doi:10.3969/j.issn.1003-5559.2021.11.013

中国智能手表出口面临困境及升级之路

■ 蒋兆峰 江苏建筑职业技术学院

摘 要:后疫情时代,智能手表产品凭借便捷性、智能化数据采集以及体感交互优势,或将成为健康管理领域的重要支柱。在此背景下,中国智能手表出口量显著上升、出口额波动增加、出口功能相对集中,呈现出良好发展态势。然而,受限于出口海关品目归类存疑、功能产品竞争力有限、出口地区失衡、自主研发能力欠缺问题,中国智能手表出口面临困境。针对当下情况,中国应从利用《协调制度》、深耕数智驱动战略、发挥用户粘性红利等角度出发,通过应对归类争议、提升产品国际竞争力、开拓出口市场等手段,打造智能手表出口升级之路。

关键词:后疫情时代;智能手表;品目归类;"房颤日";健康管理体系

2021 年 6 月,人民日报以"房颤日"为核心举办房颤答疑直播活动并表示,随着人口老龄化现象加剧以及亚健康生活方式泛滥,慢性病患者数量逐年增加。受此影响,国内外逐渐将发展重心聚焦于居民健康生态领域。智能手表行业借助运动记录、风险提醒以及 GPS 定位等优势,成为后疫情时代健康管理服务领域核心代表产品,迎来井喷式发展机遇。据 IDC 市场研究公司调研数据显示,2020 年全球智能手表需求量高达 4.447 亿,智能手表行业快速崛起,为中国智能手表出口发展夯实基础。此外,随着数字化跨境电商战略逐步落实,中国智能手表出口量、出口额显著提升,已然实现一定规模的发展。然而,由于海关品目归类标准尚不明确、产品国际竞争力处于劣势、出口地区偏重于亚洲国家等因素制约,中国智能手表出口受限。因此,深入研究中国智能手表出口现状,分析探讨当前面临的首要问题,对制定与调整贸易战略规划、助力相关企业升级发展具有重要现实意义。

一、中国智能手表出口现状

(一)出口量显著上升

自可穿戴设备成为热点话题以来,智能手表装置便一直处于主导地位,并成为数字化时代智能设备的主要产品。随着信息交互技术的不断完善以及消费者健康意识逐步加深,智能手表行业进入飞速发展阶段,出口量显著上升(图 1)。据《2021-2027 年中国智能手表行业市场研究及深度专项调查投资预测报告》数据显示,中国智能手表出口量由 2015 年的 980 万增长至 2020 年的 6604 万,5 年间平均增长幅度便高达 52.74%。此外,据预测数据显示,2021 年,中国智能手表出口量将达到 9630 万,同比增长 45.82%。相较于 2020 年,2021 年中国智能手表出口量增速放缓,但整体仍呈现出上升趋势。由此观之,中国智能手表出口形势乐观。

(二)出口额波动增加

依据中国海关总署公示信息以及智研咨询数据整理数据显示,2017-2020 年中国智能手表出口额呈现出波动增加趋势。其中,2017

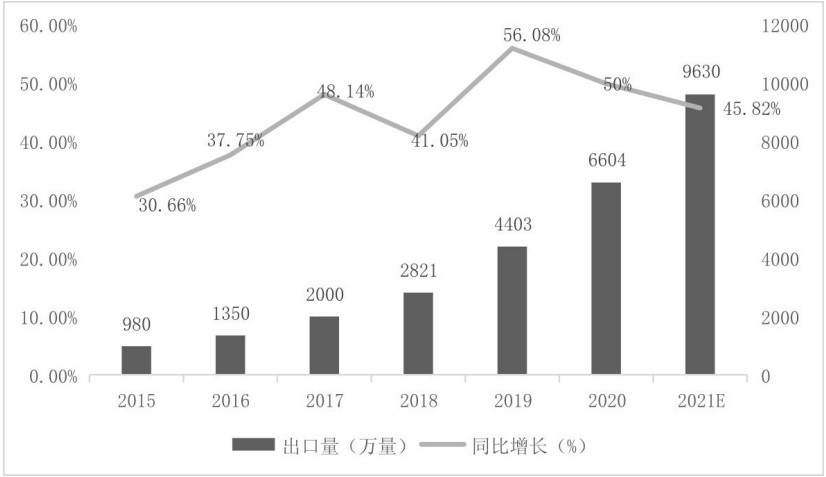

图 1 2015-2021 年中国智能手表出口量

数据来源:公开资料整理

[作者简介]蒋兆峰(1976—),男,江苏建筑职业技术学院副教授;研究方向:国际贸易、企业管理、高校教育与管理。

年中国智能手表出口额为8.27亿美元，同比增长6.54%；2018年出口额为6.42亿美元，较上年下降1.85亿美元，同比下降22.37%。2019年，中国智能手表出口额回升至8.1亿美元，与2018年相比略有涨幅。至2020年，虽然受新冠疫情影响，中国智能手表出口额仍达到8.92亿美元，呈现出逆势增长态势。总体而论，虽然中国智能手表出口额出现波动性变化，但整体上仍呈现增加趋势。这表明，某种程度而言，中国智能手表出口已然具备一定国际竞争力。此外，中国智能手表出口额占据出口总额比重已由2017年的30.1%发展至2020年的31.8%，进一步佐证出口额呈增加趋势。据此可以知悉，2017-2020年中国智能手表出口额在出口总额中的比重小幅上升，呈现波动增加态势。

（三）出口功能趋同

除装饰以及计时功能外，中国智能手表行业以数字健康监测、运动数据分析、通讯、定位等附加功能提高出口竞争力。据《2021-2026年中国智能手表行业投资分析及发展战略研究咨询报告》数据显示，中国智能手表出口功能相对集中（图2）。其中，健康监测、移动通讯以及运动管理类手表成为中国智能手表出口受欢迎程度较高的产品，分别以73%、69%、62%的高额比重占据主导地位；日程管理、娱乐休闲以及其他功能受青睐程度依次为37%、32%、17%，成为出口功能意向中的薄弱领域。在此背景下，中国智能手表出口多以健康监测、移动通讯、运动管理功能类产品为主，其余功能领域的产品出口竞争力不足。由此而论，受青睐度差异引致的出口功能相对集中问题成为中国智能手表出口环节亟需解决的一大难题。

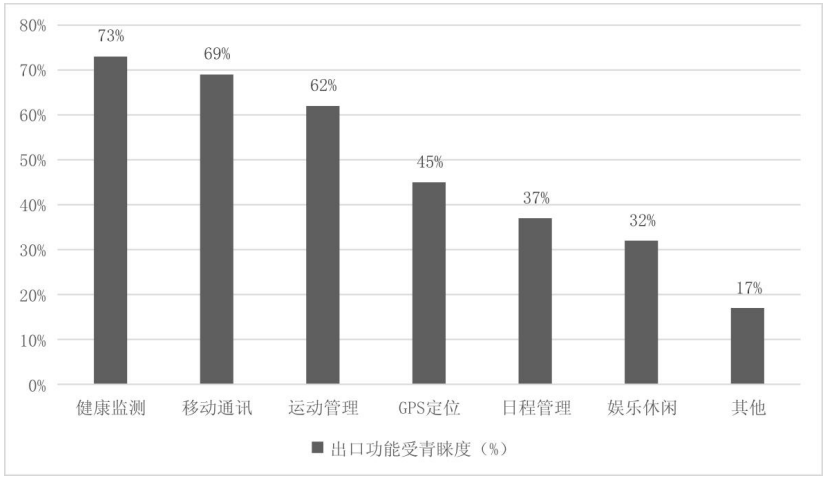

图2　中国智能手表出口功能受青睐度

数据来源：公开资料整理

二、中国智能手表出口面临困境

（一）出口产品海关品目归类存疑

对于中国智能手表出口企业而言，海关品目归类是决定该产品关税缴纳额度以及核算通关成本的核心环节。然而，由于海关品目归类多以产品主要特征进行划分，品目归类存疑问题成为中国智能手表出口企业当前面临的现实窘境。一方面，部分国家将智能手表归属于“通信设备及零件”品目。中国、美国、韩国等国家以智能手表通讯功能为参考，将其界定为通信产品，划归于海关品目85.17类别，即“通信设备及零件”。在此归属标准下，中国智能手表出口美韩等国因被划分为电子信息类品目，可享受零关税待遇，出口成本明显降低。另一方面，部分国家将智能手表划分为“手表怀表及其他表”品目。以瑞士为主的手表生产大国则依据智能手表计时功能，将其界定为手表产品，隶属于海关品目91.02类别，即“手表怀表及其他表”。此类划分标准下，中国智能手表出口瑞士等国因被归类于手表怀表品目，需支付相应税额，大幅提升出口成本。整体而言，无论是将智能手表划分为85.17品目还是91.02品目，均符合一定事实依据。然而，各国间对于智能手表出口海关品目归类存在争议无疑是干扰中国智能手表出口成本的一大影响因素。

（二）产品综合竞争力有限（技术、功能、市场营销等）

由于功能产品竞争力有限问题，中国智能手表出口企业陷入瓶颈。2020年，艾媒金榜发布《中国智能手表品牌排行榜》数据显示，以苹果、Fitbit、三星以及佳明为主的国外企业占据全球智能手表市场80%份额，中国智能手表国际竞争力有限。具体而言，智能手表功能可划分为运动、定位两大类型。一方面，运动功能类智能手表竞争力不足。作为智能手表主打领域，运动功能深受消费者欢迎。在此背景下，苹果、颂拓、三星、Garmin等国内外众多智能手表生产商纷纷发力研制运动功能类产品。其中，中国智能手表运动功能产品续航多为1-2天，与续

航时间高达 2 周的 Garmin 公司产品相比竞争力有限。另一方面，定位功能类智能手表竞争力欠缺。现阶段，随着信息科技的越发完善，定位技术以附加功能被应用于诸多生产生活环节，在儿童智能手表领域尤甚。作为中国智能手表定位产品的领军者，小天才企业运用三角定位、地磁、蓝牙等定位技术，将智能手表定位精度缩至 5-15 米。然而，在定位产品领域，苹果公司凭借 UWB 定位技术将定位精度精确到厘米，远远高于中国智能手表定位级数。

（三）出口地区结构有待拓展

据海关数据显示，2020 年中国智能手表出口地区虽然高达 132 个，但多集中于亚洲国家，在欧洲国家出口市场中处于弱势地位。第一，欧洲国家出口市场较低。某种意义上，定位功能可有效降低儿童走失风险，被众多中国企业所追捧并将其应用于智能手表产品研发进程中。然而，由于欧洲人权文化重视程度加深，中国智能手表产品定位功能以侵权监听隐患成为争议所在，被以德国为主的欧洲国家抵制甚至禁售。在此背景下，中国智能手表在欧洲区域的出口市场较低。第二，亚洲国家出口市场较高。中国智能手表的追踪定位、运动记录以及学习教育功能，均可高度契合亚洲国家市场消费需求。加之中国与其他亚洲国家教育环境雷同，亚洲市场成为中国智能手表企业出口主营阵地。据中国钟表协会官方数据显示，2020 年，亚洲国家占据中国智能手表出口市场份额高达 69%，欧洲国家市场占据比重仅为 17%。然而，中国智能手表出口企业对于亚洲市场的过度依赖，不仅严重制约产品创新研发积极性，同样也促使相关企业沉迷于周边市场，以致丧失市场开拓动力。

（四）企业自主研发能力欠缺

据海关数据显示，2020 年中国凭借庞大的劳动人口红利缔造 134 个智能手表品牌、1057 种产品，成为智能手表生产及销售大国。然而，据 Strategy Analytics 发布的全球智能手表报告数据显示，2020 年第一季度，苹果、三星和佳明在国际智能手表市场中占据 76.3%的高额比重。其中，苹果品牌以 55%份额成为国际智能手表市场主导者。这揭示出中国智能手表出口知名度不足现状，暴露出相关企业自主研发能力欠缺问题。在中国智能手表出口行业中，虽然已衍生出诸如华为、联想、步步高等一系列具备国际知名度的企业，但相较于庞大的国内企业基数，此类知名企业无疑占据极少部分。相对而言，绝大多数中国智能手表出口企业均属于中小型企业，主要依附于大型企业产业链。在此背景下，对于中小型中国智能手表出口企业来说，自主研发能力欠缺是其出口遭遇瓶颈的关键影响因素。加之贸易摩擦现象频发以及美国技术打压力度加剧，中国智能手表出口企业自主研发能力受到制约，致使产品出口陷入窘境。在出口受阻形势下，中小型中国智能手表企业出口利润大幅缩减，严重抑制企业自主研发能力提升，致使企业发展陷入恶性循环的不利局面。

三、升级之路

（一）利用《协调制度》，应对品目归类争议

即将于 2022 年实施的新修订版《协调制度》以统一商品归类标准为基础，将智能手表出口类别归属于“通讯设备及零件”名目，为各大智能手表企业争取到零关税福利。然而，由于《协调制度公约》并未实现全球化通用，部分国家仍然沿用传统归类标准。为此，中国海关机构应充分发挥修订版《协调制度》优势，做好智能手表出口品目归类争议应对。第一，完善《协调制度》中品目归类标准的相关条款。在世界海关组织指定的《协调制度》中，大部分品目归类标准存在主观判断性，仅以主要特征进行评判容易产生归类争议问题甚至引起贸易摩擦。中国海关机构应充分发挥主导优势，加强与其他协调委员会伙伴的谈判力度，细化智能手表对外贸易中的特征、技术、功能等归类标准。第二，提升《协调制度》中品目归类争议谈判水平。针对各国海关对于智能手表品目归类争议问题，中国应加大法律、技术、资金扶持力度，强化智能手表出口综合谈判能力，为应对归类争议夯实基础。第三，完善《协调制度》中品目归类争议的解决机制。就中国智能手表出口而言，解决归类争议问题多采取外交磋商措施，或以 WTO 组织为主导对问题进行裁决。现阶段，中国可借助《协调制度》机遇，完善解决机制，以公平、公正、普遍认同为原则妥善解决智能手表出口归类争议问题。

（二）深耕数智驱动战略，提升产品竞争力

2020 年，国家卫生健康委发布的《居民营养与慢性病状况报告》提出，慢性病患者数量逐年提高。此外，2021 年 6 月，中国“房颤日”以心律失常问题为话题，掀起健康防护热潮。至此，健康问题俨然成为除运动、定位功能外的新热点。中国智

能手表出口企业应充分借助科技创新优势，深耕数智驱动战略，以供需匹配为原则赋予产品健康监测、提前预防等附加功能，提升产品竞争力。一方面，赋予产品数字化创新监测功能。中国智能手表出口企业可利用心率传感等科技创新技术，在数字驱动下与各大医院实现联动，通过精细化前沿监测手段为用户提供专业健康管理服务，提升产品竞争力。另一方面，赋予产品智能化创新预防功能。中国智能手表出口企业需利用温度检测等科技创新技术，凭借智能驱动效应与专业健康机构实现联动，利用温感监测、风险筛查方式为用户提供高效线上预约服务，加大产品吸引力。此外，中国智能手表出口企业还可运用高性能ECG传感等新型科技技术对专业慢性病数据进行采集，基于国家药品监督管理局认证标准，利用科技创新研发功能性产品，提升产品认可度。

（三）发挥用户粘性红利，开拓多元化出口市场

中国智能手表出口市场暴露出的缺陷危机同样是提升产品质量、打造产品口碑的转机之路。因此，中国智能手表企业可从出口市场显露出的缺点出发，以消费者青睐度为导向发挥用户粘性红利，并据此对产品研发方向进行针对性调整，开拓多元化出口市场。一方面，保持亚洲国家市场主导优势。对于中国智能手表出口企业而言，发挥用户粘性红利、继续保持亚洲国家出口市场高额占比优势是确保企业可持续发展的必要途径。因此，中国智能手表出口企业可积极对接亚洲国家发展战略规划，借助大数据技术合理预测亚洲国家发展动态并及时进行相关调整，最大限度抢占该国市场。另一方面，积极开拓新兴市场。立足中外教育、生活环境及理论异同问题，中国智能手表出口企业应以不同年龄段、不同地区的用户需求差异对出口市场进行细化，对受众采取相应侧重性宣传推广以开拓新型市场。例如，立足美国消费者对于肌肉锻炼服务的迫切需求情况，中国智能手表出口企业应以康复训练为核心功能，研发医疗康复型智能手表，攻克美国市场。此外，中国智能手表出口企业还可借助数字经济转型优势，以“一带一路”战略规划为指导，充分利用跨境电商平台，通过精准对接国际数字贸易体系，开拓中东欧、非洲、拉美等地区出口市场。

（四）攻关核心专利壁垒，提升自主研发能力

随着新基建战略的逐步落实，世界各国纷纷将核心专利水平视作扩大企业品牌知名度、提升自主研发能力、促进出口提质增效的核心导向。在此背景下，中国以提升企业自主研发能力为目标，提出攻关核心专利壁垒的战略发展规划。有鉴于此，中国应借助产品创新机制挖掘智能手表出口企业自主研发积极性，以核心专利壁垒攻关为基础，打造中国智能手表品牌出口升级之路。一方面，完善出口产品创新实践机制。对于中国智能手表出口企业而言，攻克技术创新壁垒、完善创新实践机制、强化创新成果实践转化率是提升企业自主研发能力的先决基础。中国智能手表出口企业应以政府主导为核心，以供需匹配为前提，依据产品、产业、外贸三维对接组建创新研发体系，提升核心专利实践转化率、品牌国际知名度及创新研发能力。另一方面，完善出口产品创新保障机制。就中国智能手表出口企业而言，完善创新保障机制、提升创新成果实践支持率是挖掘其自主研发积极性的前提条件。中国智能手表企业应以科研院所为实践对象，以政府财政扶持为支撑，凭借技术、实验、实践三维载体打造前沿研发机构，提升核心专利数量、质量及自主研发水平。▲

参考文献：

[1]中国新闻周刊网.中国房颤日，以科技赋能智能手表健康生态[EB/OL].http://www.inewsweek.cn/observe/2021-06-08/12815.shtml[2021-06-08].

[2]新浪财经网.经济新闻滚动：智能手表归类为手表还是通信产品大有学问[EB/OL].http://finance.sina.com.cn/jjxw/2021-02-08/doc-ikftpnny5687724.shtml [2021-02-08].

[3] 华经常研究院.2020年中国智能手表行业现状及竞争格局分析，市场前景广阔[EB/OL].https://zhuanlan.zhihu.com/p/349453735[2021-02-05].

[4]曾嘉懿.贸易摩擦背景下我国高新技术产品对外出口的现状、制约因素及应对策略[J].对外经贸实务，2021(4)：40-43.

[5]宋美杰，徐生权.作为媒介的可穿戴设备：身体的数据化与规训[J].现代传播，2020(4)：46-50.

[6] 产业信息网. 行业频道 - 电子产品：2019年中国智能手表目前缺点分析、智能手表发展现状及智能手表发展竞争格局分析[EB/OL].https://www.chyxx.com/industry/201911/809138.html[2019-11-25].

[7]张璐，李巨韬，赵艳云等.基于用户感性需求的产品设计方案评估方法[J].运筹与管理，2019(1)：152-157.

[8]宋振兴，姚俊明.基于智能手表的跌倒检测系统在养老院应用[J].医学信息学杂志，2019(5)：15-18.