

国补常态化背景下， 2026年可穿戴设备、 音箱、回音壁市场走势 研判

NielsenIQ



腕间穿戴

NielsenIQ



国补政策 | 智能腕间穿戴，2026年同2025年参与正式国家补贴

625 亿元
2026Q1首批资金

数码
及
智能产品

家电

汽车



手机

手表
手环



平板电脑

智能
眼镜
(新增)

◆ 参与标准同2025年

1. 单件产品销售价格不超过 6000 元
2. 按产品最终销售价格的 15% 补贴
3. 每位消费者每类产品限补 1 件
4. 单件最高补贴 500 元

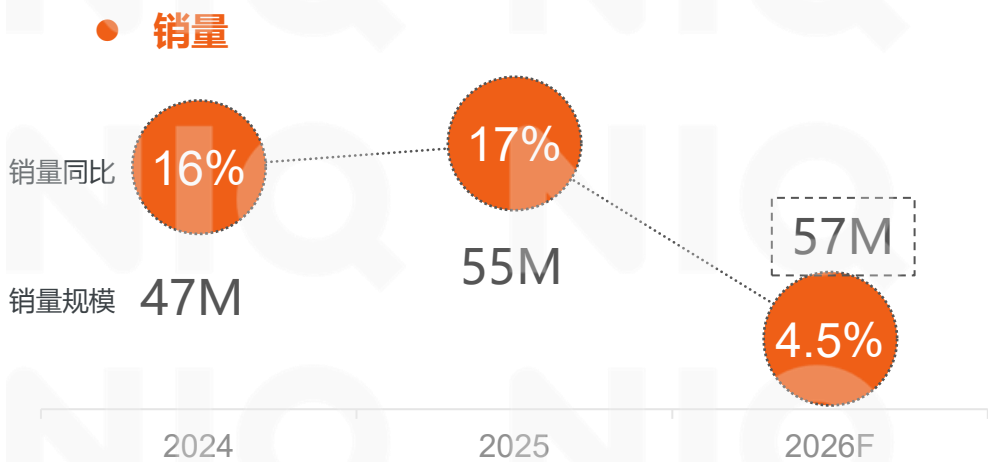
◆ 发放标准 利好线下

对渠道影响较大且不同于2025年
补贴额，线下：线上 = 8：2

本文所有货币均为人民币

大盘 | 基于连续两年的超预期增速，2026年国补常态化下的刺激程度给予理性预期

智能穿戴 市场规模及预测 2024-2026F



2024

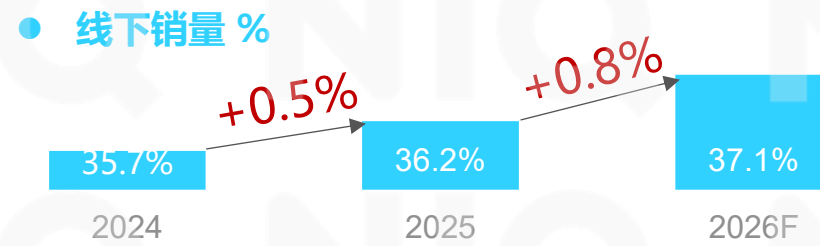
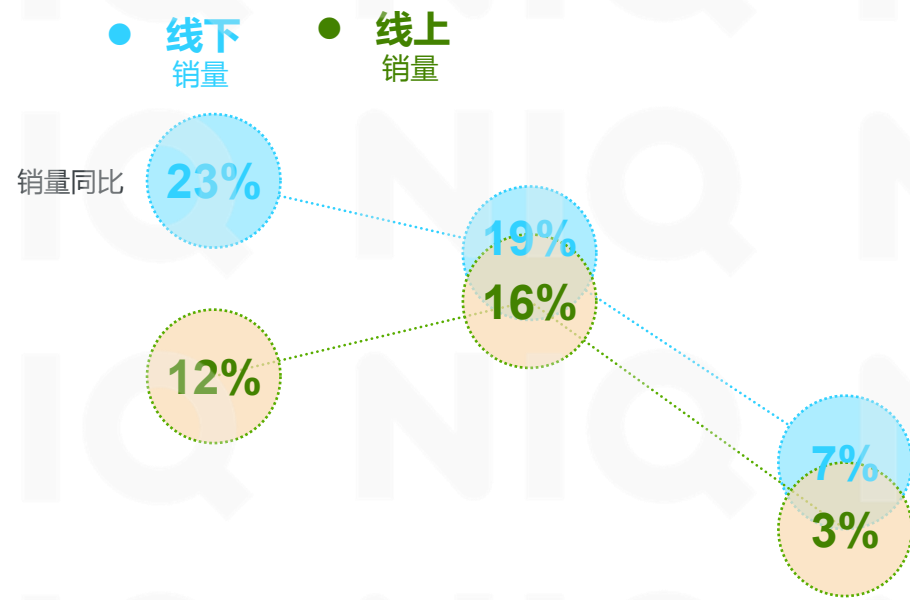
华为、小米品牌，
带领黑天鹅式增长

2025

首次参与国补，
市场反馈激烈，
尤其H1
H2精准滴灌，
国补难抢，
回落明显

2026F

精准滴灌仍是基调，
力度或介于25H1与
25H2之间的常态化
补贴感受。
但基于2025高基数，
增幅表现有限。



分品类走势 | 滴灌式国补在2025年为多品类带来一致性回落态势，2026年将在25Q3 Q4同比基准上，小幅回调

● 智能手表

● 智能手环

● 儿童手表

2024

2025

2026F

销量同比

26%

26%

10%

31M

销量规模

22M

28M

27%

13M

16M

20%

3%

16M

-4%

11M

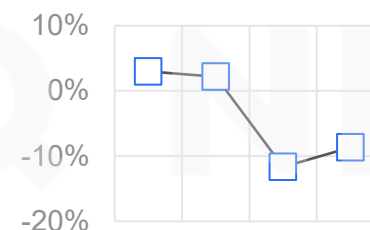
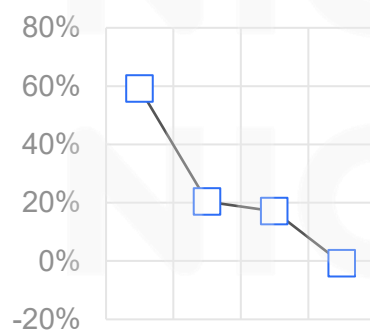
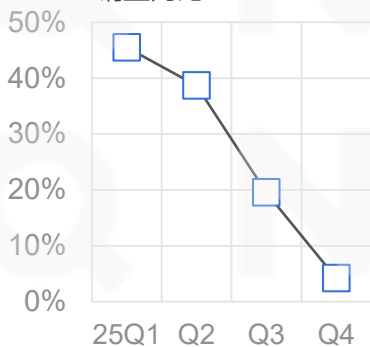
-7%

10M

-8%

12M

销量同比



音箱

NielsenIQ



2025年国补政策回顾：企业主动补位，经销商苦中作乐，消费者不再冲动

国补信息汇总与市场反馈



#踩节点、重能效、高杠杆、复合补贴体系、分化

“从长期来看，国补政策并没有带来明显的销量增长，尤其是低客单价的产品，反而容易破坏价格信任感，消费者会以国补后的价格为衡量标准，一旦没有了就觉得在欺骗消费者

*参加国补吧，要面对主动垫资、回款周期长、复核手续繁琐的问题；不参加吧，有些渠道卖的都快赶上进货价了，直接没有利润

*本来想买个家电，一看抢不到补贴，心想再等等吧，但是下个月也没抢上，一想没有补贴买了不合适，算了吧

*音箱国补
非国家政策指定品类
属于政府补贴扩展品类

国补政策延缓市场下滑趋势并提前释放需求，带动5%销售提振，对品类结构高端化作用明显

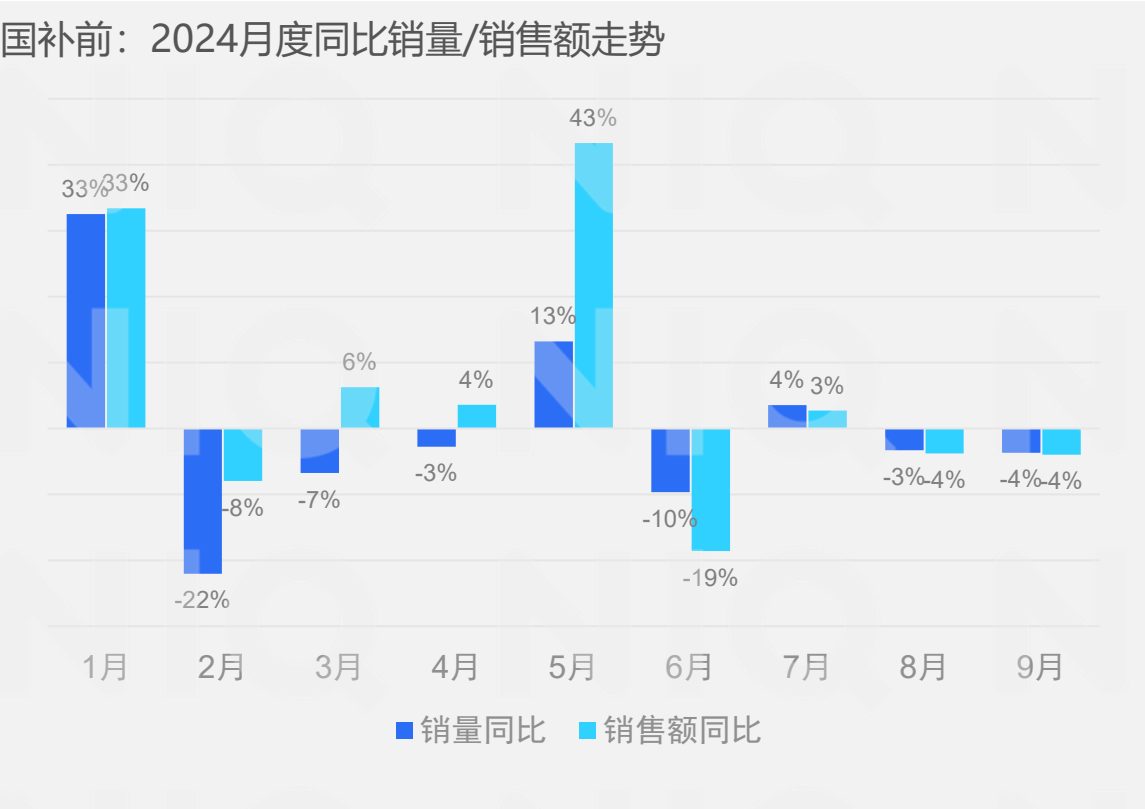
以线上市场数据为例

-1%

202401-09M销量累计同比趋势

+3%

202401-09M销额累计同比趋势

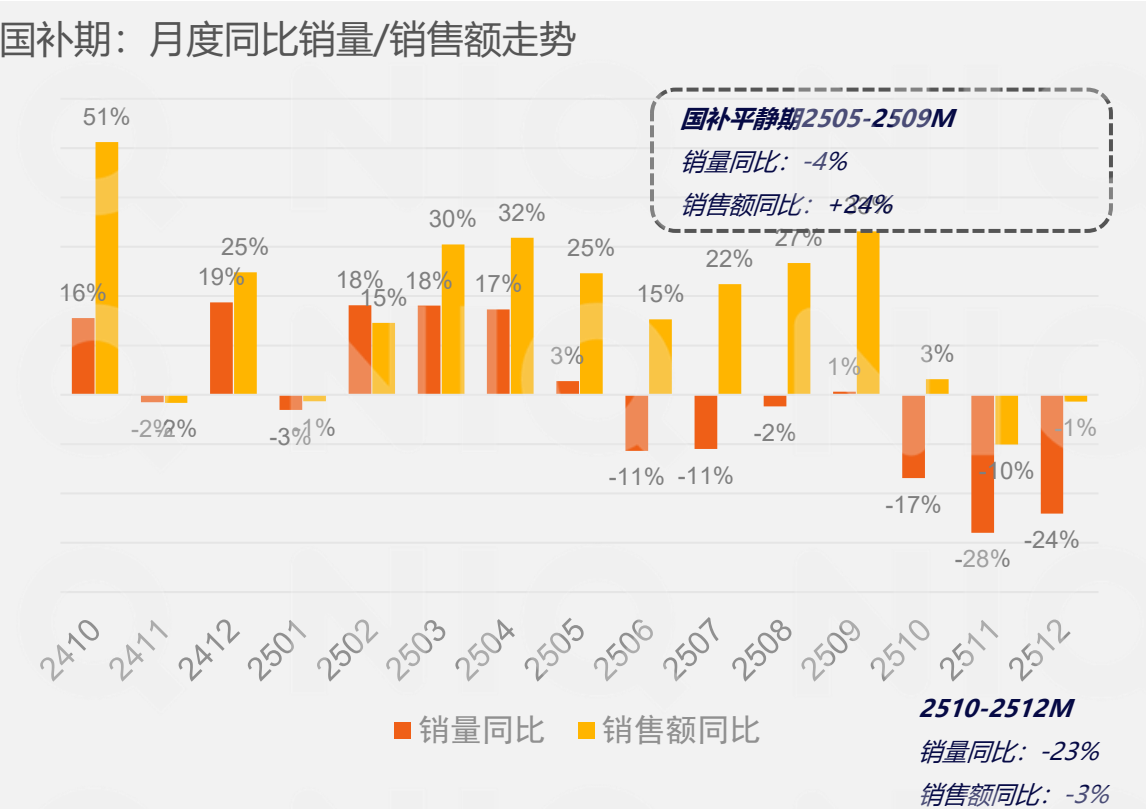


+4%

2410-2509M销量累计同比趋势

+21%

2410-2509M销额累计同比趋势



2026年音箱以高价值及智能产品补贴为主，对整体品类提振作用甚微，持续带动品牌高端化

2026年国补及市场预判

2026年国补方向



节奏不变

- 分批次发放
- 首批一季度625亿
- 限时抢购-使用



范围变更

- 家电品类缩减
- 新增智能眼镜
- 最高补贴力度降至1500元



渠道倾斜

- 线上线下分开领取，且资格互斥
- 政策倾斜线下核销为主

Sales Unit K

2026E: 23,472
(YoY -10%) → 2026E-online 21,594K (YoY -10%)

2026年度预测

Sales Value M

2026E: 9,126
(YoY -6%) → 2026E-online 7,774M (YoY -6%)

2026年度趋势



品类结构高端化

高端品牌借助补贴向下渗透|
卖点及外观升级助力高端化



智能化体验提升

智能交互|智能中枢|环境自
适应|无缝流转



多场景融合深化

户外|儿童|车载|睡眠|家居装
饰

回音壁

NielsenIQ



2025年后国补时代市场洞察：企业主动补位，经销商苦中作乐，消费者不再冲动

国补信息汇总与市场反馈



#踩节点、重能效、高杠杆、复合补贴体系、分化

“从长期来看，国补政策并没有带来明显的销量增长，尤其是低客单价的产品，反而容易破坏价格信任感，消费者会以国补后的价格为衡量标准，一旦没有了就觉得在欺骗消费者

*参加国补吧，要面对主动垫资、回款周期长、复核手续繁琐的问题；不参加吧，有些渠道卖的都快赶上进货价了，直接没有利润

*本来想买个家电，一看抢不到补贴，心想再等等吧，但是下个月也没抢上，一想没有补贴买了不合适，算了吧

*回音壁国补
非国家政策指定品类
属于政府补贴扩展品类

国补延缓市场下滑趋势，前置消费需求，带动5%销售提振，助力品牌结构高端化

Soundbar | Online | YoY Growth

-13%

202401-09M销量累计同比趋势

-14%

202401-09M销额累计同比趋势

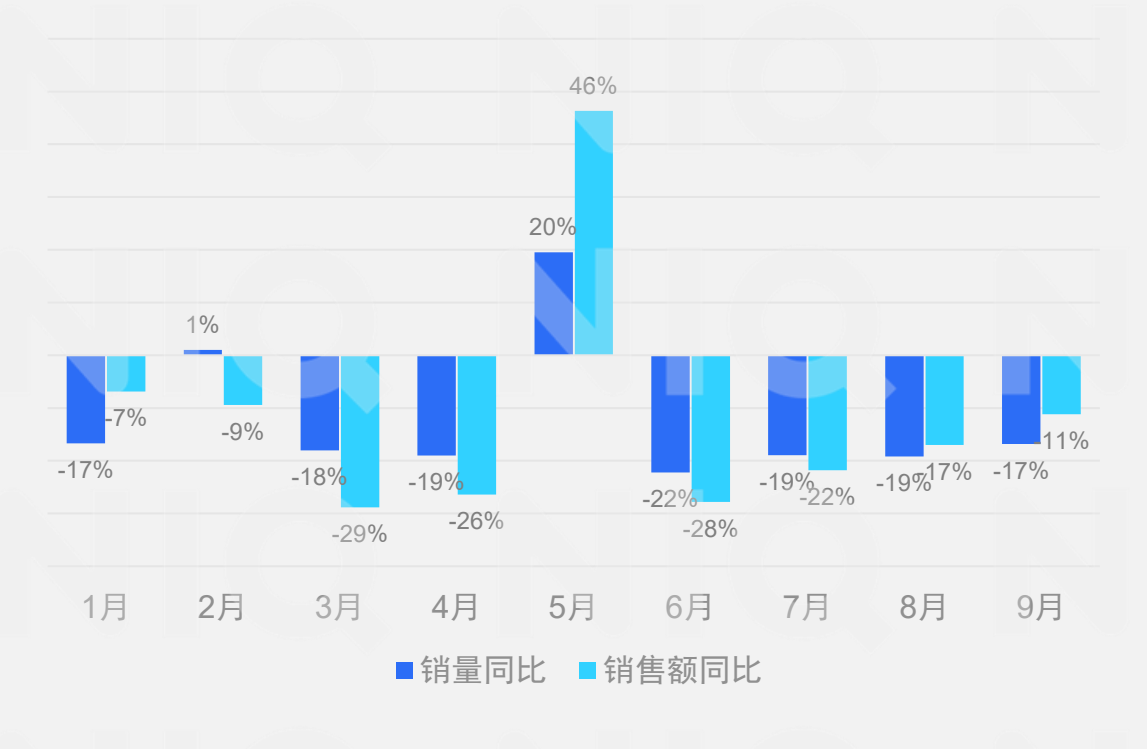
-8%

2410-2509M销量累计同比趋势

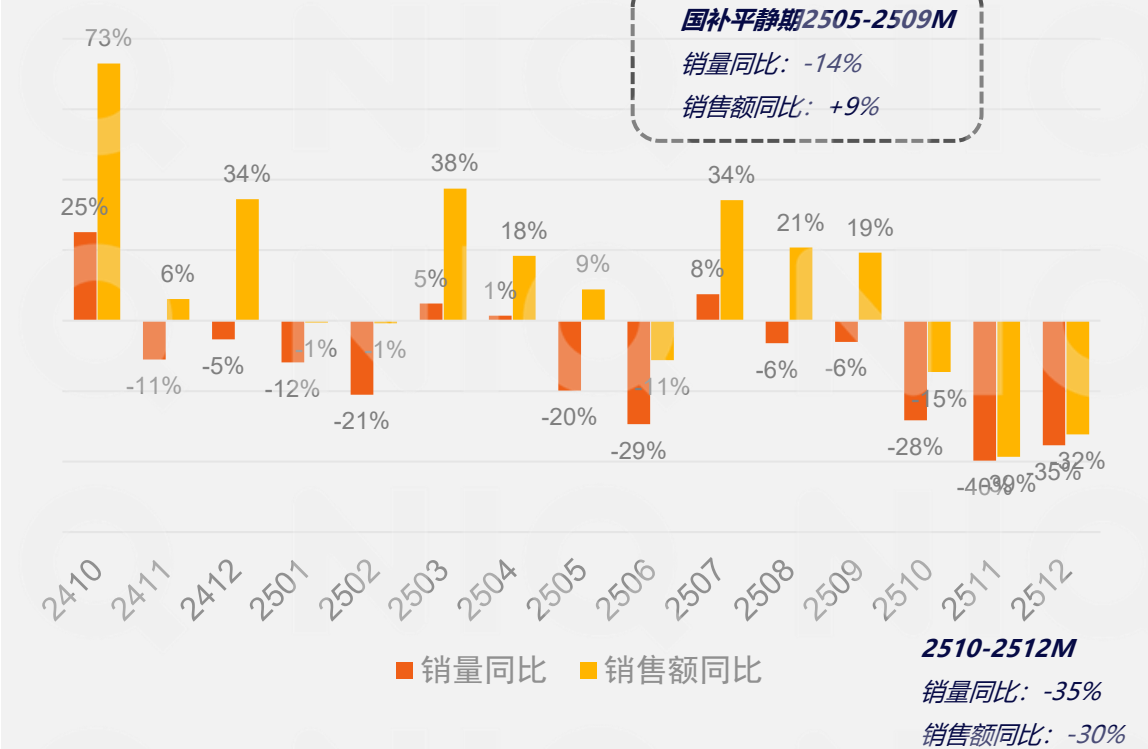
+16%

2410-2509M销额累计同比趋势

国补前：月度同比销量/销售额走势



国补期：月度同比销量/销售额走势



2026年回音壁仍以自主补贴为主，渠道与品牌格局受宏观政策影响或将带来阶段性变革

2026年国补及市场预判

2026年国补方向



节奏不变

- 分批次发放
- 首批一季度625亿
- 限时抢购-使用



范围变更

- 家电品类缩减
- 新增智能眼镜
- 最高补贴力度降至1500元



渠道倾斜

- 线上线下分开领取，且资格互斥
- 政策倾斜线下核销为主

Sales Unit K

2026E: **274**
(YoY -13%)

2026E-online
204K (YoY -17%)

2026年度预测

Sales Value M

2026E: **742**
(YoY -7%)

2026E-online
511M (YoY -7%)

2026年度趋势



新品竞争力至关重要

卖点升级|场景塑造|价格优势|
智能化体验



渠道格局重构

社交媒体|线下体验&成交



品牌结构变更

国产品牌崛起|品类融合搭
售

谢谢



关注GfK官方微信
获取最新行业洞察



“GfK市场洞见”小程序
指尖获取科技全品类数据！

更多业务咨询，欢迎联系：

marketing-china@smb.nielseniq.com

NielsenIQ

