手表行业市场供需预测 126

一、2014-2019年中国智能手表行业供给预测 126

二、2014-2019年中国智能手表市场需求预测 126

第三节 2014-2019年中国智能手表行业盈利走势预测 127

第十章 2014-2019年中国智能手表行业投资风险与营销分析 128

第一节 2014-2019年智能手表行业进入壁垒分析 128

第二节 2014-2019年中国智能手表行业投资环境分析 128

第三节 中国智能手表行业投资风险 128

一、政策风险 128

二、技术风险 129

三、竞争风险 129

四、原材料风险 129

五、其他风险 129

第四节 中国智能手表行业营销分析 130

一、渠道构成 130

二、销售贡献比率 131

三、覆盖率 131

四、销售渠道效果 131

五、价值流程结构 131

第十一章 2014-2019年中国智能手表行业发展策略及投资建议 133

第一节 智能手表行业市场的关键客户战略实施 133

一、实施关键客户战略的必要性 133

二、合理确立关键客户 133

三、对关键客户的营销策略 134

四、强化关键客户的管理 134

五、实施关键客户战略要重点解决的问题 135

第三节 博思数据投资建议 136

一、重点投资区域建议 136

二、重点投资产品建议 136

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitaqinggongshuju1404/Y67504IMO0.html>