2017-2022年中国可穿戴设备行业市场运营态势及投资前景预测报告

报告大纲

华经情报网
www.huaon.com

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国可穿戴设备行业市场运营态势及投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：https://www.huaon.com//detail/286308.html

报告价格：电子版: 9000元　纸介版：9000元　电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联 系 人: 刘老师

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。

二、报告目录及图表目录

自2012年谷歌推出智能眼镜后，可穿戴设备一直被业界看好。2015年全球可穿戴设备产品出货量为3950万，预计2016年出货量将上升至6400万，到2019年全球可穿戴设备产品更有希望飙升至1.734亿部。但需要指出的是，尽管出货量不断上升，意味着可穿戴设备市场正逐渐打开，但以下因素存在，仍将是行业未来发展的隐患。

其一，目前全球无论是大型科技企业，还是跟风的小型厂商，都仅试水可穿戴设备产品，但并未对这一行业做出长远规划，因此产品存在的各类问题也未引起足够重视;其二，成熟的可穿戴设备产业链尚未形成，这对可穿戴设备市场造成了较大制约;其三，行业自主创新意识不强，不少产品外观与功能雷同，这导致了市场疲软发展。

因此，可穿戴设备行业前景美好，但厂商长久发展需要摆正心态，认真做研发、做市场调研、并积极推动产业链发展成熟。

目前，我国已经出台了政策鼓励智能硬件发展，可穿戴设备是智能硬件领域的重要一环，将受到政策利好。在此背景下，不少初创公司都以可穿戴设备产品作为主营业务，其中多数获得了资本热捧。外来资本的融资多数发生在A轮与B轮，C轮以及以后的融资案例发生较少，这也反映出资本理性投资这一行业的现象。

预计未来可穿戴设备行业的投资亮点将集中在以下三方面：其一，健康、运动及医疗产品。随着国民生活水平不断提高，对个人健康日益关注，健康、运动与医疗市场需求大增，可穿戴设备产品将可从中分羹;

其二，专注男性消费的相关产品。一份调查显示，85%的智能硬件消费者为男性，女性对外观设计有高要求，因此早期难以成为行业目标受众。未来运动手环、智能皮带有较高市场潜力;

其三，专注于解决电池问题的相关企业。众所周知，电池续航段是可穿戴设备产品一大痛点，电池续航与体积密切相关，而可穿戴设备产品往往被要求做小体积，这就使得续航与产品外观之间形成了矛盾。因此未来搭载高性能可弯曲的薄膜电池的产品能受到市场青睐。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

报告目录

第一部分 可穿戴设备市场发展现状
第一章全球可穿戴设备行业发展分析
第一节 全球可穿戴设备行业发展轨迹综述

一、全球可穿戴设备行业发展历程
二、全球可穿戴设备行业发展面临的问题
三、全球可穿戴设备行业技术发展现状及趋势
第二节 全球可穿戴设备行业市场情况
第三节 部分国家地区可穿戴设备行业发展状况
一、2010-2015年美国可穿戴设备行业发展分析
二、2010-2015年欧洲可穿戴设备行业发展分析
三、2010-2015年日本可穿戴设备行业发展分析
四、2010-2015年韩国可穿戴设备行业发展分析

第二章 2015年中国可穿戴设备产业运行环境解析
第一节 2015年中国宏观经济环境分析
一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
三、全国居民收入情况（季度更新）
四、恩格尔系数（年度更新）
五、工业发展形势（季度更新）
六、固定资产投资情况（季度更新）
七、财政收支状况（年度更新）
八、社会消费品零售总额
九、对外贸易&进出口
第三章2010-2015年中国可穿戴设备行业发展形势
第一节 可穿戴设备行业发展概况
一、可穿戴设备行业发展特点分析
二、可穿戴设备行业投资现状分析
三、可穿戴设备行业总产值分析
四、可穿戴设备行业技术发展分析
第二节2010-2015年可穿戴设备行业市场情况分析
一、可穿戴设备行业市场发展分析
二、可穿戴设备市场存在的问题
三、可穿戴设备市场规模分析
第三节 2010-2015年可穿戴设备产销状况分析
一、可穿戴设备产量分析
二、可穿戴设备产能分析
三、可穿戴设备市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测
一、产品发展新动态
二、技术新动态
三、产品发展趋势预测

第四章中国可穿戴设备行业区域市场分析
第一节 2015年华北地区可穿戴设备行业分析
一、2010-2015年行业发展现状分析
二、2010-2015年市场规模情况分析
三、2017-2022年市场需求情况分析
第二节 2015年东北地区可穿戴设备行业分析
一、2010-2015年行业发展现状分析
二、2010-2015年市场规模情况分析
三、2017-2022年市场需求情况分析
第三节 2015年华东地区可穿戴设备行业分析
一、2010-2015年行业发展现状分析
二、2010-2015年市场规模情况分析
三、2017-2022年市场需求情况分析
第四节 2015年华南地区可穿戴设备行业分析
一、2010-2015年行业发展现状分析
二、2010-2015年市场规模情况分析
三、2017-2022年市场需求情况分析
第五节 2015年华中地区可穿戴设备行业分析
一、2010-2015年行业发展现状分析
二、2010-2015年市场规模情况分析
三、2017-2022年市场需求情况分析
第六节 2015年西南地区可穿戴设备行业分析
一、2010-2015年行业发展现状分析
二、2010-2015年市场规模情况分析
三、2017-2022年市场需求情况分析
第七节 2015年西北地区可穿戴设备行业分析
一、2010-2015年行业发展现状分析
二、2010-2015年市场规模情况分析
三、2017-2022年市场需求情况分析

第五章中国可穿戴设备品牌发展需求环境分析
第一节 国内消费者行为分析
一、整体的消费行为特征
二、消费信心与消费模式
三、消费者的品牌认知度
四、消费者的品牌忠诚度
五、消费特征对企业的启示
第二节 中国可穿戴设备消费群体分析
一、可穿戴设备消费者消费动机
二、可穿戴设备消费者群体特征
三、可穿戴设备消费者议价能力
第二节 消费者可穿戴设备品牌忠诚度
一、可穿戴设备品牌忠诚度
二、可穿戴设备品牌转移趋势

第二部分 公司对可穿戴设备市场竞争格局分析
第六章可穿戴设备行业竞争格局分析
第一节 可穿戴设备行业集中度分析
一、可穿戴设备市场集中度分析
二、可穿戴设备企业集中度分析
三、可穿戴设备区域集中度分析
第二节 可穿戴设备行业主要企业竞争力分析
一、重点企业资产总计对比分析
二、重点企业从业人员对比分析
三、重点企业全年营业收入对比分析
四、重点企业利润总额对比分析
五、重点企业综合竞争力对比分析
第三节 可穿戴设备行业竞争格局分析
一、2015年可穿戴设备行业竞争分析
二、2015年中外可穿戴设备产品竞争分析
三、2010-2015年我国可穿戴设备市场竞争分析
四、2017-2022年国内主要可穿戴设备企业动向

第三部分 赢利水平与企业分析
第七章中国可穿戴设备行业整体运行指标分析

第一节2010-2015年中国可穿戴设备所属行业规模分析
一、企业数量分析
二、资产规模分析
三、销售规模分析
四、利润规模分析
第二节 2010-2015年中国可穿戴设备所属行业产值分析
第三节 2010-2015年中国可穿戴设备所属行业成本费用分析
一、成本费用结构变动趋势
二、销售成本分析
三、销售费用分析
四、管理费用分析
五、财务费用分析
第四节2010-2015年中国可穿戴设备所属行业运营效益分析
第八章可穿戴设备重点企业发展分析
第一节 公司A
一、企业概况
二、产品结构分析
三、产品价格分析
四、盈利能力以及利润率分析
五、生产布局与产能扩张
六、市场营销区域分析
七、主要客户分析
九、成长性分析
十、公司战略规划分析
第二节 公司B
第三节 公司C
第四节 公司D
第九章 公司对可穿戴设备产品竞争力优势分析
第一节 整体产品竞争力评价
第二节 整体产品竞争力评价结果分析
第三节 竞争优势评价及构建建议
第四节 业内专家观点与结论

第十章 公司对可穿戴设备行业投资策略分析
第一节 行业发展特征

一、行业的周期性
二、行业的区域性
三、行业的上下游
四、行业经营模式
第二节 行业投资形势分析
一、行业发展格局
二、行业进入壁垒
三、行业SWOT分析
四、行业五力模型分析
第三节 2015年可穿戴设备行业投资效益分析
第四节 2015年可穿戴设备行业投资策略研究

第十一章2017-2022年可穿戴设备行业投资风险预警
第一节 影响可穿戴设备行业发展的主要因素
一、2015年影响可穿戴设备行业运行的有利因素
二、2015年影响可穿戴设备行业运行的稳定因素
三、2015年影响可穿戴设备行业运行的不利因素
四、2015年我国可穿戴设备行业发展面临的挑战
五、2015年我国可穿戴设备行业发展面临的机遇
第二节 可穿戴设备行业投资风险预警
一、2017-2022年可穿戴设备行业市场风险
二、2017-2022年可穿戴设备行业政策风险
三、2017-2022年可穿戴设备行业经营风险
四、2017-2022年可穿戴设备行业技术风险
五、2017-2022年可穿戴设备行业竞争风险
六、2017-2022年可穿戴设备行业其他风险

第五部分 公司及业内专家发展趋势与规划建议
第十二章2017-2022年可穿戴设备行业发展趋势分析
第一节 2017-2022年中国可穿戴设备市场趋势分析
第二节 2017-2022年可穿戴设备产品发展趋势分析
一、2017-2022年可穿戴设备产品技术趋势分析
二、2017-2022年可穿戴设备产品价格趋势分析
第三节 2017-2022年中国可穿戴设备行业供需预测
一、2017-2022年中国可穿戴设备供给预测

二、2017-2022年中国可穿戴设备需求预测
第四节 2017-2022年可穿戴设备行业盈利能力分析

第十三章 可穿戴设备企业管理策略建议
第一节 市场策略分析
一、可穿戴设备价格策略分析
二、可穿戴设备渠道策略分析
第二节 销售策略分析
一、媒介选择策略分析
二、产品定位策略分析
三、企业宣传策略分析
第三节 提高可穿戴设备企业竞争力的策略
一、提高中国可穿戴设备企业核心竞争力的对策
二、可穿戴设备企业提升竞争力的主要方向
三、影响可穿戴设备企业核心竞争力的因素及提升途径
四、提高可穿戴设备企业竞争力的策略
第四节 对我国可穿戴设备品牌的战略思考
一、可穿戴设备实施品牌战略的意义
二、可穿戴设备企业品牌的现状分析
三、我国可穿戴设备企业的品牌战略
四、可穿戴设备品牌战略管理的策略

详细请访问：https://www.huaon.com//detail/286308.html