

## 內地珠寶黃金業深度研究報告 (下)

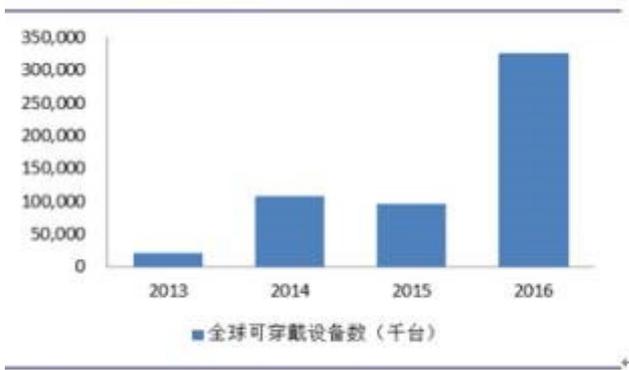
2017-04-28

JMA 編輯 (資料來源：珠寶創投圈)

### 可穿戴設備前景向好

2016 年全球可穿戴設備增長迅速，其中，北美、西歐和亞太地區可穿戴設備數量較 2015 年均增長兩倍以上，反映可穿戴珠寶的認可度及接受程度都顯著提升，預計未來五年內可穿戴技術行業將步入起飛期，到 2021 年，全球可穿戴設備出貨量將增加至 2.375 億部，智能錶、智能服以及其他可穿戴類別的年出貨量增長將在一倍以上。

图 27 全球可穿戴设备数 (千台)



数据来源: wind, 中国银河证券研究所整理。

图 28 不同地区可穿戴设备数 (千台)



数据来源: wind, 中国银河证券研究所整理。

國內市場方面，根據中國資訊通信研究院 2016 年初發佈的《可穿戴設備研究報告》，2015 中國可穿戴智能設備市場規模為 125.8 億元，預計 2016 年亦會持續擴張，商品個性化加上消費者對智能設備的接受度不斷提高，可望刺激可穿戴智能設備高速增長。根據德勤《2016 中國移動消費者調研》，2016 年接受調查者中持有可穿戴設備的比例達 47%，較 2015 年增加了 15%；同時，在 25-44 歲的接受調查者中，有三成以上表示“未來 12 個月有購買智能錶的意願”，反映國內可穿戴智能設備市場前景樂觀。

图 29 中国可穿戴设备市场规模及预测



数据来源: 赛迪顾问, 中国银河证券研究所整理。

隨著物聯網的滲透率增高，配合物聯網使用的智能設備將日趨普及，售價降低促成應用範圍日益擴大，為智能設備市場增長帶來一定的支持。相對可穿戴設備，智能珠寶具備功能性用途之餘，外觀更美觀時尚，迎合了消費者追求潮流創新飾物附加實用性的需要。中國智能化珠寶仍處於萌芽階段，內地智能首飾、仿首飾品類市場銷售金額約為 200 億元人民幣，約佔全國黃金珠寶銷售額的 4%，有較大的發展空間。

表 11 智能珠寶相對於傳統珠寶的優勢和不足<sup>1)</sup>

優勢	不足
增添科技元素，滿足消費者追求時尚、強悍的消費心理。	受制於芯片、藍牙傳輸等要求，外觀設計較傳統珠寶受限。
具備健康、運動監測功能，符合消費者注重自我管理、重視健康的消費特點。	處在發展初期，產品種類相對較少。
具有情感拓展功能，如情感社交、記憶儲存、自我激勵等，增強用戶黏性。	消費者了解程度不高，接受需要時間。
具備來電提醒、防丟失等拓展功能。	一般需要智能手機作為中介。

資料來源：Baidu，中國銀河證券研究部整理。

銀河商貿零售

目前，國內黃金珠寶行業上市公司中已有公司開始部署智能珠寶產業，其中行內龍頭周大福於 2017 年 2 月推出首款智能珠寶產品“智愛 linklove”。

表 14 周大福智能珠寶產品<sup>1)</sup>



“智愛 linklove”具備記錄共同相處的時間和步數、打开手机相機敲 2 次珠寶即可拍照、連續敲 4 次傳遞想念等功能。目前官方售價為每對 2560 元人民幣。

銀河商貿零售

資料來源：周大福官網，中國銀河證券研究部整理。

隨著內地人均可支配收入與消費能力持續提升，黃金珠寶作為消費品的重要類別，市場前景向好。同時，消費群體年齡下降、女性消費的崛起和消費者對珠寶觀賞性特質以外的追求，使具有獨特性、結合設計多樣化的時尚珠寶和科技、增值服務高的可穿戴設備日益受歡迎。