

2021年中国蓝牙耳机市场调研报告- 市场竞争现状与发展前景评估

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年中国蓝牙耳机市场调研报告-市场竞争现状与发展前景评估》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/dianzishabei/533462533462.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: 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

蓝牙耳机是搭载了蓝牙技术的免持式耳机。蓝牙耳机可以分为单耳式蓝牙耳机、头戴式蓝牙耳机、入耳式蓝牙耳机、颈挂式蓝牙耳机、双耳独立式蓝牙耳机以及骨传导蓝牙耳机。

蓝牙耳机分类

类别

简介

单耳式蓝牙耳机

单耳式蓝牙耳机是蓝牙耳机领域的早期产品，其主要功能是通话而非听音乐。早期单耳式蓝牙耳机最主要的消费者为司机，其单耳式的设计使司机在通话的同时也能听到周围声音，为驾驶安全提供了保障。

头戴式蓝牙耳机

头戴式蓝牙耳机与其他蓝牙耳机相比，尺寸较大，能够容纳更多的电路、更大容量的电池。因此头戴式蓝牙耳机音质普遍较好、续航能力较强、功能较多，部分蓝牙耳机还具有降噪功能。但由于其尺寸较大，重量也会较重。

入耳式蓝牙耳机

入耳式蓝牙耳机是出现最早、目前发展最成熟的蓝牙耳机。由于其技术发展较为成熟、线控操作上的逻辑与有线耳机类似，因此这类耳机平均价格较低。但由于不同品牌的入耳式蓝牙耳机在音质、附加功能上存在一定差别，因此不同品牌入耳式蓝牙耳机价格相差较大，从几百元至几千元不等。

颈挂式蓝牙耳机

颈挂式蓝牙耳机与入耳式蓝牙耳机类似，耳机之间的连线做成了颈挂式形状。与入耳式蓝牙耳机相比，颈挂式蓝牙耳机能够容纳更多电路以及更大容量的电池，因此其功能、续航能力都要略优于入耳式蓝牙耳机。在外观设计上，颈挂的存在也使得外观设计能够有更多的发挥空间。

双耳独立式蓝牙耳机

双耳独立式蓝牙耳机即“真无线耳机”，又称TWS(True Wireless Stereo)耳机。双耳独立式蓝牙耳机产品完全不包含电线，体积小，但续航能力较弱。苹果公司旗下AirPods是双耳独立式耳机的代表产品。

骨传导蓝牙耳机

骨传导蓝牙耳机的佩戴方式较为独特，只需将耳机架在头上，声音便可以通过颞骨传导至听觉神经。骨传导蓝牙耳机这种独特的佩戴方式使其适合运动时使用。数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2018年，我国蓝牙耳机行业市场规模为65亿元，较上年同比增长58.9%；2019年，我国蓝牙耳机行业市场规模为93亿元，较上年同比增长43.1%。

2015-2019年我国蓝牙耳机行业市场规模及增速 数据来源：公开资料整理

一、优势分析

(1) 本土蓝牙耳机品牌在技术上发展速度较快。尽管苹果公司旗下的AirPods产品率先引发了TWS耳机在中国市场上的大量关注，但本土厂商华为、小米等迅速投入研发，并于2018年4月和2018年11月发布了旗下TWS耳机产品。这些本土品牌产品在一定程度上借鉴了国外产商的产品设计，其TWS耳机相关技术从无到有的过程发展迅速。

(2) 蓝牙耳机产品的消费群体以年轻人为主，年轻消费群体对于产品的个性化功能要求较高。随着蓝牙耳机基础技术的不断完善，越来越多的蓝牙耳机产品开始搭载除了切换歌曲、接打电话等基础功能之外的功能，如降噪、移动快充、语音识别等。

我国蓝牙耳机行业优势分析 数据来源：公开资料整理

二、劣势分析

(1) 市场价格混乱：目前我国蓝牙耳机市场上品牌众多，品牌旗下又有多个产品种类。市场上品牌和产品种类过多导致消费者在选择蓝牙耳机时容易感到迷茫，加之蓝牙耳机市场价格混乱，低价产品与高价产品之间的差异较大，容易影响消费者对蓝牙耳机行业的认识和整体印象。

(2) 音质水平较低：在行业的发展过程中，蓝牙耳机音质水平一直受到许多消费者质疑。大部分消费者认为蓝牙耳机音质普遍较差，只能满足日常通话和听歌的需求。对于一些对音质要求较高的消费者而言，使用蓝牙耳机的用户体验较差。

(3) 续航不稳定：受体积及蓝牙技术限制，我国蓝牙耳机续航不稳定且效率低下。尽管随着蓝牙技术的升级和锂电池质量的提高，蓝牙耳机续航能力有所提升，但目前仍未能满足消费者需求。

我国蓝牙耳机行业劣势分析 数据来源：公开资料整理

三、机遇分析

(1) 近年来，多个智能手机厂商纷纷对智能手机结构进行改造，取消了3.5mm耳机孔，将耳机孔与充电口合二为一。例如国际品牌iPhone以及本土品牌华为、小米等。手机设计上的变革导致充电、听歌无法同时进行，直接促进了我国蓝牙耳机市场的发展。

(2) 由于蓝牙技术的不断升级，目前市面上支持蓝牙5.0版本的智能手机型号增多。蓝牙版本的升高将导致蓝牙耳机的功耗降低并且能够提升蓝牙耳机连接的稳定性，在一定程度上提升了蓝牙耳机的性能，助力蓝牙耳机行业进一步发展。

(3) 大健康浪潮下，我国居民对运动健身的重视程度逐渐提高，使得蓝牙耳机市场需求快速释放，刺激行业市场进一步扩大。

(4) 近年来，我国政府制定了多项政策以促进消费电子产品行业的发展，蓝牙耳机行业也因此受益。

如2016年5月，国务院在《深化制造业与互联网融合发展的指导意见》中提出作为中国国民经济的主体，制造业应当是实施“互联网+”的主要领域。互联网与制造业的融合有利于

形成画加效应，从而加快新旧生产体系的转换,要支持电子商务企业与制造企业进行网上销售、品牌培育、战略投资等领域的合作，整合线上线下的交易资源。打造制造、营销、物流等高效协同的生产流通一体化形态

2017年4月，国务院在《推进供给侧结构性改革加快制造业转型升级工作情况的报告》中提出在中国制造业未来发展过程中要推动工业创新能力和体系建设完善制造业的标准体系以及创新网络。报告还指出要夯实工业基础能力、提升智能制造水平、推进绿色制造进程。在发展制造业的过程中重视基础技术、推广普及智能工厂、同时打造以绿色工厂和绿色园区为主的绿色制造体系。

我国蓝牙耳机行业相关政策

颁布日期

政策名称

颁布部门

主要内容

2015.05

《中国制造2025》

国务院

要推进中国制造业的进步,在可穿戴智能产品等方面拓宽制造业新领域。文件中还指出要加快智能制造装备、智能化生产线的建设、制造出新型传感器、工业控制系统等智能核心装置,推进产业化和工程化进程

2016.03

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》

新华社

在制造业方面要实施智能制造工程，强化智能制造标准以及核心支撑软件等发展基础;加强工业互联网设施的建设,培育推广新兴的智能制造模式，鼓励建立智能制造产业联盟。纲要中还指出要促进消费升级，支持绿色、信息、时尚、品质等新型消费，改善大众消费预期，着力扩大居民消费

2016.05

《国务院关于深化制造业与互联网融合发展的指导意见》

国务院

作为中国国民经济的主体，制造业应当是实施“互联网+”的主要领域。互联网与制造业的融合有利于形成画加效应，从而加快新旧生产体系的转换,要支持电子商务企业与制造企业进行网上销售、品牌培育、战略投资等领域的合作，整合线上线下的交易资源。打造制造、营销、物流等高效协同的生产流通一体化形态

2017.04

《国务院关于推进供给侧结构性改革加快制造业转型升级工作情况的报告》

国务院

在中国制造业未来发展过程中要推动工业创新能力和体系建设完善制造业的标准体系以及创新网络。报告还指出要夯实工业基础能力、提升智能制造水平、推进绿色制造进程。在发展制造业的过程中重视基础技术、推广普及智能工厂、同时打造以绿色工厂和绿色园区为主的绿色制造体系数据来源：公开资料整理

四、威胁分析

(1) 消费意愿低：我国消费者对蓝牙耳机品牌的认识仍然处在普及阶段，许多品牌也处于培养消费者阶段。消费者消费蓝牙耳机的意愿有待提高，行业市场仍有较大的开发空间。

(2) 自主创新能力较低：在蓝牙耳机发展初期，大多数国内厂商以模仿国外品牌的产品为主。这种情况导致国内厂商自主创新能力较低，产品同质化较为严重、产品替代性强，部分蓝牙耳机厂商易被市场淘汰。

(3) 行业标准缺失：由于缺乏耳机及蓝牙耳机行业标准及监管政策，国家质检总局的产品安全风险监测是参考相关国际标准进行的。行业标准缺失导致国内蓝牙耳机产品不达标率较高，不利于行业规范、健康发展。

威胁我国蓝牙耳机行业发展因素分析 数据来源：公开资料整理 (zlj)

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国蓝牙耳机市场调研报告-市场竞争现状与发展前景评估》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。

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。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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国蓝牙耳机行业发展概述

第一节 蓝牙耳机行业发展情况概述

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

第二节 中国蓝牙耳机行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、蓝牙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、中国蓝牙耳机行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国蓝牙耳机行业生命周期分析

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

第四节 蓝牙耳机行业经济指标分析

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

第五节 中国蓝牙耳机行业进入壁垒分析

- 一、蓝牙耳机行业资金壁垒分析

- 二、蓝牙耳机行业技术壁垒分析
- 三、蓝牙耳机行业人才壁垒分析
- 四、蓝牙耳机行业品牌壁垒分析
- 五、蓝牙耳机行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球蓝牙耳机行业市场发展现状分析

- 第一节 全球蓝牙耳机行业发展历程回顾
- 第二节 全球蓝牙耳机行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲蓝牙耳机行业地区市场分析
 - 一、亚洲蓝牙耳机行业市场现状分析
 - 二、亚洲蓝牙耳机行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲蓝牙耳机行业市场前景分析
- 第四节 北美蓝牙耳机行业地区市场分析
 - 一、北美蓝牙耳机行业市场现状分析
 - 二、北美蓝牙耳机行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美蓝牙耳机行业市场前景分析
- 第五节 欧洲蓝牙耳机行业地区市场分析
 - 一、欧洲蓝牙耳机行业市场现状分析
 - 二、欧洲蓝牙耳机行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲蓝牙耳机行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界蓝牙耳机行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球蓝牙耳机行业市场规模预测

第三章 中国蓝牙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、全社会消费品蓝牙耳机总额
 - 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 中国蓝牙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 中国蓝牙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 中国蓝牙耳机行业运行情况

第一节 中国蓝牙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
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国蓝牙耳机行业市场规模分析

第三节 中国蓝牙耳机行业供应情况分析

第四节 中国蓝牙耳机行业需求情况分析

第五节 我国蓝牙耳机行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第六节 中国蓝牙耳机行业供需平衡分析

第七节 中国蓝牙耳机行业发展趋势分析

第五章 中国蓝牙耳机所属行业运行数据监测

第一节 中国蓝牙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 中国蓝牙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 中国蓝牙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 2017-2020年中国蓝牙耳机市场格局分析

第一节 中国蓝牙耳机行业竞争现状分析

一、中国蓝牙耳机行业竞争情况分析

二、中国蓝牙耳机行业主要品牌分析

第二节 中国蓝牙耳机行业集中度分析

一、中国蓝牙耳机行业市场集中度影响因素分析

二、中国蓝牙耳机行业市场集中度分析

第三节 中国蓝牙耳机行业存在的问题

第四节 中国蓝牙耳机行业解决问题的策略分析

第五节 中国蓝牙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 2017-2020年中国蓝牙耳机行业需求特点与动态分析

第一节 中国蓝牙耳机行业消费市场动态情况

第二节 中国蓝牙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 蓝牙耳机行业成本结构分析

第四节 蓝牙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 中国蓝牙耳机行业价格现状分析

第六节 中国蓝牙耳机行业平均价格走势预测

一、中国蓝牙耳机行业价格影响因素

二、中国蓝牙耳机行业平均价格走势预测

三、中国蓝牙耳机行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国蓝牙耳机行业区域市场现状分析

第一节 中国蓝牙耳机行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区蓝牙耳机市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区蓝牙耳机市场规模分析

四、华东地区蓝牙耳机市场规模预测

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、华中地区蓝牙耳机市场规模分析

四、华中地区蓝牙耳机市场规模预测

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、华南地区蓝牙耳机市场规模分析

四、华南地区蓝牙耳机市场规模预测

第九章 2017-2020年中国蓝牙耳机行业竞争情况

第一节 中国蓝牙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 中国蓝牙耳机行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国蓝牙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 蓝牙耳机行业企业分析（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年中国蓝牙耳机行业发展前景分析与预测

第一节 中国蓝牙耳机行业未来发展前景分析

一、蓝牙耳机行业国内投资环境分析

二、中国蓝牙耳机行业市场机会分析

三、中国蓝牙耳机行业投资增速预测

第二节 中国蓝牙耳机行业未来发展趋势预测

第三节 中国蓝牙耳机行业市场发展预测

一、中国蓝牙耳机行业市场规模预测

二、中国蓝牙耳机行业市场规模增速预测

三、中国蓝牙耳机行业产值规模预测

四、中国蓝牙耳机行业产值增速预测

五、中国蓝牙耳机行业供需情况预测

第四节 中国蓝牙耳机行业盈利走势预测

一、中国蓝牙耳机行业毛利润同比增速预测

二、中国蓝牙耳机行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国蓝牙耳机行业投资风险与营销分析

第一节 蓝牙耳机行业投资风险分析

一、蓝牙耳机行业政策风险分析

二、蓝牙耳机行业技术风险分析

三、蓝牙耳机行业竞争风险

四、蓝牙耳机行业其他风险分析

第二节 蓝牙耳机行业应对策略

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年中国蓝牙耳机行业发展战略及规划建议

第一节 中国蓝牙耳机行业品牌战略分析

一、蓝牙耳机企业品牌的重要性

二、蓝牙耳机企业实施品牌战略的意义

三、蓝牙耳机企业品牌的现状分析

四、蓝牙耳机企业的品牌战略

五、蓝牙耳机品牌战略管理的策略

第二节 中国蓝牙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 中国蓝牙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
- 第四节 蓝牙耳机行业竞争力提升策略

- 一、蓝牙耳机行业产品差异性策略
- 二、蓝牙耳机行业个性化服务策略
- 三、蓝牙耳机行业的促销宣传策略
- 四、蓝牙耳机行业信息智能化策略
- 五、蓝牙耳机行业品牌化建设策略
- 六、蓝牙耳机行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国蓝牙耳机行业发展策略及投资建议

第一节 中国蓝牙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 中国蓝牙耳机行业营销渠道策略

- 一、蓝牙耳机行业渠道选择策略
- 二、蓝牙耳机行业营销策略

第三节 中国蓝牙耳机行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国蓝牙耳机行业重点投资区域分析
- 二、中国蓝牙耳机行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianzishabei/533462533462.html>