

2021年中国TWS耳机市场分析报告- 市场发展现状与运营商机前瞻

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《2021年中国TWS耳机市场分析报告-市场发展现状与运营商机前瞻》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://baogao.chinabaogao.com/dianzishebei/543533543533.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

TWS耳机又被称为真无线蓝牙耳机，“TWS”是指“TrueWirelessStereo”（真无线立体声）。由于TWS耳机没有物理线材束缚，左右两个耳机通过蓝牙组成立体声系统，使得用户在听音乐、打电话、佩戴等方面都具有很好的体验。目前，TWS耳机芯片厂商，国外主要有高通、安森美、赛普拉斯等厂商，国内主要有恒玄、炬芯等厂商。

与传统的蓝牙耳机相比，TWS耳机完全除去了物理线，在体积、尺寸、功能多样性、使用体验等方面具有更大的优势，这让TWS耳机面临着更多的挑战。

TWS耳机的技术痛点主要体现在以下几点：第一，如何进一步缩小耳机尺寸且不影响续航力；第二，如何保证长时间佩戴而不影响舒适度；第三，如何保证在干扰强的环境中仍具备良好的无线通讯能力。

iPhone的手机芯片与AirPods的耳机芯片都由苹果自主研发，与iOS系统高度匹配。AirPods采用双耳同步传送方案，其左、右两边的耳机均可连接手机，人体对于信号的干扰程度小，连接稳定性好。不过该方案的兼容性不强，无法很好地实现跨平台兼容。苹果还在蓝牙低频转发技术上注册了多项专利，给后来者设立了不少研发路障。

通用芯片厂对蓝牙芯片的研发起步较晚，早期的蓝牙芯片只能满足带线蓝牙耳机的连接需求，无法保证TWS耳机双耳通讯的稳定性。在经典方案中，手机的数据信号用2.4GHz蓝牙信号传送到主耳机，主耳机再将数据信号以同样的方式转发到副耳机。这类方案只需一套射频电路，PCB电路板的体积很小，只是2.4GHz蓝牙信号容易被人体吸收，易受WiFi和其它蓝牙信号干扰。

在新一代LBRT磁感应转发方案中，数据信号以高频段蓝牙信号传输至主耳机，再通过磁感应转发技术传输至副耳机，以此来增强信号穿透力、避免音质损耗、减少延迟。不过，该方案需要在耳机中增加低频天线。据悉，LBRT磁感应转发方案是除了苹果之外的其它TWS耳机厂商的主流方案。

TWS耳机发展趋势 资料来源：观研天下整理

1、耳机头的大小变化不大

AirPods的外形就像是剪掉线的EarPods。AirPods的ID是在EarPods的基础上设计的，即使是苹果，在TWS耳机上采用这个ID也极具挑战性。AirPods的电池置于底部的“杆子”中，“杆子”的存在还能更好地实现降噪和语音识别。万魔自主品牌的TWS耳机未采用类似的ID，它的形状更像是一个纽扣，其挑战性更大。TWS耳机的尺寸将会更小。从有线耳机，到颈戴式耳机，再到TWS耳机，这些耳机外形的变化都体现了小型化的趋势。在他看来，TWS耳机还不够小，佩戴起来仍会感觉笨重。消费者还希望TWS耳机具备ANC（Active Noise Control，主动降噪）、语音识别等功能，这要求芯片厂商提供更小体积的芯片，电池厂商提供能量密度更高的电池。

楼氏电子主推的动铁喇叭只占1/5的耳机空间，可为其余元器件和电池腾出更多空间，

越来越多TWS耳机厂商选择动铁喇叭。TWS耳机的耳机头已经足够小，未来的趋势是在耳机头尺寸不变的基础上集成更多的功能。追求耳机的“轻”和“小”本质上是为了佩戴更舒适。

同时，TWS耳机的ANC效果还会继续发展。虽然带橡胶套的入耳式耳机的降噪效果更好，但是在佩戴时间一久舒适度会大打折扣。一般在不听音乐或打电话时，大家都会摘掉入耳式耳机，否则听不到外界的声音，半入耳式耳机不存在这种问题。TWS耳机的尺寸是否会更小，是半入耳式还是入耳式，主要看产品本身的定义。

2、耳机厂商将会两极分化

如果关注市面上的TWS耳机产品，可以发现它们主要从属于三类厂商。一类是智能手机厂，其耳机产品作为手机的配件推出；一类是传统音频厂，其耳机主要追求音质的优越性；第三类是其他厂商，其中包括了既有ODM业务，又有自主“1MORE”品牌的万魔声学。音频厂的TWS耳机追求音质，普通消费者对音质并不敏感，对功能却有更多要求。手机厂的TWS耳机功能丰富多样，且与手机系统有较好的兼容性，对普通消费者而言具有较大的吸引力。但手机厂的主力产品是智能手机，很多手机厂，如华为、OPPO、小米都选择与万魔这类有ODM业务的厂商合作。在专业性方面，这类厂商比手机厂和音频厂更有优势。

蓝牙耳机是作为手机的配件出现，最初主要是用来通话。对老牌音频厂来说，蓝牙耳机的出现并未影响到发烧友对有线耳机的忠诚度，相反还为其带来了更广阔的市场空间，它们吸引了既要求便携又要求音质的一类消费者。未来TWS耳机厂商将可能出现两极分化。手机厂会坚持半入耳式耳机，比如苹果、华为这类带“杆”的耳机。音频厂出于对音质的追求，坚持带橡胶套的封闭式耳机。手机厂对耳机功能的追求让它们更激进，而音频厂在耳机上的功能集成动作会稍慢。手机厂的TWS耳机在出货量方面具有优势，在功能性方面也比较激进。

3、TWS耳机或与智能音箱有竞争

在智能音箱领域，国外有亚马逊、谷歌，国内有百度、小米、阿里巴巴……随着AI在智能硬件产品上进一步落地，TWS耳机与智能音箱是否将在物联网入口上有竞争？耳机与音箱的受众完全不同。前几年，亚马逊和谷歌带动了智能音箱热潮，在智能语音方面有较好的表现。而手机在智能语音上的占有率最大，蓝牙耳机又与手机紧密相连，且方便携带和佩戴，用它来作物联网入口不但能保护用户的隐私，而且对周围的人干扰也最小。

对此，在进入物联网时代之前耳机就已经是语音通讯的入口，相信它也能在物联网入口上发挥作用。佩戴TWS耳机时，麦克风与使用者嘴巴的距离非常近，语音唤醒和语音识别准确率更高。不过，TWS耳机语音芯片的要求更高，它需要在低功耗环境下实现语音识别。楼氏电子推出的AISonic系列音频边缘处理器，兼顾功耗和算力可更好地实现语音识别。谢冠宏先生认同TWS耳机作为物联网入口的优势。穿戴设备成为智能语音入口是当下的趋势，以前是功耗和准确率问题没有完全克服，才会用音箱做智能语音入口。

现在TWS耳机的“唤醒”技术已经有了发展，在低功耗环境下保持随时“唤醒”，需要更多的专利技术积累。除了耳机之外，万魔还对智能穿戴、智能家居、智能车载、智能健康四大

领域做了布局。实际上，楼氏电子在近期推出的实时监听方案VoicelQ加入了语音互动功能，用本地语音命令取代了手动操作。比如，想要调整耳机音量，只需口头说“音量加”或“音量减”即可。

这是目前市面上功耗最低的实时监听方案；此外，为了降低语音唤醒误触发，楼氏电子还计划加入BoneSensor（骨传导传感器），通过检测用户说话时的震动，从而降低误触发率。

随着苹果新一代TWS耳机的推出，以及Harman等其它大厂支持Googleassistant耳机的上市，智能耳机在某种程度上已经开始萌芽。这个产品显著区别于智能音箱，在使用方式上，个人助手的特点将会更加鲜明。类似电影《Her》里面一样，将来耳机会更加贴近个人，更加全天候。智能音箱则更侧重于家庭娱乐和智能家居控制。

4、高低端产品比例将会发生变化

在市面上不同的蓝牙芯片之间的价格差可高达10倍，最低端的蓝牙芯片卖0.3美元/颗，只给蓝牙耳机带来听音乐、打电话的功能。带AAC（AdvancedAudioCoding，高级音频编码）功能的高端蓝牙芯片的价格超过3美元/颗，具备主动降噪、语音识别等功能。那么，高低端TWS耳机产品之间的价格差是否会有变大的趋势？一般高端产品的价格更高，低端产品的价格更低，但也有品质与性价比兼具的产品。

据了解，作为中国的原创耳机品牌，万魔的耳机产品已经面向全球出货。在2018~2019年CES展期间，1MORE万魔耳机连续两年获得美国CES官方颁发的6个CES创新奖，是有史以来唯一一家获此殊荣的耳机品牌。也有业内人士认为，低端和高端TWS耳机产品的价格差不会越来越大。现在TWS耳机用户主趋于年轻化，主要以90后和00后为主，这类人对品质的要求更高。随着工厂加工技术的成熟，未来高端耳机的出货量会逐步增加，价格会维持在一定的水平线上。（CJ）

观研报告网发布的《2021年中国TWS耳机市场分析报告-市场发展现状与运营商机前瞻》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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国TWS耳机行业发展概述

第一节 TWS耳机行业发展情况概述

- 一、TWS耳机行业相关定义
- 二、TWS耳机行业基本情况介绍
- 三、TWS耳机行业发展特点分析
- 四、TWS耳机行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、TWS耳机行业需求主体分析

第二节 中国TWS耳机行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、TWS耳机行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - （1）沟通协调机制
 - （2）风险分配机制
 - （3）竞争协调机制
- 四、中国TWS耳机行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国TWS耳机行业生命周期分析

- 一、TWS耳机行业生命周期理论概述
- 二、TWS耳机行业所属的生命周期分析

第四节 TWS耳机行业经济指标分析

- 一、TWS耳机行业的赢利性分析
- 二、TWS耳机行业的经济周期分析
- 三、TWS耳机行业附加值的提升空间分析

第五节 中国TWS耳机行业进入壁垒分析

- 一、TWS耳机行业资金壁垒分析
- 二、TWS耳机行业技术壁垒分析
- 三、TWS耳机行业人才壁垒分析
- 四、TWS耳机行业品牌壁垒分析
- 五、TWS耳机行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球TWS耳机行业市场发展现状分析

第一节 全球TWS耳机行业发展历程回顾

第二节 全球TWS耳机行业市场区域分布情况

第三节 亚洲TWS耳机行业地区市场分析

- 一、亚洲TWS耳机行业市场现状分析
- 二、亚洲TWS耳机行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲TWS耳机行业市场前景分析

第四节 北美TWS耳机行业地区市场分析

- 一、北美TWS耳机行业市场现状分析
- 二、北美TWS耳机行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美TWS耳机行业市场前景分析

第五节 欧洲TWS耳机行业地区市场分析

- 一、欧洲TWS耳机行业市场现状分析
- 二、欧洲TWS耳机行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲TWS耳机行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界TWS耳机行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球TWS耳机行业市场规模预测

第三章 中国TWS耳机产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品TWS耳机总额
- 五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国TWS耳机行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国TWS耳机产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国TWS耳机行业运行情况

第一节 中国TWS耳机行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国TWS耳机行业市场规模分析

第三节 中国TWS耳机行业供应情况分析

第四节 中国TWS耳机行业需求情况分析

第五节 我国TWS耳机行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国TWS耳机行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国TWS耳机行业供需平衡分析

第八节 中国TWS耳机行业发展趋势分析

第五章 中国TWS耳机所属行业运行数据监测

第一节 中国TWS耳机所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国TWS耳机所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国TWS耳机所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国TWS耳机市场格局分析

第一节 中国TWS耳机行业竞争现状分析

一、中国TWS耳机行业竞争情况分析

二、中国TWS耳机行业主要品牌分析

第二节 中国TWS耳机行业集中度分析

一、中国TWS耳机行业市场集中度影响因素分析

二、中国TWS耳机行业市场集中度分析

第三节 中国TWS耳机行业存在的问题

第四节 中国TWS耳机行业解决问题的策略分析

第五节 中国TWS耳机行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国TWS耳机行业需求特点与动态分析

第一节 中国TWS耳机行业消费市场动态情况

第二节 中国TWS耳机行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 TWS耳机行业成本结构分析

第四节 TWS耳机行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国TWS耳机行业价格现状分析

第六节 中国TWS耳机行业平均价格走势预测

一、中国TWS耳机行业价格影响因素

二、中国TWS耳机行业平均价格走势预测

三、中国TWS耳机行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国TWS耳机行业区域市场现状分析

第一节 中国TWS耳机行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区TWS耳机市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区TWS耳机市场规模分析

四、华东地区TWS耳机市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区TWS耳机市场规模分析

四、华中地区TWS耳机市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区TWS耳机市场规模分析

四、华南地区TWS耳机市场规模预测

第九章 2017-2021年中国TWS耳机行业竞争情况

第一节 中国TWS耳机行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国TWS耳机行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国TWS耳机行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 TWS耳机行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国TWS耳机行业发展前景分析与预测

第一节 中国TWS耳机行业未来发展前景分析

一、TWS耳机行业国内投资环境分析

二、中国TWS耳机行业市场机会分析

三、中国TWS耳机行业投资增速预测

第二节 中国TWS耳机行业未来发展趋势预测

第三节 中国TWS耳机行业市场发展预测

一、中国TWS耳机行业市场规模预测

二、中国TWS耳机行业市场规模增速预测

三、中国TWS耳机行业产值规模预测

四、中国TWS耳机行业产值增速预测

五、中国TWS耳机行业供需情况预测

第四节 中国TWS耳机行业盈利走势预测

一、中国TWS耳机行业毛利润同比增速预测

二、中国TWS耳机行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国TWS耳机行业投资风险与营销分析

第一节 TWS耳机行业投资风险分析

一、TWS耳机行业政策风险分析

二、TWS耳机行业技术风险分析

三、TWS耳机行业竞争风险分析

四、TWS耳机行业其他风险分析

第二节 TWS耳机行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国TWS耳机行业发展战略及规划建议

第一节 中国TWS耳机行业品牌战略分析

- 一、TWS耳机企业品牌的重要性
- 二、TWS耳机企业实施品牌战略的意义
- 三、TWS耳机企业品牌的现状分析
- 四、TWS耳机企业的品牌战略
- 五、TWS耳机品牌战略管理的策略

第二节 中国TWS耳机行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国TWS耳机行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国TWS耳机行业发展策略及投资建议

第一节 中国TWS耳机行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国TWS耳机行业营销渠道策略

- 一、TWS耳机行业渠道选择策略
- 二、TWS耳机行业营销策略

第三节 中国TWS耳机行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国TWS耳机行业重点投资区域分析

二、中国TWS耳机行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/dianzishebei/543533543533.html>