

Bericht für Handyhüllen

Verbrauchstrends und Erkenntnisse 2023

——Fokus auf Nutzer von High-End-Smartphones

Lebensformen,
digitales Leben

Trends der
Smartphone-Nutzung

Entwicklungsstand und
Trends bei Handyhüllen

Verzeichnis

01 Änderungen des Lebensstils
04 - 06

02 Smartphone-Szenarien fördern die
Funktionalität von Handyhüllen
07 - 13

03 Entwicklungsgeschichte von Handyhüllen
und aktuelle Marktdynamik
14 - 25

04 Entwicklungstrends bei Handyhüllen
26 - 38

Beschreibung der Daten des Forschungsberichts

Dieser Forschungsbericht wird von Ipsos X TORRAS X WGSN veröffentlicht und basiert auf Daten aus deren jeweiligen Forschungsberichten; sofern nicht anders angegeben, bezieht sich der Begriff „Verbraucher“ im folgenden Bericht auf den Gesamtverbraucher (aus fünf Ländern).

Ipsos Quantitative Forschungsstichprobe: Befragte, die in den letzten vier Jahren Smartphones gekauft haben und die in den letzten zwei Jahren Handyhüllen gekauft und benutzt haben. Die Verteilung aller ausgefüllten Stichproben ist wie folgt :

	China	USA	UK	Deutschland	Japan
Stichproben insgesamt	1007	513	515	509	503
• Männer	46%	35%	39%	39%	46%
• Frauen	54%	65%	61%	61%	54%
• 18-24	9%	8%	9%	16%	7%
• 25-30	47%	18%	21%	22%	15%
• 31-40	39%	44%	42%	37%	33%
• 41-50	5%	30%	29%	25%	45%

WGSN Einblicke in den Lebensstil der Verbraucher und digitale Lifestyle-Trends basieren auf Berichten von WGSN Insight und WGSN Consumer Tech :

- 《2025 STEPIC treibende Faktoren》
- 《2026 STEPIC-Innovationsbereiche》
- 《Office Lifestyle: Verbraucherprofile 2023》
- 《Allgemeiner Gesundheitswahn》
- 《Lifestyle-Strategie: Den Sinn des Lebens finden 》
- 《Lifestyle-Strategien: Der digitale Nomade》
- 《Zukünftige tragbare Technologie》
- 《Neue Konzepte: Metaversum》
- 《Schlüsseltrends: Neugestaltung der KI-Interaktion im Benutzererlebnis》
- 《Decodierung der chinesischen Social Media-Ästhetik: Mai 2023》
- 《2023 China Schneller Mode: # Cleanefit Leichter und einfacher Stil》

Die Bilder von Handyhüllen und die Geschichte der Handyhüllenindustrie in diesem Forschungsbericht werden von **TORRAS**-Produktentwicklungsexperten zur Verfügung gestellt und aus öffentlich zugänglichen Informationen zusammengestellt.

TEIL

Eins

Änderungen des Lebensstils

Verbraucher in aller Welt streben bewusst nach einem gesunden, ausgewogenen und hochwertigen Leben.

In der Zeit nach der Epidemie legen die Verbraucher mehr Wert auf ein gesundes Leben; gleichzeitig kehren sie allmählich wieder ins Berufsleben zurück und konzentrieren sich stärker auf ihre Arbeit, wenn sich die Wirtschaft erholt und die Zahl der Arbeitskräfte steigt.



Körperliche und geistige Gesundheit

Verbraucher auf der ganzen Welt erkennen zunehmend die Bedeutung von körperlicher und geistiger Gesundheit und einem ausgeglichenen Leben. Eine neue Generation von Verbrauchern versucht, den Status quo von Erschöpfung und Burnout zu bekämpfen, indem sie aktiv den Inbegriff einer gesunden und positiven Lebensweise dokumentiert und umarmt.



Konzentration auf die Arbeit

Nach Angaben der Weltbank wird die Zahl der Erwerbstätigen im Jahr 2022 weltweit 3,43 Milliarden erreichen. Unabhängig von Geografie, Rasse, Religion und sozioökonomischem Hintergrund ist Arbeit für Verbraucher auf der ganzen Welt eine „Notwendigkeit“. Der durchschnittliche Arbeitnehmer in China arbeitet 2.100 Stunden pro Jahr, in den USA sind es etwa 2.012 Stunden. Zweifellos ist die Arbeit ein wichtiges Szenario und nimmt den größten Teil der Zeit der Menschen in Anspruch.



Zeit für Qualität

In einer Zeit sozialer Unruhen und wirtschaftlicher Ungewissheit verbringen die Menschen die meiste Zeit bei der Arbeit; sie beginnen jedoch auch, auf die Aufteilung der Zeit zwischen Arbeit und Privatleben zu achten, indem sie natürliche physische Realitäten und Annehmlichkeiten suchen, mehr auf ihre eigenen Bedürfnisse achten, mehr Qualitätszeit außerhalb der Arbeit verbringen und sich auf die persönliche Einsamkeit, die Rückkehr zu ihren Familien und das effektive Management von Beziehungen konzentrieren.

Das digitale Leben setzt sich immer mehr durch, und die Zahl der digitalen Nomaden nimmt weiter zu.

Die digitale Unterhaltung wird immer beliebter, denn Online-Arbeiten ist nicht an einen geografischen Standort gebunden; die Verbraucher wollen nahtlose Verbindungen zwischen Arbeit und Leben, online und offline herstellen. Die Welt bewegt sich auf das digitale Zeitalter zu, und die Zahl der digitalen Nomaden nimmt weiter zu.

Digitaler Nomade

Schätzungen zufolge wird die Zahl der digitalen Nomaden bis zum Jahr 2035 eine Milliarde erreichen.

Digitaler Nomade, bezieht sich auf denjenigen, der nicht an festen Arbeitsplätzen arbeiten muss, sondern überall digital arbeitet.

Die Zahl der Streaming-Nutzer und die Anzahl der aktiven Stunden auf der ganzen Welt sind allgemein gestiegen. (TikTok 2023 hat 1,65 Milliarden aktive Nutzer in allen Regionen der Welt, +31,6 % im Vergleich zum Vorjahr, und die durchschnittliche Verweildauer in allen Regionen der Welt beträgt 86 Millionen, +18,1 % im Vergleich zum Vorjahr.) Ab dem 3. Quartal 2023 hat Netflix weltweit 274 Millionen Abonnenten, +10,8 % im Vergleich zum Vorjahr. Freevee hat im ersten Halbjahr 2022 65 Millionen monatlich aktive Nutzer, +8,3 % gegenüber Ende 2021)

Von Europa über die Vereinigten Staaten bis hin zu asiatischen Ländern gibt es auch mehr Freiberufler, Content-Ersteller und Menschen, die in der Live-/Kurzvideobranche arbeiten, und Reiseanreizprogramme und Visa für digitale Nomaden für digitale Arbeitskräfte sind auf dem Vormarsch. Da digitale Unterhaltung immer beliebter wird und Online-Arbeit nicht mehr durch geografische Standorte wie Städte und Büros begrenzt werden kann, sind die Verbraucher sehr daran interessiert, eine nahtlose Work-Life-, Online- und Offline-Vernetzung zu realisieren.

Freiberufler werden zu einem aufstrebenden Berufszweig, insbesondere die Lebensform des Self-Publishing ist ein postmodernes Spiegelbild bewusster Konsumenten, die ihre Leidenschaft und ihr Talent auch aktiv in die Community-Kultur mit vertikalen Interessenlabels einbringen.

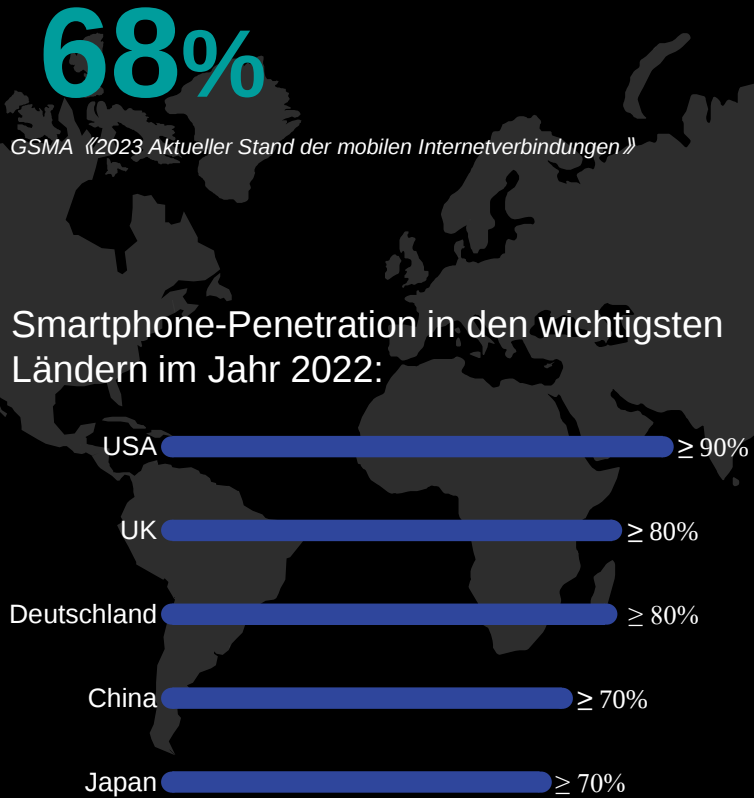
TEIL ZWEI

Smartphone-Szenarien fördern die
Funktionalität von Handyhüllen

„Ohne Smartphone kein Leben“ - Die Nutzungsszenarien von Smartphones durchdringen alle Lebensbereiche. Smartphones dringen weltweit in alle Lebens- und Arbeitsbereiche ein, was die Nutzungsszenarien diversifiziert.

Weltweite Smartphone-Penetration im Jahr 2022:

Die wichtigsten Anwendungsfälle von Smartphones jetzt:



Statista - Market Indicators

Freizeit und Unterhaltung

Mobile soziale Vernetzung

Mobil im Freien

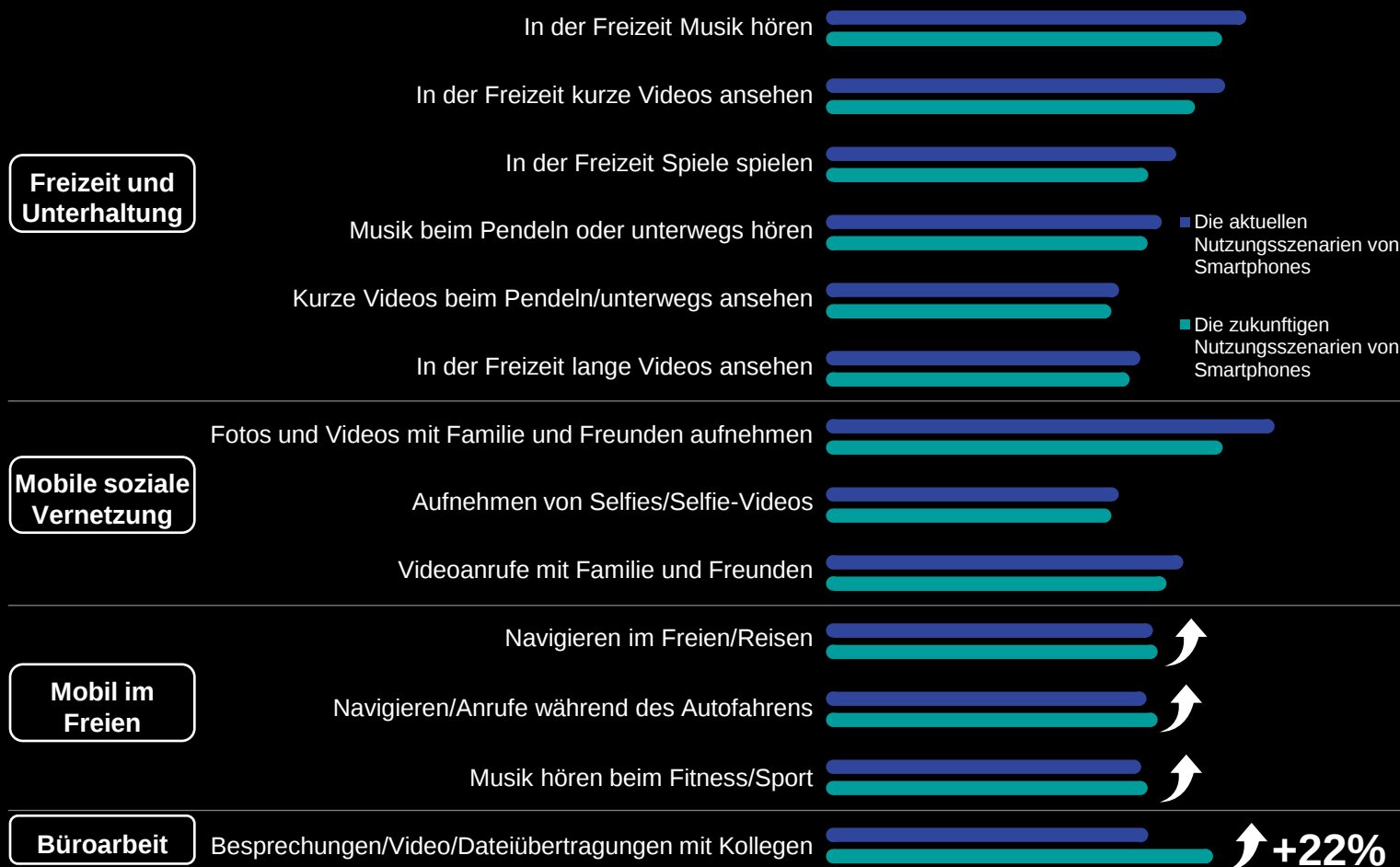
Büroarbeit



0 10 20 30 40 50 60

Soziale Kontakte und Freizeitunterhaltung mit dem Smartphone gehören zur täglichen Routine, während das Telefon in Zukunft häufiger beim Autofahren, im Freien und bei der Online-Arbeit verwendet wird.

In Zukunft werden die Nutzer aufgrund der Veränderungen im mobilen Ökosystem und im digitalen Leben Smartphones häufiger für Outdoor-Reisen, Sport, Autofahren und Online-Arbeit nutzen.



Freizeit- und Unterhaltungsszenen dominieren nach wie vor

Zum Beispiel Musik hören, kurze Videos durchblättern, lange Videos ansehen, Spiele spielen

Soziale Kontakte über Mobiltelefone sind weit verbreitet

Häufiges Aufnehmen von Fotos und Videos mit Familie und Freunden, Videointeraktionen und Selfie-Videos

Künftige Trends gehen eher in Richtung Mobile, Outdoor- und Sportszenarien

Die steigende Popularität von **Online-Arbeitsszenarien** entwickelt sich weiter

Geografische Unterschiede: In westlichen Ländern gibt es mehr soziale Interaktionsszenarien, während die Menschen in östlichen Ländern ruhiger und zurückhaltender sind.

Westliche Länder

- Sie ziehen es vor, täglich Zeit mit ihrer Familie/Freunden zu verbringen. Sie verbringen in ihrer Freizeit mehr Zeit mit ihrer Familie und ihren Freunden (sie veranstalten Partys zu Hause, um ihre Verwandten und Freunde zu unterhalten, und leisten ihrer Familie und ihren Kindern Gesellschaft);
- Daher verwenden sie ihr Smartphone häufiger, um Fotos und Videos aufzunehmen und Videotelefonate mit Familie und Freunden zu führen.

Zeit mit der Familie zu verbringen

84%
TGI:106

Zeit mit Freunden zu verbringen

55%
TGI:119

Partys zu Hause veranstalten/ Zeit mit der Familie zu verbringen

79%
TGI:119

Videoanrufe

58%
TGI:121

Fotos und Videos aufnehmen

72%
TGI:118

Östliche Länder

- Die Familie steht nach wie vor im Mittelpunkt des Lebens, aber die Art und Weise, Liebe auszudrücken und zu kommunizieren, ist relativ zurückhaltend (nicht so verbreitet wie in westlichen Ländern, wo man häufig Fotos und Videos macht und Videotelefonate führt);
- Manchmal genießen sie die Einsamkeit, und in ihrer Freizeit schauen sie sich gerne lange Videos auf ihrem Smartphone an, um sich die Zeit zu vertreiben.

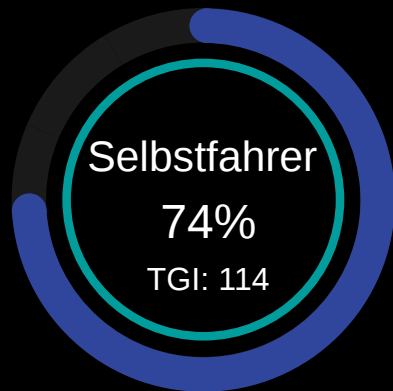
Die Alleinsein genießen 32% TGI: 109

Lange Videos ansehen 46% TGI: 110

Unabhängig davon, ob es sich um östliche oder westliche Länder handelt, sind Fahrszenarien der gemeinsame Trend für die Zukunft.

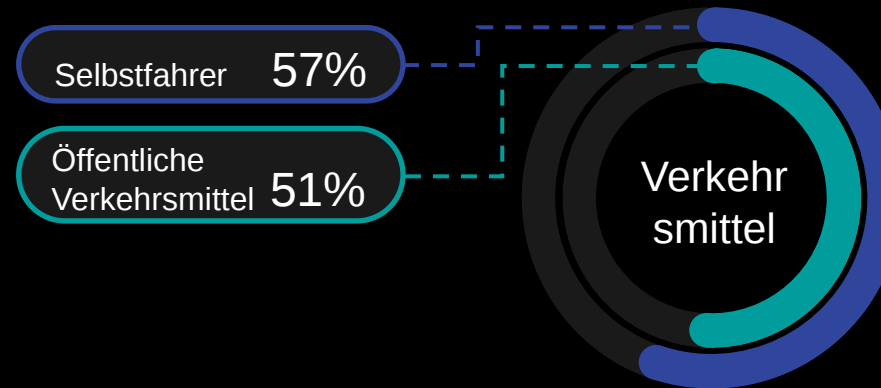
Westliche Länder

Die tägliche Fahrt bzw. der Pendlerverkehr wird inzwischen vom selbstfahrenden Auto dominiert, so dass Smartphone-Unterstützungsszenarien während der Fahrt immer häufiger vorkommen.



Östliche Länder

Selbstfahrende Fahrzeuge sind im täglichen Leben genauso verbreitet wie öffentliche Verkehrsmittel. Mit dem Aufkommen von Fahrzeugen mit neuer Energie in China und der weiteren Senkung der Fahrkosten wird das selbstfahrende Auto jedoch immer häufiger zum Einsatz kommen.



43.5

Autobesitz pro 100 Haushalte in China im Jahr 2022.

Die unterschiedlichen Nutzungsszenarien und Handbewegungen haben die Entwicklung von Handyhüllenfunktionen gefördert.

Nutzungsszenarien von Smartphones	Die häufigste Bewegung	Wichtigste Anforderungen an Handyhüllen
 Freizeit und Unterhaltung Musik hören/kurze Videos ansehen/Spiele spielen	□ In einer Hand halten □ Mit beiden Händen halten	Anti-Rutsch und Anti-Fall
 Kontakte mit Familie/Freunden knüpfen Fotos/Videos aufnehmen/Videogespräche führen	□ In einer Hand halten □ Auf den Schreibtisch legen	Kameraschutz, mit Ständer und Freisprecheinrichtung
 In der Freizeit Filme ansehen Lange Videos ansehen	□ In einer Hand halten □ Auf den Schreibtisch legen	Mit Ständer und Freisprecheinrichtung
 Besprechungen/Arbeiten mit Kollegen/Dateitransfer	□ Auf den Schreibtisch legen □ Flach hinlegen	Mit kabellosem Laden (Meetings entladen den Akku schnell) Mit Ständer oder magnetischer Rückseite und Freisprecheinrichtung
 Autofahren/Kartennavigation/Anrufe tätigen	□ Autotelefonhalter; □ In einer Hand halten	Mit magnetischer Aufladung (Kartennavigation entlädt den Akku schnell) Mit magnetischer Rückseite, sicheres Fahren und Freisprechen

Dies hat zu detaillierten Anforderungen an die Eigenschaften oder Funktionen von Handyhüllen geführt.

Es wurden Upgrade-Funktionen zum Schutz des Telefons wie Anti-Rutsch- und Kameraschutz sowie Freisprechfunktionen wie ein Kickstand und eine magnetische Rückseite entwickelt.

Anti-Rutsch-Hülle



Fallschutzhülle



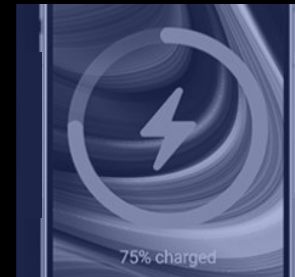
Kamera-Schutzhülle



Kickstand-Hülle



Kabellose Ladehülle



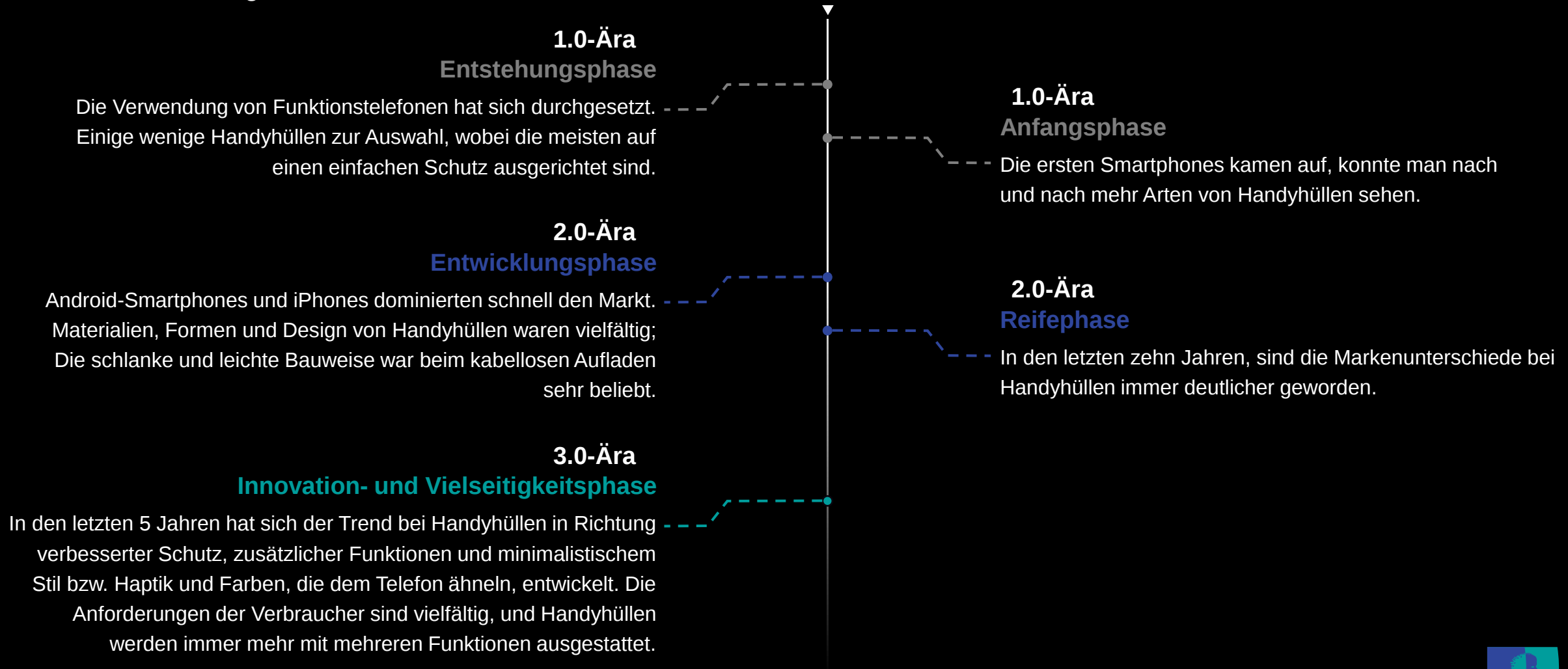
Magnetische Hülle



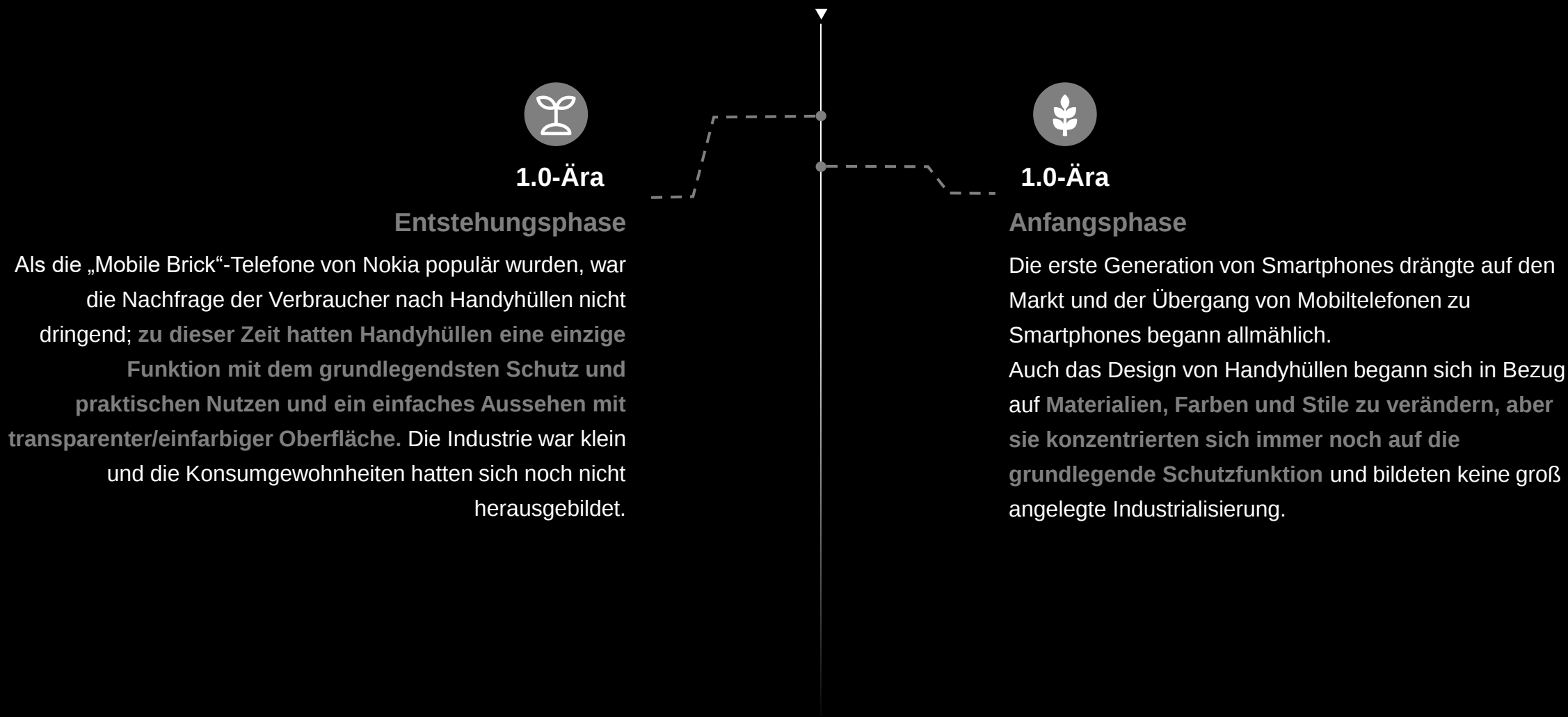
TEIL DREI

Entwicklungsgeschichte von Handyhüllen
und aktuelle Marktdynamik

Während sich Smartphones weltweit von Mobiltelefonen ablösen, werden auch Mobiltelefonhüllen ständig weiterentwickelt, angefangen bei Verbesserungen des grundlegenden Schutzes, des Aussehens und der Materialien bis hin zu einer umfassenden funktionalen Weiterentwicklung. Handyhüllen sind allmählich zu einem „unbedingten Bedarf“ der Nutzer geworden.



In der 1.0-Ära entstand mit dem Aufkommen der Smartphones die Industrie der Handyhüllen, aber die Funktionen und das Design waren relativ einfach und schlicht.



In der 2.0-Ära, mit der Popularität von Smartphones, wurden Handyhüllen allmählich zu einer Notwendigkeit für die Nutzer, deren Produktdiversifizierung und Markendifferenzierung sich weiter entwickelte.



Mit dem Eintritt in die 3.0-Ära sind die Anforderungen der Verbraucher an Handyhüllen vielfältiger und umfassender geworden, was zu einer Entwicklung hin zu einer multifunktionalen Integration geführt hat.



3.0-Ära

Innovation phase

Aufgrund der Veränderungen im mobilen Ökosystem haben die Verbraucher neue digitale Lebensstile oder Gewohnheiten entwickelt. Führende Unternehmen/Marken von Handyhüllen haben daher die Funktionen oder Merkmale ihrer Produkte weiterentwickelt, um den Anforderungen der neuen Szenarien gerecht zu werden:

- **Höhere Standards für Schutzfunktionen** und fortschrittlichere **Technologie**;
- Neben dem Erscheinungsbild der Mode / trendigen Persönlichkeit Stil, Design-Ästhetik „zurück zu den Grundlagen“, **bare Berührung / minimalistischen Stil** löste neue Trends aus;
- Mit der Popularität von langen Video-Apps, dem Aufkommen von kurzen Videos, der kommenden Ära der Live-Übertragungs-Dividenden und der Anforderung an Büroangestellte, „drei Köpfe und sechs Arme“ zu haben (mehrere Geräte sind miteinander verbunden und werden gemeinsam genutzt), ist **die Handyhülle mit Kickstand** geboren;
- Mit der Einführung von MagSafe (magnetisches Aufladen) für das iPhone 12 und dem häufigen Bedürfnis der Menschen, Auto zu fahren, gibt es eine Nachfrage nach magnetischem Aufladen im Auto, was zu **magnetischen Handyhüllen** geführt hat.



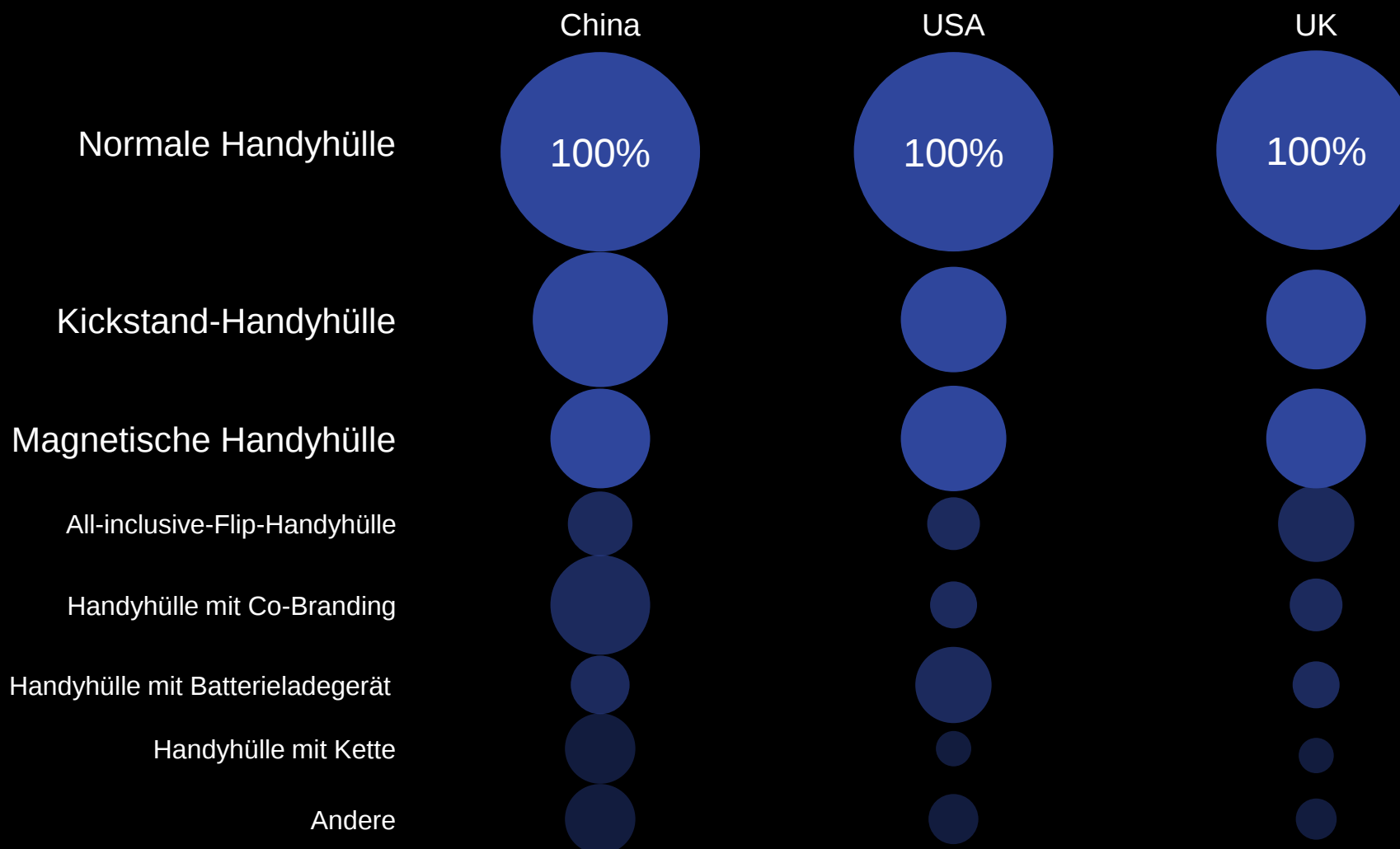
Post-3.0-Ära/Zukunft

Multifunktionale Integrationsphase

Die Anforderungen der Verbraucher werden weiter integriert werden, und All-in-One-Handyhüllen werden zum Trend.

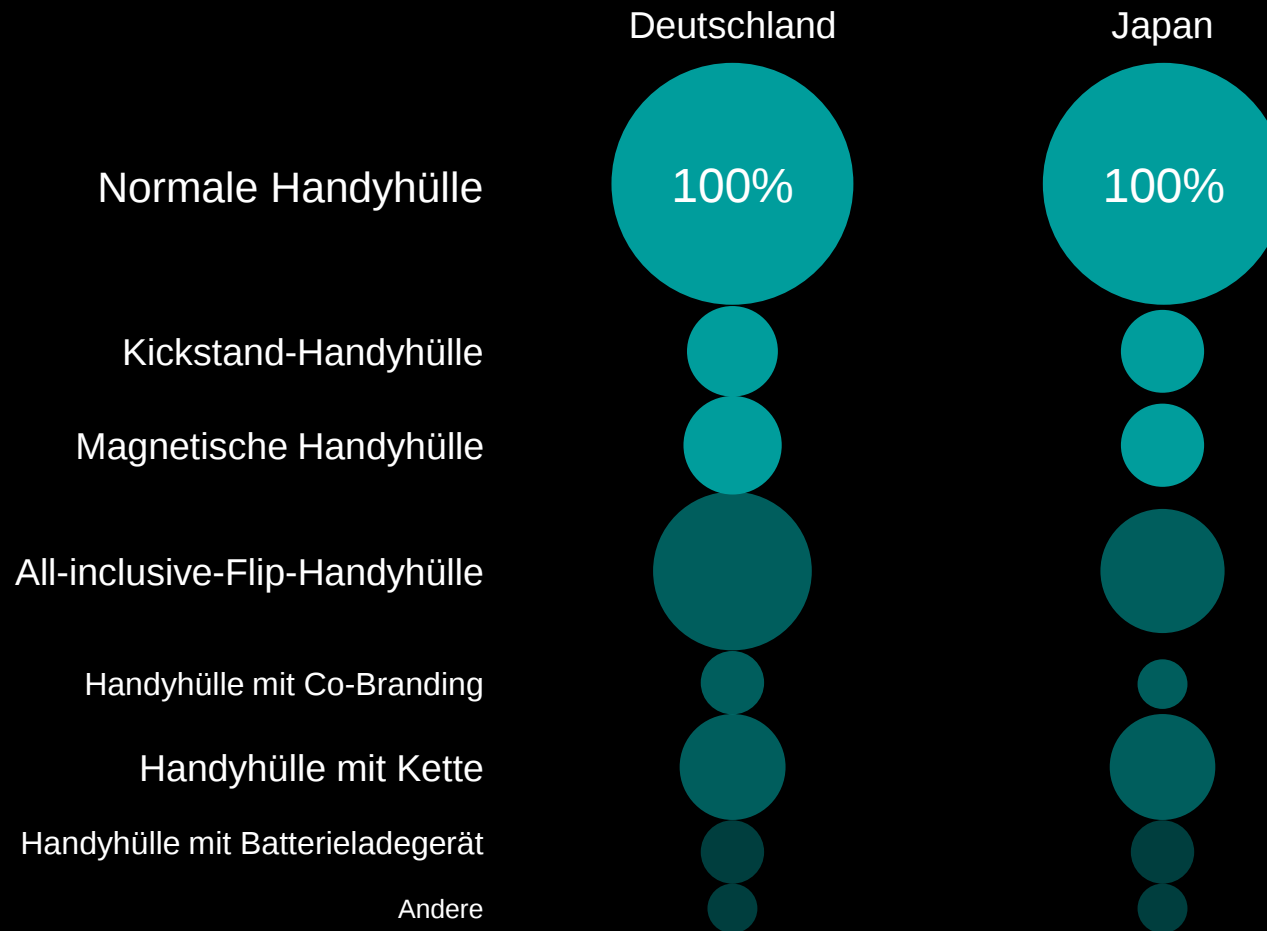
China, die Vereinigten Staaten und das Vereinigte Königreich sind die ersten, die in die Ära 3.0 - die Innovationsphase - eintreten.

Neben einfachen/regulären Handyhüllen verwenden die Verbraucher immer häufiger Kickstand-Hüllen und magnetische Hüllen.



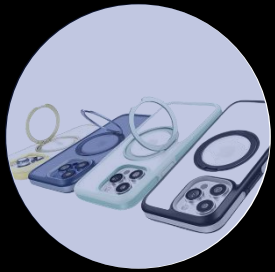
Deutschland und Japan befinden sich in der Post-2.0-Ära und gehen allmählich in die 3.0-Ära über.

Die deutschen und japanischen Verbraucher kaufen derzeit mehr Ketten- und All-inclusive-Flip-Handyhüllen und beginnen allmählich, Kickstand- und Magnethüllen zu verwenden.



Führende Unternehmen haben in der 3.0-Ära innovative Produkte auf den Markt gebracht, um ihre Marken weiter zu differenzieren.

- Funktionen: TORRAS hat in hervorragender Weise den Kickstand in die Handyhülle integriert und erfüllt damit alle funktionalen Anforderungen, was ihm den Ruf als „Experte für Handyhüllen mit Kickstand“ einbrachte. OtterBox hat auch einen führenden Vorsprung im Bereich „Fallschutz“ aufgebaut. Popsockets macht sich den modischen Stil des Airbag-Rings auf der Rückseite zu Nutze.
- Ansprechendes Design: CASETiFY, mit seinen vielfältigen Designstilen und Co-Branding, ist führend im „trendigen und personalisierten Design“, während PITAKA im minimalistischen Erscheinungsbild dominiert.



TORRAS

**Experte für Handyhüllen
mit Kickstand**

Integrierter Ständer
All-in-One-Telefonhüllen



OTTERBOX

Fallschutz



POPSOCKETS

**Modische Ring-
Accessoires**

Airbag-Ring-Zubehör
Diverse Pop-Hut-Stile



CASETiFY

**Trendiges und
persönliches Design**



PITAKA

**Minimalistisches
Aussehen**

Otterbox - ein Berater in Sachen Sturzschutz, ein Muss für alle, die ein ausgeglichenes Leben führen.

Es gibt reifere Nutzer von Handyhüllen, die ihre Familien lieben und ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Beruf und Privatleben anstreben. Sie neigen dazu, ihr Smartphone bei der Arbeit, zur Unterhaltung, im Freien und beim Autofahren zu benutzen, und erwarten eine All-in-One-Hülle mit hervorragendem Fallschutz.

Otterbox Markenübersicht:

Die Nutzer der Marke Otterbox sind in der Regel im reiferen Alter; ihre Geschlechts- und Berufsverteilung ist ähnlich wie die der Gesamtnutzer von Handyhüllen.

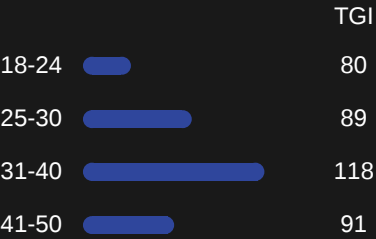
Ihre Nutzer genießen das Leben und legen Wert auf familiäre Aktivitäten und Selbstunterhaltung, so dass sie entsprechende Anforderungen an die Szenarien stellen.

Die Anforderungen der Nutzer an Handyhüllen: ein hoher Standard an Fallschutz ist von größter Wichtigkeit, mit einem Kickstand oder magnetisch, dünn, leicht und tragbar, kann leicht bei der Arbeit, im Freien und im Auto verwendet werden.

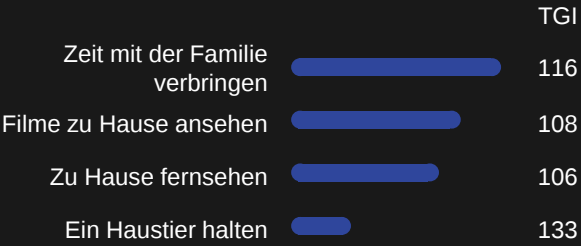
Geschlecht



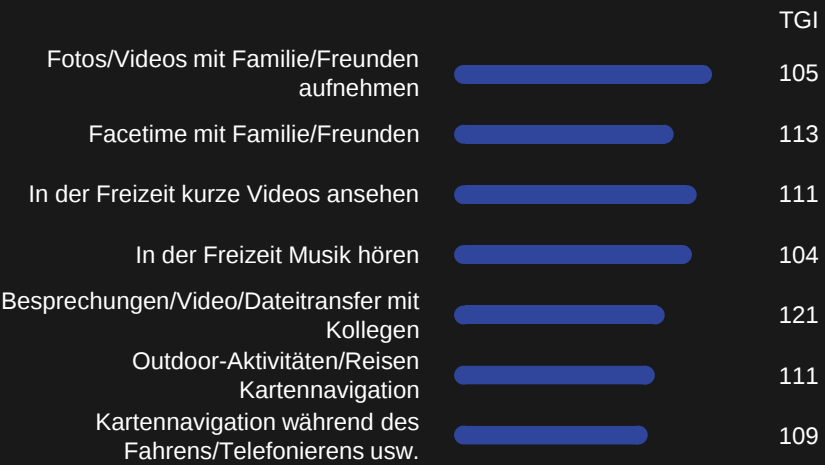
Alter



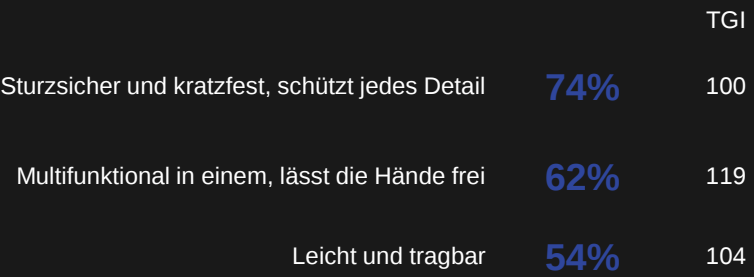
Freizeit



Smartphone-Nutzungsszenarien



Erwartungen an die Handyhülle



CASETiFY - der Favorit der jungen Damen, der für Mode und Personalisierung steht.

Handyhüllen sind ein Teil der Modeoutfits dieser jungen Nutzerinnen, die sozial aktiv sind und verschiedene Unterhaltungsaktivitäten genießen.

CASETiFY Markenübersicht:

Die Nutzer von CASETiFY sind überwiegend weiblich, eher in der jüngeren Altersgruppe (<30 Jahre) angesiedelt und bei Studenten beliebter als andere Marken.

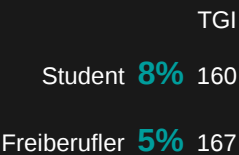
Sie sind sozial aktiv (sehen sich kurze Videos an oder surfen in sozialen Medien, veranstalten Partys), genießen verschiedene Unterhaltungsaktivitäten und nutzen ihre Telefone, um Videos und Selfies zu machen.

Sie stellen nur geringe Anforderungen an die Funktionen des Produkts, sondern konzentrieren sich auf sein trendiges und individuelles Design; sie betrachten die Handyhüllen auch als Teil ihres Mode-Outfits.

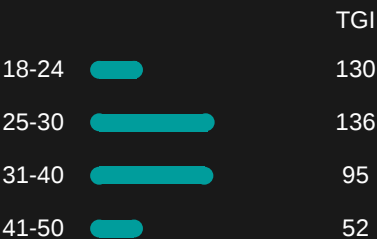
Geschlecht



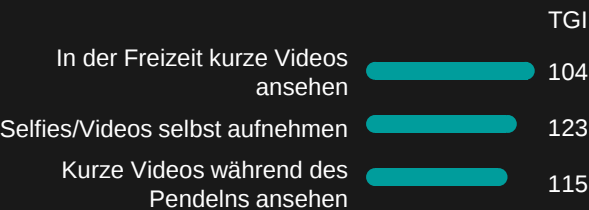
Beruf



Alter



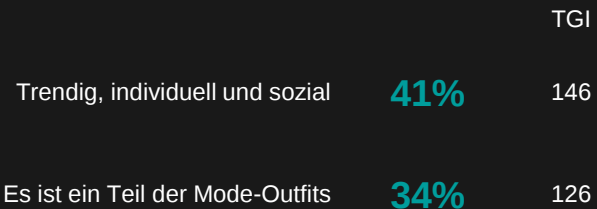
Freizeit



Smartphone-Nutzungsszenarien



Erwartungen an die Handyhülle



Popsockets - funktional und unterhaltsam, beliebt bei berufstätigen Frauen.

Es rekrutiert mehr junge berufstätige weibliche Nutzer in verschiedenen Unterhaltungs- und Interaktionsszenarien. Sie genießen ihr Leben und verfolgen rationale Funktionen, haben aber auch emotionale Ansprüche an Mode und Spielbarkeit.

Popsockets Markenübersicht:

Es gibt mehr junge berufstätige Frauen, vor allem mittleren Alters.

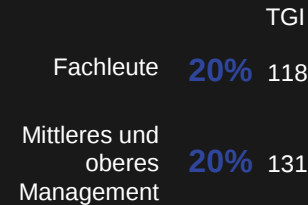
Sie sind künstlerisch und elegant, sehen am liebsten fern und streamen live, treffen sich mit Freunden, treiben Sport, machen Outdoor-Aktivitäten, schätzen Kunst und lernen Gourmet-Kochen/Backen. Sie haben eine Vielzahl von Nutzungsszenarien für ihr Handy, darunter das Ansehen von Videos, die Aufnahme von Selfies und die Interaktion mit ihrer Familie.

Sie verlangen nach Handyhüllen, die sowohl rational als auch emotional sind: Sie müssen nicht nur sturzsicher sein und All-in-One-Funktionen wie Kickstand und magnetische Halterung bieten, sondern auch ein trendiges und individuelles Aussehen haben und unterhaltsam sein.

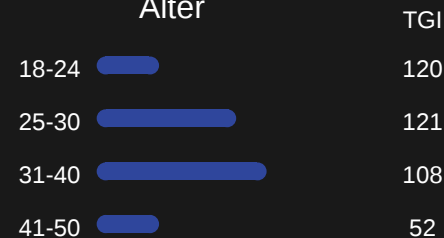
Geschlecht



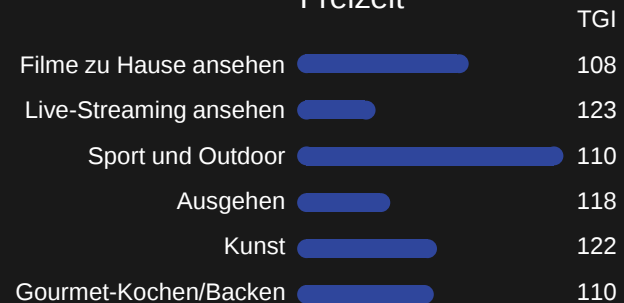
Beruf



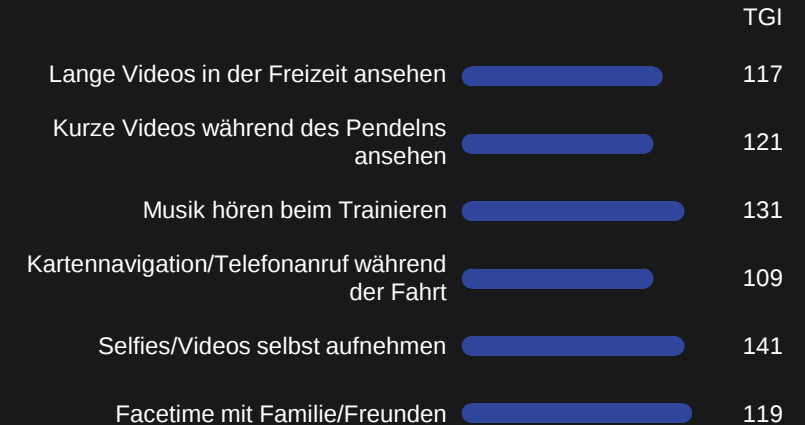
Alter



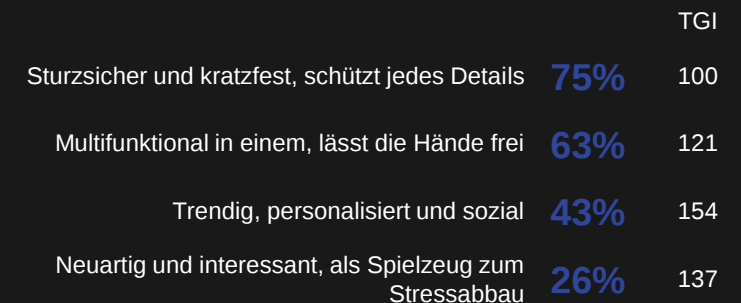
Freizeit



Smartphone-Nutzungsszenarien



Erwartungen an die Handyhülle



TORRAS - ein Experte für integrierte Kickstand-Hüllen und eine innovative Wahl für Angestellte, die ein gutes Leben führen

TORRAS zieht immer mehr Angestellte an, die ein qualitativ hochwertiges Leben führen und ihre Handys bei der Online-Arbeit, beim Pendeln und beim Ansehen langer Videos verwenden. Sie bevorzugen daher besonders Hüllen mit All-in-One-Funktionen, die in Farbe und Haptik dem Handy ähneln und das schlichte Design des Originaltelefons wiederherstellen. Sie schätzen technologische Innovation, Neuheit und Spaß am meisten, deshalb wählen sie TORRAS.

TORRAS Markenübersicht:

TORRAS hat mehr männliche Nutzer als andere Marken, die relativ jung sind und in Gruppen leben.

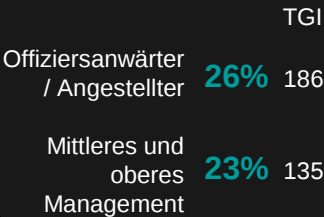
Sie bevorzugen es, Spiele zu spielen, Sport zu treiben, an Aktivitäten im Freien teilzunehmen und künstlerische Interessen zu entwickeln. Neben Spielen und Selfies haben sie einen ausgeprägten Bedarf an Online-Arbeiten und dem Anschauen langer Videos (insbesondere an Schutzhüllen mit Kickstand).

Sie verlangen auch nach All-in-One-Funktionen (mit Kickstand und magnetischer Halterung) und hoffen, dass die Farbe und die Haptik der Hülle dem Telefon ähneln und das einfache Design des ursprünglichen Telefons wiederherstellen. Sie haben höhere Erwartungen an den technischen Sinn und das Design von Handyhüllen, die neu, interessant und unterhaltsam sein sollen.

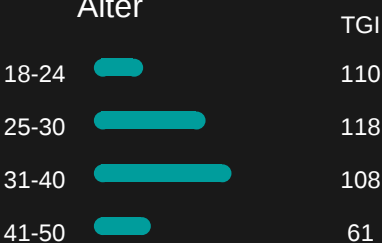
Geschlecht



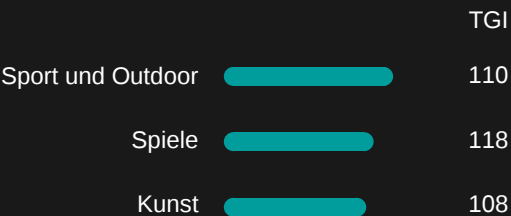
Beruf



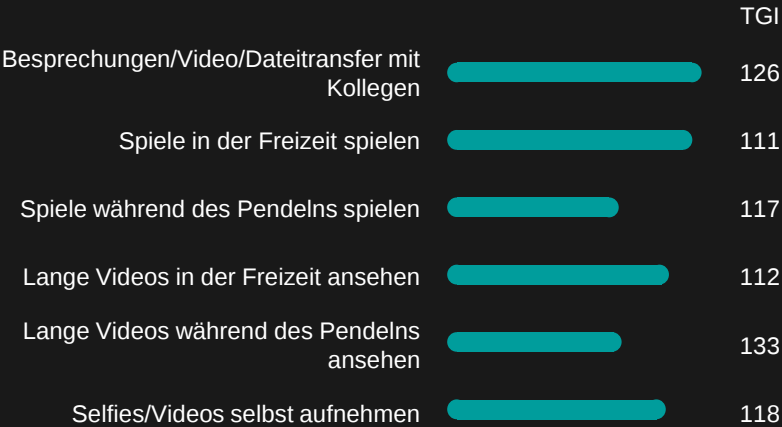
Alter



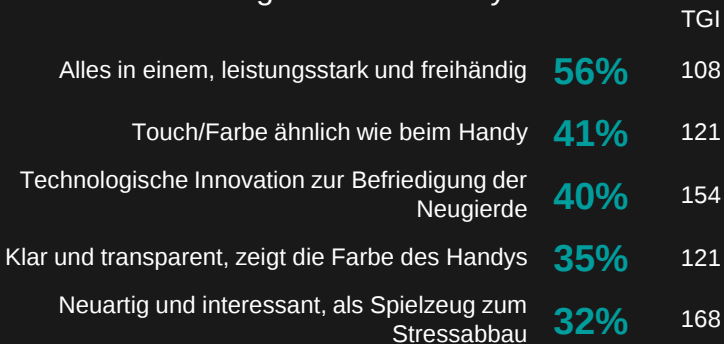
Freizeit



Smartphone-Nutzungsszenarien



Erwartungen an die Handyhülle



TEIL

Vier

Entwicklungstrends bei Handyhüllen

In der 3.0-Ära können aktuelle Handyhüllen grundsätzlich die Anforderungen an Fallschutz, Dünnheit und Leichtigkeit sowie ein gutes Gesamtdesign erfüllen, aber die Problempunkte Fleckenbildung, Vergilben und leichtes Abnutzen bestehen immer noch, und die Anforderungen an Wärmeableitung, höheren Schutzstandard, einen Kickstand und magnetische Halterung und bare Berührung steigen.



Erfüllung von Produktmerkmalen/Funktionen mit aktuellen Handyhüllen

Allgemeiner Fallschutz 40%

Dünn und leicht 36%

Insgesamt guter Sinn für äußeres Design 33%



Häufige Probleme mit aktuellen Handyhüllen

Ohne
Magnetrückten

Verschleißt
leicht

Verschmutzt leicht

Wärmeableitung

Verblaßt/vergilbt
leicht

Beeinträchtigung
des Telefon-
/Netzsignals

Ohne
Kickstand

Schutz des
Bildschirms
nicht möglich

Nicht so
sturzsicher

Kamera kann nicht
geschützt werden

Nicht so gut wie
das bare Handy

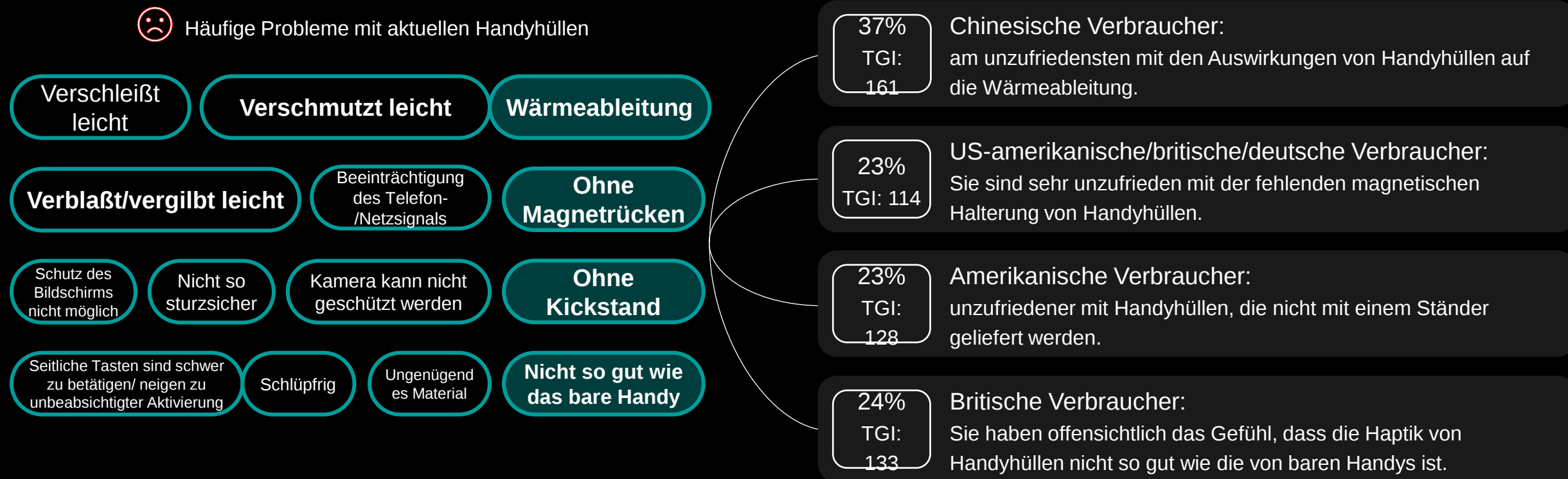
Seitliche Tasten sind schwer
zu betätigen/ neigen zu
unbeabsichtigter Aktivierung

Schlüpfrig

Ungenügen
des
Material

Unterschiede im Fokus der Verbraucher in verschiedenen Ländern:

- Chinesische Verbraucher stören sich am meisten an der beeinträchtigten Wärmeableitung bei Handyhüllen;
- Verbraucher in westlichen Ländern legen mehr Wert auf magnetische Halterung. Amerikanische Verbraucher legen mehr Wert auf die Kickstand-Funktion, während britische Verbraucher mehr Wert darauf legen, dass die Haptik von Handyhüllen dem Telefon ähnlich ist.



Um die gestiegene Nachfrage der Verbraucher zu befriedigen, bemühen sich führende Unternehmen/Marken darum, die derzeitigen Hauptprobleme/technischen Schwierigkeiten zu überwinden und Lösungen im Zeitalter der Innovation 3.0 anzubieten.

Lösungen zur Wärmeableitung

Benks Eis-Panzer-Kühlhülle

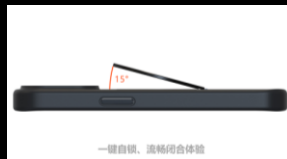
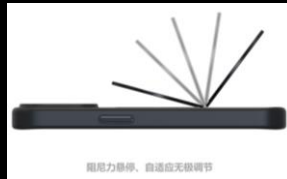


Benks arbeitet mit Universitätslabors zusammen, um eine neue Art von Wärmeableitungsgel zu entwickeln, ein maßgeschneidertes „fiebersenkendes Pflaster“ für hochbelastete Szenarien wie Spiele und Videos.

Lösungen zur Kickstand-Telefonhülle



TORRAS - Experte für Handyhüllen mit Kickstand



TORRAS ist der Branchenführer im Bereich der Kickstand- und All-in-One-Funktionen für Handys.

TORRAS besitzt das Patent für den drehbaren Ständer, das Öffnungs- und Schließdesign, leistet Pionierarbeit bei Multi-Form-Kickstand-Hüllen und erzielt große Durchbrüche in der nicht-sensorischen Lagertechnologie, die eine Multi-Winkel-Unterstützung und stufenlose Winkelanpassung sowie automatische Rückprall-Aufkleber erreichen kann. Unter ihnen, Telefon Fällen mit 360 ° drehbaren Kickstand schiebt die eingebetteten Kickstand Fällen auf eine neue Höhe.

Lösungen zur magnetischen Handyhülle

Mit der Einführung des magnetischen Ladeverfahrens MagSafe im iPhone 12 haben die Hersteller von Handyhüllen wieder einmal ein neues Produkt rund um diese neue Technologie auf den Markt gebracht - magnetische Handyhüllen.

- Allgemeine magnetische Hüllen können grundsätzlich magnetische Halterung erreichen und beeinträchtigen nicht das kabellose Laden, aber die magnetische Ladefähigkeit ist schwach.
- Die verbesserten magnetischen Hüllen sind vergleichbar mit der magnetischen Halterung des Originalgeräts und unterstützen die perfekte Kombination von MagSafe und kabellosem Laden.



TORRAS Kickstand-Hüllen mit magnetischen Funktionen

Nach dem Anschluss an das Mobiltelefon kann es magnetisch fest mit der Handyhalterung und dem kabellosen Ladegerät zusammenarbeiten, was die magnetische Halterung weiter erhöht.



SPIGEN Magnetische Handyhüllen

Die verbesserte magnetische Schutzhülle sorgt dafür, dass das Ladegerät und die Handyhülle durch das magnetische Zubehör in der Hülle besser zusammenpassen und sich nicht so leicht lösen lassen.

Die Funktionen und das Design, die Verbraucher am meisten von zukünftigen Handyhüllen erwarten, sind:

1) Verbesserter Schutz; 2) Leicht und tragbar; 3) All-in-One-Funktionen, die die Hände frei lassen, und 4) Minimalistisch/gleiches Gefühl wie das bare Handy.

Handyhüllen Zukünftige Trends

76%

Verbesserter Schutz vor Stürzen und Kratzern, detaillierter Schutz.

Sturz- und kratzfest, schützt das Telefon und jedes Detail (z. B. die Kamera) besser.

52%

Leicht und tragbar.

Dünne und leichte Handyhülle mit einer mäßigen Dicke, die es nicht daran hindert, sie in eine Tasche oder einen kleinen Beutel zu stecken, und die auch leicht zu tragen ist.

52%

Leistungsstarke All-in-One-Funktionen, die die Hände frei lassen.

Integrieren mehrerer Funktionen in einer Hülle, wie z. B. Kickstand und die magnetische Halterung, wodurch die Hände der Verbraucher frei werden.

59%

Dasselbe Gefühl wie bei einem baren Handy und minimalistischem Design.

Das gleiche Gefühl wie bares Handy und minimalistischer Stil schafft einen Modegeschmack mit einem Gefühl der Leichtigkeit, die einfach und bequem ist.

Verbesserter Schutz, die Forderung nach Fallschutz, Kratzfestigkeit und Detailpflege zieht sich durch alle Nutzungsszenarien von Smartphones.

Neben dem allgemeinen Schutz vor Stürzen legen die Verbraucher mehr Wert auf einen verbesserten Schutz bei der Interaktion mit dem Smartphone in verschiedenen Nutzungsszenarien:



Die Verbraucher haben einen viel höheren Anspruch an einen verbesserten Schutz für künftige Handyhüllen, nicht nur an einen „allgemeinen Schutz“:

Derzeit schon erfüllt		Noch zu erreichen
40%	Allgemeiner Fallschutz	49%
17%	Fallschutz mit Luftkissen	38%
28%	Schutz der Kamera	49%
29%	Bildschirmschutz	47%
30%	Kratzfest	49%
30%	Anti-Rutsch	49%

Dünne und tragbare Handyhüllen unterstützen Outdoor-Aktivitäten und Sportszenarien.

Die Verbraucher sind der Meinung, dass „dünne und leichte Hüllen“ ein wichtiges Produktmerkmal künftiger Handyhüllen sind; beim Kauf von Handyhüllen neigen sie dazu, extrem dünne und nicht sensorische Produkte zu wählen.



Da sich der Lebensstil mit Outdoor-Aktivitäten und Sport zu einem nationalen Trend entwickelt, wird die mobile Nutzung von Smartphones immer häufiger. Dünne und tragbare Handyhüllen können den Verbrauchern Komfort und Energie bei der Nutzung von Smartphones bieten:



WGSN: „Die Verbraucher werden immer umweltbewusster und kehren zur Natur zurück. Umweltfreundlichkeit steht für ihre neuen Werte. Sie hoffen, sich für die Rechte und Bedürfnisse der Erde einsetzen zu können, die Natur zu schätzen und sich mit Gleichgesinnten bei Outdoor-Aktivitäten wie Höhlencamping, Bergwandern und Überlebensabenteuern in der Wildnis zu treffen.“

Eine neue Kombination aus Kickstand und magnetischer Halterung, die All-in-One-Funktionen bietet und es ermöglicht, die Hände frei zu haben, was beispiellosen Komfort und Energie für Arbeit und Leben bedeutet.

Kickstand- und Magnethüllen haben sich in der 3.0-Innovationsära durchgesetzt. Als neuer rationaler Konsum mit All-in-One-Funktionen wird die künftige Produktgeneration weiterhin innovativ sein und Funktionen integrieren, um den unterschiedlichen Anforderungen der Verbraucher in verschiedenen Szenarien gerecht zu werden, wobei der Kickstand mit der magnetischen Halterung kombiniert wird, um die Hülle funktioneller zu machen und den Verbrauchern die Hände noch mehr zu befreien:

Aus Sicht der Verbraucher sollte die Hülle mit „all in one“ (Kickstand und magnetische Halterung) sein:

79%

Guter Gesamtschutz, und der Stand ist sturzsicher.

71%

Stabilität der Halterung, gute Lagerqualität

58%

Alles in einem, Kickstand + magnetische Halterung.

50%

Vollständig eingebettet und integriert in die Handyhülle, ohne dabei aufzutragen.

70%

Höhere Anforderungen: stufenlos verstellbar/ automatisch zurückschnellend.

Die All-in-One-Funktionen führen zu einem neuen rationalen Konsumverhalten. Die Verbraucher können den Kauf mehrerer Handyhüllen reduzieren, aber nur eine „All-in-One“-Hülle kaufen, um den unterschiedlichen Nutzungsanforderungen mehrerer Szenarien gerecht zu werden:

WGSN: „Der wirtschaftliche Abwärtsdruck auf die Weltwirtschaft nimmt zu, und allmählich zeichnet sich der Trend ab, dass sich die Verbraucher wieder auf den Nutzwert von Waren und Dienstleistungen besinnen: Die minimalistische Lebensästhetik, die durch das Prinzip „weniger ist mehr“ repräsentiert wird, ist zu einem neuen Wertversprechen geworden. Für die Verbraucher besteht keine Notwendigkeit, häufig die Handyhülle zu wechseln. Die All-in-One-Konfiguration führt zu einem neuen rationalen Konsumverhalten und kennzeichnet einen neuen Lebensstil“.

Beispiel: TORRAS, Experte für Kickstand-Hüllen

Es kombiniert perfekt den Kickstand und die magnetische Ansaugung und ermöglicht mehr Kreativität bei der Form und der Leistung des Kickstandes (Stift/Lagerqualität, Winkel zum Öffnen und Schließen, automatisches Zurückschnellen), während die magnetische Halterung der Hülle weiter verbessert oder verstärkt wird, was die komplexe Verwendung von Handys umfassend berücksichtigt.



Das gleiche Gefühl wie ein nacktes Handy und der minimalistische Stil schaffen einen Modegeschmack mit einem Gefühl der Leichtigkeit, der einfach und bequem ist.

In der Post-2.0-Ära, in der die grundlegende Ästhetik und das Modedesign auf die Spitze getrieben werden, haben die Handyhüllen der Verbraucher in dieser Phase in der Regel ein besseres Design; aber mit dem Eintritt in die Post-3.0-Ära verfolgen die Verbraucher nicht mehr blindlings einen reichen Sinn für Design, sondern folgen dem Trend der „Rückkehr zur Natur“.

Die Verbraucher beginnen, modische Artikel zu suchen, die ein Gefühl der Entspannung und des Komforts vermitteln und keine besondere Formgebung erfordern (Auf der Suche nach beidem: chillig und schick):



WGSN: „Was die Ästhetik betrifft, so ist der Clean-Fit-Stil im Vergleich zum frigidem Stil raffinierter. Er verwendet auf geschickte Weise Basisartikel, um eine entspannte und bequeme Ästhetik zu schaffen, und achtet auf Textur und Mode. Die Verbraucher streben heute zunehmend nach Einfachheit, um sich selbst zu versorgen. Sie wollen durch Details einen natürlichen, lässigen und eleganten Look schaffen.“

WGSN Einblicke in den Lebensstil der Verbraucher und in das digitale Leben verändernde Trends:

“ **TORRAS** besteht auf der Vereinfachung der Komplexität und verwendet einfaches und spirituelles Design, um ein pragmatisches Gleichgewicht zwischen ergonomischer Form und raffinierten Details zu erreichen, was zu einer avantgardistischen Modeästhetik der tragbaren Technologie führt.

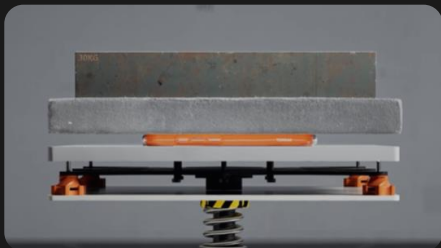


TORRAS - Produkte der zukünftigen Generation.

Die Produkte der zukünftigen Generation sind geboren: Durch kontinuierliche Innovation, Forschung und Entwicklung integriert TORRAS verbesserten Schutz, Dünnhheit und Tragbarkeit und stellt den Designstil der baren Handys wieder her. Gleichzeitig leistet das Unternehmen Pionierarbeit bei der Entwicklung eines neuen Designs von Handyhüllen mit einer Kombination aus Kickstand und magnetischer Ansaugung, das hervorragende Leistungen erbringt und viele internationale Designpreise, patentierte Innovationen und Auszeichnungen der Industrie gewonnen hat. Damit ist TORRAS führend bei der Entwicklung und dem Fortschritt von Handyhüllen mit Kickstand und magnetischer Halterung.

Verbesserter Schutz:

TORRAS hat sich der Entwicklung einer Handyhülle verschrieben, die ultradünn, gefühllos und sturzsicher ist, und hat innovativ eine Reihe von Fallschutztechnologien entwickelt (Vier-Ecken-Fallschutztechnologie und Linsenrand-Airbag/Kissen-Airbag-Fallschutztechnologie): um einen Rundum-Polsterschutz zu erreichen und den Verbrauchern einen sichtbaren und leichten Schutz zu bieten.



Gleicher Touch wie beim baren Handy, minimalistischer Stil:

TORRAS konzentriert sich auf einen einfachen Designstil, der die Farbe und das Gefühl des baren Handys wiederherstellt. Es führt auch Anti-Vergilbung (Polymer-Materialien Film, der widersteht und isoliert Vergilbung Faktoren) und Anti-Fingerabdruck-Technologie (exklusive Anti-Fingerabdruck-Beschichtung, die das Gehäuse fühlt sich mehr hautfreundlich und glatt macht), die in der minimalistischen Stil abheben.



Experte für Kickstand-Hülle:

TORRAS verfügt über die meisten Formen von Kickstand-Hülle und ist auf eine Vielzahl von Farben abgestimmt. Der Schwerpunkt liegt auf der Bereitstellung eines unsichtbaren Kickstandes, wobei eine nicht-induktive Lagertechnologie verwendet wird, um eine flache Rückplatte und eine gedämpfte Federung zu erreichen. Es kann sich automatisch an die stufenlose Einstellung anpassen, sich mit einem Knopf selbst verriegeln und genau verriegeln.



Integration von Kickstand und magnetischer Halterung:

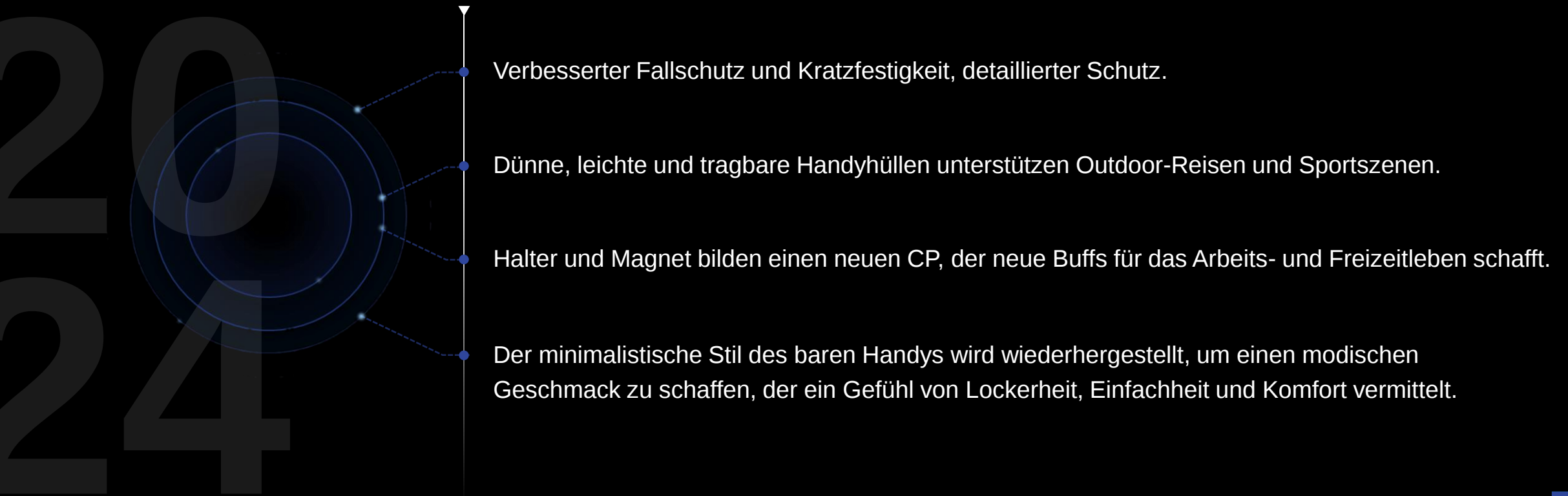
TORRAS ist der kreative Pionier bei der Integration von Kickstand und magnetischer Halterung, die nicht nur einen unsichtbaren Kickstand einbettet, sondern auch die MagSafe-Fähigkeit verbessert. TORRAS behält die Dünnhheit und Tragbarkeit der Hülle konsequent bei, mit einer leistungsfähigeren Funktionsintegration, die die komplexe Nutzung von Handys umfassend berücksichtigt und die Hände weiter entlastet.



Schlussfolgerung: Die Zukunft ist gekommen.

Da die Verbraucher weltweit ein gesundes und ausgewogenes Leben anstreben, ist das digitale Leben immer dominanter geworden, und die Nutzungsszenarien für Smartphones sind vielfältiger geworden. Die bisherigen Handyhüllen mit Einzelfunktionen reichen nicht mehr aus, um die neuen Möglichkeiten und Bedürfnisse des mobilen Lebens der Verbraucher zu erfüllen. Was die Verbraucher brauchen, sind Handyhüllen mit verbesserten Funktionen und integrierten Multifunktionen.

In Zukunft werden verbesserter Schutz, Dünnheit und Tragbarkeit, die Integration von Kickstand und magnetischer Halterung sowie das gleiche Gefühl wie bei einem nackten Smartphone und ein einfaches Design wichtige Richtungen für die Entwicklung der Branche sein.



Dieser Bericht:

ht wird gemeinsam von Ipsos X TORRAS X WGSN veröffentlicht. Alle Inhalte des Berichts sind durch die chinesischen Gesetze und Vorschriften in Bezug auf geistige Eigentumsrechte geschützt. Mit Ausnahme von Daten Dritter und anderen öffentlichen Informationen, die in dem Bericht zitiert werden, ist TORRAS der Eigentümer des Berichts. Der Verfasser des Berichts übernimmt keine Verantwortung oder Haftung für Daten Dritter und andere öffentliche Informationen, die in diesem Bericht zitiert werden. In jedem Fall ist dieser Bericht nur zur Information der Leser bestimmt. Wenn Sie Einwände gegen den Inhalt des Berichts haben, können Sie uns per E-Mail kontaktieren.

Ipsos ist eines der weltweit größten Marktforschungs- und Beratungsunternehmen mit einer Präsenz in 90 Märkten und über 18.000 Mitarbeitern. Ipsos ist seit dem Jahr 2000 in China tätig und hat Niederlassungen in 10 Städten, darunter Peking, Shanghai, Guangzhou, Shenzhen, Wuhan, Chengdu, Shenyang, Hangzhou, Hongkong und Taipei. Bei Ipsos arbeiten leidenschaftliche und neugierige professionelle Forscher, Analysten und Wissenschaftler zusammen, um eine einzigartige multidisziplinäre Kompetenz aufzubauen, die ein echtes Verständnis und aussagekräftige Einblicke in das Verhalten, die Meinungen und Motivationen von Einwohnern, Verbrauchern, Patienten, Kunden und Mitarbeitern ermöglicht. Ipsos beschafft eine breite Palette von Primärforschungsdaten durch quantitative Fragebögen, qualitative Studien, Meinungsforschung in den sozialen Medien und E-Commerce-Datenmonitoring und bietet 75 spezialisierte Forschungs- und Beratungslösungen in den Bereichen Markt- und Nutzerverständnis, Branding, Reputation, Innovation, Kundenerfahrung, Kreativitätsbewertung und Channel-Performance in einer Vielzahl von Branchen, darunter FMCG, Unterhaltungselektronik, Einzelhandel, Automobil, Finanzen, Gesundheitswesen und Pharmazie sowie Internet und neue Technologien. Technologie und viele andere Branchen. Ipsos hat es sich zur Aufgabe gemacht, seine 5.000 Kunden dabei zu unterstützen, nachhaltiges Wachstum in einer sich ständig verändernden Welt zu erzielen.

TORRAS wurde 2012 gegründet und ist ein Pionier in der Bereitstellung eines neuen Lebensstils. Mit einer ausgeprägten Neugier für Lifestyle-Trends bemühen wir uns, den Nutzern die futuristischsten Produkte zu bieten, darunter die vielseitige, um 360° drehbare Kickstand-Telefontasche für Mobiltelefonzubehör und die hängende Hals-Klimaanlage für Haushaltsgeräte. Heute ist TORRAS eine führende Marke, die mehr als 600 Millionen Nutzer in mehr als 148 Ländern bedient. TORRAS hat weltweit mehr als 1.300 Patente angemeldet und mehr als 40 internationale Auszeichnungen erhalten. Darunter Red Dot Award, iF Design Award, Muse Design Gold Award und 40 weitere internationale Auszeichnungen.

Als globales Trendprognoseunternehmen verfolgt WGSN die Trends von Designern, Marken, Modetrends und Geschäftsinnovationen durch Trendanalysen, Geschäftsinformationen und gesammelte Berichte und Bilder genau und bietet Trendprognosen, kreative Inspiration und Geschäftsinformationen für Mode, Leben, Design, Einzelhandel, Elektronik und andere Branchen.

Der Bericht darf ohne Genehmigung weder bearbeitet noch umgestaltet werden. Nachdrucke oder Zitate sind willkommen. Bitte kontaktieren Sie uns (Ipsos Ipsos Creative Team: Lesley.lin@ipsos.com), wenn Sie den Bericht nachdrucken oder zitieren möchten, und geben Sie die Quelle an.