


## IDC: 近亿台出货量！2020年中国可穿戴设备市场开局艰难，后期增长可观

北京，2020年03月16日—IDC《中国可穿戴设备市场季度跟踪报告，2019年第四季度》显示，2019年第四季度中国可穿戴设备市场出货量为2761万台，同比增长25.2%。基础可穿戴设备（不支持第三方应用的可穿戴设备）出货量为2227万台，同比增长22.1%，智能可穿戴设备出货量为534万台，同比增长40.0%。2019年全年中国可穿戴设备市场出货量9924万台，同比增长37.1%。

Figure 1



2019年第四季度中国前五大可穿戴设备厂商——出货量、市场份额、同比增长率

公司	2019年第四季度 出货量 (单位: 千台)	2019年第四季度 市场份额	2018年第四季度 出货量 (单位: 千台)	2018年第四季度 市场份额	出货量 同比增长率
1. 小米	6,647	24.1%	5,328	24.2%	24.8%
2. 华为	5,945	21.5%	4,319	19.6%	37.6%
3. 苹果	4,912	17.8%	2,294	10.4%	114.1%
4. 步步高	1,268	4.6%	1,282	5.8%	-1.1%
5. 奇虎360	812	2.9%	785	3.6%	3.4%
其他	8,022	29.1%	8,041	36.5%	-0.2%
合计	27,606	100.0%	22,049	100.0%	25.2%

来源：《IDC中国可穿戴设备市场季度跟踪报告，2019年第四季度》

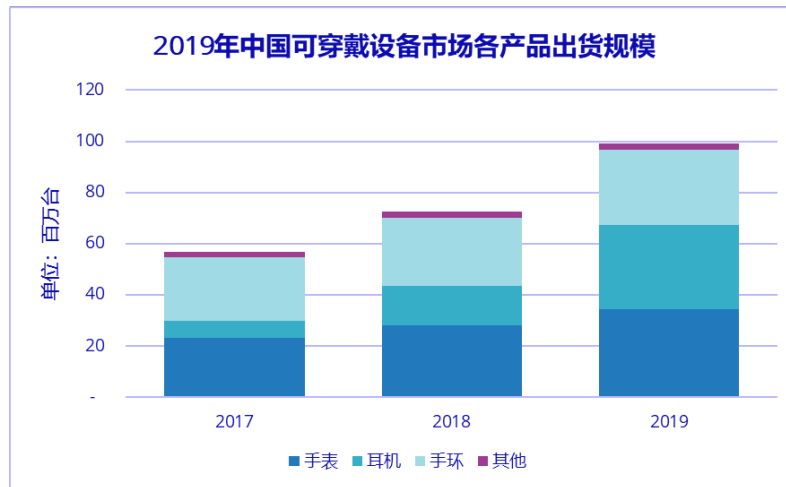
小米手环4在本季度继续保持稳定且大规模的出货，而耳机类产品，尤其是真无线耳机获得了显著的同比增长。华为保持高速增长，其中手表产品表现亮眼，尤其是华为GT 2扩张势头迅猛。苹果的耳机类产品在年末促销的刺激下，同比增长显著。小天才成功从2G市场向4G市场转移，并在线上渠道拓展方面取得了积极有效的成果。奇虎360在逐渐调整渠道政策，渠道策略逐渐向保守型调整，另外推出老人手表，准备探索老人健康市场。

Figure 2

2019年中国前五大可穿戴设备厂商——出货量、市场份额、同比增长率					
公司	2019年出货量 (单位: 千台)	2019年市场份额	2018年出货量 (单位: 千台)	2018年市场份额	出货量同比增长率
1. 小米	24,891	25.1%	16,973	23.4%	46.6%
2. 华为	20,251	20.4%	9,171	12.7%	120.8%
3. 苹果	13,609	13.7%	8,213	11.3%	65.7%
4. 步步高	6,044	6.1%	5,141	7.1%	17.6%
5. 奇虎360	3,237	3.3%	2,906	4.0%	11.4%
其他	31,209	31.4%	29,996	41.4%	4.0%
合计	99,241	100.0%	72,400	100.0%	37.1%

来源: 《IDC中国可穿戴设备市场季度跟踪报告, 2019年第四季度》

Figure 3



来源: IDC中国, 2020

回顾2019年，中国可穿戴市场在耳戴式和腕带式产品上均得到了突破性的发展。

- 耳戴式产品在经历2017-2018年的爆发期后，依然保持着强势的增长势头，2019年同比增长高达114.7%。未来随着更多手机厂商加入，更多老牌耳机厂商的数字化转型，以及消费端向语音交互和设备互联的广发需求，该市场将具有源源不断的增长动力。
- 手表类产品在2019年迎来了重要的突破，随着华为GT系列在市场上的广受欢迎，成人手表市场出货量突破1000万，同比增长58.2%，创三年以来最高增速。未来，各厂商将在主打运动健康类的细分手表市场上纷纷跟进，以兼具良好体验和亲民价格的产

品进一步挖掘市场潜力。同时，具有应用拓展功能的智能手表市场也在苹果等巨头厂商的推动下保持稳定增长。

- 手环类产品尽管是可穿戴市场上较为成熟的产品，2019年依然在小米手环4和华为手环的推动下，迎来了同比10.5%的显著增长，创三年以来最高增速。

2020年伊始，面对突如其来的疫情，中国可穿戴市场即使正处于上升期，也势必受到了一定程度的影响。2020年第一季度中国可穿戴市场出货量预计下降21.7%，全年预计增长18.6%，受到产品供应、渠道物流和需求疲弱的影响，增长幅度有所下滑。后续随着疫情的好转和公共管理政策的逐渐放开，2020年市场增长速度将出现先抑后扬的趋势。面对突发的疫情状况，IDC认为中国可穿戴市场将迎接新的机会：

- 健康类穿戴设备将具有更广阔的市场土壤

此次新冠疫情的爆发，使更多消费者更加关心健康和免疫力问题。无论日常运动习惯的养成，还是对于自身身体指标的关注，都会释放更多潜在消费需求。从厂商角度出发，健康类可穿戴产品也是下一阶段竞争的蓝海市场。

- 营销方式将更加多样化

随着线下渠道在此次疫情中受到冲击，线上营销的多样化将为产品销售带来更多机会。加大互动式营销，完善用户运营，将会促进市场曝光度和提升口碑营销的效果，从而产生更多的流量裂变和转化。另外，对于具有多种产品线的厂商，推动场景式营销，通过发掘多设备互动新玩法进行市场教育、影响潜

在用户，将更好的发挥1+1>2的出效果。

IDC中国研究经理潘雪菲认为：“2020年开局虽然艰难，但是中国市场依然具有可观的增长潜力。一方面，健康医疗场景是可穿戴市场发展的重要突破口；另一方面，明确产品定位进行精耕细作，避免‘大而全’，才能更好的在2020年的激烈竞争中突出重围。”

- 全文完 -

欲了解IDC报告的更多信息，请访问[www.idc.com.cn](http://www.idc.com.cn)。欲购买报告，请致电+86-10-5889 1666与IDC中国销售部联系，或发email至[fwang@idc.com](mailto:fwang@idc.com)

关于 IDC

国际数据公司（IDC）是全球著名的信息技术、电信行业和消费科技咨询、顾问和活动服务专业提供商。IDC在全球拥有超过 1100 名分析师，为110多个国家的技术和行业发展机遇提供全球化、区域化和本地化的专业视角及服务。IDC的分析和洞察助力IT专业人士、业务主管和投资机构制定基于事实的技术决策，以实现关键业务目标。欲了解更多信息，请登录[www.idc.com.cn](http://www.idc.com.cn)。

- ### -

相关咨询，请联系：

王勇，IDC中国 助理副总裁

电话：(+86-10) 5889 1588

电邮：[fwang@idc.com](mailto:fwang@idc.com)

谢静，IDC市场部高级市场专员

电话：(+86-10)58891558

电邮：mxie@idc.com

扫描微信二维码，关注IDC研究成果，掌握ICT市场脉搏Figure 4



IDC is a subsidiary of IDG, the world's leading technology media, research, and events company. Additional information can be found at [www.idc.com](http://www.idc.com). All product and company names may be trademarks or registered trademarks of their respective holders.

For more information contact:

Maggie Xie  
mxie@idc.com  
+86-10-5889 1558  
Frank Wang  
fwang@idc.com  
+86-10-5889 1558