

# 中国智能产品ODM市场运营现状调研与发展战略 研究报告（2023-2030年）

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国智能产品ODM市场运营现状调研与发展战略研究报告（2023-2030年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202302/624647.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

### 一、概述

21世纪初至今，3G 通信网络逐步建设普及并持续向 4G、5G 升级，移动终端设备迈入智能化时代。作为智能产品核心的智能手机数量增长逐渐趋缓，进入存量博弈阶段，苹果、三星电子、华为、小米等头部厂商市场份额进一步提升，行业集中度持续提高。为了适应行业内愈发激烈的竞争，智能手机产业分工逐步细化，催生出智能产品研发制造服务行业。

在发展初期，该类服务大多采用IDH模式，或为EMS模式，为品牌商提供的服务相对聚焦于研发或生产、组装中的某一环节。为更好地满足品牌商的需求，部分兼具研发设计能力、生产能力、管理能力和资金实力的服务商逐步转型成为ODM模式，覆盖从研发设计到生产交付的完整产业链。

几种模式的经营特点 模式名称 主要经营模式 经营特点 ODM 品牌商提供产品框架需求，制造商参与研发设计后采购原材料、生产产品，直接销售给品牌商

包含设计、研发、生产全流程服务 EMS

为品牌商提供原材料的采购、产品的制造和相关的物流配送、售后服务等环节服务

属于专业加工模式 IDH 作为设计公司仅从事研发设计活动，在取得品牌商的订单后，大多通过外协厂商进行委托加工，然后再销售给手机品牌厂商 属于产品方案设计模式 In-house

品牌商自行设计或生产制造 全流程完全掌握在品牌厂商手中

数据来源：观研天下整理

目前，智能产品研发制造参与者主要包括品牌商、ODM厂商、EMS厂商、IDH厂商，合作模式主要分为以下三种形式：

数据来源：观研天下整理

不同模式下供应商向品牌商提供的具体服务 模式 产品定义 工业设计 关键物料定义与选型 软硬件设计及研发 物料及零部件采购 供应链及物流管理 预生产及产品测试 大规模生产

有限售后服务及支持 ODM IDH ----- EMS -----

数据来源：观研天下整理

### 二、发展现状

智能产品行业的核心产品为智能手机，以智能手机为纽带链接平板电脑、笔记本电脑、AIoT产品等众多智能产品。

#### 1、智能手机ODM行业概况

智能手机是全球消费市场体量最大的智能产品品类，而智能手机是整个智能产品互联互通生态的最重要一环。近年物联网的快速增长，大大推动了智能手机市场的全面爆发。数据显示，2021年全球智能手机出货量13.9亿台，同比增长4.5%，呈小幅复苏的状态，2022年受疫情及美联储加息等事件影响，智能手机出货量预计会回调。不过，整体来看，在中日韩等5

G换机潮的拉动、智能手机零部件及整体功能的创新升级等驱动因素下，预计2025年全球智能手机将增至约15.2亿台，2021-2025年复合增长率约为2%。

数据来源：观研天下整理

全球智能手机市场增长的主要驱动力简析

数据来源：观研天下整理

因此，随着智能手机出货量整体呈现增长，智能手机ODM/IDH市场渗透率也不断提升，并且持续保持增长态势。数据显示，2021年，全球ODM/IDH厂商智能手机出货约为5.11亿台，同比增长6%，占全球智能手机市场份额为36.7%，同比增长0.6%，市场总营收约为306亿美元，同比增长16%；预计2025年全球智能手机ODM/IDH出货量有望增至约6.4亿台，占整体智能手机市场超过40%，销售额约372亿美金。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

## 2、平板电脑ODM行业概况

近两年，疫情导致远程工作、在线教育等需求增加，使得全球平板电脑市场摆脱长期低迷，重新实现增长。根据数据，2020年全球平板电脑市场出货量同比增长21%，2021年即使出货受供应链短缺拖累，但同比增长仍然达到1%。长期来看，受到供应链组件持续短缺、更大屏幕的可折叠型智能手机竞品面市等因素影响，平板电脑市场规模预计将从2022年开始缓慢下降，预计2025年达141.5百万台，同比下降9%。

数据来源：观研天下整理

平板品牌商主要负责产品定义及销售，将产品的设计及生产组装委外给ODM/EMS厂商进行，如苹果、微软及TCL等。根据数据，全球平板ODM/EMS行业出货量走势与平板电脑出货量类似，2021年达156百万台，预计2025年约为134.4百万台，并且主要厂商出货份额稳定保持在高位，占据整体市场80%以上，2021年升至90%。

数据来源：观研天下整理

## 3、笔记本电脑ODM/EMS行业概况

2010-2018年，由于智能手机及平板电脑取代笔记本电脑的部分功能，全球笔记本电脑出货量增长乏力。进入2019年，新冠疫情的爆发使得远程办公及在线教育需求大幅增加，笔记本电脑出货量也出现明显增长，2021年高达2.5亿台，同比增长19%，笔记本电脑ODM/EMS出货量227.8百万台，占全球笔电市场份额的91%。长期来看，由于笔记本电脑换机周期

较其他智能产品更长，预计2022-2025年出货量增长将有所放缓，甚至小幅下降，但全球笔记本电脑ODM/EMS市场出货量稳定占据整体市场80%以上。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

#### 4、智能手表ODM行业概况

智能手表一般指具有嵌入式系统、手表外形的腕式电子计算设备，能够通过蓝牙、蜂窝网络等移动通讯技术，与智能手机等硬件实现连接，包括普通智能手表、儿童（电话）手表、运动智能手表、指针式混合型智能手表等。2015-2020年，全球智能手表的出货量持续增长，年复合增长率约为29%，截止2021年为1.26亿只，同比增长23%，预计2021-2025年均复合增长率将维持在14%左右。

目前，全球大多数智能手表品牌商将产品设计生产委外给ODM或EMS厂商完成。根据数据，2021年全球智能手表ODM和EMS厂商总出货量占全球智能手表出货量约76%，约9600余万只，预计2025年将接近1.68亿只，ODM/EMS模式渗透率有望提高至80%。

数据来源：观研天下整理

#### 三、竞争格局

目前，全球采用智能产品ODM出货数量较大的主流品牌商主要包括三星电子、小米、OPPO、联想（含摩托罗拉）及荣耀，具体情况如下表所示：

品牌	典型ODM产品型号	产品类别	典型型号	2021年出货量（百万台）	主力合作供应商	ODM出货占比
三星电子	Galaxy A21 S	智能手机	Galaxy A02s	10.4	华勤，闻泰，龙旗	23%
三星电子	Galaxy A01	智能手机	Galaxy A03 Core*	9.3	华勤，闻泰，龙旗	23%
三星电子	Galaxy Tab A7/A8	平板电脑		9.2		
小米	Redmi 9A	智能手机	Redmi 9	25.7	龙旗，华勤	78%
小米	Redmi Note 9	智能手机	Redmi 9 C	9.1		
小米	Redmi 9 C	智能手机	Redmi Watch/Watch 2	8.7		
小米	Redmi Watch/Watch 2	智能手表		2.3		
OPPO（含OPPO，One Plus，realme）	OPPO A32	智能手机	One Plus Nord 100	6.3	华勤，闻泰，龙旗	43%
OPPO（含OPPO，One Plus，realme）	One Plus Nord 100	智能手机	Realme C11 2021	1.3		
OPPO（含OPPO，One Plus，realme）	Realme C11 2021	智能手机	Realme 7 Pro	4.3		
OPPO（含OPPO，One Plus，realme）	Realme 7 Pro	智能手机	One Plus Watch	0.6		
OPPO（含OPPO，One Plus，realme）	One Plus Watch	智能手表	联想/摩托罗拉 E6s2020	3.5		
OPPO（含OPPO，One Plus，realme）	联想/摩托罗拉 E6s2020	智能手机	G 20	3.1	华勤，龙旗，天珑，中诺	86%
OPPO（含OPPO，One Plus，realme）	G 20	智能手机	G Play 2021	2.1		
OPPO（含OPPO，One Plus，realme）	G Play 2021	智能手机	G9 Power	1.8		
OPPO（含OPPO，One Plus，realme）	G9 Power	智能手机	Lenovo Tab M10	1.9		
OPPO（含OPPO，One Plus，realme）	Lenovo Tab M10	平板电脑	荣耀 X20SE	1.2	华勤，龙旗，中诺	49%
OPPO（含OPPO，One Plus，realme）	荣耀 X20SE	智能手机	X30 Max*	0.1		
OPPO（含OPPO，One Plus，realme）	X30 Max*	智能手机	Tablet 7	0.8		
OPPO（含OPPO，One Plus，realme）	Tablet 7	平板电脑				

数据来源：观研天下整理（WYD）

观研报告网发布的《中国智能产品ODM行业发展深度调研与未来投资研究报告（2023-2030年）》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，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 2019-2023年中国智能产品ODM行业发展概述

#### 第一节 智能产品ODM行业发展情况概述

- 一、智能产品ODM行业相关定义
- 二、智能产品ODM特点分析
- 三、智能产品ODM行业基本情况介绍
- 四、智能产品ODM行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售/服务模式
- 五、智能产品ODM行业需求主体分析

#### 第二节 中国智能产品ODM行业生命周期分析

- 一、智能产品ODM行业生命周期理论概述
- 二、智能产品ODM行业所属的生命周期分析

#### 第三节 智能产品ODM行业经济指标分析

- 一、智能产品ODM行业的赢利性分析
- 二、智能产品ODM行业的经济周期分析
- 三、智能产品ODM行业附加值的提升空间分析

## 第二章 2019-2023年全球智能产品ODM行业市场发展现状分析

- 第一节 全球智能产品ODM行业发展历程回顾
- 第二节 全球智能产品ODM行业市场规模与区域分布情况
- 第三节 亚洲智能产品ODM行业地区市场分析
  - 一、亚洲智能产品ODM行业市场现状分析
  - 二、亚洲智能产品ODM行业市场规模与市场需求分析
  - 三、亚洲智能产品ODM行业市场前景分析
- 第四节 北美智能产品ODM行业地区市场分析
  - 一、北美智能产品ODM行业市场现状分析
  - 二、北美智能产品ODM行业市场规模与市场需求分析
  - 三、北美智能产品ODM行业市场前景分析
- 第五节 欧洲智能产品ODM行业地区市场分析
  - 一、欧洲智能产品ODM行业市场现状分析
  - 二、欧洲智能产品ODM行业市场规模与市场需求分析
  - 三、欧洲智能产品ODM行业市场前景分析
- 第六节 2023-2030年世界智能产品ODM行业分布走势预测
- 第七节 2023-2030年全球智能产品ODM行业市场规模预测

## 第三章 中国智能产品ODM行业产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
- 第二节 我国宏观经济环境对智能产品ODM行业的影响分析
- 第三节 中国智能产品ODM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
  - 三、主要行业标准
- 第四节 政策环境对智能产品ODM行业的影响分析
- 第五节 中国智能产品ODM行业产业社会环境分析

## 第四章 中国智能产品ODM行业运行情况

- 第一节 中国智能产品ODM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 中国智能产品ODM行业市场规模分析

#### 一、影响中国智能产品ODM行业市场规模的因素

#### 二、中国智能产品ODM行业市场规模

#### 三、中国智能产品ODM行业市场规模解析

### 第三节 中国智能产品ODM行业供应情况分析

#### 一、中国智能产品ODM行业供应规模

#### 二、中国智能产品ODM行业供应特点

### 第四节 中国智能产品ODM行业需求情况分析

#### 一、中国智能产品ODM行业需求规模

#### 二、中国智能产品ODM行业需求特点

### 第五节 中国智能产品ODM行业供需平衡分析

## 第五章 中国智能产品ODM行业产业链和细分市场分析

### 第一节 中国智能产品ODM行业产业链综述

#### 一、产业链模型原理介绍

#### 二、产业链运行机制

#### 三、智能产品ODM行业产业链图解

### 第二节 中国智能产品ODM行业产业链环节分析

#### 一、上游产业发展现状

#### 二、上游产业对智能产品ODM行业的影响分析

#### 三、下游产业发展现状

#### 四、下游产业对智能产品ODM行业的影响分析

### 第三节 我国智能产品ODM行业细分市场分析

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

## 第六章 2019-2023年中国智能产品ODM行业市场竞争分析

### 第一节 中国智能产品ODM行业竞争现状分析

#### 一、中国智能产品ODM行业竞争格局分析

#### 二、中国智能产品ODM行业主要品牌分析

### 第二节 中国智能产品ODM行业集中度分析

#### 一、中国智能产品ODM行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国智能产品ODM行业市场集中度分析



### 第三节 中国智能产品ODM行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

## 第七章 2019-2023年中国智能产品ODM行业模型分析

### 第一节 中国智能产品ODM行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

### 第二节 中国智能产品ODM行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国智能产品ODM行业SWOT分析结论

### 第三节 中国智能产品ODM行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

## 第八章 2019-2023年中国智能产品ODM行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国智能产品ODM行业市场动态情况

### 第二节 中国智能产品ODM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 智能产品ODM行业成本结构分析

#### 第四节 智能产品ODM行业价格影响因素分析

##### 一、供需因素

##### 二、成本因素

##### 三、其他因素

#### 第五节 中国智能产品ODM行业价格现状分析

#### 第六节 中国智能产品ODM行业平均价格走势预测

##### 一、中国智能产品ODM行业平均价格趋势分析

##### 二、中国智能产品ODM行业平均价格变动的影响因素

### 第九章 中国智能产品ODM行业所属行业运行数据监测

#### 第一节 中国智能产品ODM行业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 中国智能产品ODM行业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 中国智能产品ODM行业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

### 第十章 2019-2023年中国智能产品ODM行业区域市场现状分析

#### 第一节 中国智能产品ODM行业区域市场规模分析

##### 一、影响智能产品ODM行业区域市场分布的因素

##### 二、中国智能产品ODM行业区域市场分布

#### 第二节 中国华东地区智能产品ODM行业市场分析

##### 一、华东地区概述

##### 二、华东地区经济环境分析

### 三、华东地区智能产品ODM行业市场分析

- (1) 华东地区智能产品ODM行业市场规模
- (2) 华南地区智能产品ODM行业市场现状
- (3) 华东地区智能产品ODM行业市场规模预测

### 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、华中地区智能产品ODM行业市场分析

- (1) 华中地区智能产品ODM行业市场规模
- (2) 华中地区智能产品ODM行业市场现状
- (3) 华中地区智能产品ODM行业市场规模预测

### 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、华南地区智能产品ODM行业市场分析

- (1) 华南地区智能产品ODM行业市场规模
- (2) 华南地区智能产品ODM行业市场现状
- (3) 华南地区智能产品ODM行业市场规模预测

### 第五节 华北地区智能产品ODM行业市场分析

#### 一、华北地区概述

#### 二、华北地区经济环境分析

### 三、华北地区智能产品ODM行业市场分析

- (1) 华北地区智能产品ODM行业市场规模
- (2) 华北地区智能产品ODM行业市场现状
- (3) 华北地区智能产品ODM行业市场规模预测

### 第六节 东北地区市场分析

#### 一、东北地区概述

#### 二、东北地区经济环境分析

### 三、东北地区智能产品ODM行业市场分析

- (1) 东北地区智能产品ODM行业市场规模
- (2) 东北地区智能产品ODM行业市场现状
- (3) 东北地区智能产品ODM行业市场规模预测

### 第七节 西南地区市场分析

#### 一、西南地区概述

#### 二、西南地区经济环境分析

### 三、西南地区智能产品ODM行业市场分析

- (1) 西南地区智能产品ODM行业市场规模
- (2) 西南地区智能产品ODM行业市场现状
- (3) 西南地区智能产品ODM行业市场规模预测

### 第八节 西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区智能产品ODM行业市场分析
  - (1) 西北地区智能产品ODM行业市场规模
  - (2) 西北地区智能产品ODM行业市场现状
  - (3) 西北地区智能产品ODM行业市场规模预测

## 第十一章 智能产品ODM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、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

## 第一节 中国智能产品ODM行业未来发展前景分析

- 一、智能产品ODM行业国内投资环境分析
- 二、中国智能产品ODM行业市场机会分析
- 三、中国智能产品ODM行业投资增速预测

## 第二节 中国智能产品ODM行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国智能产品ODM行业规模发展预测

- 一、中国智能产品ODM行业市场规模预测
- 二、中国智能产品ODM行业市场规模增速预测
- 三、中国智能产品ODM行业产值规模预测
- 四、中国智能产品ODM行业产值增速预测
- 五、中国智能产品ODM行业供需情况预测

### 第四节 中国智能产品ODM行业盈利走势预测

## 第十三章 2023-2030年中国智能产品ODM行业进入壁垒与投资风险分析

### 第一节 中国智能产品ODM行业进入壁垒分析

- 一、智能产品ODM行业资金壁垒分析
- 二、智能产品ODM行业技术壁垒分析
- 三、智能产品ODM行业人才壁垒分析
- 四、智能产品ODM行业品牌壁垒分析
- 五、智能产品ODM行业其他壁垒分析

### 第二节 智能产品ODM行业风险分析

- 一、智能产品ODM行业宏观环境风险
- 二、智能产品ODM行业技术风险
- 三、智能产品ODM行业竞争风险
- 四、智能产品ODM行业其他风险

### 第三节 中国智能产品ODM行业存在的问题

### 第四节 中国智能产品ODM行业解决问题的策略分析

## 第十四章 2023-2030年中国智能产品ODM行业研究结论及投资建议

### 第一节 观研天下中国智能产品ODM行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

### 第二节 中国智能产品ODM行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择

### 三、区域市场的选择

#### 第三节 智能产品ODM行业营销策略分析

##### 一、智能产品ODM行业产品策略

##### 二、智能产品ODM行业定价策略

##### 三、智能产品ODM行业渠道策略

##### 四、智能产品ODM行业促销策略

#### 第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文 . . . . .

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202302/624647.html>