



2022年9月消费电子行业分析

作者：鲁光远 黎轲 张威

电话：010-58352887

邮箱：luguangyuan@xinhua.org

伴随着产品性能提升及内容生态的快速完善，VR行业有望迎来复苏。TWS耳机伴随着性能提升，其市场接受度将会进一步提升；智能手表有望在通讯、社交等新应用领域渗透。

编辑：张 骐

审核：杜少军

官方网站：www.cnfic.com

客服热线：400-6123115



目录

一、手机进入存量市场阶段	3
二、VR 行业正在复苏	4
三、TWS 耳机、智能手表将会迎来渗透率和接受度的进一步提升	5

图表目录

图表 1：消费者信心指数变动情况	4
图表 2：2022 年上半年主流 VR 平台内容数量	5
图表 3：智能手表用户常用功能	6

2022 年 9 月消费电子行业分析

新一代消费群体对于技术创新和使用体验有着强烈的兴趣和支付意愿，而随着产品性能提升及内容生态的快速完善，VR行业将迎来复苏。TWS耳机在降噪、传输、续航性能等方面性能不断提升，市场接受度将会进一步提升。智能手表有望在通讯，社交等新应用领域渗透，也会有较大发展空间。

一、手机进入存量市场阶段

根据工信部数据，8月，我国手机出货量为1897.9万台，同比下降21.9%，推出新机型48款，较去年同期减少9款；1-8月，我国手机累计出货量为1.75亿台，同比下降22.9%，累计推出新机型271款，较去年同期下降25款。

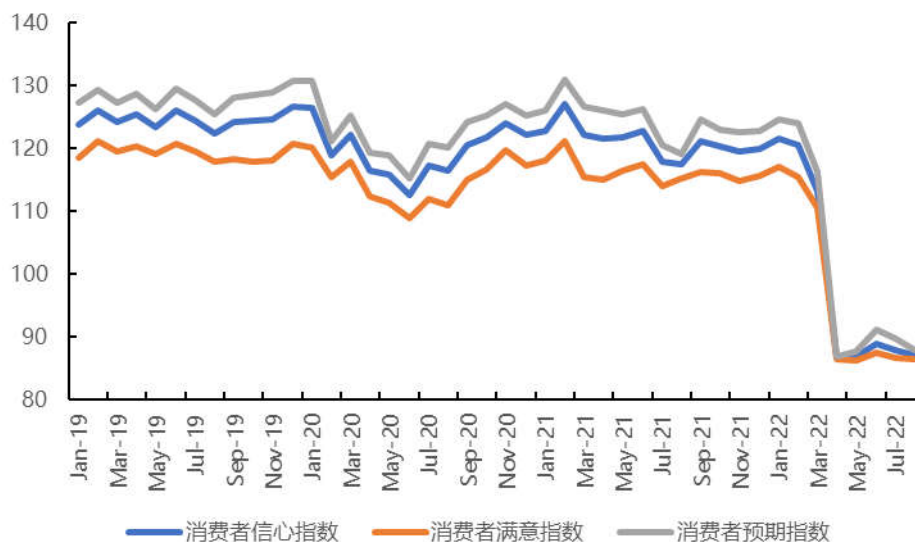
5G手机方面，8月出货量为1426.8万台，同比下降19.3%，市场份额为75.2%，上市新机型20款，较去年同期减少7款；1-8月累计出货量为1.38亿台，同比下降17.9%，市场份额为78.9%，累计推出新机型141款，较去年同期减少7款。

国内品牌手机方面，8月出货量为1787.1万台，同比下降21.6%，市场份额为94.2%，上市新机型43款，较去年同期减少10款；1-8月累计出货量为1.51亿台，同比下降26.0%，市场份额为86.3%，累计推出新机型248款，较去年同期减少18款。

智能手机方面，8月出货量为1813.5万台，同比下降21.4%，市场份额为95.6%，上市新机型43款，较去年同期减少8款；1-8月累计出货量为1.71亿台，同比下降23.0%，市场份额为97.7%，累计推出新机型229款，较去年同期减少18款。

分析认为，短期来看，手机出货量下降首先与整体消费环境变化相关。今年8月我国消费者信心指数为87.0，较7月份下降0.9，较去年同期下降30.5；前三季度通讯器材类限额以上企业(单位)商品零售类值为4399亿元，同比增速为1.8%，较去年同期下降8.1个百分点。中期来看，手机行业存在性能过剩、手机企业创新不足等问题，部分推出的新机型较之前机型性能提升有限，消费者换机动力不足。长期来看，手机需求逐步饱和，转变为存量市场。2021年，国内市场手机总体出货量累计3.51亿部，对应全国14亿人口，平均更换周期大约为四年，市场销量进一步扩大的空间不大。

图表 1：消费者信心指数变动情况



来源：国家统计局，新华财经

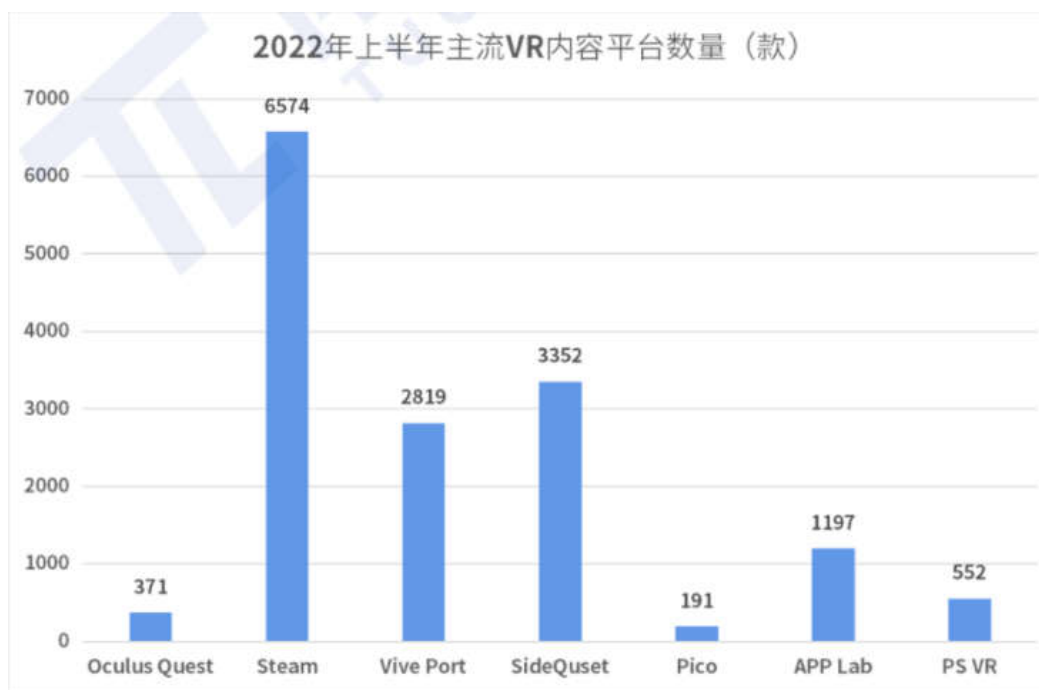
二、VR 行业正在复苏

2022年上半年，全球VR出货量为1029万部，同比增长72.4%，其中二季度出货量为230万部，同比增长30.7%。分品牌厂商来看，二季度，Meta、Pico、Valve、NOL0、爱奇艺出货量居于前列，分别为182万部、26万部、2.5万部、2.1万部、1.7万部，市场份额分别为78.1%、11.2%、1.1%、0.9%、0.7%。

值得关注的是，9月23日、9月27日，Pico分别面向全球和国内发布Pico 4系列一体机产品。Pico 4系列在软硬件和内容方面均有较大提升，采用Pancake折叠光路方案，使VR成像更自然，主机重量也明显减轻；采用自动瞳距调节技术，减少视觉疲劳和眩晕感，一定程度上支持了较长时间佩戴；同时，Pico 4系列在健身、游戏、视频、社交方面也加大内容投放，增加多款应用，逐步构建出更加完整的内容生态。

分析认为，目前VR行业正在逐步复苏。首先，我国新一代消费群体对于技术创新和使用体验有着强烈的兴趣和支付意愿；其次，VR产品的内容生态也在快速完善，截至2022年6月30日，全球7大平台共有15056款VR内容（含重复内容），仅今年上半年SideQuest新增1068款内容，增幅高达46.8%；第三，VR软硬件产品性能也在不断提升，有望在未来逐步解决长时间佩戴产生视觉疲劳和眩晕的问题。

图表 2：2022 年上半年主流 VR 平台内容数量



来源：VR 陀螺，新华财经

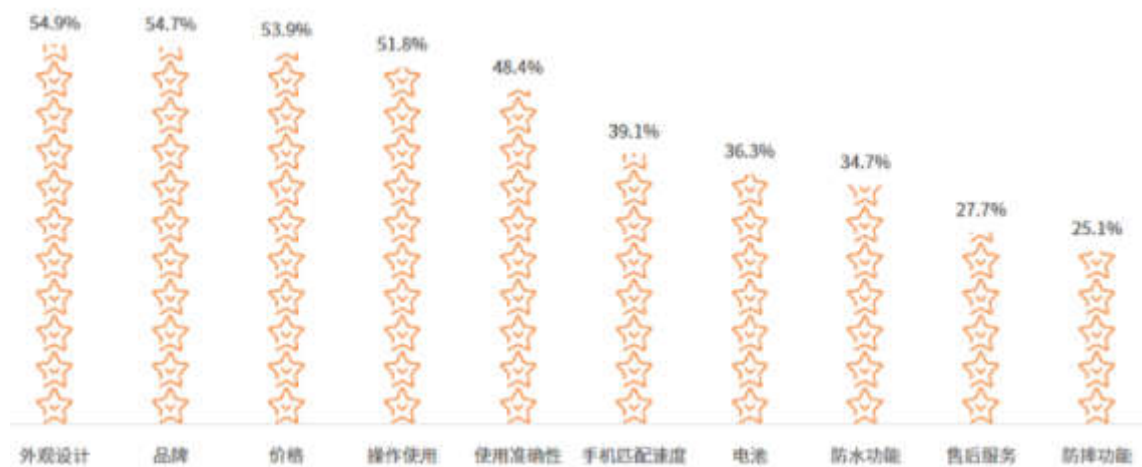
三、TWS 耳机、智能手表将会迎来渗透率和接受度的进一步提升

根据Canalys数据，2022年上半年，全球TWS耳机出货量1.31亿部，同比增长12.3%；二季度出货量为6301万部，同比增长8.0%。分品牌来看，二季度，苹果、三星、小米、boAt、Skullcandy出货量分别为1752万部、586万部、334万部、328万部、258万部，市场份额分别为27.8%、9.3%、5.3%、5.2%、4.1%。

根据潮电智库统计，二季度，全球智能手表总销量3158万只，同比增长17%。2022年二季度全球智能手表出货量主要来自中国、印度、欧洲、美国等四大地区，市场占率分别为28%、21%、20%、12%。分品牌看，排名前五的分别是苹果、华为、三星、Noise和小天才。其中，苹果占据TOP10品牌的29%，其次是华为占比达到17%。

分析认为，目前，TWS耳机行业已经开始向着多功能化、智能化方向发展，在降噪、传输、续航等方面的性能不断提升，这也是消费者的核心关注点和业内企业差异化发展的发力点，伴随着这一进程，其市场接受度将会进一步提升。智能手表近年来也呈现出快速发展的势头。根据艾媒咨询数据，2016-2021年，我国智能手表市场规模从86亿元快速增长到272亿元，购买群体主要是年轻消费群体，主要目的是记录运动情况和睡眠状态，分别占67.9%、58.5%。除此之外，未来智能手表有望在如通讯，社交等新的应用领域渗透，也会有较大发展空间。

图表 3：智能手表用户常用功能



来源：艾媒咨询，新华财经

重要声明

新华财经研报由新华社中国经济信息社发布。报告依据国际和行业通行准则由新华社经济分析师采集撰写或编发，仅反映作者的观点、见解及分析方法，尽可能保证信息的可靠、准确和完整，不对外公开发布，仅供接收客户参考。未经许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用。