

2017-2022年中国智能硬件产业运营格局态势及市场竞争态势报告

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《2017-2022年中国智能硬件产业运营格局态势及市场竞争态势报告》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/289460289460.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 定义

随着智能化、互联网化与社会经济、人民生活的结合日益紧密，以可穿戴设备、智能家居设备、机器人等为代表的智能硬件正在蓬勃兴起，掀起新一轮的终端产业变革。

智能硬件是具备信息处理和数据连接能力，可实现感知、交互和服务功能的产品。近几年，相关产品形态快速创新，向生产生活各领域渗透，并通过对传统设备的智能化改造，大大提升原有产业附加值、延伸产业链，加速推动新的生产组织模式变革。可穿戴设备出货量同比增长达到29%，无人机、机器人等热门产品也受到广泛关注，预计2020年我国智能硬件产品和服务的总体市场规模可达万亿水平。

2 产业发展现状

2.1 三大驱动力促进产业多层次并存并波浪式推动

智能硬件的蓬勃兴起和爆发增长有3个主要驱动力：

第一个是依靠新兴技术的技术周期驱动，关键算法和元器件的成熟降低了智能硬件开发门槛，相关产品获得了规模增长。

第二个是硬件成本的降低提高了规模生产能力。摩尔定律的作用使近年来微电子关键组件成本下降，包括单个晶体管上的半导体成本下降50%，MEMS传感器成本下降35%，存储器件成本在5年内下降90%，从而带动整体硬件成本大幅下降。

第三个是互联网价值寻找新的突破口和承载工具，互联网企业围绕既有生态优势的布局，客观上加快了产业整合，打破了市场壁垒，繁荣了智能硬件应用市场，吸引了更多企业参与智能硬件产业之中。

在三大驱动力的作用之下，硬件智能化形成了3个层次，各个层次并存并且形成波浪式的发展浪潮。

第一层是基础智能硬件，以对传统商品的电子信息化改造为主，产品的交互能力较弱，大部分以手机为交互界面，依靠硬件成本下降得到迅速发展，如智能手环、智能插座等。

第二层是互联网智能硬件，以对电子产品的互联网化改造为主，互联网价值转移促使其具有较强的独立交互能力，如智能手表、智能车机等。

第三层是新智能终端，在机器视觉、机器学习等新技术创新的作用下，具有全新的交互方式和控制方式，包括无人机、VR等。

2.2 多元化产业链快速形成并不断发展

智能硬件产品形态不断出现，吸引ICT巨头企业争相布局智能硬件产业，具备独有特点的产业链快速形成，并逐步由自由生长走向专业化和板块化，形成元器件供应商、专业服务商、系统平台、营销渠道和硬件研发生产等不同板块，并突出表现出四大特点：

一是巨头企业入场对智能硬件产业发展起到明显的带动和集聚作用。

二是上游元器件厂商加强对智能硬件的支持，形成面向不同产品的硬件解决方案，使智能硬件技术逐渐由智能手机、物联网等独立出来。

三是出现具备较强生产能力的专业代工厂商，传统手机生产代工、软件外包企业开始布局智能硬件。

四是京东、阿里等电商巨头整合线上渠道，加强对智能硬件的营销支持。

2.3 企业通过投资并购、跨界合作布局市场

智能硬件产业近两年并购投资案不断涌现，企业通过此路径壮大自身实力，以快速占领市场。

第一，整机厂商互相收购，厂商借此快速扩充产品线，直接增强智能硬件制造研发实力，如诺基亚收购可穿戴设备厂商Withings，苹果收购增强现实领域的初创公司FlybyMedia。

第二，技术巨头公司收购初创公司，涉及人工智能、通信芯片、传感器等各领域，间接增强智能硬件智能化能力，如英特尔收购计算机视觉创企Movidius，以构建RealSense平台，高通收购蓝牙芯片供应商CSR公司，增强可穿戴等设备联网能力。

第三，互联网企业与传统行业跨界合作频繁，发挥各自优势，加快智能硬件在各行业的渗透速度，如华为与施华洛世奇合作共同推出智能手表，魅族、海尔、阿里3家合作搭建智能家居生态圈。

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

图：2015年中国智能硬件细分市场结构（单位：%） 资料来源：公开资料，中国报告网整理

图：中国智能硬件企业地区分布结构（单位：%） 资料来源：公开资料，中国报告网整理

3 技术发展现状

在2014年以前智能硬件处于发展初期，智能硬件规模较小，采用的技术一般都是PC、手机的通用技术，包括通用的芯片方案、传感器、屏幕等。随着智能硬件规模的扩大和市场的不断细分，智能硬件的需求逐步聚焦，倒逼技术创新来满足智能硬件需求。

3.1 图形芯片

随着VR、无人机等新型应用兴起，智能硬件对于底层芯片的应用需求提升，迫使其从性能、算法、异构化等3方面入手进行创新升级。性能上，通过流处理单元增加、计算架构调整、带宽增加等手段提升图形芯片性能。算法上，GPU图形算法面向新型应用（VR、无人机等）进行优化，如NVidia、AMD等推出针对面向VR应用开发者的配套优化算法SDK。异构化方面，利用CPU/GPU+DSP、CPU/GPU+FPGA等架构设计专用芯片，满足特定需求，如微软的HPU有24颗DSP核心，执行速度快200倍，功率仅为10w。

3.2 基础计算和通信芯片

智能硬件逐步出现应用服务定义芯片的趋势，芯片厂商与智能硬件厂商合作通过多种方式优化芯片性能。

一是通过算法面向应用，根据不同应用优化接入、认证、调度、计算算法，提高芯片效率，如ST将MCU与不同电机算法绑定，可为不同类型产品提供针对性服务。

二是通过集成面向应用，面向具体应用的芯片集成解决方案成为智能硬件芯片发展主要趋势，如MCU与Wi-

Fi的集成减少芯片面积，提升了快捷组网和连接的能力，同时降低了芯片成本。

3.3高清晰和柔性显示

从分辨率上看，VR产品对“4K+”屏幕需求增加，带动高清屏幕发展。从材质上看，AMOLED屏幕能够有效降低延迟和屏幕厚度，在VR头显中应用成为趋势。此外，柔性显示市场起步，曲面、可弯曲、折叠、卷曲、拉伸等柔性显示技术不断发展，涉及基板、TFT背板、前板、触控线路等关键器件技术和柔性制备工艺技术。目前，采用曲面显示技术的产品市场已进入规模商用期，但因柔性屏幕价格较高，主要用于中小尺寸的智能手表与手机，仅Apple Watch、Edge+等少数明星产品采用。

3.4传感器

传统传感器逐步向小型化、低功耗、高精度发展，以适应智能硬件新需求。随着工艺的演进，传感器的封装面积降低到5mm²以下，极大地提高了在小型智能硬件上的应用。在低功耗上，业界推出了多种面向可穿戴应用的低功耗传感节点的设计方法，从信号处理、存储、射频等多个维度优化系统性能，实现长达数月的续航能力。在高精度上，激光、红外等的综合应用提高了三维感知能力。同时，新型传感器在智能硬件中得到广泛使用，包括光传感器、生物传感器、环境传感器等，如果壳、映趣等智能手表采用神念的心电传感器。

3.5操作系统

操作系统面向智能硬件终端，进行新一轮发展创新。架构上，为实现通用化，操作系统架构逐渐趋于一致，由内核、辅助外围模块、集成开发环境等组成，伸缩性、实时性强，内置物联网常用无线通信接口，提供丰富灵活的API，具备独有特点。

技术上，一方面，面向新型终端安全性、低功耗、互联性的需求，提升自身性能。以Trustzone为基础，采用沙盒代码和TEE等技术为上层软件应用提供安全保证；通过集中式的调度机制和协议栈优化等技术手段实现设备的低功耗需求；内置丰富协议接口，并协同物联网平台实现云端互联，打造万物互联的生态。另一方面，面向人工智能、自动驾驶等新型技术，操作系统优化软硬件支撑能力，上层逐步融合人工智能引擎与ADAS接口等，加强行为规划，为终端智能化提供基础。

近年来，新兴的操作系统，如ARM的Mbed、微软的win10IoT、谷歌的Fuchsia等皆在物联网领域有所发展与应用，我国的华为liteOS、阿里的yunOS等也表现较好。

4我国智能硬件发展现状

4.1智能硬件产品形成一定的比较优势可穿戴设备发展较快，企业保持全球前列。从全球市场看，据IDC最新数据显示，2016年第三季度全球可穿戴设备出货量排名中，小米公司占据第二，市场份额约为16.5%。我国企业步步高凭借儿童智能手表等产品，出货量也处于全球领先地位。从国内市场看，2016年第二季度中国可穿戴设备市场出货量为954万台，同比增长81.4%。中国可穿戴设备市场的高速增长主要依靠本土厂商在细分市场的精耕细作，及其综合实力的快速成长，这主要体现在4个方面：产品由硬向软的转变；功能由小到大的成长；渠道由点向面的覆盖；市场由内向外的扩张。

5我国智能硬件发展建议

5.1消除应用壁垒，引导融合应用创新

推动消除行业之间数据壁垒、标准壁垒。加快智能硬件与医疗、交通等重点行业的数据打通，鼓励热点行业的公共数据资源向企业有序开放应用。推动大企业开放、开源训练数据库、数据模型和基础数据平台，挖掘智能硬件的数据价值和应用价值。

在热门公共服务领域开展应用示范。以党政军等政府部门需求为牵引，加快行业级智能硬件解决方案的应用，引导智能硬件在民生、交通、公共安全等公共服务应用领域的创新。

5.2加快技术和生态的系统性突破

加快智能感知、人机交互技术的迭代创新，鼓励自主技术的研发应用，进一步提升图像算法、运动控制等集成技术，提高整机性能，引导自主感知、交互等关键技术的研发和应用。加强对国外新趋势的跟踪，引导企业对国外中小创新企业的技术收购并购。

继续提高高性能芯片、新型屏幕的战略性投入。

一是仍需持续研发集成化、智能化、小型化、低功耗的新型移动传感器产品及融合软件算法的整体性解决方案，大力攻关新型敏感材料及MEMS制造工艺，逐步构建良性发展的自主传感器产业生态。

二是本土摄像头、显示屏技术水平仍需继续提升，加大2K-4K AMOLED屏幕产线投入，实现AMOLED面板大规模量产。

三是移动芯片等已有的优势领域仍需继续深化，支持国产厂商加快应用处理芯片、LTE通信芯片及SoC芯片的技术升级步伐，并加快与WiFi、导航等的集成一体化发展。

5.3落实国家“双创”政策，促进产业链协同创新

加大政策支持，强化创业扶持。利用“互联网+”重大工程包、工业转型升级资金及专项建设基金3项国拨资金支持技术研发和应用示范。鼓励众筹融资，开展公开、小额股权众筹融资试点，引导社会资本多种渠道投资智能硬件产业。

注重人才培养，促进成果转化。加快推进社会保障制度改革，破除人才自由流动制度障碍，实现智能硬件相关领域人才顺畅流动。加快建立创业创新绩效评价机制，吸纳富有创业精神、勇于承担风险的智能硬件人才。建立产学研协同技术创新联盟，加快高等院校、科研院所科研成果转化。

完善创新创业基础设施。大力发展创新工场、众创空间，鼓励各类创业孵化器与天使投资、创业投资相结合，与高校等技术成果转移相结合。加强创业创新信息资源整合，建立创业政策信息发布和共享平台。

中国报告网发布的《2017-2022年中国智能硬件产业运营格局态势及市场竞争态势报告》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。

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历程分析

(1) 互联网时代智能硬件发展历程

- (2) 移动互联网时代智能硬件发展历程
- (3) 物联网时代智能硬件发展历程
- 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
- 1.2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) 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
 - 2.5.3VR/AR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) 云计算产业链正在形成

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：中国智能硬件行业销售渠道分析

4.1智能硬件行业销售渠道概况

4.1.1智能硬件行业销售渠道介绍

4.1.2智能硬件不同销售渠道对比

- (1) 销售规模对比
- (2) 单品销售对比

4.1.3智能硬件不同销售渠道关联

(1) 线下渠道对线上渠道的影响分析

(2) 线下+线上的融合情况及意义

4.2智能硬件线上渠道市场分析

4.2.1智能硬件线上销售规模分析

4.2.2智能硬件单品线上销售分析

4.2.3智能硬件线上销售趋势分析

4.3智能硬件线下渠道市场分析

4.3.1智能硬件线下销售规模分析

4.3.2智能硬件单品线下销售分析

4.3.3智能硬件线下销售趋势分析

4.4智能硬件线下体验店发展分析

4.4.1智能硬件线下体验店店面形态图谱

(1) 店面面积

(2) 店面位置

(3) 产品线

4.4.2智能硬件线下体验店现状分析

(1) 智能硬件线下体验店数量分析

(2) 智能硬件线下体验店地区分布

(3) 智能硬件线下体验店经营情况

4.4.3智能硬件线下体验店发展趋势

4.4.4智能硬件线下体验店市场容量

4.5智能硬件线下体验店竞争对手分析

4.5.1江苏保千里视像科技股份有限公司

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

4.5.2北京达宝恩智能科技有限公司

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

4.5.3北京未来智选科技有限公司

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

4.5.4 深圳市机器时代科技有限公司

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

第五章：智能硬件行业用户画像及行为分析

5.1 智能硬件行业用户概况

5.1.1 智能硬件行业用户规模

5.1.2 智能硬件行业用户认知度

5.1.3 智能硬件行业用户渗透率

5.1.4 智能硬件行业用户活跃度

5.1.5 智能硬件行业用户覆盖率

5.2 智能硬件行业用户画像

5.2.1 智能硬件行业用户性别画像

5.2.2 智能硬件行业用户年龄画像

5.2.3 智能硬件行业用户收入画像

5.2.4 智能硬件行业用户婚姻状况画像

5.2.5 智能硬件行业用户城市级别画像

5.2.6 智能硬件行业用户省份分布画像

5.2.7 智能硬件行业用户设备品牌画像

5.2.8 智能硬件行业用户设备价位画像

5.2.9 智能硬件行业用户画像总结

5.3 智能硬件行业用户行为

5.3.1 智能硬件行业用户活跃时段

5.3.2 智能硬件行业用户关联应用类型

5.3.3 智能硬件行业用户关联应用

5.3.4 智能硬件行业用户线下消费偏好

5.3.5 智能硬件行业用户行为总结

第六章：智能硬件行业领先企业经营情况分析

6.1 智能可穿戴设备领先企业分析

6.1.1 微软公司

- 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

6.1.2 三星公司

- 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

6.1.3 苹果公司

- 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

6.1.4 华为公司

- 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

6.1.5 小米公司

- 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

6.2 医疗智能硬件领先企业分析

6.2.1 乐心公司

- 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

6.2.2 康康血压

- 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

6.2.3腾讯糖大夫

- 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

6.2.4iHealth

- 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

6.3家居智能硬件领先企业分析

6.3.1美的集团

- 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

6.3.2南京物联

- 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

6.3.3海尔公司

- 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

6.3.4乐视公司

- 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

6.3.5极路由

- 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

6.3.6三个爸爸

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

6.4人工智能硬件领先企业分析

6.4.1云知声

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

6.4.2嘉腾公司

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

6.4.3小鱼在家

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

6.4.4极思维

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

6.4.5科沃斯

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

6.5其他智能硬件领先企业分析

6.5.1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

6.5.23D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

6.5.3VR/AR智能硬件领先企业分析

(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

(3) 超级队长

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) htc

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

(5) 暴风魔镜

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

第七章：智能硬件行业发展前景与趋势预测

7.1智能硬件行业发展前景预测

7.1.1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

7.1.2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

7.1.3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

7.1.4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
- 7.1.5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
- 7.2智能硬件行业发展趋势预测
 - 7.2.1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
 - 7.2.2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
 - 7.2.3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
 - 7.2.4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
 - 7.2.5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

第八章：智能硬件行业投资潜力与策略规划

- 8.1智能硬件行业投资潜力分析
 - 8.1.1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
 - 8.1.2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

8.2智能硬件行业投资现状分析

8.2.1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

8.2.2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

8.2.3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

8.3智能硬件行业投资策略规划

8.3.1智能硬件行业投资方式

8.3.2智能硬件行业投资领域

8.3.3智能硬件行业产品创新

8.3.4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变化情况（单位：亿美元）

图表6：全球智能可穿戴设备出货量（单位：万部，%）

图表7：全球智能可穿戴设备市场竞争格局（单位：%）

图表8：全球医疗智能硬件市场规模及预测（单位：亿美元）

图表9：医疗智能硬件市场竞争格局情况（单位：%）

图表10：全球家居智能硬件市场规模（单位：亿美元）

（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/289460289460.html>