

2018-2023年中国智能硬件行业盈利现状及投资前景评估报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国智能硬件行业盈利现状及投资前景评估报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/yingjian/295321295321.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

1 涵义

智能硬件是继智能手机之后的一个科技概念，通过软硬件结合的方式，对传统设备进行改造，进而让其拥有智能化的功能。智能化之后，硬件具备连接的能力，实现互联网服务的加载，形成“云+端”的典型架构，具备了大数据等附加价值。

当前，智能硬件已经成为信息通信行业的发展热点，从产品、应用到服务都蕴含巨大的发展空间，并将推动社会生产生活方式的全面智能化变革。智能硬件不仅仅是硬件设备，而是与云计算、大数据等紧密结合来实现强大的功能，是硬件创新与软件创新的融合，并不断向物流、医疗、交通、智能家居、工业制造等行业领域进行广泛的渗透扩散。

图：智能硬件操作系统 资料来源：公开资料，中国报告网整理

2 我国智能硬件产业现状及发展分析

2.1 智能硬件发展特点

（1）智能硬件发展模式推动新应用、新业态全国兴起和广泛渗透

从全球来看，生活智慧化与生产智能化需求正驱动智能硬件市场日益繁荣，技术突破与融合创新孕育着发展新机遇，以智能可穿戴、智能家居、智能车载、医疗健康、智能无人系统等为代表的智能硬件，通过引入芯片加操作系统的架构，为各种终端产品注入智能，并与互联网、云计算进行紧密结合，协同发展，为用户提供运动统计、智能家庭、智慧交通、健康管理、远程医疗等各种服务。“互联网+智能硬件”影响将迅速向工业、医疗、交通、农业等各领域进行广泛的渗透扩散。

（2）智能硬件整机、芯片操作系统等产业链环节融合创新，驱动产品形态和服务模式的多元化发展智能硬件对智能感知、智能操作与人机交互、低功耗芯片、无线充电、工业设计、应用平台的要求日益突出，竞争由产品性价比扩展到对全产业链的整合和掌控。联动创新融合创新正成为产业发展的主旋律，领军企业掌控智能硬件操作系统、人机交互技术、互联网开放平台、应用开发工具等产业链关键环节，推动“互联网+智能硬件”产业链整合。

图：2012-2016年中国智能硬件市场规模统计 资料来源：公开资料，中国报告网整理

2.2 智能硬件发展进入市场整合期

智能硬件市场认可度在2014年以前长期静默，在2016年的强势调整下，即将进入冷静发展的时期，资源将向大平台聚集。

2007年，iPhone的出现，在重新定义手机的同时也重新定义了移动互联网。

2012年，SmartWatch的出现，智能硬件快速进入到消费市场，同时物联网进入了产品化的时代。

2015年，产品品类爆发式增长。智能硬件处于市场摸索期，此时的智能硬件市场发展比较缓慢。市场处于挖掘客户需求、尝试产品形态以及收集用户数据阶段。

2016年，智能硬件进入市场启动期，随着产业链的成熟，芯片、传感器、通信技术、云平台以及大数据等的有效支撑，智能硬件平台集大数据服务平台搭建完毕，基于创新服务类产品逐步成熟，产品差异化将加大。

2017年，智能硬件发展将进入市场整合期。智能硬件表现出的特征为产品同质化严重；技术优势不明显；微利竞争。初期的用户培养基本完成，市场需求更加精细明确。智能硬件厂商需要加强技术储备，完善产品服务体系，提高核心竞争力。

2.3我国智能硬件发展趋势分析

进入到智能硬件市场启动期，资本、技术、人才、政策等正在向这个行业倾斜，未来智能硬件未来将会有以下发展趋势：

（1）智能硬件产业规模继续增长

在2014年国内智能硬件元年开启之后，近年来，国内智能硬件行业销量呈现爆发式增长。根据数据统计，2014年国内智能硬件市场规模达到108亿元，2015年销量达到424亿，预计2016年国内智能硬件市场规模有望达到552亿元。

（2）智能硬件投资更加趋于理性

智能硬件作为新兴的“爆发产业”，2014—2015年第二季度，很多投资人盲目押赛道，在大举投入后期待能迅速产出爆款。智能硬件产业出现了“投资向导”，在研究中发现，很多

企业出现了“toVC”的非正常现象。生产企业仅仅对风投负责，忽视了自身的产品积累和客观的市场规律。然而，2015年第三季度开始，智能硬件领域的投资额遭遇大幅度下滑，由Q2的45.4亿元降至5.7亿元。资本市场开始重新审视智能硬件这个领域。投资人面对智能硬件厂商会更加“谨慎”，资本向具有较强的技术积累以及良好的产品服务体系倾斜，一些靠融资维持开支的厂商无以为继。

（3）智能硬件不再有单纯的“免费模式”

在智能硬件产业爆发初期，大批缺乏技术含量、使用公模修改的产品诞生，以及资本的大量注入，出现了智能硬件零利润，以及互联网“羊毛出在猪身上”的赢利模式。然而，在ODM、OEM、渠道等各个环节都需要大量资金投入，原材料也通常需要提前垫付，这意味着在智能硬件的筹备阶段，可能就需要投入超乎想象的资金。随着资本的理性回归，智能硬件厂商的注意力也会更多的聚焦在产品的设计、质量以及服务本身。智能硬件产业的赢利点也会回归到产品。

（4）智能硬件转型重定位

部分智能硬件商家起初对产品的定位会不够准确，经过一段时间的摸索，会对产品进行重新定位，然后找到一个合适的位置。目前，很多智能硬件产品的一代与二代有着不同的定位，基本上再一次定位能够更好体现产品性能及优势。

2.4智能硬件发展需求分析

（1）规范产业发展成为智能硬件创新发展的内在需求

“无规矩不成方圆”，智能硬件生态从“原始生长”到“成熟发展”需要进行有机的规范。通过规范引导，保障用户权益，规范市场，由“外因驱动”促进“内因驱动”，从而促使智能硬件厂商不断提高产品质量、运维质量和服务质量。能够让智能硬件生态健康有序发展，“蛋糕”才能越做越大，智能硬件企业能在不断扩大的产业规模中获得利益。

（2）完善智能硬件相关标准

在产业发展初期很多产品之间互不兼容，使用的协议端口参差不齐，整个产业碎片化严重。对于互相不兼容的智能硬件，由于置换成本或单独使用成本过高，用户的热情就会大大降低。不同品牌的智能硬件设备所采集的数据格式和数据质量存在差异，数据缺乏共享和

深入整合。通过数据共享和跨领域融合创造出新的应用和服务，推动信息的流动和共享，消除数据孤岛成为当前智能硬件发展创新的迫切需求。

（3）拓宽智能硬件产品销售渠道

当前越来越多的智能硬件开始走向线下渠道，更多的智能硬件产品需要被明确为消费级产品，不再打“高大上”牌，而是应该更接地气。线下渠道，已成为智能硬件新的竞技场。能否将产品迅速铺到一二线，甚至三四线城市、城镇。因此，拓宽智能硬件产品的线下销售渠道成为了企业的发展需求。

（4）加强智能硬件安全防范

过去的一段时间智能硬件的安全问题开始凸显，智能路由器被入侵、洗衣机被入侵、智能摄像头被入侵，甚至智能网联汽车也被入侵并可以远程控制。智能硬件安全问题造成的危害甚至比信息安全问题更为严重，直接影响到人身安全、社会安全和国家安全，因此智能硬件安全必须引起高度重视。

3如何规范智能硬件产业

3.1产业政策引导

2016年9月21日，工业和信息化部、国家发改委联合发布《智能硬件产业创新发展专项行动（2016—2018年）》，着力推动智能硬件产业创新发展，提升高端共性技术与产品的有效供给，满足社会生产、生活对智能硬件的多元化需求，培育信息技术产业增长新动能。

此次《行动》为根据《“互联网+”人工智能三年行动实施方案》而制定的为期3年的落地计划，旨在落实贯彻2015年颁布的《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》，扶持产业全线产品智能化升级、工业技术化转型；另一方面，也为《中国制造2025》规划的实现打下良好工业基础，其中包括技术、人才、工业体系等方面的智能化创新发展。

重点支持技术研发和重点示范，支持双创发展，资金应用强调因地制宜的原则，鼓励地方投入资源到智能硬件领域。在产业协同上，强调以标准和服务为抓手，着力加快产品和数据的互联互通，加快产品软硬件协调，提高产品用户体验，确保产品安全。在创新体系上，支持优势地区的地方性平台。在产业生态上，以第三方服务为主，从产业运行间为平台，加强对产业的生态化支持。

国家相关政策出台，推出一系列重要举措，从顶层设计推动产业协同，建设创新体系和完善产业生态。

3.2制定技术标准

(1) 技术标准

智能硬件与手机及云平台的互联通信协议方面，目前呈多种协议并行的状态，典型协议包括苹果Homekit、Healthkit，谷歌Googlefit，高通Allseen联盟标准，更多的智能硬件厂商均采用各自私有协议，各厂商对协议统一标准化的看法不一样，多数智能硬件设备厂商对协议统一标准化有较强诉求。通过技术标准的制定，能够规范智能硬件产业发展的技术路径，消除开放平台与硬件产品之间以及行业间的壁垒，促进产业的技术积累与技术创新。

(2) 在智能硬件产品质量服务认证方面制定相应的认证标准

对厂商而言，产品设计完成后无法找到相应的认证标准，专业度及安全性上的缺失成为致命伤。对用户而言，没有可靠的质量认证，安全隐患的存在极有可能对用户造成伤害，甚至使其望而却步。制定产品质量服务认证标准，可以进一步规范智能硬件产业的质量体系，提高生产厂商注重产品质量和服务水平，同时也保障用户的权益，促使智能硬件生态形成健康的良性循环。

构建和完善智能硬件产品服务标准体系，促进新产品兼容与安全性，促进数据的采集、共享畅通，打通信息孤岛，使得产业链各类企业和开发者专注于特定领域进行研发创新，打造出有核心竞争力的创新产品。

3.3建立产品评估认证体系

智能硬件就是设备和云服务紧密结合的一个产品，包括智能硬件云平台、一个底层的智能硬件的开放平台以及智能硬件的设备。

建立产品评估体系，验证产品的标准符合度可以从以下几个方面开展：

(1) 针对智能硬件开放平台，可以通过几方面的指标对它进行评估

解决方案的成熟度，包括功能的完备性、性能指标、开放性等方面的指标。
云服务的提供能力，包括云服务的可用性、资源调配能力等。
大数据能力，包括数据质量管理能力、数据统计分析能力等。

(2) 针对智能硬件设备及其云服务，可以通过几方面的指标进行评估

终端产品的成熟度，包括产品规格与配置、产品功能、接口兼容性、系统软件兼容性以及产品安全等指标。云服务的提供能力。数据的分析能力。

(3) 对于智能硬件产品的产品及企业信息真实性和服务质量也需要进行真实的信息披露，避免“山寨产品”和伪劣产品的出现，保护用户的权益。

(4) 通过材料审查、技术测试和专家评审等方式建立完善的评估体系。

3.4 设立智能硬件产品安全等级制度智能硬件产品通过各种网络协议进行通信，很多产品都是7x24h链接，在终端设备、手机终端和云平台都可能存在安全漏洞，受到安全威胁。

智能硬件的安全问题主要有数据存储不安全、传输过程中没有加密、身份认证措施不当、会话处理不当、服务端控制措施部署不当、手机客户端的注入、密钥保护措施不当、敏感数据泄露等几个方面。

不同的行业对智能硬件安全需求差异也比较大。

例如，食品溯源需要对设备和位置信息进行认证；智能家居需要对控制指令进行完整性保护；智能安防需要对监控数据提供机密性保护；智能医疗需要对用户身份提供隐私性保护等。而且不同应用场景的安全级别也不同，例如计步类的产品的安全要求相对较低，医疗类的安全要求相对较高。因此，智能硬件安全需要引入等级制度，针对不同应用场景、不同类型的智能硬件产品进行安全等级划分，制定相应的安全等级标准，定义不同等级的安全防护要求。

3.5 规范智能硬件产品线下销售渠道

当前用户对于智能硬件的消费习惯已经从线上选购向线下体验转移，更加注重智能硬件产品的质量及服务的亲身体验。智能硬件产品市场销售的策略也随之改变，更多的采取“线上线下一双管齐下的方式，能够将产品更加快速变现，智能硬件产品的生产企业对于拓宽

产品的销售渠道具有迫切的需求。智能硬件产品与传统的手机终端的线下销售模式有类似之处，例如运营商原有的手机终端销售渠道可以被智能硬件产品所利用。但是智能硬件产品与传统手机终端销售渠道也有所不同，一方面是手机终端形态比较单一，渠道商“集采、入库”所考察的指标相对固定，一套固定的验证体系就可以满足，所占用的资源相对较小。智能硬件产品的形态及应用场景十分繁杂，产品类型也相对难以界定。对于渠道商很难用一套标准来衡量产品的质量及服务，如果每一类产品都进行单独测试，所消耗的成本比较大。另一方面，传统的手机生产商均为规模较大的企业，而智能硬件厂商更多的是中小企业，在于渠道商谈判沟通中处于“不对等”的状态。

因此，需要建立一套验证体系或者平台，连接渠道商和智能硬件企业，具有针对性的对众多的智能硬件产品进行验证及筛选，将结果报送渠道商。这样既保证了产品服务的质量，也降低了渠道商的资源消耗，同时也拓宽了智能硬件厂商的销售渠道，形成“多赢”局面，从而能够更好地促进智能硬件市场的繁荣稳定。

4小结

未来智能硬件产品和服务发展空间广阔，产业界应抓住机遇，积极应用新的技术和智能硬件技术的融合，来支持相关的智能硬件研发和创新。同时，应通过产业政策引导、标准制定、完善产品认证体系等一系列方式，规范智能硬件市场，促进整个产业健康快速发展。

中国报告网发布的《2018-2023年中国智能硬件行业盈利现状及投资前景评估报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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。

目录

第一章：国内外智能硬件行业发展状况分析

1.1 国外智能硬件行业发展现状与前景

1.1.1 全球智能硬件行业发展周期分析

- (1) 互联网时代智能硬件发展周期
- (2) 移动互联网时代智能硬件发展周期
- (3) 物联网时代智能硬件发展周期

1.1.2 全球智能硬件行业发展规模分析

- (1) 全球智能硬件装机量分析
- (2) 全球智能硬件市场规模分析

1.1.3 全球智能硬件细分市场发展分析

- (1) 智能可穿戴设备市场分析
 - 1) 市场规模分析
 - 2) 市场格局分析
- (2) 医疗智能硬件市场发展分析
 - 1) 市场规模分析
 - 2) 市场格局分析
- (3) 家居智能硬件市场发展分析
 - 1) 市场规模分析
 - 2) 市场格局分析
- (4) 人工智能硬件市场发展分析
 - 1) 市场规模分析
 - 2) 市场格局分析
- (5) 其他智能硬件市场发展分析
 - 1) 市场规模分析
 - 2) 市场格局分析

1.1.4 全球智能硬件行业前景与趋势预测

- (1) 行业发展前景预测
- (2) 行业发展趋势预测
 - 1) 虚拟现实将进入普通消费市场，内容成主要掣肘
 - 2) 可穿戴设备体验并不成熟，未来方向将更加细分
 - 3) 智能交通政策倾斜，有望引来更多资本进入
 - 4) 健康医疗设备鱼龙混杂、亟待规范统一
 - 5) 智能家居市场份额继续扩大，生态壁垒或将打破

1.2 国内智能硬件行业发展现状与痛点

1.2.1 中国智能硬件行业发展规模

- (1) 行业发展基础分析

- 1) 我国宏观经济情况
- 2) 居民收入情况
- 3) 政策措施
 - (2) 行业发展规模分析
- 1.2.2中国智能硬件行业市场结构
 - (1) 行业细分市场结构
 - (2) 企业地区分布结构
- 1.2.3中国智能硬件行业痛点分析
 - (1) 供应链痛点分析
 - (2) 投资痛点分析
 - (3) 市场痛点分析
 - (4) 人才痛点分析

第二章：智能硬件行业细分市场发展分析

2.1智能可穿戴设备市场发展分析

2.1.1智能手环市场发展分析

- (1) 市场发展规模分析
- (2) 产品竞争格局分析
- (3) 市场关注格局分析

1) 市场品牌与产品数量

2) 市场品牌关注格局

3) 市场产品关注格局

4) 产品价格关注格局

5) WIFI功能关注格局

6) 蓝牙功能关注格局

2.1.2智能手表市场发展分析

- (1) 市场发展规模分析
- (2) 产品竞争格局分析
- (3) 市场关注格局分析

1) 品牌关注格局

2) 产品数量格局

3) 尺寸关注格局

4) 价格关注格局

2.1.3智能眼镜市场发展分析

- (1) 市场发展规模分析

- (2) 产品竞争格局分析
- 2.1.4其他可穿戴设备市场发展分析
 - (1) 市场发展规模分析
 - (2) 产品竞争格局分析
- 2.2医疗智能硬件市场发展分析
 - 2.2.1智能血压计市场发展分析
 - (1) 市场发展规模分析
 - (2) 市场竞争格局分析
 - 2.2.2智能血糖仪市场发展分析
 - (1) 市场发展规模分析
 - (2) 市场竞争格局分析
 - 2.2.3智能体重秤市场发展分析
 - (1) 市场发展规模分析
 - (2) 市场竞争格局分析
 - 2.2.4智能按摩器市场发展分析
 - (1) 市场发展规模分析
 - (2) 市场竞争格局分析
 - 2.2.5智能体温计市场发展分析
 - (1) 市场发展规模分析
 - (2) 市场竞争格局分析
- 2.3家居智能硬件市场发展分析
 - 2.3.1智能路由市场发展分析
 - (1) 市场发展规模分析
 - (2) 市场竞争格局分析
 - 2.3.2智能插座市场发展分析
 - (1) 市场发展规模分析
 - (2) 市场竞争格局分析
 - 2.3.3智能电视市场发展分析
 - (1) 市场发展规模分析
 - (2) 市场竞争格局分析
 - 2.3.4智能空气净化器市场发展分析
 - (1) 市场发展规模分析
 - (2) 市场竞争格局分析
 - 2.3.5智能安防设备市场发展分析
 - (1) 市场发展规模分析

- (2) 市场竞争格局分析
- 2.4人工智能硬件市场发展分析
 - 2.4.1智能机器人市场发展分析
 - (1) 市场发展规模分析
 - (2) 市场竞争格局分析
 - 2.4.2智能图像语音识别市场发展分析
 - (1) 市场发展规模分析
 - (2) 市场竞争格局分析
 - 2.4.3智能深度学习市场发展分析
 - (1) 市场发展规模分析
 - (2) 市场竞争格局分析
- 2.5其他智能硬件市场发展分析
 - 2.5.1交通智能硬件市场发展分析
 - (1) 市场发展规模分析
 - (2) 市场竞争格局分析
 - 2.5.23D打印智能硬件市场发展分析
 - (1) 市场发展规模分析
 - (2) 市场竞争格局分析

第三章：智能硬件产业链各环节发展分析

- 3.1智能硬件产业链简介
 - 3.1.1智能硬件产业链整合平台
 - 3.1.2智能硬件产业链图谱
 - 3.1.3智能硬件产业链的建设思路
- 3.2工业设计市场发展分析
 - 3.2.1智能硬件领域工业设计发展现状
 - (1) 政策支持
 - (2) 发展现状
 - (3) 如何应对变革
 - 3.2.2智能硬件领域工业设计典型企业
 - (1) 北京洛可可科技有限公司
 - (2) 北京东道形象设计制作有限责任公司
 - (3) 深圳意谷设计有限公司
 - 3.2.3工业设计对智能硬件行业的影响
- 3.3移动开发市场发展分析

3.3.1智能硬件领域移动开发发展现状

3.3.2智能硬件领域移动开发典型企业

- (1) 北京百度网讯科技有限公司
- (2) 深圳市腾讯计算机系统有限公司
- (3) 阿里巴巴网络技术有限公司

3.3.3移动开发对智能硬件行业的影响

3.4云计算服务市场发展分析

3.4.1智能硬件领域云计算服务发展现状

- (1) 市场规模增长
- (2) 云计算产业结构不断优化，产业链将呈现软化趋势

3.4.2智能硬件领域云计算服务典型企业

- (1) 百度云
- (2) 腾讯云
- (3) 阿里云
- (4) 京东云

3.4.3云计算服务对智能硬件行业的影响

3.5芯片及零部件市场发展分析

3.5.1智能硬件领域芯片及零部件发展现状

- (1) 智能硬件芯片市场发展现状
- (2) 智能硬件传感器市场发展现状
- (3) 智能硬件半导体市场发展现状

3.5.2智能硬件领域芯片及零部件典型企业

- (1) 华为技术有限公司
- (2) 海思半导体有限公司
- (3) 索尼

3.5.3芯片及零部件对智能硬件行业的影响

3.6供应链平台发展分析

3.6.1智能硬件领域供应链平台发展现状

3.6.2智能硬件领域供应链平台典型企业

- (1) 科通芯城网
- (2) 阿里1688平台
- (3) 硬蛋网
- (4) JD+计划

3.6.3供应链平台对智能硬件行业的影响

第四章：智能硬件行业领先企业经营情况分析

4.1 智能可穿戴设备领先企业分析

4.1.1 微软公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

4.1.2 三星公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

4.1.3 苹果公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

4.1.4 华为公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

4.1.5 小米公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

4.2 医疗智能硬件领先企业分析

4.2.1 乐心公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

4.2.2 康康血压

- (1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

4.2.3 腾讯糖大夫

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

4.2.4 iHealth

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

4.3 家居智能硬件领先企业分析

4.3.1 美的集团

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

4.3.2 南京物联

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

4.3.3 海尔公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

4.3.4 乐视公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

4.3.5 极路由

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

4.3.6三个爸爸

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

4.4人工智能硬件领先企业分析

4.4.1云知声

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

4.4.2嘉腾公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

4.4.3小鱼在家

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

4.4.4极思维

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

4.4.5科沃斯

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

4.5其他智能硬件领先企业分析

4.5.1交通智能硬件领先企业分析

(1) 骑达

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

(2) 乐行天下

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

(3) 极飞科技

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

4.5.23D打印智能硬件领先企业分析

(1) 海芯科技

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

(2) 西通公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

(3) 盈创公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

(1) 谷歌公司

- 一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

(2) Facebook

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第五章：智能硬件行业发展前景与趋势预测

5.1智能硬件行业发展前景预测

5.1.1智能可穿戴设备市场前景预测

(1) 市场影响因素分析

(2) 市场发展规模预测

5.1.2医疗智能硬件市场前景预测

(1) 市场影响因素分析

(2) 市场发展规模预测

5.1.3家居智能硬件市场前景预测

(1) 市场影响因素分析

(2) 市场发展规模预测

5.1.4人工智能硬件市场前景预测

(1) 市场影响因素分析

(2) 市场发展规模预测

5.1.5其他智能硬件市场前景预测

(1) 市场影响因素分析

(2) 市场发展规模预测

5.2智能硬件行业发展趋势预测

5.2.1智能可穿戴设备市场趋势预测

(1) 市场整体趋势预测

(2) 产品发展趋势预测

(3) 市场竞争格局预测

5.2.2医疗智能硬件市场趋势预测

(1) 市场整体趋势预测

(2) 产品发展趋势预测

(3) 市场竞争格局预测

5.2.3家居智能硬件市场趋势预测

- (1) 市场整体趋势预测
- (2) 产品发展趋势预测
- (3) 市场竞争格局预测

5.2.4人工智能硬件市场趋势预测

- (1) 市场整体趋势预测
- (2) 产品发展趋势预测
- (3) 市场竞争格局预测

5.2.5其他智能硬件市场趋势预测

- (1) 市场整体趋势预测
- (2) 产品发展趋势预测
- (3) 市场竞争格局预测

第六章：智能硬件行业投资潜力与策略规划

6.1智能硬件行业投资潜力分析

6.1.1智能硬件行业投资热潮分析

- (1) 行业投资热度不减
- (2) 行业投资结构分析
 - 1) 投资数量结构
 - 2) 投资金额结构
 - 3) 投资轮次结构

6.1.2智能硬件行业投资推动因素

- (1) 行业发展势头分析
- (2) 行业投资环境分析

6.2智能硬件行业投资现状分析

6.2.1智能硬件行业投资主体

- (1) 行业投资主体构成
- (2) 各投资主体投资优势
 - 1) 互联网企业
 - 2) 传统硬件厂商
 - 3) 软硬件结合企业

6.2.2智能硬件投资切入方式

- (1) 互联网企业投资切入方式
- (2) 传统硬件厂商投资切入方式
- (3) 软硬件结合企业投资切入方式

6.2.3智能硬件成功投资案例

(1) 互联网企业成功投资案例

- 1) 阿里入股peel.com
- 2) 腾讯与丰唐物联合作
- 3) 百度投资上海汉枫
- 4) 小米投资加一联创
- 5) 360与酷派成立合资公司

(2) 传统硬件厂商成功投资案例

- 1) 海尔与联络互动成立合资公司
- 2) TCL与万达联合向智能家居转型

6.3智能硬件行业投资策略规划

6.3.1智能硬件行业投资方式

6.3.2智能硬件行业投资领域

6.3.3智能硬件行业产品创新

6.3.4智能硬件行业营销模式

图表目录

图表1：互联网时代智能硬件发展历程

图表2：移动互联网时代智能硬件发展历程

图表3：物联网时代智能硬件发展历程

图表4：全球智能硬件装机数量及预测（单位：亿台，%）

图表5：全球智能硬件市场规模情况（单位：亿美元）

图表6：全球智能可穿戴设备出货量及预测（单位：万台）

图表7：全球智能可穿戴设备市场竞争格局（单位：百万台，%）

(GYZJY)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingjian/295321295321.html>