



头豹
LeadLeo

2025年

智能运动穿戴设备行业词条报告

头豹分类/制造业/计算机、通信和其他电子设备制造业/智能
消费设备制造/可穿戴智能设备制造

企业竞争图谱：2025年智能运动穿戴设备 头豹词条报告系列

尚田李

尚美含、田金杰、李逸星

2025-07-11 未经平台授权，禁止转载

行业分类：

制造业/可穿戴智能设备制造

摘要 2019-2024年中国智能运动穿戴设备行业市场规模由21.65亿元增长至54.47亿元，期间年复合增长率为19.04%。2025-2029年中国智能运动穿戴设备行业市场规模将由59.24亿元增长至86.27亿元，期间年复合增长率为9.85%。未来智能运动穿戴设备的市场竞争将趋于生态协同化。品牌间的竞争转向协同，不同品牌专注细分市场，形成独特的竞争力。未来产品的技术创新和用户体验提升也将成为竞争关键，企业需要通过深度挖掘数据价值，提升产品差异化优势，企业才能在激烈竞争中突围。

行业定义

智能运动穿戴设备是指可以直接穿戴在人体上，或整合到用户的衣服或配件中的便携式智能设备。它基于人体自然能力或环境能力，通过内置传感器、无线通信、集成芯片、多媒体技术等实现用户信息交互、人体健康监测、健康放松及生活娱乐等功能。这类设备通常具备可穿戴性、可移动性、可持续性、可交互性以及简单操作性等特征，广泛应用于运动健身、医疗健康、日常生活及娱乐社交等领域。

行业分类

智能运动穿戴设备的行业分类主要依据其功能、佩戴位置、应用领域等维度进行划分。

根据佩戴位置分类

可穿戴设备根据佩戴位置可分为外设穿戴、贴身穿戴和植入式穿戴三大类。外设穿戴设备（如智能手表、眼镜）通过外部装置附着于体表，依赖传感器实现非侵入式数据交互，分类依据源于IEEE对设备接触层级的划分。植入式穿戴设备（如电子药丸、脑机接口）需通过手术植入体内，直接干预生理活动，遵循FDA对医疗植入物的监管标准。这一分类体系以“体外→贴身→体内”为逻辑主线，技术复杂度逐级提升，应用场景从消费级健康管理延伸至医疗级精准治疗，数据支撑来自IEEE、MIT及FDA等权威机构的学术研究与标准规范。贴身穿戴设备（如智能服装、电子皮肤贴片）直接贴合皮肤或衣物，利用柔性材料实现无感化监测，其技术基础源自MIT提出的“表皮电子”概念。

外设穿戴设备

如智能手表、智能手环、智能眼镜等，通常作为外设穿戴在身体上。

植入式设备

如电子药丸、智能隐形眼镜等，需要植入人体内部使用。

贴身设备

如智能服装、智能皮肤等，直接贴附在皮肤或衣物上。

根据功能分类

根据核心功能差异，可穿戴设备可分为三大实用型类别：健康监测设备通过生物传感器（如光学心率模块、电容式血压传感器）实时采集用户生理指标（心率、血氧、睡眠阶段），典型代表包括医疗级ECG手表和动态血糖监测贴片，服务于慢病管理和亚健康预警。运动追踪设备依托加速度计、陀螺仪及运动算法（如卡尔曼滤波），精准量化步频、游泳划次、骑行功率等数据，以GarminForerunner系列和Whoop运动绷带为例，聚焦运动表现优化与损伤预防。定位导航设备则集成多模卫星定位（GPS/北斗/Galileo）与惯性导航技术，在户外搜救、儿童安全等场景中提供厘米级定位服务，典型产品涵盖登山专用智能头盔（如COROSVertex）和老年防走失手环。这一分类体系以“生理-行为-空间”多维数据感知为逻辑框架，对应医疗健康、运动科学、安全保障三大垂直领域的刚性需求。

健康监测设备

如心率监测器、睡眠监测器、血压监测器等，主要用于监测用户的生理健康指标。

运动追踪设备

如计步器、跑步机、游泳手表等，主要用于记录和分析用户的运动数据。

定位导航设备

如GPS手表、智能眼镜、智能头盔等，主要用于提供定位和导航服务。

根据应用领域分类

根据核心应用场景，可穿戴设备可划分为三大领域：医疗保健领域聚焦疾病治疗与健康管理，代表性设备如医疗级动态血糖监测仪（雅培FreeStyleLibre，误差<5%）、闭环胰岛素泵（美敦力MiniMed780G）及植入式脑深部电刺激器（治疗帕金森病），其技术核心在于通过FDA/CE认证的生物传感器和微创介入技术，实现糖尿病、神经退行性疾病等慢性病的精准监测与干预。运动健身领域侧重运动效能优化，典型产品如搭载九轴运动传感器的GarminFenix系列户外手表（血氧/海拔适应性分析）、Form智能泳镜（实时划频与泳姿矫正），依托AI运动算法（如跑步经济性模型）为专业运动员和健身爱好者提供数据驱动的训练建议。娱乐领域则致力于感官体验升级，例如MicrosoftHoloLens2通过空间锚定技术实现混合现实游戏交互，ShokzOpenRunPro骨传导耳机利用定向声场算法打造沉浸式影音场景，技术突破点集中于低延迟传输（<10ms）与多模态交互，服务于元宇宙社交、虚拟演唱会等新兴娱乐形态。这一分类以“生命维持—机能强化—感官延伸”为递进逻辑，分别对应人类健康生存、体能突破与精神愉悦的层级化需求。

医疗保健领域

如血糖监测仪、胰岛素泵、神经刺激器等，主要用于医疗健康监测和治疗。

运动健身领域

如智能运动手表、跑步机、游泳手表等，主要用于运动数据记录和健身指导。

娱乐领域

如智能眼镜、智能耳机、智能戒指等，主要用于提供娱乐和交互体验。

行业特征

智能运动穿戴设备的行业特征包括消费需求多样化、健康管理功能突出、市场竞争激烈。

1 消费需求多样化

随着消费者对智能运动穿戴设备的需求日益多样化，从最初的简单功能如计步器，发展到现在的健康监测、运动指导、智能控制等多元化服务。随着生活节奏的加快和工作方式的变革，消费者对于便捷获取信息和提高生活效率的设备有着极高的需求，这推动了智能穿戴设备市场的快速发展。

2 健康管理功能突出

随着消费者对健康的重视程度不断提高，健康管理成为智能运动穿戴设备的核心功能之一。设备可以监测心率、血压、血糖、睡眠质量等健康指标，及时发现潜在的健康问题，并为用户提供更加专业的医疗建议和健康管理服务，如提醒用户按时服药、预约体检等，成为吸引消费者的关键。

3 市场竞争激烈

目前智能运动穿戴设备市场的竞争激烈，主要厂商包括苹果、小米、华为、谷歌等，它们凭借一定的研发实力、品牌影响力和市场渠道占据了大部分市场份额。尽管市场面临挑战，但各生产商通过推出新品、优化产品性能、拓展市场渠道等方式，保持了较高的竞争力。

发展历程

智能穿戴设备行业的发展历程可以追溯到20世纪80年代初期，主要用于计步、查看时间、预警等简单功能。智能穿戴设备逐渐丰富，涵盖了智能手表、智能手环、智能眼镜、智能头盔、智能服装和智能鞋类等。随着科技的发展，智能穿戴设备的种类逐渐丰富，涵盖了智能手表、智能手环、智能眼镜、智能头盔、智能服装和智能鞋类等。

近年来，生成式人工智能的快速发展为可穿戴设备市场注入了新的动力。科技巨头们陆续推出相关新品，市场竞争更加激烈，但同时也为消费者带来了更丰富的产品选择。未来，智能穿戴设备有望在健康医疗、城市建设等领域发挥更大作用，同时，其设计和功能将继续升级，以满足消费者对健康、便捷和智能的需求。

萌芽期 · 1970-01-01~2019-01-01

智能穿戴设备的概念形成，初步探索和单一功能电子产品的出现。1970年代出现机械式计步器，仅支持基础步数统计；1980年代Polar推出首款心率胸带，实现运动生理参数监测。1990年代末期，PDA（个人数字助理）集成到手表等设备中，初步具备计算能力，但市场接受度有限。

专业运动领域革新：心率监测技术被应用于运动员训练，提升科学化水平。技术基础铺垫：为后续传感器小型化、无线通信技术奠定基础。技术局限：依赖机械原理或单一传感器，功能仅限于计步、计时、心率监测。用户群体：面向专业运动员和医疗领域，大众市场尚未开启。

启动期 · 2000-01-01~2010-01-01

2000年代蓝牙技术普及，Palm Foleo等设备实现与手机数据同步。2007年iPhone发布，推动智能穿戴设备融入移动生态；2010年Fitbit首款智能手环引爆大众市场。

消费市场启蒙：智能手环（如Fitbit Flex）推动健康管理功能向普通消费者渗透。产业链初建：科技巨头（苹果、谷歌）开始布局，带动传感器、无线通信技术发展。产品形态：以腕带、手表为主，功能聚焦步数、卡路里追踪。技术突破：微电子技术实现传感器小型化，功耗降低50%。

发展期 · 2011-01-01~2020-01-01

市场爆发：2011年Jawbone UP手环开启商业化浪潮，2015年Apple Watch集成GPS、支付功能，2019年全球市场规模达30亿美元。品类分化：TWS耳机（2019年苹果AirPods出货6000万对）、智能手表（2021年占中国市场87%）成为主流。政策支持：中国《中国制造2025》将可穿戴设备列为战略产业，推动标准化体系建设。

健康医疗渗透：血氧、睡眠监测功能普及，慢性病管理需求推动设备与医疗系统联动（如Omron血压手表）。运动产业升级：智能设备与线上健身课程结合，降低健身房依赖（2023年中国线下健身房减少3.2万家）。技术协同效应：5G、物联网技术提升设备实时数据传输能力，响应速度缩短至毫秒级。功能多元化：从基础运动追踪扩展到支付、导航、通讯等场景。

震荡期 · 2020-01-01~2023-01-01

是行业向医疗健康属性转型的关键阶段，大流行成为核心催化剂。2020年Whoop手环凭借呼吸频率异常预警功能，成功识别美国高尔夫选手尼克·沃特尼感染病例，带动设备销量激增300%，品牌估值突破36亿美元。消费者需求从“运动辅助”转向“健康刚需”。

需求升级：慢性病患者、亚健康人群 无创检测技术商业化落地：2022 年推出无创血糖监测原型机，采用光谱吸收法结合 AI 补偿算法，误差率降至 5% 以内，突破传统有创检测瓶颈。 商业模式创新：行业从单一硬件竞争转向“设备 + 数据 + 医疗服务”生态竞争，如整合云端诊疗系统、医保支付等场景。 市场集中化：苹果、小米、华为占据全球62.5%份额（2021年）。

成熟期 · 2024-01-01~2029-01-01

行业进入生态整合阶段，竞争焦点从硬件参数转向 健康数据融合能力 与 跨场景服务生态。华为2024年发布“玄玑感知系统”（TruSense System），代表当前技术集大成者：通过调度5大传感器和9套算法协同运行，实现 60秒完成13项健康指标检测（包括肺功能评估、心血管风险等），血氧监测速度提升40%，误差率小于2%。

多模态数据融合：结合光学、声学、电学传感器，例如用户咳嗽声结合血氧、呼吸率数据实现肺部感染筛查 医疗级精度突破：自研多光谱PPG传感技术使ECG心电图误差率降至3.8%，达到临床II类医疗器械标准 分布式架构：支持与智慧屏、医疗设备数据互通，构建个人健康档案。

产业链分析

智能运动穿戴设备产业链的发展现状

行业产业链上游为原材料和零部件供应环节，主要作用是提供智能穿戴设备生产所需的核心技术与关键零部件，如芯片、传感器、电池等；产业链中游为终端产品设计与制造环节，主要作用是进行智能穿戴设备的设计、研发和制造；产业链下游为销售与售后服务环节，主要作用是实现智能穿戴设备的市场推广、销售和售后服务，涉及渠道拓展、品牌推广等。

智能运动穿戴设备行业产业链主要有以下核心研究观点：

上游核心技术垄断与供应链波动构成主要威胁；议价能力呈现“哑铃型”两极分化格局。

全球智能穿戴设备产业链上游高度依赖进口，芯片、传感器等核心部件国产化率不足30%，2024年，全球半导体市场销售额同比下降了10%，但中游厂商仍面临成本压力。国际巨头如Molex、JAE控制细间距连接器90%的高端市场，而欧盟RoHS指令等环保政策迫使企业投入高额技改资金，中小企业生存压力加剧。上游芯片/传感器供应商凭借技术壁垒掌握定价权，单颗高端生物传感器采购成本占比超设备总成本25%；中游ODM厂商如胜利精密、奋达科技陷入低利润陷阱，平均毛利率不足20%；下游华为、苹果等头部品牌依托55%的市场份额和自研操作系统构建生态壁垒，倒逼供应链接受年降8%-12%的压价要求。

全链路技术复杂度高但成熟度割裂；价值传导存在“两头挤压”的结构性梗阻。

产业链横跨纳米级连接器制造、动态心电算法开发、柔性屏封装等12个技术领域，研发周期长达18-24个月。上游芯片/传感器国产化率低于30%，中游中国虽占据全球65%的组装产能，但医疗级ECG模组等高端组件仍依赖进口，下游应用生态成熟度与基础技术脱节，40%的健康监测功能因续航和数据标准问题未被充分激活。

上游威胁与技术垄断：芯片、传感器等核心部件依赖进口（国产化率<30%），国际巨头垄断高端市场，供应链波动（如芯片短缺致成本涨15%-20%）及环保政策加剧中小企业压力。议价能力两极分化：上游技术商（如Molex）与下游品牌商（华为/苹果）主导定价权，中游代工厂（毛利率<20%）深陷低利润困境，品牌商凭借55%市场份额及生态壁垒持续压价。技术复杂性与成熟度割裂：横跨12个技术领域（纳米连接器/生物传感等），研发周期超18个月，上游低国产化与中游高组装产能（全球65%）并存，下游应用生态与基础技术脱节。价值传导梗阻：上下游瓜分75%利润，中游净利率不足8%；医疗等高附加值场景受制于认证周期（18个月）及数据标准缺失，70%功能因生态割裂无法兑现价值。

生产制造端

电子元器件

上游厂商

- Molex
- HRS
- 深圳乾德(LCN)
- JAE
- 电连技术(ECT)
- 深圳市亚奇科技(OCN)
- 信维
- 江苏益鑫通精密电子
- 连展科技(Acon)
- Kyocera
- Panasonic
- TE Connectivity
- Amphenol
- 德科泰

上游分析

产业链上游电子元器件成本控制对智能穿戴设备降本起到关键作用

电子元器件作为智能穿戴设备的核心组成部分，包括传感器、芯片、连接器等，其性能与成本直接影响到设备的使用体验和市场定价。从技术维度看，芯片的计算能力、连接器的数据传输稳定性等指标，需通过小型化、低功耗、高集成度的技术升级满足设备轻便性与续航需求；而从成本维度，上游电子元器件供应商的技术创新与规模效应正成为降本的核心驱动力。以高集成度ADC为例，其通过优化电路密度与热功耗设计，较传统方案节省60%以上空间，不仅解决了穿戴设备的空间限制问题，更通过减少封装材料、简化组装工艺等间接降低硬件成本。

产业链上游部分核心技术较依赖进口，国产化率不足30%。

在高端生物传感器领域，约90%的产品（如ECG心电模块）需从博世、意法半导体等国际企业采购，国产厂商技术相对薄弱，目前仅能覆盖中低端市场份额。细间距板对板连接器行业，Molex、HRS等外企凭借技术优势长期占据主导地位，尽管中国厂商（如深圳乾德、电连技术）近年积极拓展市场，但全球份额仍不足15%。柔性OLED屏幕国产化进程同样面临挑战，虽有京东方等本土厂商崛起，但产能与技术水平限制其主要满足中端市场需求，高端产品供应仍存在较大缺口。

上游供应链脆弱性较为显著，价格波动风险高。

2022年全球芯片短缺导致智能运动穿戴设备上游采购成本上涨15%-20%，中游厂商毛利率压缩至18%以下。锂电池核心材料（如碳酸锂）2023年价格波动幅度达300%，2024年，在智能运动穿戴设备产业链中，德赛电池的智能穿戴类业务毛利率为8.42%，较2023年的5.3%有所回升，但仍处于较低水平。

环保与技术合规压力下的产业链成本上升。

在智能穿戴设备中，连接器通常用于电池充电端口、传感器接口等关键部位。其可靠性直接影响设备的续航稳定性与功能完整性。随着环保法规和技术合规压力的增加，产业链的成本也随之上升。以欧盟RoHS指令为例，该指令规定连接器铜合金铅含量需低于0.1%，而传统无铅化工艺面临焊接温度升高、材料韧性下降等技术挑战。这意味着，中国企业需要投入大量资金进行技术改造，比如，充电接口连接器需从传统含铅黄铜替换为无铅铜合金，并配套升级波峰焊设备与质检流程，这直接导致单组件生产成本增加20%-30%。

品牌端

智能运动穿戴设备

中游厂商

Apple	Fitbit	Garmin	Samsung	华为	小米	OPPO	vivo	富士康科技集团有限公司	恒玄科技（上海）股份有限公司
立讯精密工业股份有限公司	华勤技术股份有限公司	深圳市德赛电池科技股份有限公司	莱茵技术（上海）有限公司						

中游分析

智能穿戴设备结合智能技术与运动健康检测功能。

智能运动穿戴设备是结合了智能技术和运动健康监测功能的便携式设备，通过内置的传感器、数据处理技术和无线通信模块，实现对用户运动数据的实时监测和分析。主要功能包括心率监测、步数统计、卡路里消耗计算、运动模式识别等。在技术路线上，智能运动穿戴设备经历了从简单步数统计到多功能健康监测的发展过程，未来将朝着更精准的数据监测、更强大的数据处理和更智能化的交互方向发展。

中游市场集中度高，头部品牌主导制造与创新。

头部企业华为、苹果、小米占据中国可穿戴设备市场超60%份额，主导着制造与创新。与此同时，华为Mate70搭载的玄玑感知系统由恒玄科技提供芯片支持，显示出国产技术在产业链中的逐步渗透。然而，苹果依赖独家供应链，保持了其技术与市场的独特优势。此外，富士康、立讯精密等代工企业为苹果、华为等品牌生产高端智能手表，凭借精密组装技术，在产业链中扮演着关键角色。

中游国产替代加速但核心环节仍受制。

中游环节的可穿戴设备产业在整合关键元器件方面面临一定挑战。随着国内科技企业的不断努力和突破，像华为、小米、OPPO等公司逐步加大了自主芯片的研发力度，已经开始在可穿戴设备中采用自研的芯片。这有助于减少对外部芯片的依赖，提升产业在中游制造环节的竞争力。但是，中游企业在高端生物传感器、蓝牙芯片等核心元器件上仍高度依赖进口。例如Garmin高端运动手表搭载的心率传感器来自美国ADI，而国内企业在传感器的误差率较国际品牌高15%。并且，尽管德赛电池等中游厂商通过供应链整合降低封装成本，但关键元器件的进口依赖，导致中游产品利润率较国际品牌低8-12个百分点。

成本控制与规模化生产决定利润空间。

在智能手表产业中，成本控制与规模化生产是决定利润空间的关键因素。从成本结构来看，芯片占智能手表BOM成本的25%、传感器占15%、屏幕占20%。在代工模式下，立讯精密企业虽通过自动化产线降低了人力成本，但苹果订单的毛利率却不足10%。此外，2023年锂电池成本上涨了10%，这进一步挤压了中游厂商的利润空间。

产业链下游环节分析

渠道端及终端客户

应用场景与终端消费

渠道端

个人消费者	企业客户（医疗、体育、工业领域）	线上平台（京东、天猫、品牌官网）	线下门店（品牌体验店、3C卖场、零售商）
医疗健康机构	运动健身平台	智能家居生态	国家卫健委、工信部、行业协会（制定健康数据标准）

下游分析

消费级市场主导，行业级应用场景加速渗透。

消费级市场依然是智能可穿戴设备领域的绝对主力，智能手表与手环占据市场90%以上份额，2023年中国市场出货量接近2亿台。与此同时，行业级应用场景正加速拓展，医疗领域已出现24小时血压监测等实际应用，工业领域也在尝试通过可穿戴设备进行工人健康监

测。政策层面，国家“十四五”规划明确支持可穿戴设备在医疗设备中的应用，为行业及市场的进一步发展提供了有力支撑，有望推动可穿戴设备在更多专业领域实现突破与普及。

全渠道销售融合，线上为主但线下体验价值凸显。

在智能运动穿戴设备的销售中，全渠道融合趋势明显，线上销售占据主导地位，全球约有63%的智能穿戴设备通过电商平台销售，这得益于其便捷性和广泛覆盖。然而，线下体验店的价值也不容忽视，华为、苹果等品牌纷纷开设体验店，为消费者提供产品试用与健康数据解读服务，增强消费者对产品的信任和购买意愿。同时，新兴的直播电商模式在抖音、快手等平台兴起，有力推动了中低价位智能穿戴设备的普及，使更多消费者能够接触和了解这类产品，进一步扩大了市场覆盖面。

用户需求分层明显，健康监测为核心刚需。

在智能运动穿戴设备市场中，用户需求呈现出明显的分层特征，其中健康监测功能已成为绝大多数用户的核心刚需。大约70%的用户因设备具备健康监测功能而选择购买，例如乐心医疗推出的心电手表。进一步细分市场，老年人群体更倾向于选择具备健康预警功能的产品，以保障自身健康安全；而年轻用户则更关注运动数据的精准记录以及社交分享的便捷性。

生态协同与数据服务成竞争壁垒。

华为、小米通过IoT平台将智能穿戴设备与智能家居深度整合，实现设备间的互联互通，提升用户的智能化生活体验；苹果则利用HealthKit整合第三方健康数据，拓展健康监测的应用场景。在数据服务层面，Keep与智能手环的联动为用户提供个性化的健身计划，部分医疗机构也接入智能穿戴设备，实现对慢性病患者的远程健康监测。生态协同与数据服务的强化显著提升了用户粘性，例如，华为的“运动健康云服务”就使其用户复购率提升了30%，这凸显了构建强大的生态系统和数据服务能力对于企业在市场竞争中脱颖而出的重要性。

| 行业规模

智能运动穿戴设备行业规模的概况

2019-2024年中国智能运动穿戴设备行业市场规模由21.65亿元增长至54.47亿元，期间年复合增长率为19.04%。2025-2029年中国智能运动穿戴设备行业市场规模将由59.24亿元增长至86.27亿元，期间年复合增长率为9.85%。

智能运动穿戴设备行业市场规模历史变化的原因如下：

智能手环同质化严重导致2021-2022年智能穿戴设备市场规模短暂下降。

随着消费者对健康的重视，使得对智能运动穿戴设备的需求增加。尤其智能手表开始普及，2020年智能手表出货量增长12.8%，带动市场规模扩大。一些运动App（如Keep、Strava）与可穿戴设备的联动形成生态闭环，用户通过设备记录运动数据并分享，强化了运动习惯。但作为2021-2022年智能穿戴设备市场主力的智能手环因功能停留在计步、基础心率监测等基础层面，以及产品同质化率超80%，2021-2022年出货量分别同比下滑26.31%、33.19%。并且，由于手环此前占整体出货量60%以上，其断崖式下滑远超手表同期增长量，以2020年1亿台总出货量为例，2022年手环降至2952万台、手表增至3722万台，整体规模同比下降32%，所以造成智能手环市场萎缩而拖累整体的市场格局。

产品创新与差异化竞争，功能升级和医疗级场景落地，共同推动智能运动穿戴设备市场规模扩大。

中国市场，华为、小米等品牌推出的心率、血氧、睡眠监测功能成为核心卖点，受到宏观环境所致，居家健身和健康管理需求激增，2020年Q2全球可穿戴设备出货量同比增长14.1%，缓解了前期同质化问题。在价格策略上，头部品牌如小米，通过性价比机型渗透下沉市场，而华为等品牌则通过中高端产品提升均价，共同推动市场整体增长。与此同时，智能手表加速向健康管理转型，从早期的计步传感器到ECG心电图、血氧、血压监测，技术精度不断提升。以华为为例，其搭建庞大的运动健康科研体系，组建全球三大运动健康科学实验室，实现了诸多运动健康领域的技术突破。截至2023年第四季度，华为智能穿戴产品全球累计出货量已超1.3亿，服务超4.5亿用户。

智能运动穿戴设备行业市场规模未来变化的原因主要包括：

应用场景的拓展以及商业模式的创新，展现出不同领域内庞大的智能运动穿戴设备市场的发展潜力。

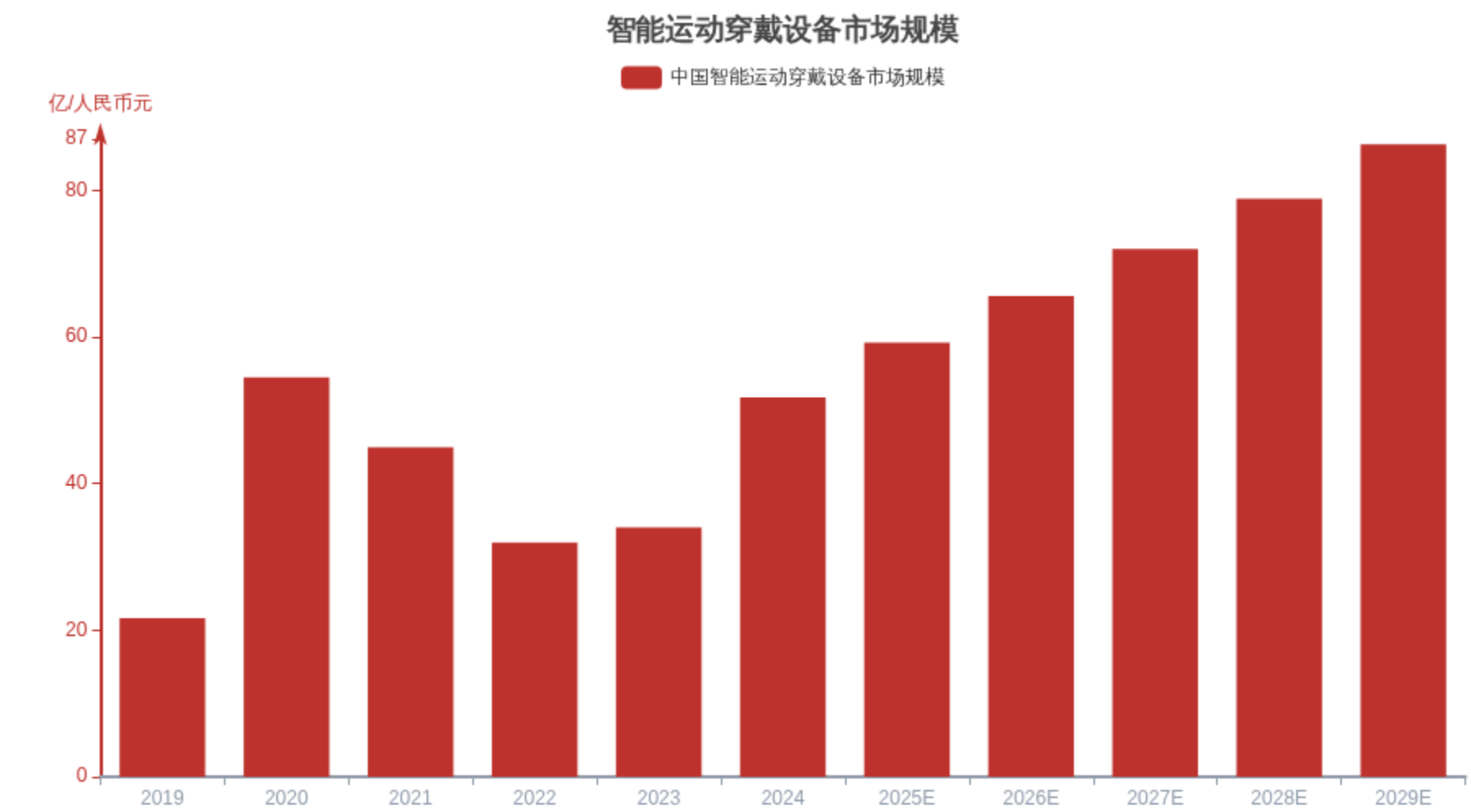
智能运动穿戴设备在医疗场景的渗透正经历爆发式增长。医疗机构采购占比从2020年的12%跃升至2025年的34%，反映了从个人消费到专业应用的重​​大转变。并且将可穿戴设备纳入医保报销目录，例如糖尿病患者通过皮下植入式传感器，将血糖数据直接同步至云端诊疗系统，住院率下降18%。与此同时，FDA全年批准47款医疗级可穿戴设备上市，创历史新高。在竞技体育领域，专业级设备已成为提升训练科学性的核心工具。例如，Whoop品牌通过聚焦运动员与极限运动爱好者这一细分市场，成功构建了专业壁垒。2025年预计专业运动监测设备在可穿戴运动设备市场中占比30%，形成以高精度传感器技术、实时数据处理算法、定制化服务平台为核心的产业生态。

技术的创新突破行业瓶颈，智能手表主导增长。

在专业运动场景下，随着多光谱传感技术的突破，使单一设备能够同步处理心电、肌电和体态数据，为专业运动机构提供全面的运动员表现分析，截至2025年第一季度，中国企业在运动及穿戴SoC领域累计申请专利超1.2万件。在工业应用场景，广联达智能安全帽集成UWB定位与气体传感器，实时监测工人位置、心率和有害气体浓度，2024年在建筑行业渗透率提升至15%。与此同时，由于智能手表出货量预计稳步增长，预计以5.4%的复合增长率增长，这主要是因为消费者健康管理功能需求持续增加，以及儿童、老年等细分市场不断拓展。并且政策与技术双轮驱动，“国补”等政策推动中高端产品普及以及技术上AI算法优化、物联网生态融合等提升用户体验和粘性，支撑市场规模持续增长。

规模预测

智能运动穿戴设备行业规模



数据来源: 国家统计局

政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于加强 5G + 智慧旅游协同创新发展的通知》	国务院	2023-04-06	8
政策内容	由工业和信息化部、文化和旅游部发布，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。			
政策解读	推动产业发展：该政策有助于推动智能运动穿戴设备产业与智慧旅游产业的协同发展，形成新的产业生态。吸引更多企业投入到相关领域的研发和创新中，促进技术进步和产品升级，为智能运动穿戴设备市场注入新的活力。 推动融合应用 实时监测与数据同步：借助5G的高速率和低延迟特性，智能运动穿戴设备能够与智慧旅游平台实时连接，将运动数据（如心率、运动轨迹、消耗的卡路里等）和位置信息及时同步到平台。例如，游客在登山过程中，智能手表可以实时将运动数据发送到智慧旅游平台，平台根据这些数据为游客提供个性化的运动建议和健康提醒。 个性化旅游服务：利用智能运动穿戴设备收集的用户偏好和行为数据，为游客提供更精准的旅游服务。例如，根据游客以往的运动习惯和旅游偏好，智能推荐适合的徒步路线、运动强度等，帮助游客更好地规划旅游行程。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《黄埔区高端装备制造业（智能装备）标准体系》	黄埔区市场监管局	2021-12-31	7
政策内容	该政策从关键基础零部件、智能通用装备、智能专用装备等标准布局中可延伸相关技术支撑。在关键基础零部件领域，新型传感器（如生物传感、运动监测传感器）、高性能伺服系统等标准（如 GB/T 39553 直流伺服电动机通用技术条件）为智能运动穿戴设备的感知精度和驱动性能提供技术规范			
政策解读	《黄埔区高端装备制造业（智能装备）标准体系》政策是国家高端装备制造业标准化试点建设的关键成果，其核心目标是通过“标准引领+产业协同”双轮驱动，破解智能装备产业“低端锁定”困境，加速国产替代与技术升级。政策以规范类政策为基底，融合强制性技术门槛与引导性产业激励，构建覆盖全产业链的标准化生态。整体来看，黄埔区通过构建覆盖技术研发、生产制造、系统集成的全链条标准体系，为智能运动穿戴设备的核心零部件研发、智能化功能实现及产业协同发展奠定了底层技术基础，虽未专项聚焦，但多项标准的技术原理和应用场景可直接或间接赋能该领域。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	关于2021年度新一轮高水平技术改造（智能制造服务平台、智能装备产品）的公示	潍坊市工业和信息化局	2022-07-26	6
政策内容	在元宇宙产业领域，《潍坊市打造元宇宙技术创新与产业之都行动计划（2022-2026 年）》明确支持虚拟现实技术与智能穿戴设备融合，对实际投资 2 亿元以上的新上项目按 5% 给予奖励，对带动性强的重点项目“一事一议”扶持，并对元宇宙相关设备及软件投入给予一次性补贴。同时，鼓励企业研发智能穿戴设备			
政策解读	该政策通过对智能穿戴与虚拟现实融合项目给予最高 5000 万元投资奖励，并对设备投入给予 10% 补贴，同时在口袋公园配建智能健身设施，安装传感器模块为智能穿戴设备提供数据交互场景。未来随着 5G+AIoT 技术融合和适老化改造政策深化，智能运动穿戴设备将加速向医疗健康、教育培训等民生领域渗透，成为人体数字化“第六器官”，开启万亿级健康管理新蓝海。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《妇幼保健机构医用设备配备标准》	国家卫健委	2022-01-01	10
政策内容	首次在国家级医疗设备配置标准中明确将“可穿戴设备”纳入妇幼保健机构创新设备配备范畴，提出各级妇幼保健机构可结合功能任务和业务需求酌情配备，标志着智能运动穿戴设备从消费电子领域向医疗健康专业场景的突破。要求医疗机构配备可穿戴健康监测设备，推动其在临床场景的标准化应用。			
政策解读	该政策指出，此举旨在通过可穿戴设备的实时数据采集能力（如心率、运动轨迹、睡眠质量监测），辅助妇幼保健机构开展孕产期健康管理、儿童生长发育监测及慢性病预防，例如通过长期追踪孕妇活动量优化孕早期运动建议，或利用儿童佩戴的智能手环数据早期筛查运动发育异常。该标准同时强调设备需与机构现有信息化系统对接，形成“数据采集 - 分析评估 - 干预指导”的闭环服务模式，为智能穿戴设备在医疗领域的规范化应用提供了政策依据，推动其从边缘辅助工具向专业医疗设备的角色转变，助力“健康中国”战略下妇幼健康服务的智能化升级。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《促进健康消费专项行动方案》	商务部	2025-01-01	10
政策内容	该政策鼓励培育智能穿戴装备生产企业，为智能运动穿戴设备企业发展提供了政策土壤。支持可穿戴设备消费，打造电子产品应用新场景，直接刺激了智能运动穿戴设备的市场需求；国家发展改革委等部门强调完善个人信息保护法规，规范可穿戴设备数据安全标准，保障了消费者权益与行业健康发展。			
政策解读	该政策从培育企业、刺激消费、规范数据安全、推动技术创新以及促进多领域融合应用等多维度发力，为智能运动穿戴设备行业在技术创新、市场拓展、产业融合等方面注入强劲动力，助力其实现跨越式发展，推动智能运动穿戴设备从“小众科技产品”加速转变为“大众生活必需品”，使其更好地融入人们的运动与日常生活场景。预计2025年智能穿戴设备出货量达2.5亿台，医疗级产品占比提升至30%。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于促进和规范健康医疗大数据应用发展的指导意见》	国务院	2016-01-01	10
政策内容	首次从国家战略层面明确智能可穿戴设备作为健康医疗大数据采集的重要终端，提出通过政策引导推动可穿戴设备、智能健康电子产品与人口健康信息平台的规范对接，支持研发集成生物传感、微型芯片的运动健康监测设备，并鼓励其在远程医疗、家庭医生签约服务中实现全生命周期健康数据采集（如心率、睡眠、运动轨迹）。			
政策解读	政策强调以居民电子健康档案为核心，打通可穿戴设备与医疗系统的数据壁垒，探索将运动监测数据应用于疾病预防（如通过长期步数分析预警慢性病）、康复管理（如术后运动恢复评估）及公共卫生决策（如区域人群运动习惯分析），同时建立分级授权的数据安全机制，明确可穿戴设备健康数据的隐私保护规则。这一文件不仅为智能运动穿戴设备赋予医疗级数据入口的定位，更通过“互联网+健康医疗”框架，将运动监测从消费电子场景拓展至国家健康治理体系，为后续 5G RedCap 技术在运动手环的应用、适老化健康监测设备的普及奠定了政策基础，标志着我国智能运动穿戴产业从娱乐化向健康管理深度赋能的战略转向。			
政策性质	鼓励性政策			

竞争格局

智能运动穿戴设备竞争格局概況

全球智能穿戴设备市场呈现“头部集中+细分突破”特征。苹果、华为、小米占据消费级市场70%份额。在医疗级细分领域，九安医疗、环旭电子等企业通过FDA认证的血糖监测手环，开辟专业医疗赛道。在中国，智能穿戴设备市场呈现出快速增长的态势，越来越多的科技爱好者、健康管理者甚至普通消费者将目光投向这一领域。

智能运动穿戴设备行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有华为、小米与苹果等；第二梯队公司有小天才、Fitbit等；第三梯队有keep、oppo与乐心医疗等。

智能运动穿戴设备行业竞争格局的历史原因

头部企业通过突破壁垒具备竞争优势迅速抢占市场份额，中小品牌通过差异化策略寻求突破。

当前市场呈现“一超多强”格局，头部企业的竞争优势源于三大壁垒：华为手环10搭载的毫米波生命体征监测技术，可穿透皮肤检测血糖波动，误差率仅0.3mmol/L，展现强大的技术壁垒。苹果通过WatchOS与iPhone的深度联动构筑了强大的生态壁垒，用户留存率达89%。小米依托生态链企业华米科技，实现传感器成本降低30%，形成了坚固的供应链壁垒。**中小品牌更加注重个性化功能。**OPPO聚焦女性市场推出珠宝级钛合金手环，Keep联合健身IP开发专业运动数据分析系统，乐心医疗则获得医疗器械认证，切入慢性病管理赛道。

区域市场呈现显著差异化，驱动企业战略化调整。

北美地区以高端化与生态整合主导，苹果凭借AppleWatch生态占据34%市场份额，而且消费者对健康监测和数据隐私要求严苛。**欧洲地区**的慢性病管理和环保设计是推动欧洲智能运动穿戴设备市场增长的主要因素。而且欧洲人口老龄化程度高，因此可穿戴设备被广泛应用于远程健康监控、老年护理、糖尿病和心血管疾病的预警管理中。**亚太地区以性价比与多功能性优先。**例如，小米、华为通过整合支付、运动识别等功能满足下沉市场需求，中国贡献全球30%的出货量。**与此同时的新兴市场**，比如，印度、东南亚则因人口红利和中产阶级崛起，成为增长最快区域，但价格敏感特征明显。不同的消费群体对时尚设计和个性化的追求不同，因此促使企业推出智能戒指、AR眼镜等新品类。例如，Ultrahuman智能戒指在印度市场以40.1%份额领先，而华为WATCHBuds通过融合TWS耳机实现形态创新。

未来智能运动穿戴设备的市场竞争将趋于生态协同化。品牌间的竞争转向协同，不同品牌专注细分市场，形成独特的竞争力。未来产品的技术创新和用户体验提升也将成为竞争关键，企业需要通过深度挖掘数据价值，提升产品差异化优势，企业才能在激烈竞争中突围。

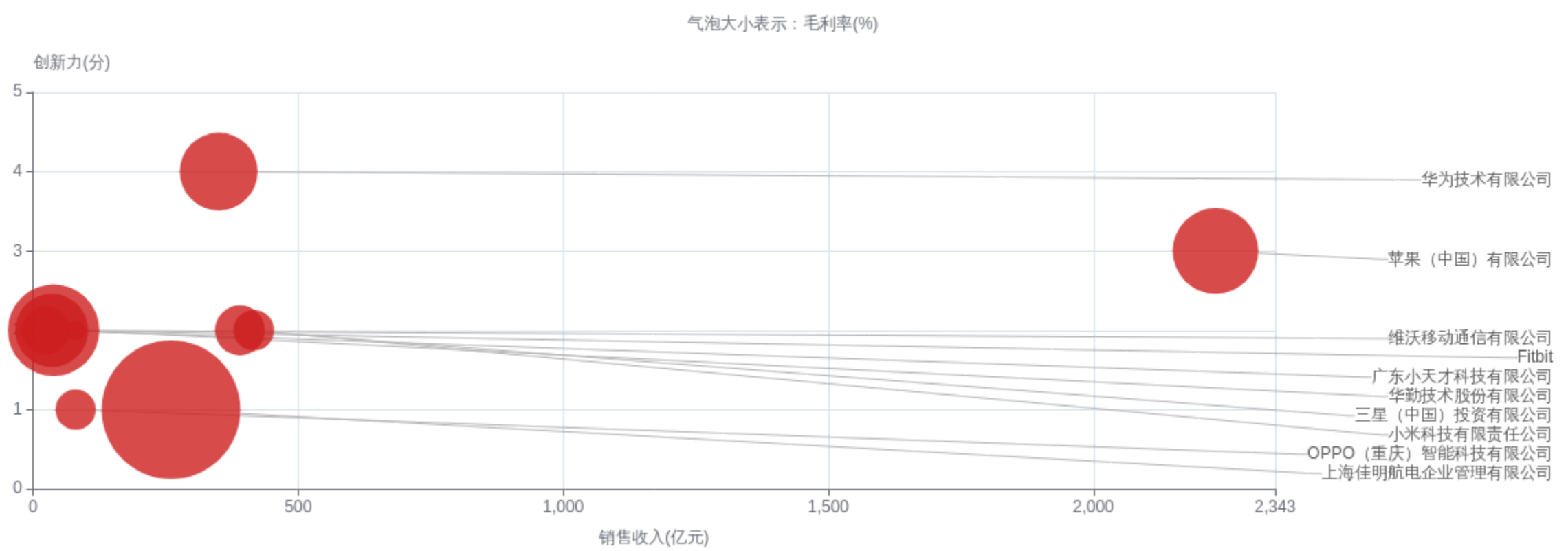
智能运动穿戴设备行业竞争格局未来变化原因

头部企业核心技术壁垒强化与跨界巨头入场，竞争格局重构。

一方面，头部企业通过突破性技术建立技术壁垒。Apple Watch10的AI血糖监测误差率低于5%，华为的玄玑感知系统克服多种因素对数据监测的影响。另一方面，谷歌、亚马逊通过技术整合跨界入局，2025年第二季度市场份额预计达10%。其优势在于生态协同，如智能家居与穿戴设备联动，迫使中小品牌转向细分领域求生。

垂直场景深度细分催生错位竞争格局。

专业级与消费级市场割裂。在医疗场景中，智能穿戴设备需要具备更高精度，以确保实时监测和数据采集的准确性。例如，九安医疗FDA认证的血糖监测手环开辟专业医疗赛道，2024年医疗级设备占市场6%，年增速达45%。与此同时，华为WatchGT系列通过ECG心电图监测功能，2024年中国市场占有率提升至28%。在大众消费场景下，智能穿戴设备主打基础功能。例如，小米手环8采用柔性OLED屏和血氧监测模块，2024年销量突破5000万只。新兴企业建立自己在市场中的独特地位，实现竞争优势。例如，Whoop通过“无屏幕+订阅制”模式，年营收突破1亿美元。



上市公司速览

小米集团 (01810)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
3.8千亿 >	1.3千亿 >	80.8	-

立讯精密工业股份有限公司 (002475)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	1.6千亿元 >	7.3	11.8

歌尔股份有限公司 (002241)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	739.5亿元 >	-	8.4

闻泰科技股份有限公司 (600745)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	162.5亿元 >	12.6	9.2

深圳市奋达科技股份有限公司 (002681)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	7.6亿元 >	15.8	23.4

深圳市卓翼科技股份有限公司 (002369)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	4.2亿元 >	19.7	1.9

广东宝莱特医用科技股份有限公司 (300246)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	2.5亿元 >	-7.2	27.4

超讯通信股份有限公司 (603322)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	2.7亿元 >	-67.3	38.6

华勤技术股份有限公司 (603296)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	648.8亿元 >	-8.9	11.3

恒玄科技(上海)股份有限公司 (688608)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	15.6亿元 >	33.8	34.8

深圳市德赛电池科技股份有限公司 (000049)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	89.3亿元 >	1.5	9.5

天津九安医疗电子股份有限公司 (002432)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	5.1亿元 >	-33.5	70.5

佳禾智能科技股份有限公司 (300793)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	4.9亿元 >	8.9	13.4

企业分析

1	华为技术有限公司
---	----------

▪ 公司信息			
企业状态	存续	注册资本	4094113.182万人民币
企业总部	深圳市	行业	计算机、通信和其他电子设备制造业
法人	赵明路	统一社会信用代码	914403001922038216
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股的法人独资)	成立时间	558633600000
品牌名称	华为技术有限公司	经营范围	程控交换机、传输设备、数据通信设备、宽带多媒体设备、电源、无线通信设备、微电子产品、软件、系统集成工程、计算机及配套设备、终端设备及相关通信信息产品、数据中心机房基础设施及配套产品（含供配电、空调制冷设备、智能管理监控等）的开发、生产、销售、技术服务、工程安装、维修、咨询、代理、租赁；信息系统设计、集成、运行维护；集成电路设计、研发；统一通信及协作类产品，服务器及配套软硬件产品，存储设备及相关软件的研发、生产、销售；无线数据产品（不含限制项目）的研发、生产、销售；通信站点机房基础设施及通信配套设备（含通信站点、通信机房、通信电源、机柜、天线、通信线缆、配电、智能管理监控、锂电及储能系统等）的研发、生产、销售；能源科学技术研究及能源相关产品的研发、生产、销售；大数据产品、物联网及通信相关领域产品的研发、生产、销售；汽车零部件及智能系统的研发、生产、销售及服务；建筑工程；设计、制作、发布、代理各类广告；通信设备租赁（不含限制项目）；培训服务；技术认证服务；信息咨询（不含限制项目）；企业管理咨询（不含限制项目）；进出口业务；国内商业、物资供销业业务（不含专营、专控、专卖商品）；对外经济技术合作业务；房屋租赁业务（持许可经营许可证）；以及其他法律法规不禁止的经营活动（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。^增值电信业务经营。

公司竞争优势

▪ 竞争优势
华为智能运动穿戴设备凭借丰富产品矩阵覆盖从入门级手环到旗舰级手表的多元场景，以玄玑感知系统等创新技术实现高精度健康监测与专业运动支持（如医疗级血压监测、情绪健康管理），外观设计融合时尚与高端质感（如陶瓷材质、八边形锋芒设计），依托国际化营销与本地化运营提升品牌影响力（如全球发布会、赛事合作），并通过华为运动健康App构建生态闭环，为用户提供科学运动与健康管理的全场景智能体验，形成技术、产品、设计、营销及生态协同的综合竞争优势。

公司官网、公告等公开信息

2

小米科技有限责任公司

▪ 公司信息			
企业状态	存续	注册资本	185000万人民币
企业总部	北京市	行业	科技推广和应用服务业
法人	雷军	统一社会信用代码	91110108551385082Q
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	成立时间	1267545600000
品牌名称	小米科技有限责任公司	经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；货物进出口；技术进出口；进出口代理；通讯设备销售；厨具卫具及日用杂品批发；厨具卫具及日用杂品零售；个人卫生用品销售；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；日用杂品销售；日用百货销售；日用品销售；化妆品批发；化妆品零售；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；玩具销售；体育用品及器材零售；体育用品及器材批发；文具用品零售；文具用品批发；鞋帽批发；鞋帽零售；服装服饰批发；服装服饰零售；钟表销售；眼镜销售（不含隐形眼镜）；针纺织品销售；家用电器销售；日用家电零售；家具销售；礼品花卉销售；农作物种子经营（仅限不再分装的包装种子）；照相机及器材销售；照相器材及望远镜批发；照相器材及望远镜零售；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；计算机软硬件及辅助设备零售；计算机软硬件及辅助设备批发；珠宝首饰零售；珠宝首饰批发；食用农产品批发；食用农产品零售；宠物食品及用品批发；宠物食品及用品零售；电子产品销售；摩托车及零配件零售；摩托车及零配件批发；电动自行车销售；助动自行车、代步车及零配件销售；自行车及零配件零售；自行车及零配件批发；单用途商业预付卡代理销售；商用密码产品销售；五金产品批发；五金产品零售；建筑材料销售；仪器仪表修理；计算机及办公设备维修；办公设备销售；会议及展览服务；组织文化艺术交流活动；广告设计、代理；广告制作；广告发布；摄影扩印服务；票务代理服务；通讯设备修理；移动终端设备制造；可穿戴智能设备制造。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：第三类医疗器械经营；网络文化经营；出版物零售；出版物批发；食品销售；药品零售；广播电视节目制作经营；第一类增值电信业务；第二类增值电信业务；在线数据处理与交易处理业务（经营类电子商务）；基础电信业务；互联网信息服务；信息网络传播视听节目。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

▪ 融资信息		📄
A轮 4100万美元	C轮 2.16亿美元	



公司竞争优势

竞争优势

小米智能运动穿戴设备依托丰富多样的产品矩阵，从平价的Redmi手环3到功能更全面的小米手环系列及智能手表，实现多价位覆盖，满足不同层次消费者需求。技术层面，不断优化深度学习算法与传感器融合技术，带来精准的运动识别、心率监测、睡眠分析等健康监测功能，运动模式丰富，能精准记录各类运动数据。

公司官网、公告等公开信息

3 苹果（中国）有限公司

公司信息			
企业状态	存续	注册资本	1218万美元
企业总部	宁波市	行业	纺织服装、服饰业
法人	施银焕	统一社会信用代码	91330201764518889H
企业类型	有限责任公司(外国法人独资)	成立时间	1094486400000
品牌名称	苹果（中国）有限公司	经营范围	一般项目：服装制造；服装服饰零售；服装服饰批发；鞋帽零售；鞋帽批发；鞋制造；服饰制造；服饰研发；家具制造；家具销售；家用电器销售；家用电器制造；家用视听设备销售；照明器具制造；照明器具销售；针纺织品销售；皮革销售；皮革制品制造；皮革制品销售；卫生洁具销售；体育用品及器材零售；塑料制品销售；门窗销售；门窗制造加工；第一类医疗器械销售；第一类医疗器械生产；医护人员防护用品生产（Ⅰ类医疗器械）；医护人员防护用品零售；医护人员防护用品批发；水污染治理；污水处理及其再生利用；农副产品销售；技术进出口；货物进出口；非居住房地产租赁(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)。许可项目：消毒器械销售；食品生产；消毒器械生产(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准)。

公司竞争优势

竞争优势

苹果智能运动穿戴设备凭借创新设计、强大功能及生态融合构筑显著优势。外观设计追求轻薄时尚，功能上，健康监测专业精准，像心率监测克服肤色、佩戴习惯影响，还有ECG心电图、血氧监测等，新增睡眠呼吸暂停检测、生命体征App；运动模式丰富且算法智能，新增水下6米深度及水温感应。依托苹果生态，与iPhone等设备无缝联动，实现接打电话、支付等功能，适配海量第三方应用。

公司官网、公告等公开信息

附录

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、提起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

成为头豹会员—享专属权益

- 成为头豹会员，尊享头豹海量数据库内容及定制化研究咨询服务
- 头豹已累积上万本行业报告、词条报告，拥有20万+注册用户，沉淀100万+原创数据元素
- 头豹优势：行业覆盖全、数据量庞大、研究内容应用场景广泛，并有专业分析师团队为您提供定制化服务，助力企业展业

报告次卡

任意10本报告
阅读权益（一年有效）

¥598 /年

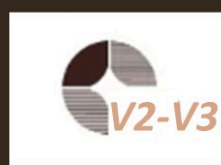
企业标准版



适用于研究频次高的用户或企业
无限量阅读全站报告
升级报告下载量
专享企业服务
定制词条报告

¥50,000 /年

企业专业版/旗舰版



满足定制研究需求的企业用户
定制深度研究报告
按需下载报告
分析师一对一沟通
专享所有核心功能

¥150,000+ /年

购买与咨询

咨询邮箱：

nancy.wang@frostchina.com

客服电话：

400-072-5588



头豹
LeadLeo

www.leadleo.com
400-072-5588