



2018 Q3

# 中国智能手机市场报告

# 目录

---

1. 智能手机市场概况
2. 智能手机用户画像
3. 智能手机换机行为

1

# Part One

---

智能手机市场概况



## 品牌&机型

市场集中度进一步提高，第一梯队市场占比持续扩大  
CR5机型集中度差异较大



## 价位&其他维度

手机价位集中在2000元以下和4000元以上  
双摄像头和4GB运行内存的智能手机上升趋势明显

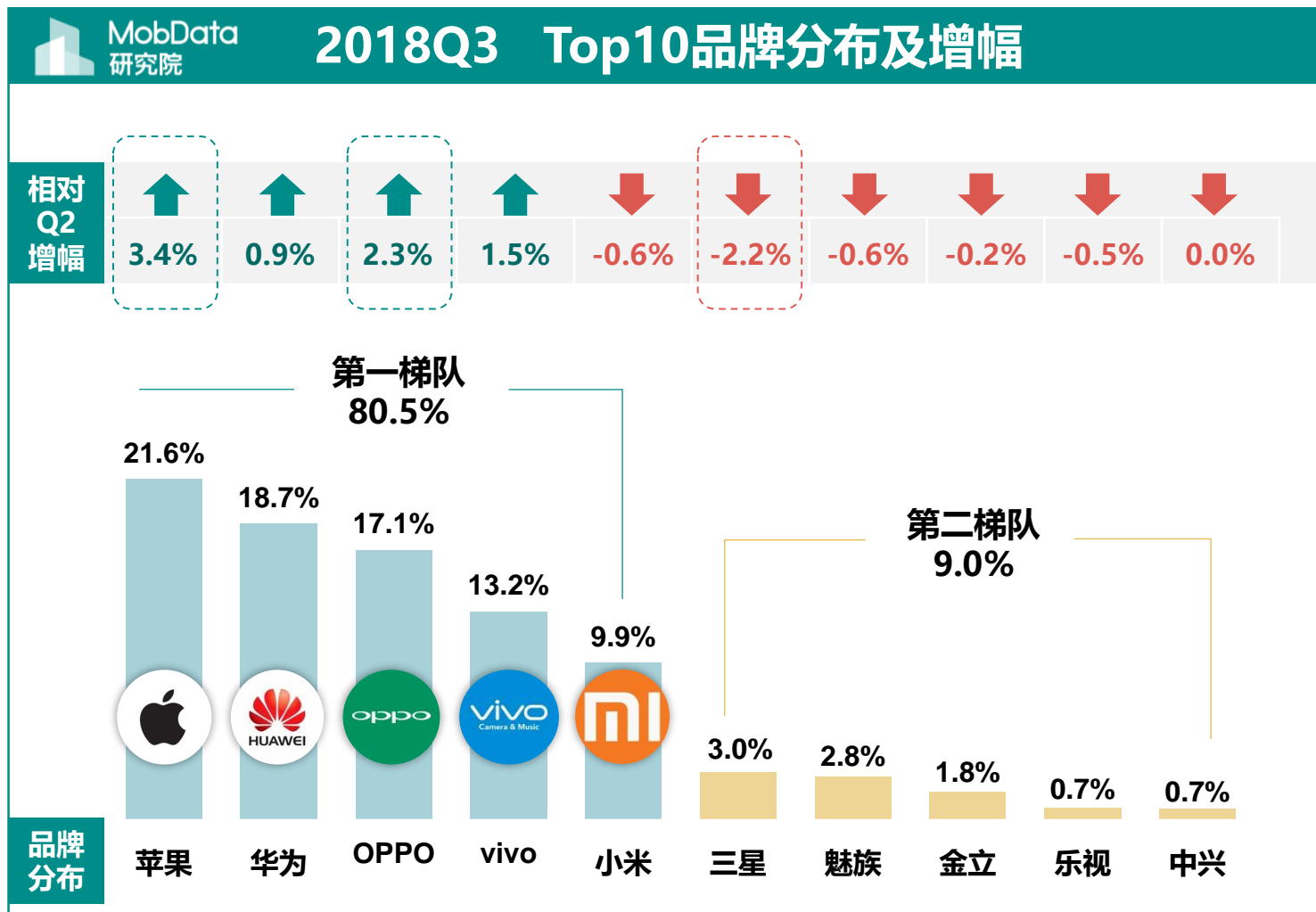


## 细分市场

- **性别**：男性市场华为相对强势，女性市场集中度更高
- **省份**：华为痛失四个省份Top1的位置，OPPO反守为攻
- **城市等级**：苹果抢占一二线城市，OPPO在四五线优势突出
- **城市**：低价位受众更多在成都、广州、重庆，中高价位受众则集中在深圳、北京、上海



## 市场集中度进一步提高，第一梯队市场占比持续扩大



### Mob Insight

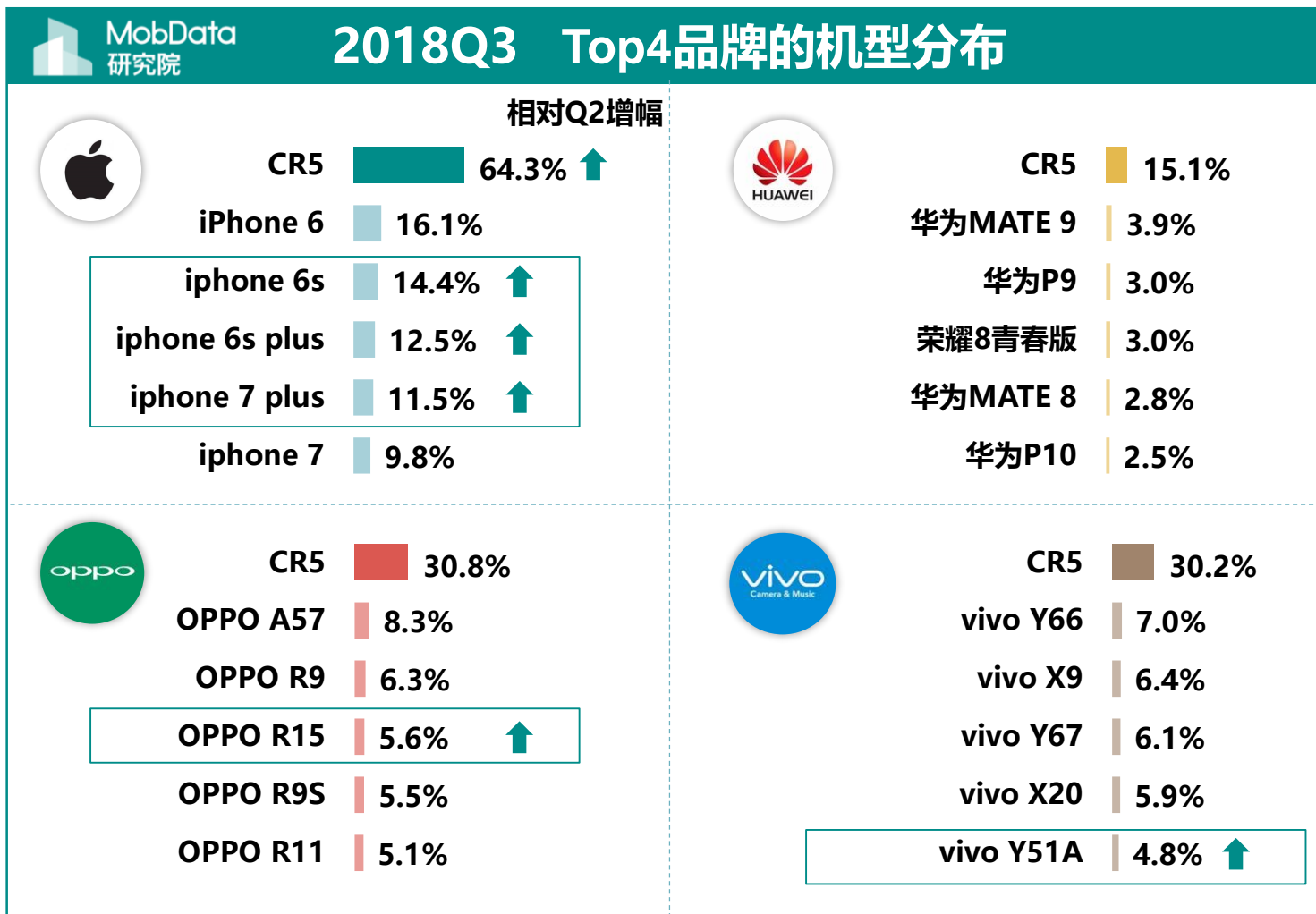
**1 市场集中度进一步提高**

苹果在Q3发布新品，表现较为强势，维持市场份额第一的位置，同时实现3.4%的用户增长。华为表现依旧稳健，以0.9%用户增长紧随其后。第三第四分别是OPPO和vivo，二者本季度用户增速相对较快。小米用户有所减少。

**2 第二梯队生存空间不足**

2018年Q3，魅族、金立、乐视、中兴市场份额小幅跌落，跌幅均在0.6%以下。而三星手机用户的减少程度达到2.2%，这与三星在国际市场的优势表现相差较大。

## CR5机型集中度差异较大，部分老款机型用户数有所上升



### Mob Insight

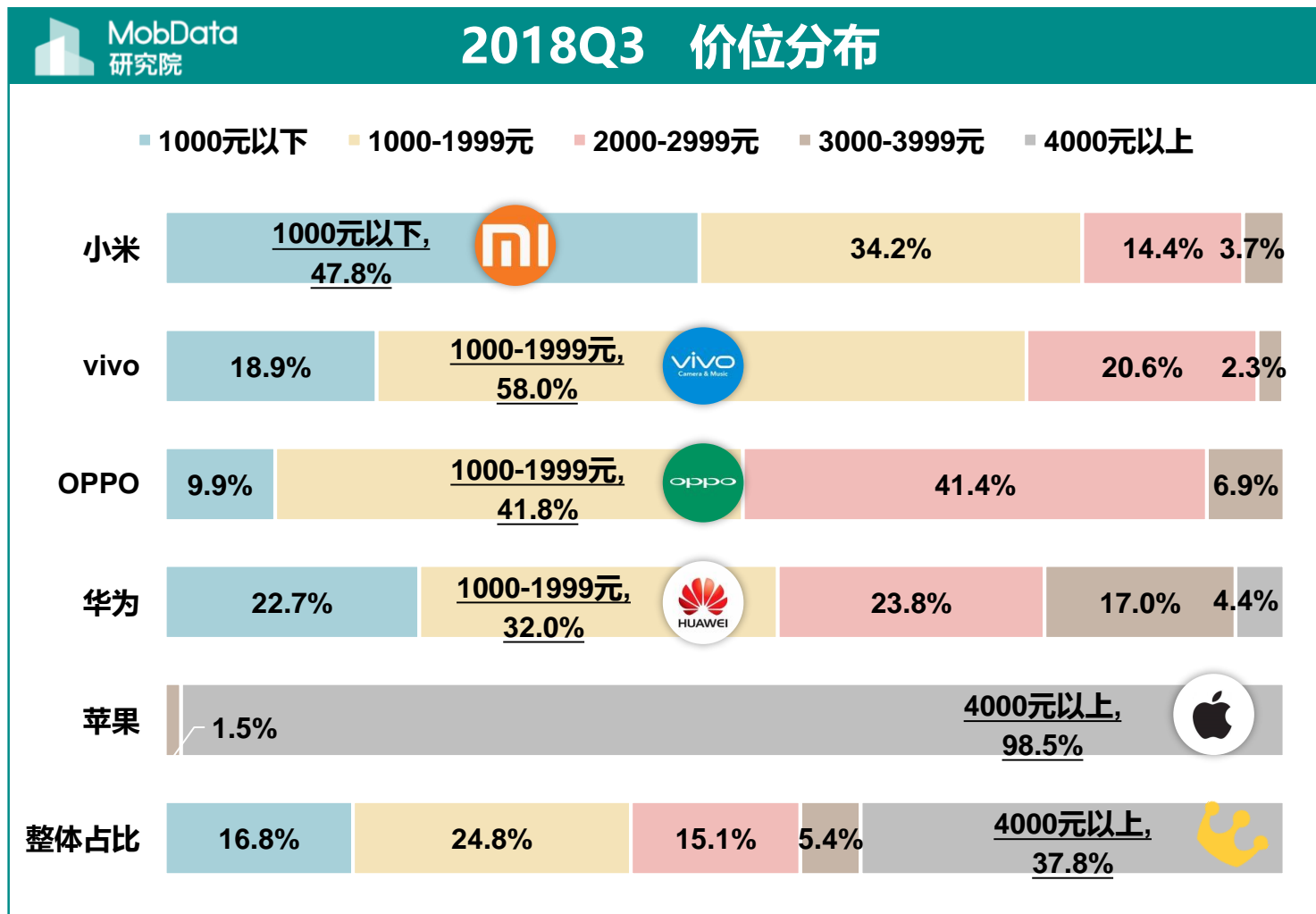
- #### 1 老款机型有所上升

苹果发布新款后，老款机型价格有所回落，iPhone6s、6s plus、7 plus三款老款机型用户量均有所上升。OPPO R15和vivo Y51A两款机型的用户数量均有小幅上升。
- #### 2 CR5机型集中度差异较大

CR5代表各品牌机型集中程度，四大品牌之间的机型集中度差异较大。苹果CR5为64.3%，集中度最高；虽然华为整体用户量仅次于苹果，但是CR5仅为15.1%，机型集中度较低，这与华为的多款式策略较为一致；OV机型CR%均在30%左右。

# 价位分布

## 整体用户的手机价位集中在2000元以下和4000元以上



### Mob Insight

1

#### 整体用户的手机价位集中在2000元以下和4000元以上

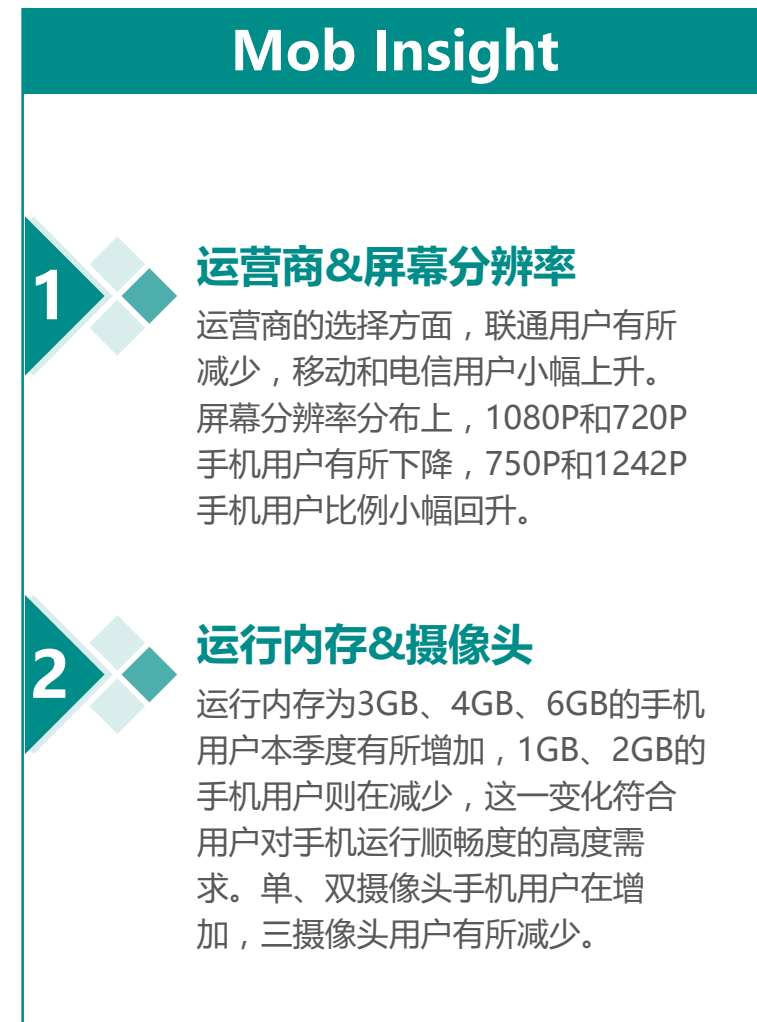
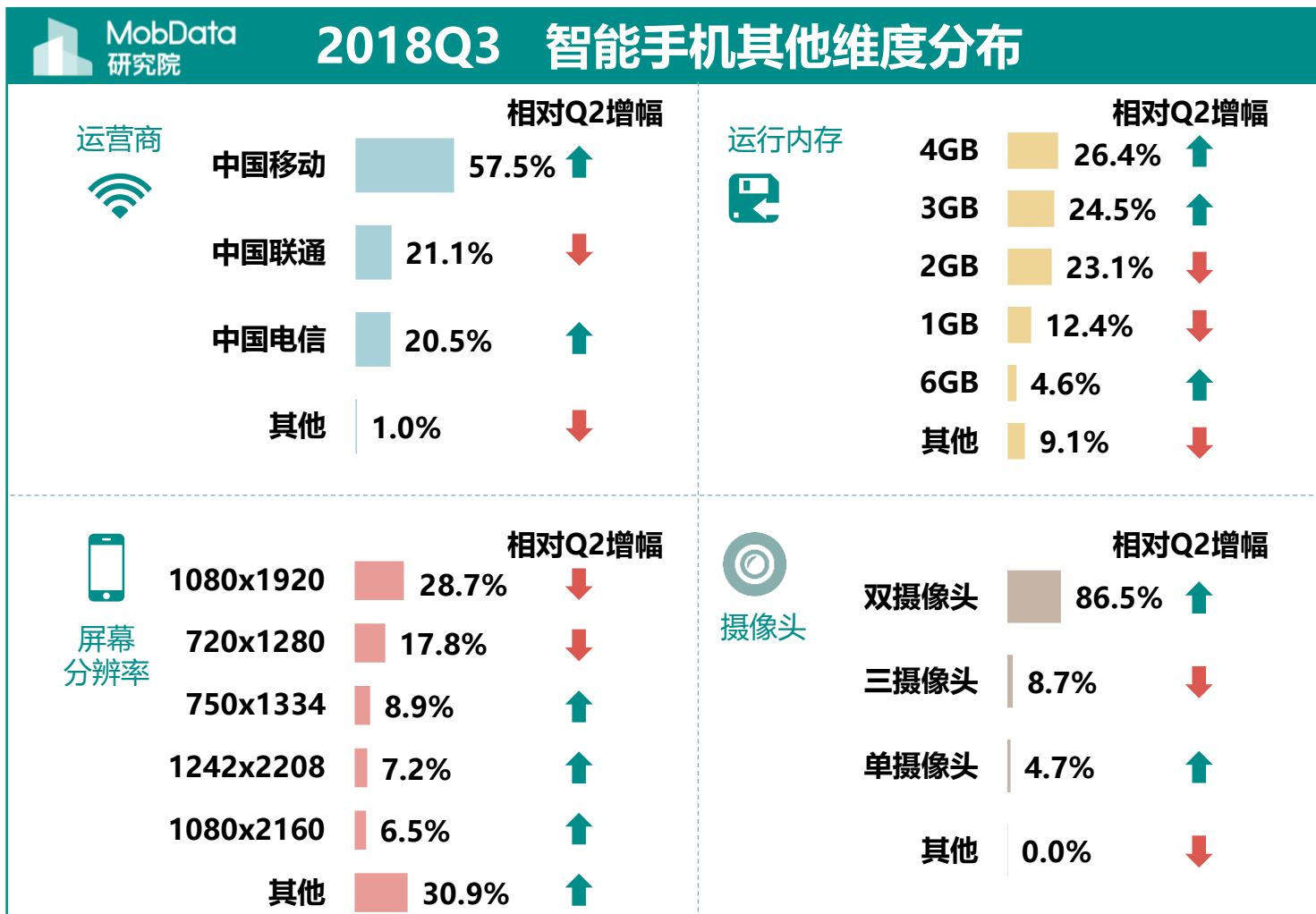
整体手机用户中，有37.8%的用户手机价位在4000元以上，其次是1000-1999元价位的手机用户占比24.8%，1000元以下占比16.8%，2000-4000元价位的用户较少，共占20.5%。

2

#### OV华为用户的手机价位集中在1000-1999元

vivo、OPPO、华为手机用户均在1000-1999价位占比最多，依次为58.0%、41.8%、32.0%。小米用户的手机则在1000元以下价位最多，达到47.8%。苹果用户的手机价位则98.5%在4000元以上。

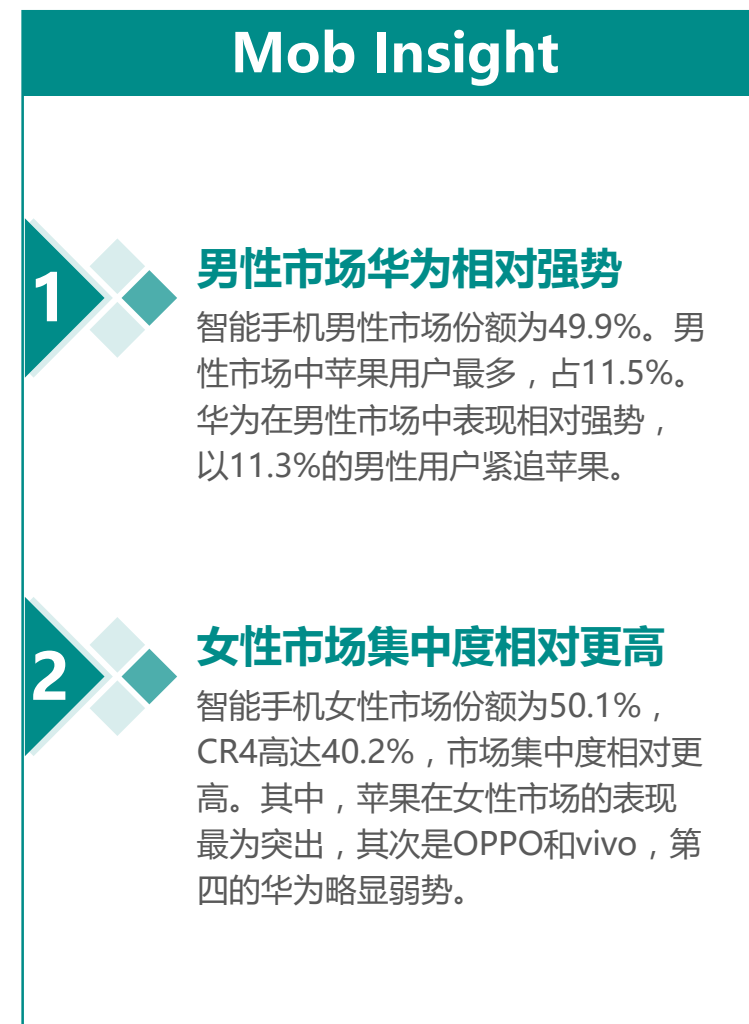
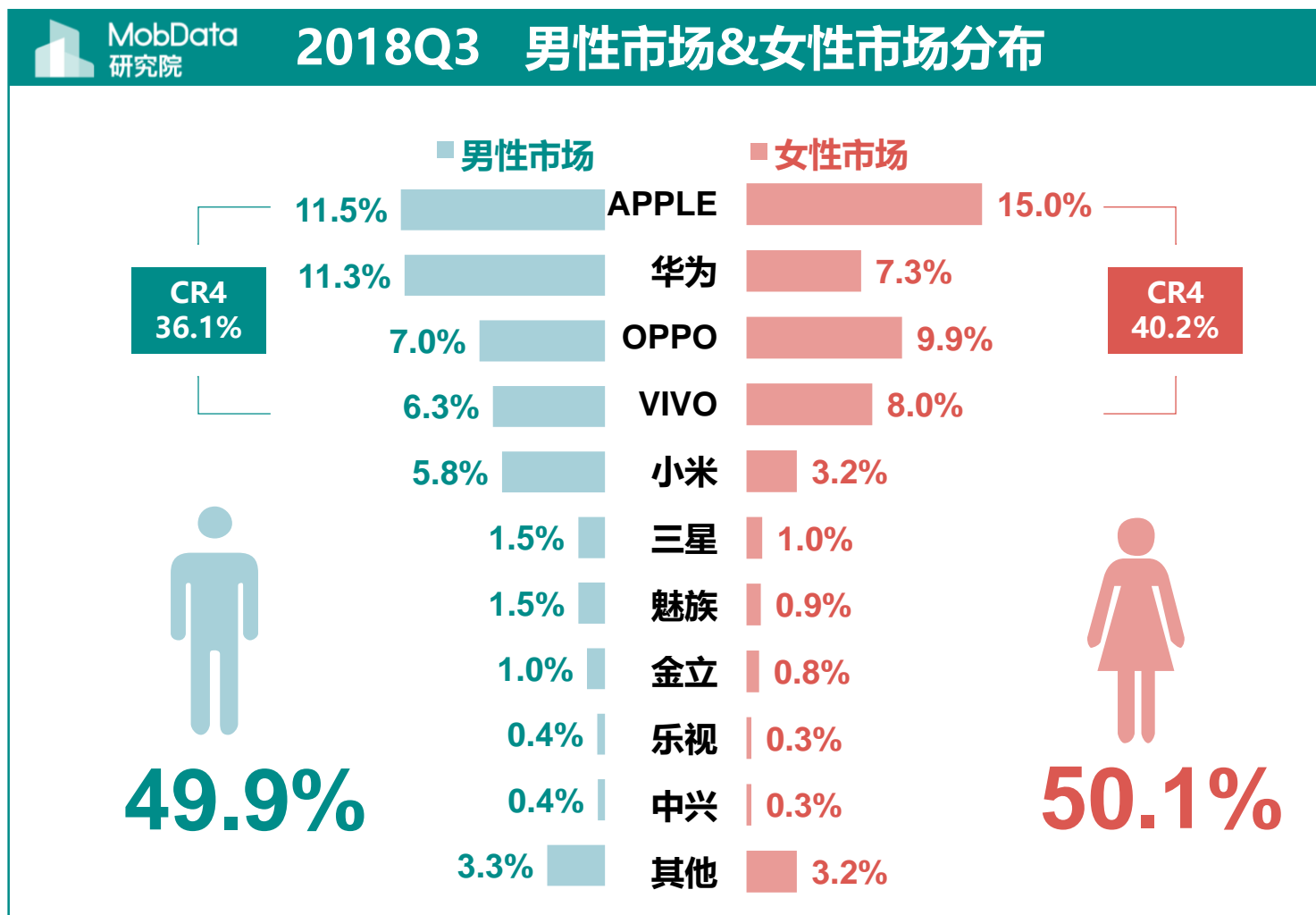
## 双摄像头和4GB运行内存的智能手机上升趋势明显





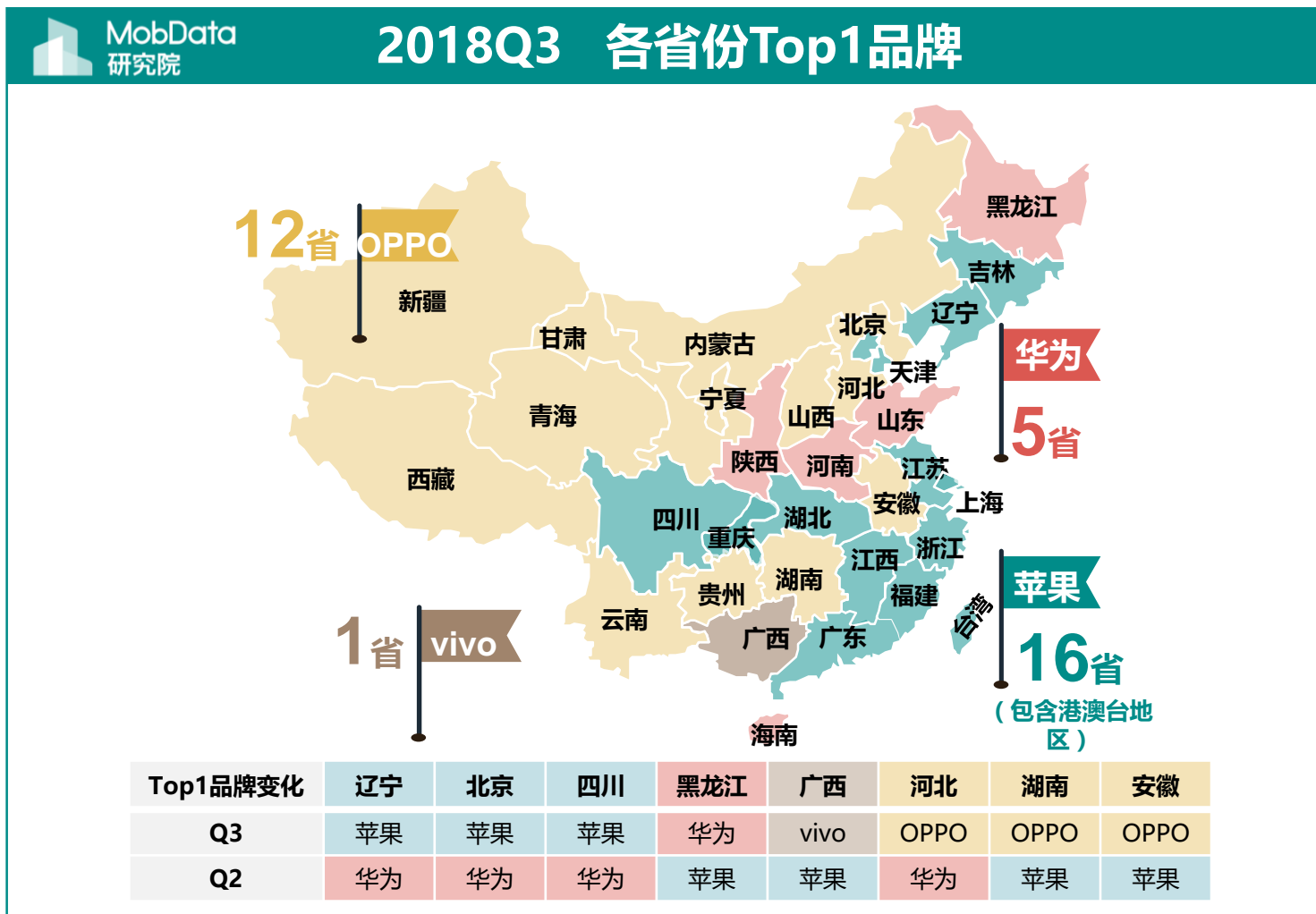
# 细分市场——性别

## 女性市场集中度相对更高，苹果和OV在女性市场表现更突出



# 细分市场——省份

## 苹果从华为手中抢夺三省，苹果用户量在辽宁、北京、四川占据Top1



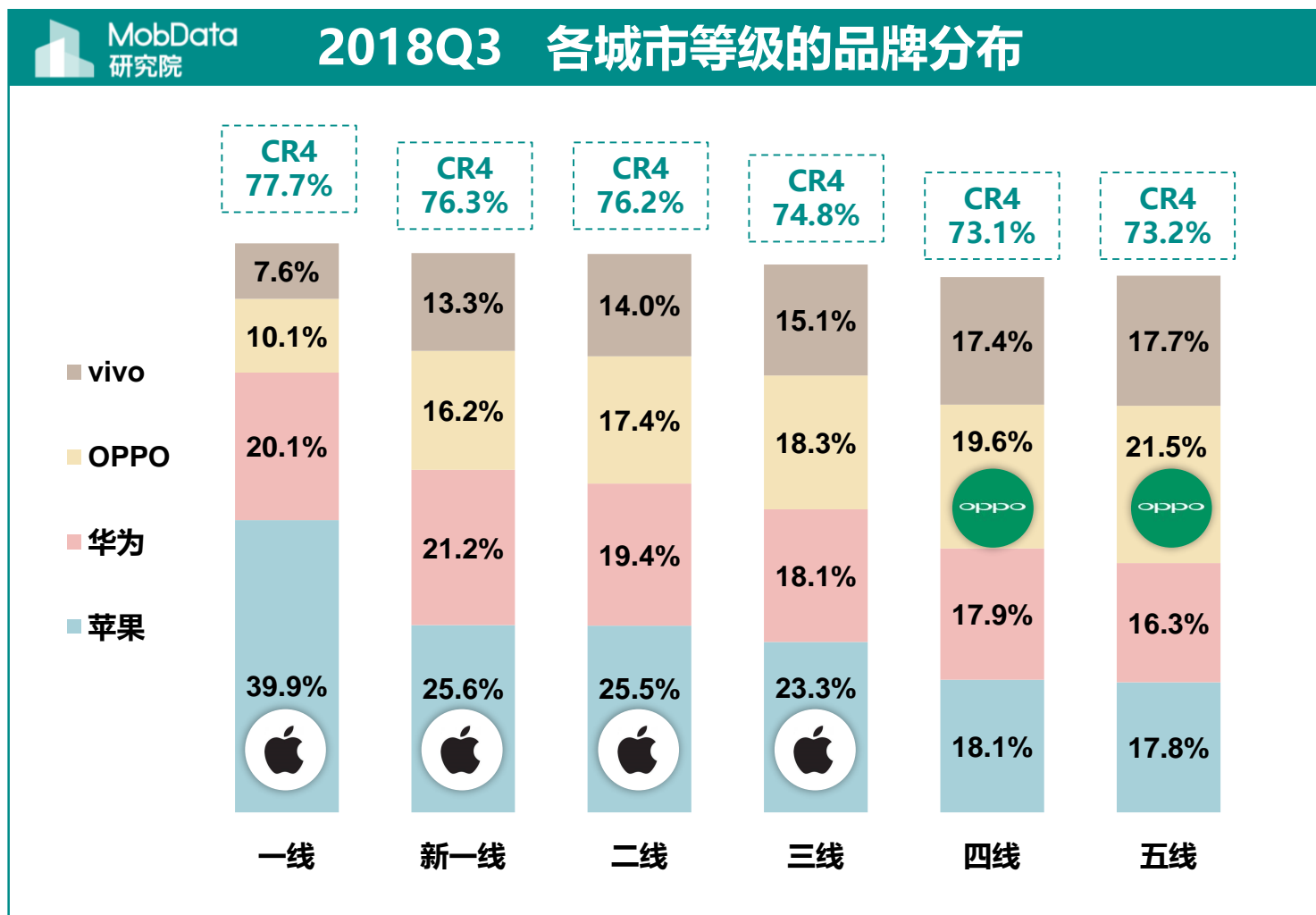
### Mob Insight

**1 华为接连失守**  
 本季度华为痛失四个省份Top1的位置：辽宁、北京、四川、河北，苹果和OPPO抢占市场。另一方面，华为攻下黑龙江省，占据Top1。

**2 OPPO反守为攻，vivo攻下一省**  
 本季度，OPPO在保住9省Top1之位的基础上，又攻下三省：河北、湖南、安徽，分别从华为和苹果手中掠夺。vivo则从苹果手中夺下广西省Top1之位。

# 细分市场——城市等级

## 苹果抢占一二三线城市Top1位置，OPPO在四五线城市优势相对突出



### Mob Insight

**1 苹果抢占一二三线城市Top1位置**  
本季度苹果在一线和新一线城市的用户有大幅上升，华为的优势地位有所影响，期待下一季度华为有所回击。

**2 OPPO在四五线城市优势相对突出**  
相对于一二三线城市苹果的优势地位，OPPO则在四五线城市上持续发力，稳固占有Top1位置。

低价位受众更多在成都、广州、重庆，中高价位受众则集中在深圳、北京、上海

MobData 研究院 2018Q3 各价位Top10城市									
1000元以下	占比	1000-1999元	占比	2000-2999元	占比	3000-3999元	占比	4000元以上	占比
成都	2.6%	成都	2.3%	深圳	2.4%	北京	3.9%	上海	4.2%
广州	2.4%	广州	2.2%	北京	2.4%	上海	3.1%	北京	4.0%
重庆	1.9%	重庆	2.0%	成都	2.3%	深圳	2.9%	深圳	3.1%
深圳	1.5%	深圳	2.0%	广州	2.2%	杭州	2.4%	广州	2.6%
杭州	1.3%	杭州	1.7%	杭州	2.1%	广州	2.4%	重庆	2.3%
南京	1.3%	北京	1.7%	重庆	2.1%	成都	2.4%	杭州	1.9%
北京	1.3%	南京	1.5%	上海	2.0%	南京	2.3%	成都	1.7%
石家庄	1.3%	上海	1.4%	南京	1.9%	重庆	2.1%	南京	1.5%
东莞	1.2%	西安	1.3%	西安	1.5%	西安	1.6%	天津	1.2%
西安	1.1%	东莞	1.3%	武汉	1.4%	武汉	1.6%	武汉	1.1%

## Mob Insight

**1 低价位受众更多在成都、广州、重庆**

1000元以下和1000-1999元价位的手机用户Top1城市都在成都，其次是广州、重庆、深圳、杭州。北京和上海则相对靠后。

**2 中高价位受众则集中在深圳、北京、上海**

2000-2999元价位的手机用户最多在深圳，3000-3999元和4000元以上价位的手机用户Top1城市分别为北京和上海。这与一线城市较高的消费水平较为一致。

2

# Part Two

---

智能手机用户画像

# 主流品牌用户画像总结

## 高端商务人士

- 男性、已婚族
- 25-34岁
- 专科、本科学历
- 月收入5-20k

## 顾家主妇二号

- 女性、已婚人士
- 25-34岁
- 高中及以下学历
- 月收入3-10k



## 隐形贫困人口

- 女性、未婚族
- 18-34岁
- 高中及以下、本科学历
- 月收入小于3k



## 顾家主妇一号

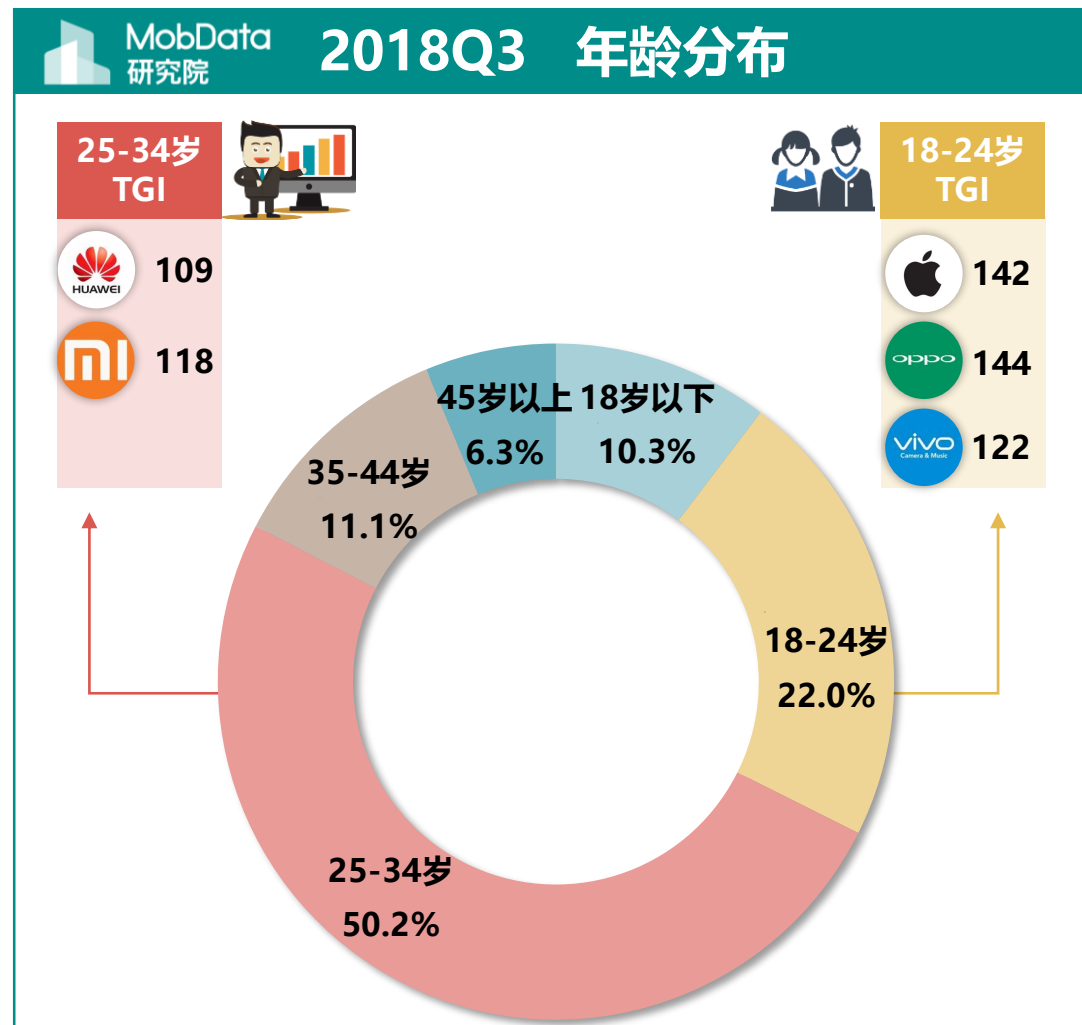
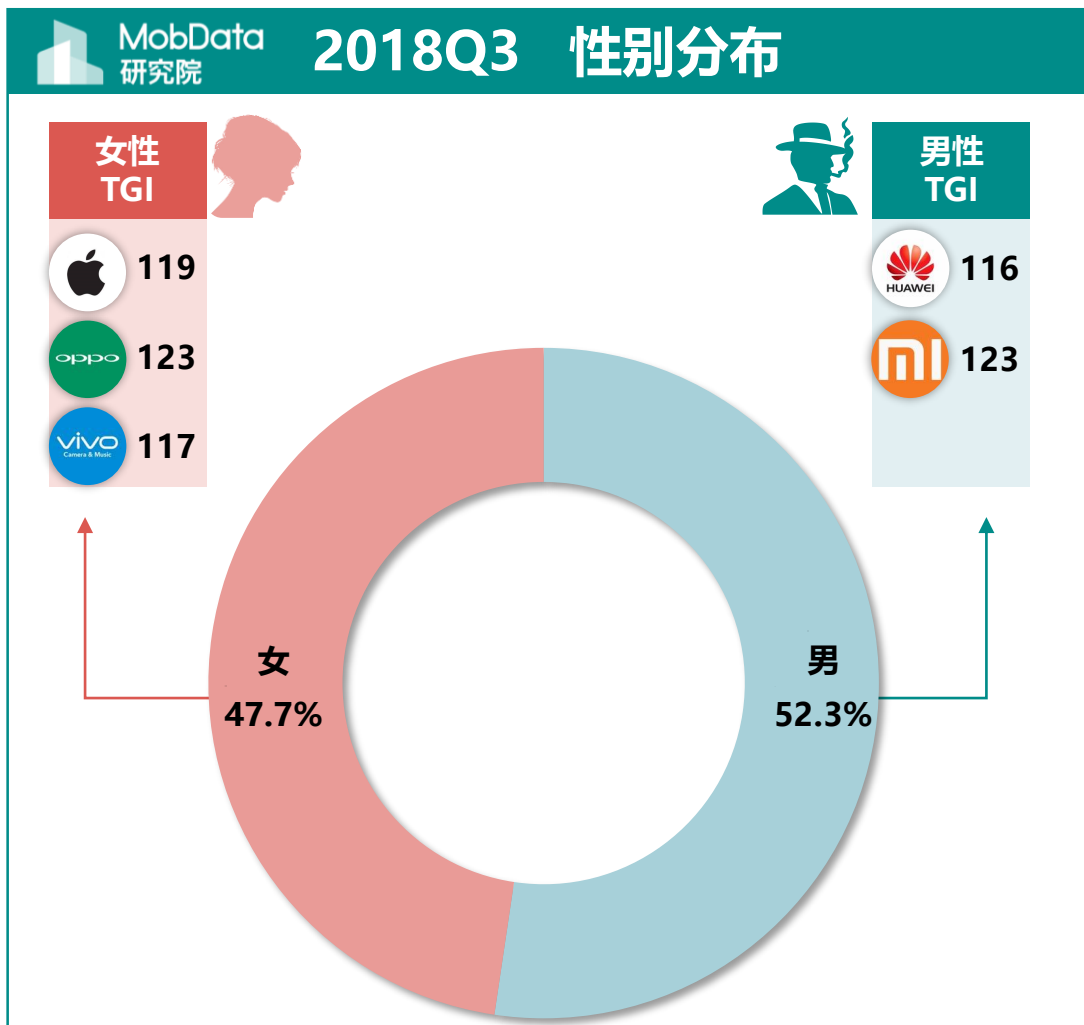
- 女性、已婚人士
- 25-34岁
- 专科学历
- 月收入3-10k



## 入门级白领

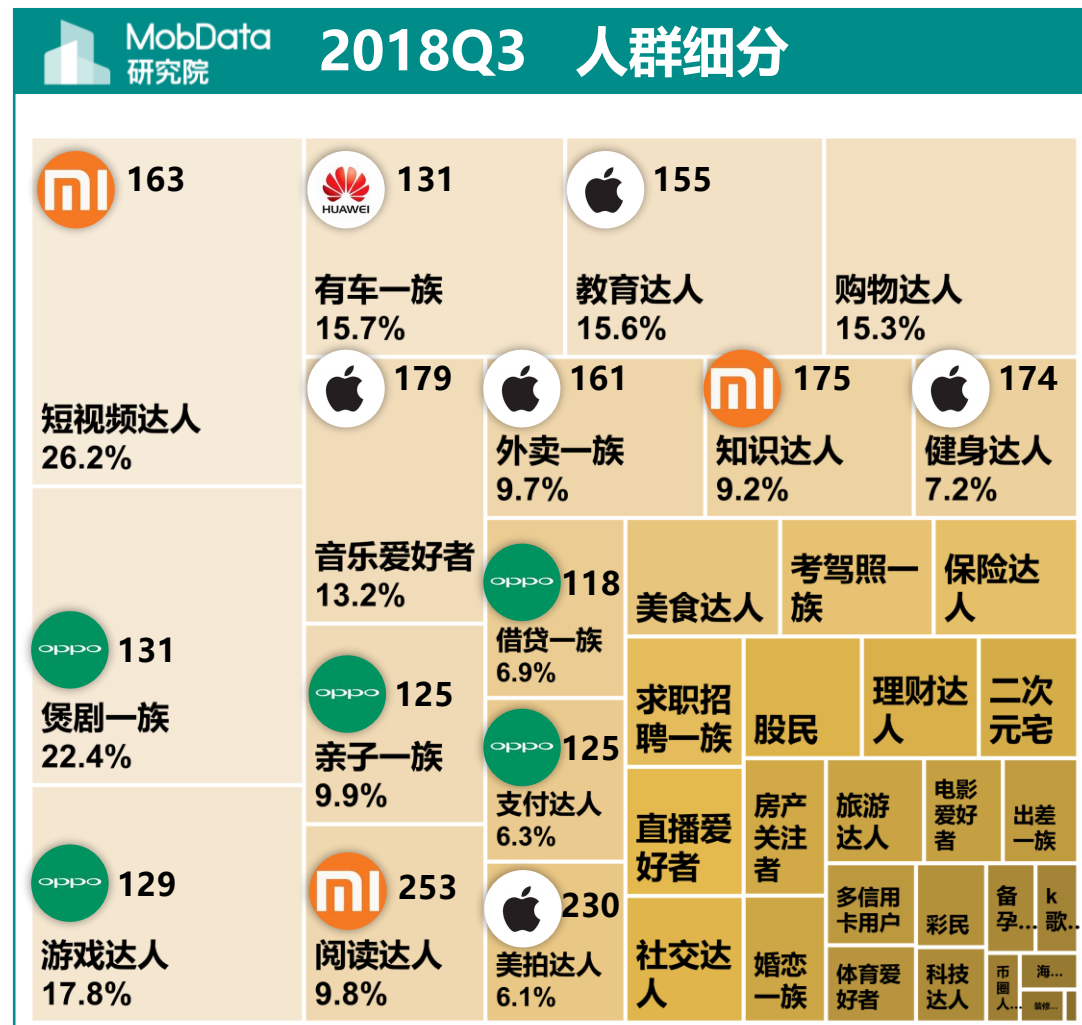
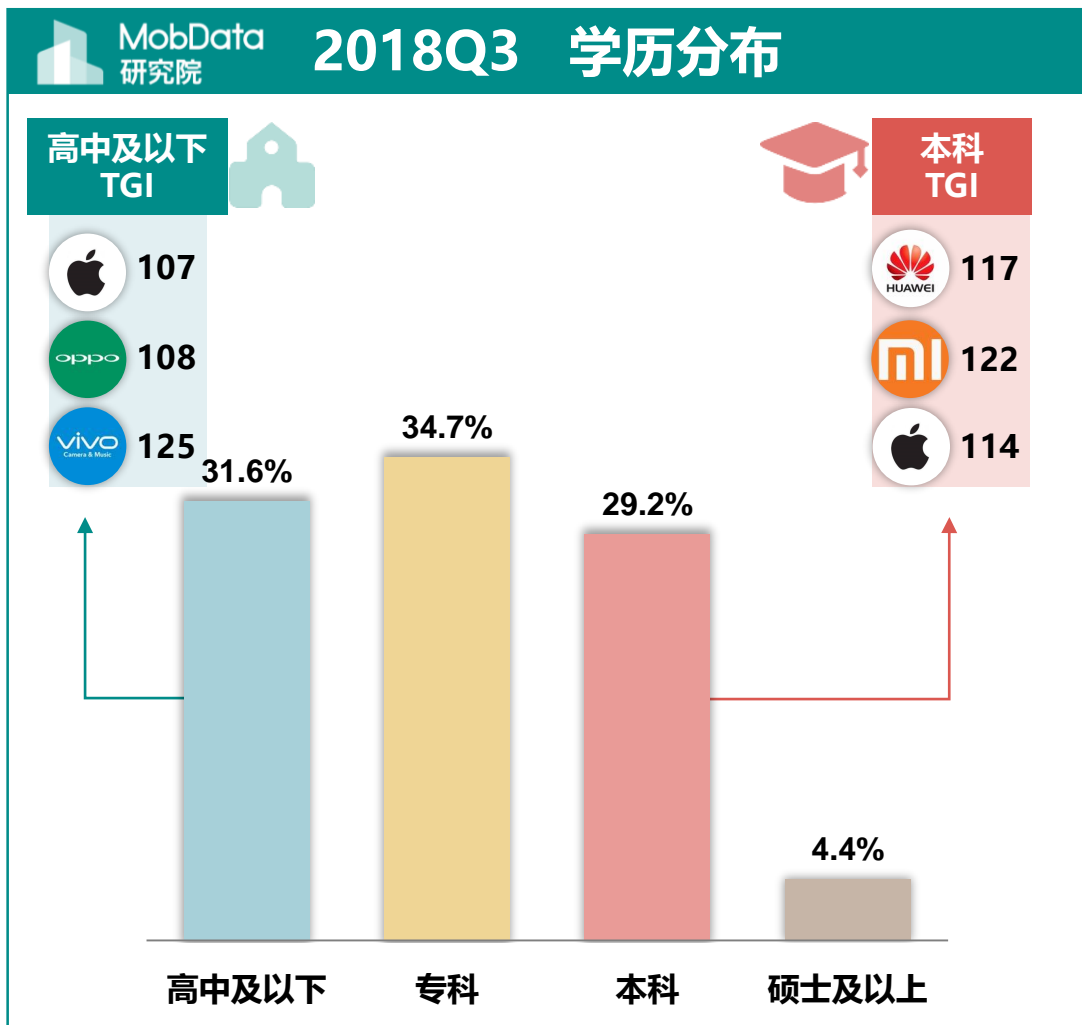
- 男性、已婚人士
- 25-34岁
- 本科学历
- 月收入5-10k

## 华为小米主打男性、25-34岁市场，苹果和OV则主打女性、18-24岁市场



Source : MobData研究院, 2018年Q3

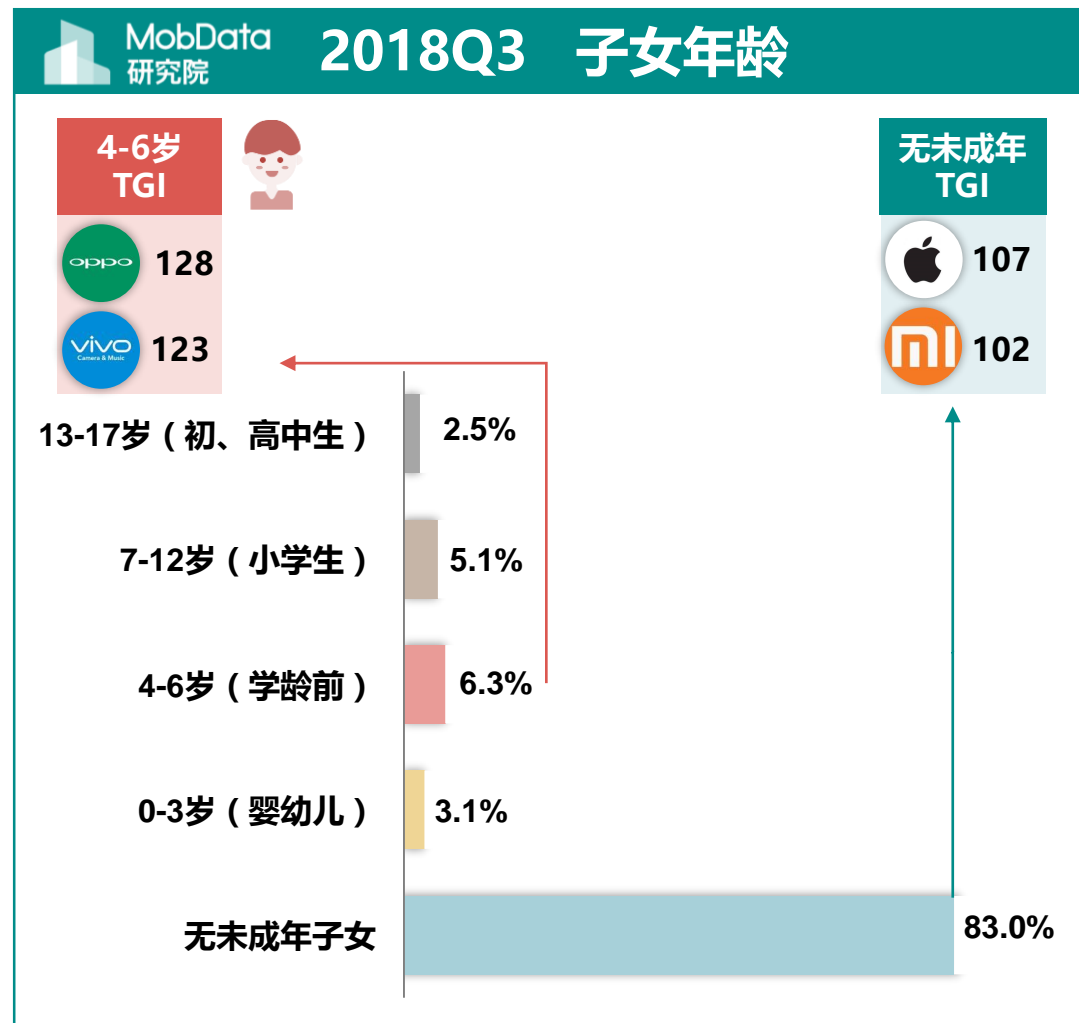
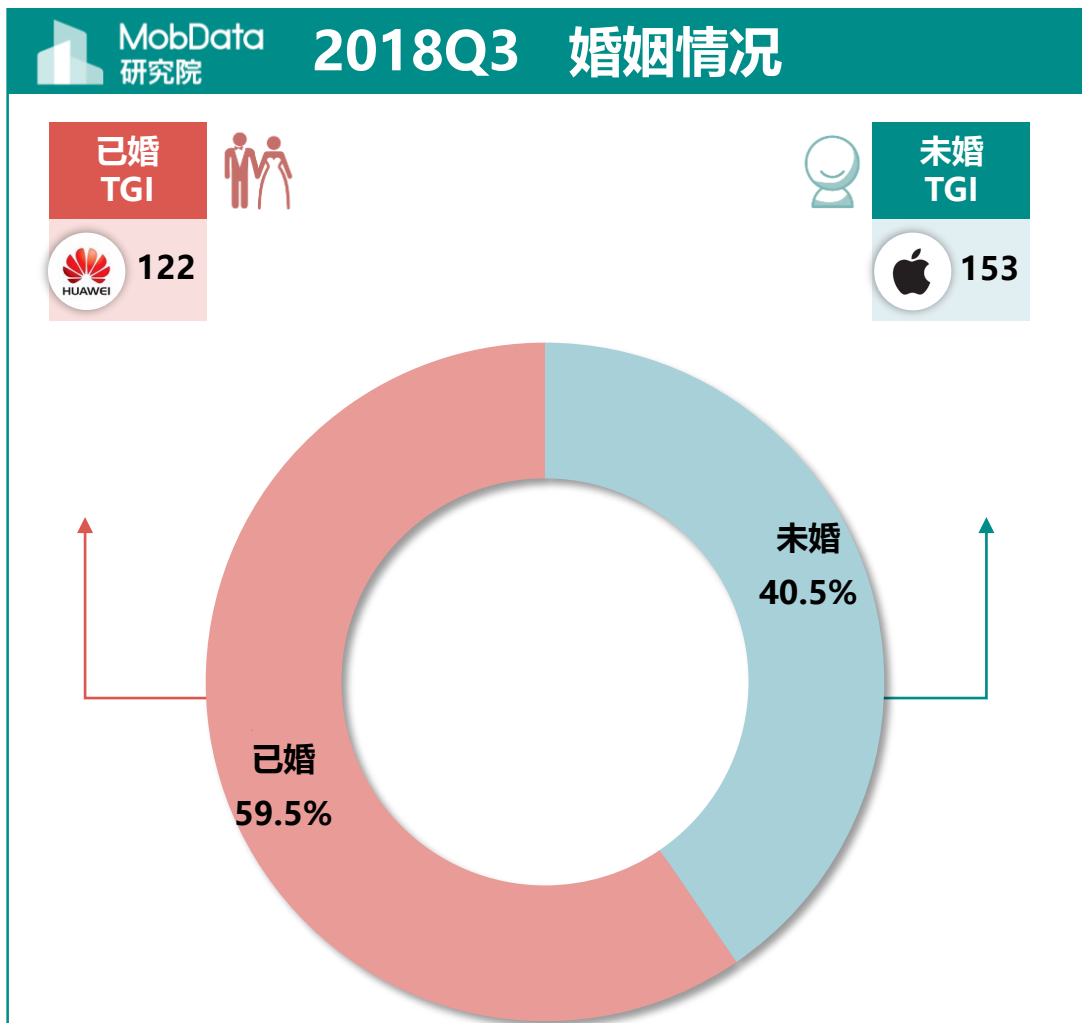
## 本科学历用户更加青睐华为小米，更多煲剧一族和游戏达人会选择OPPO



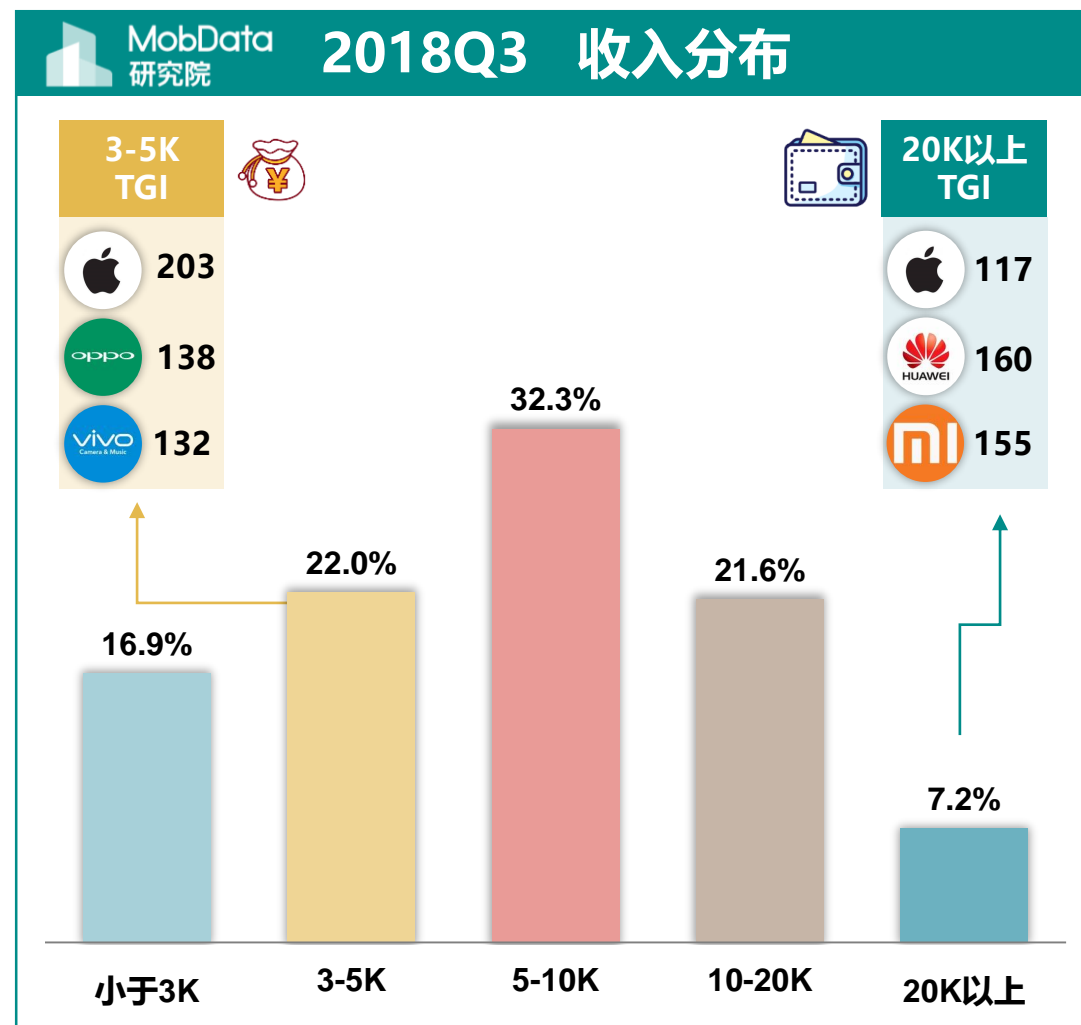
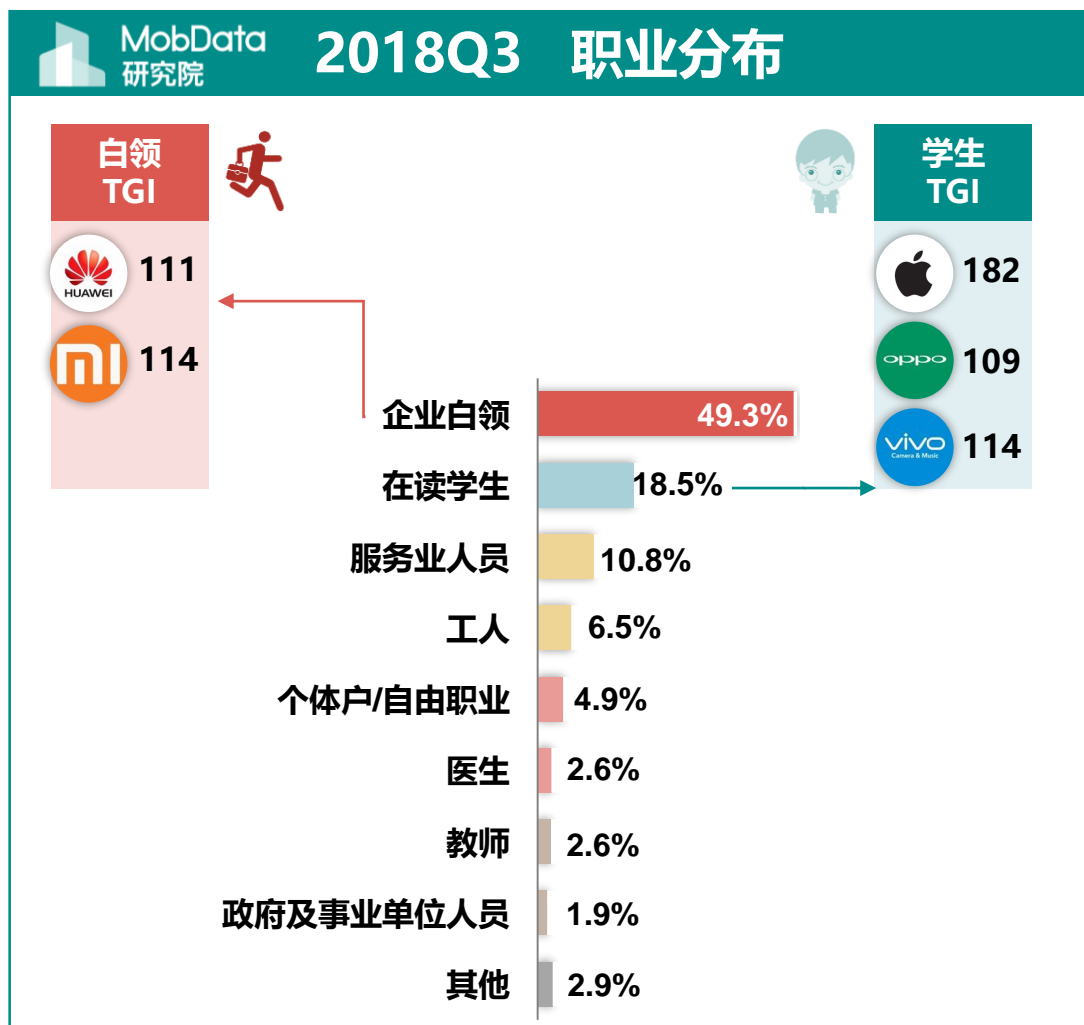
Source : MobData研究院, 2018年Q3



## OV用户中有4-6岁子女的父母相对较多，华为用户已婚人士较多

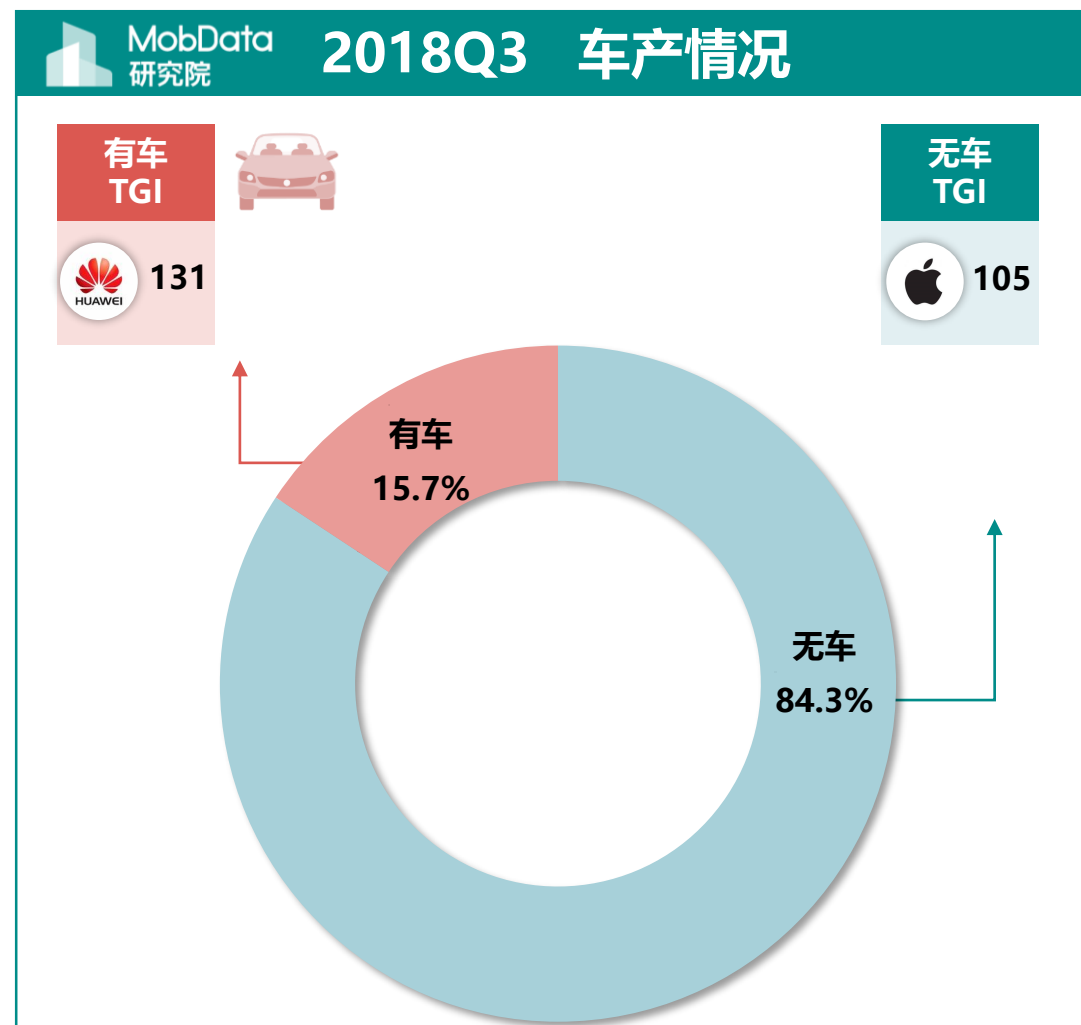
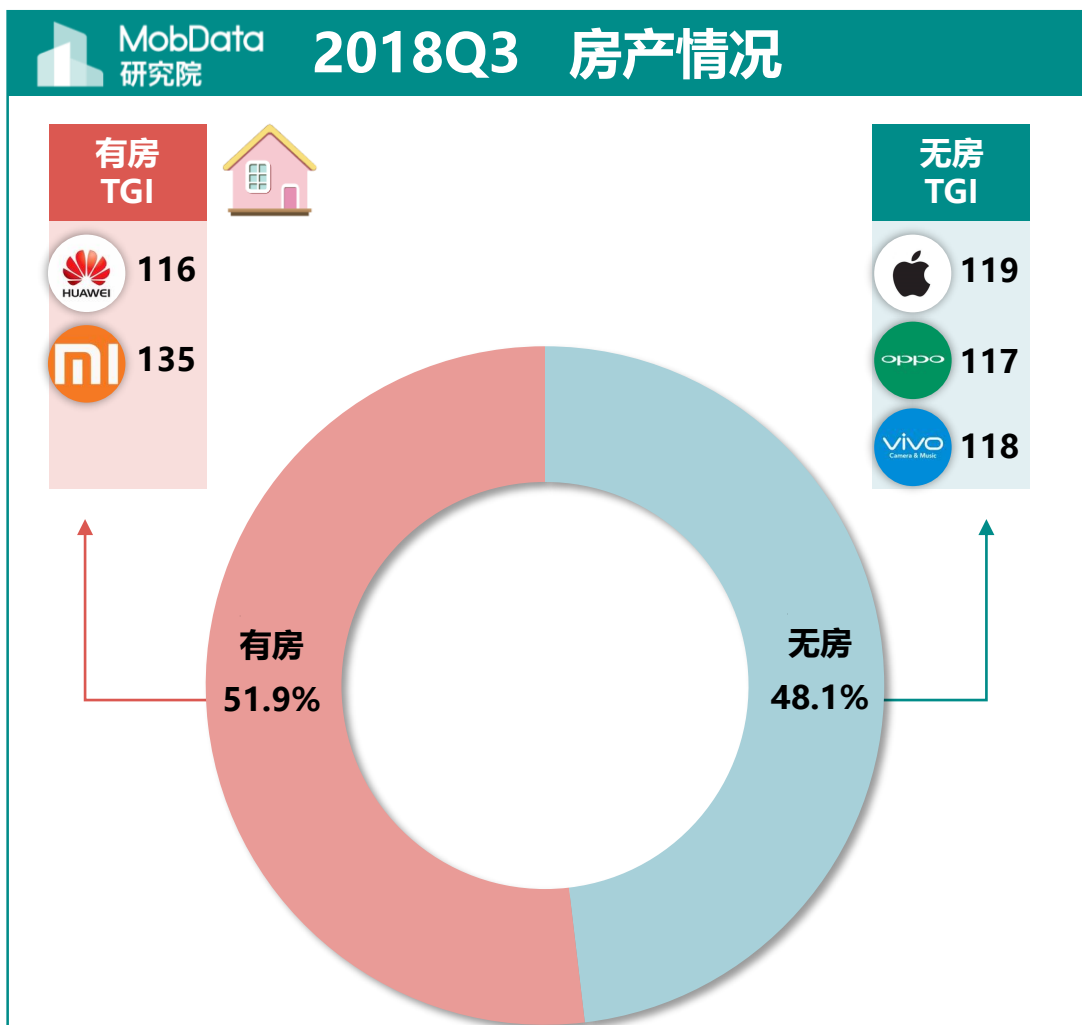


白领和月收入两万以上人群对华为和小米的青睐度更高，学生更偏爱苹果和OV

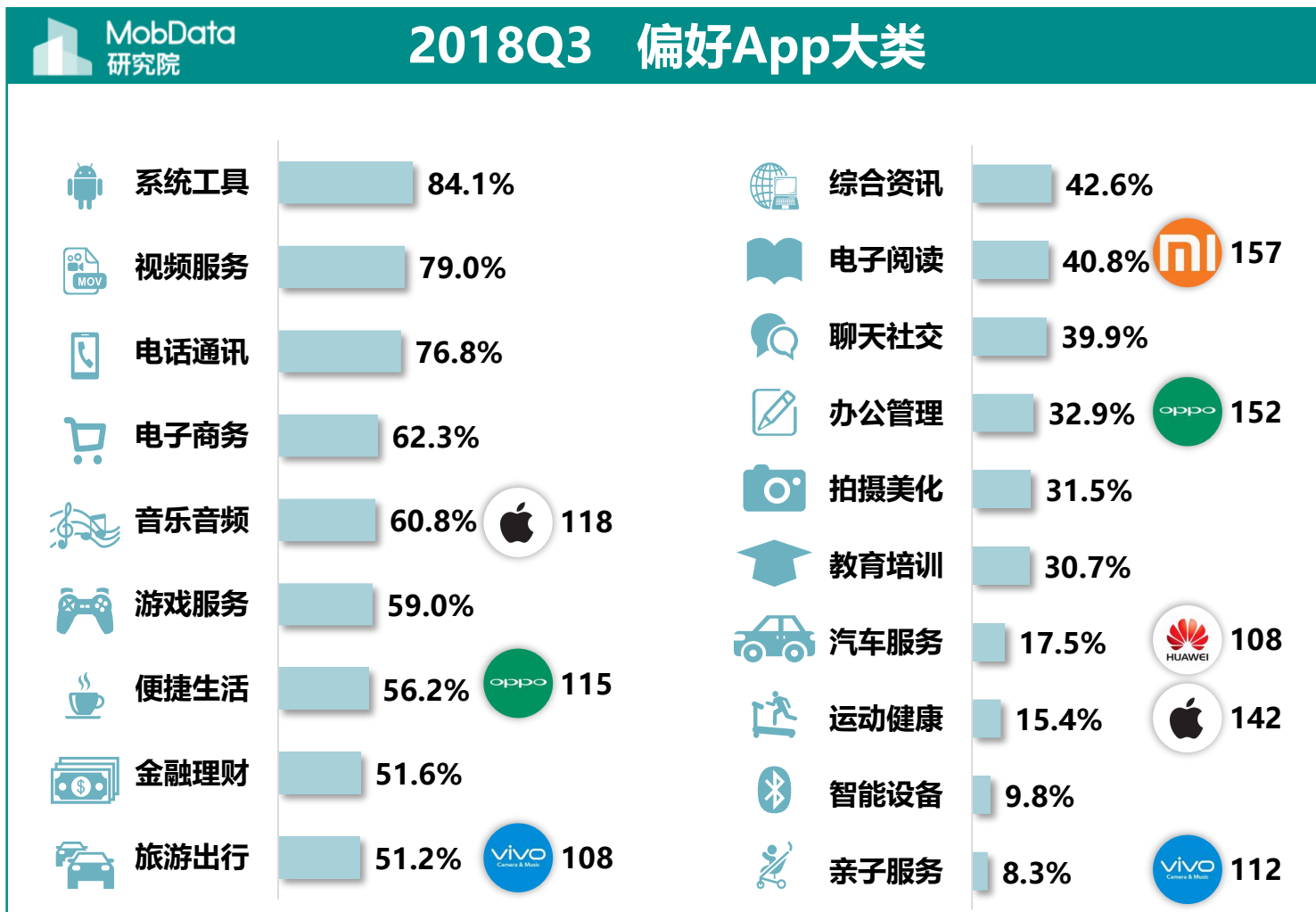


# 消费属性

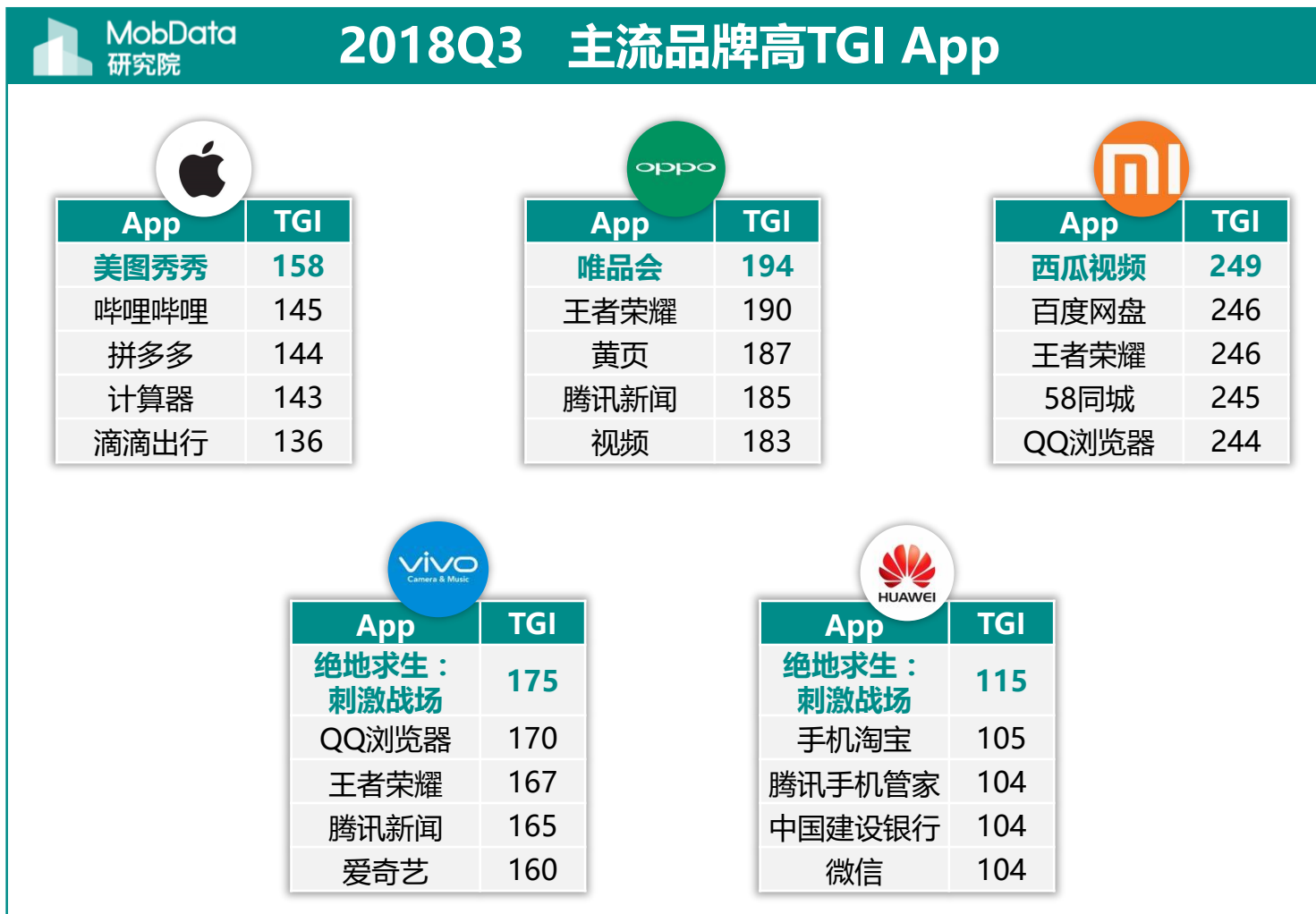
华为用户中有房有车比例较多，苹果用户则无房无车比例较多



## 音乐运动类App对苹果手机用户的触达率更高，华为用户则更关注汽车服务

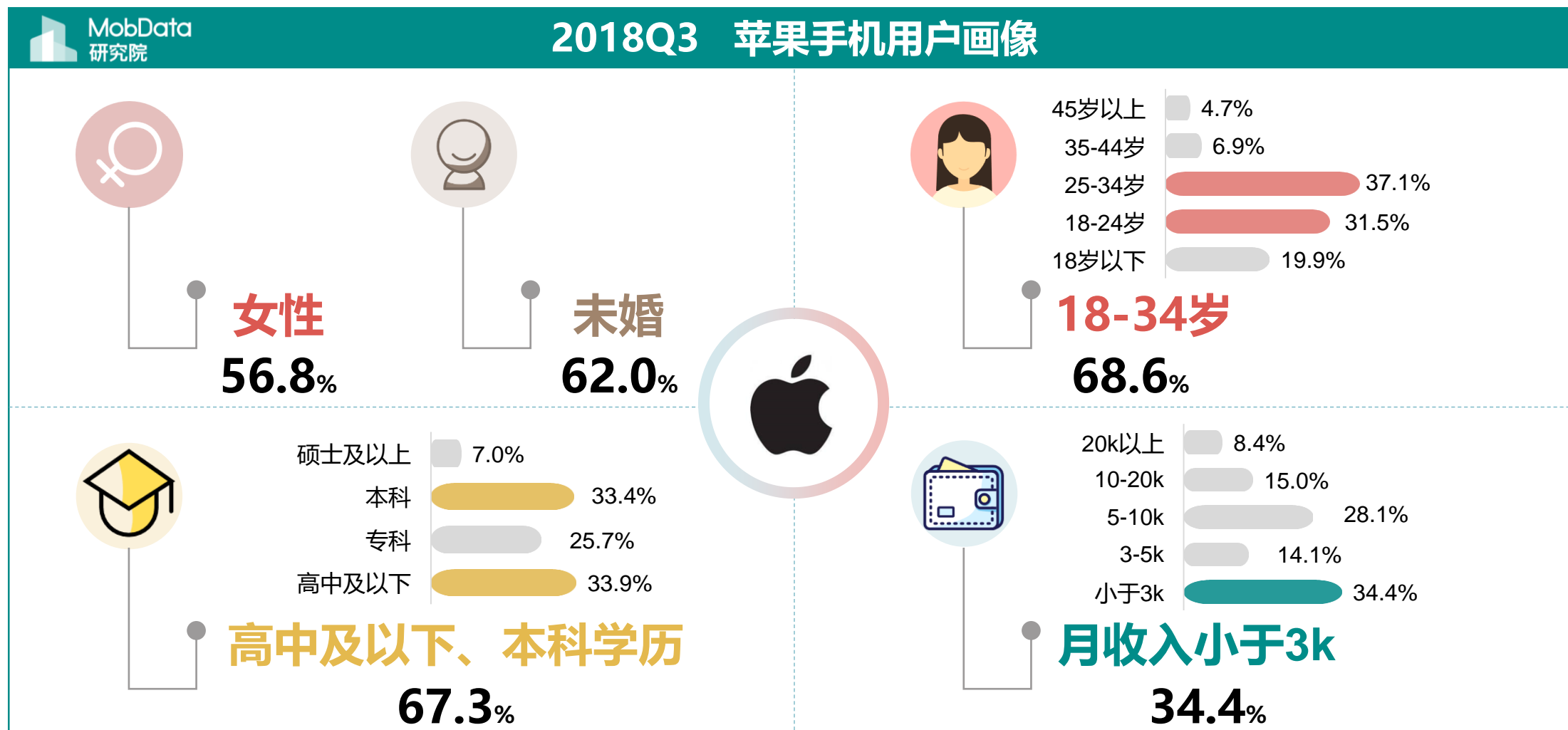


## OPPO和小米用户更爱《王者荣耀》，vivo和华为用户更爱《绝地求生》



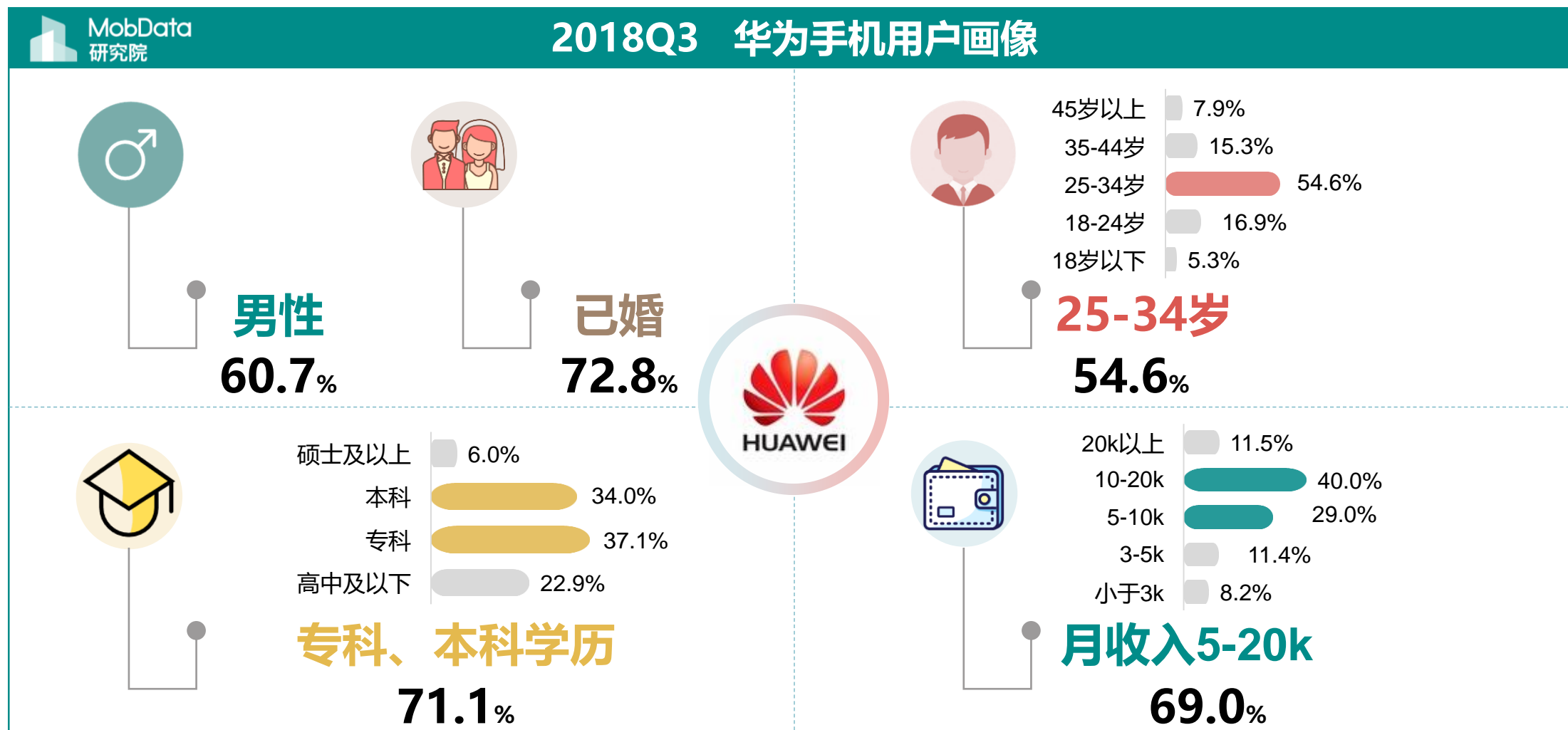
# 苹果手机用户画像

## 苹果手机吸引人群主要是女性和未婚族，尤其是月收入小于3k的隐形贫困人口



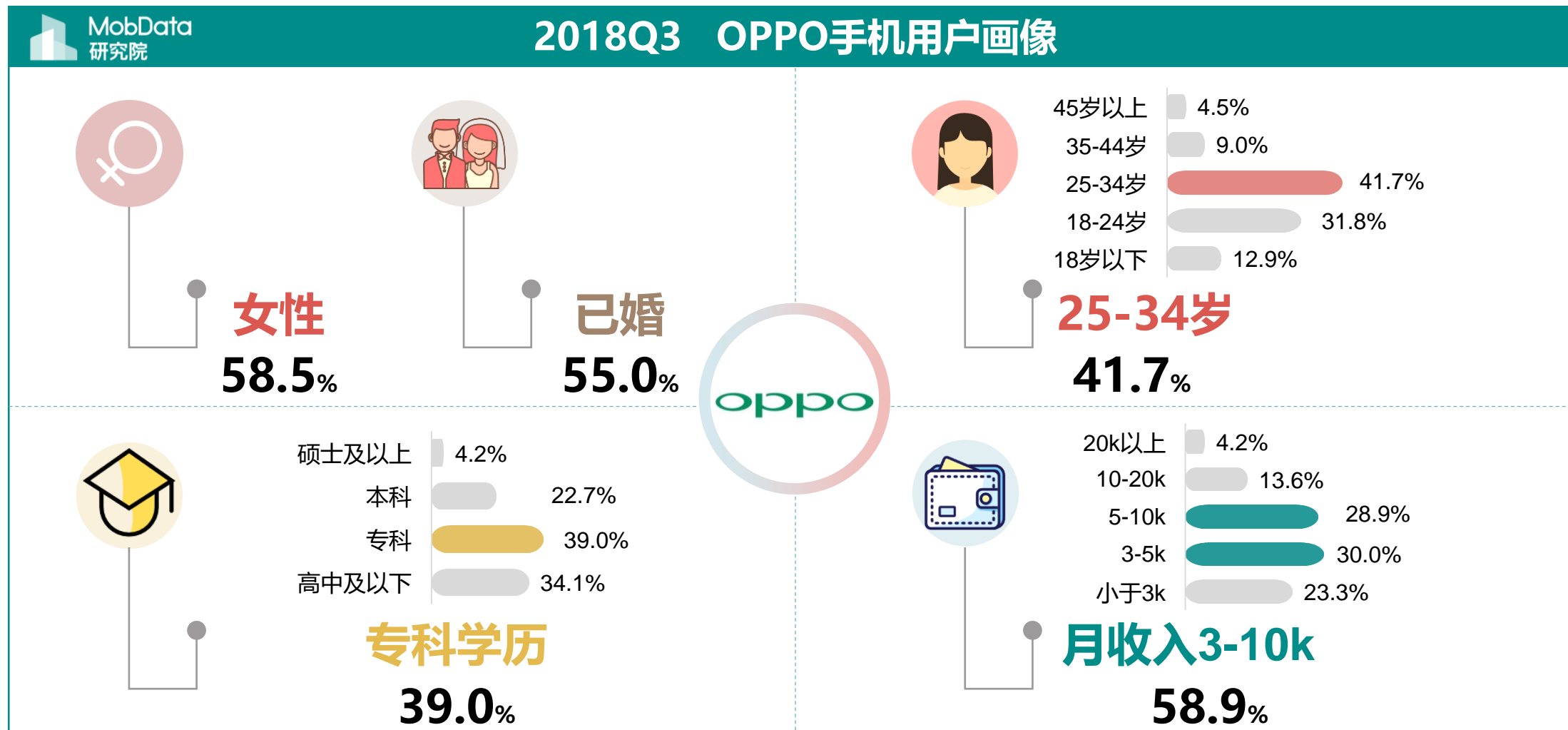
# 华为手机用户画像

## 男性和已婚人士更偏好华为手机，特别是25-34岁和高收入人群



# OPPO手机用户画像

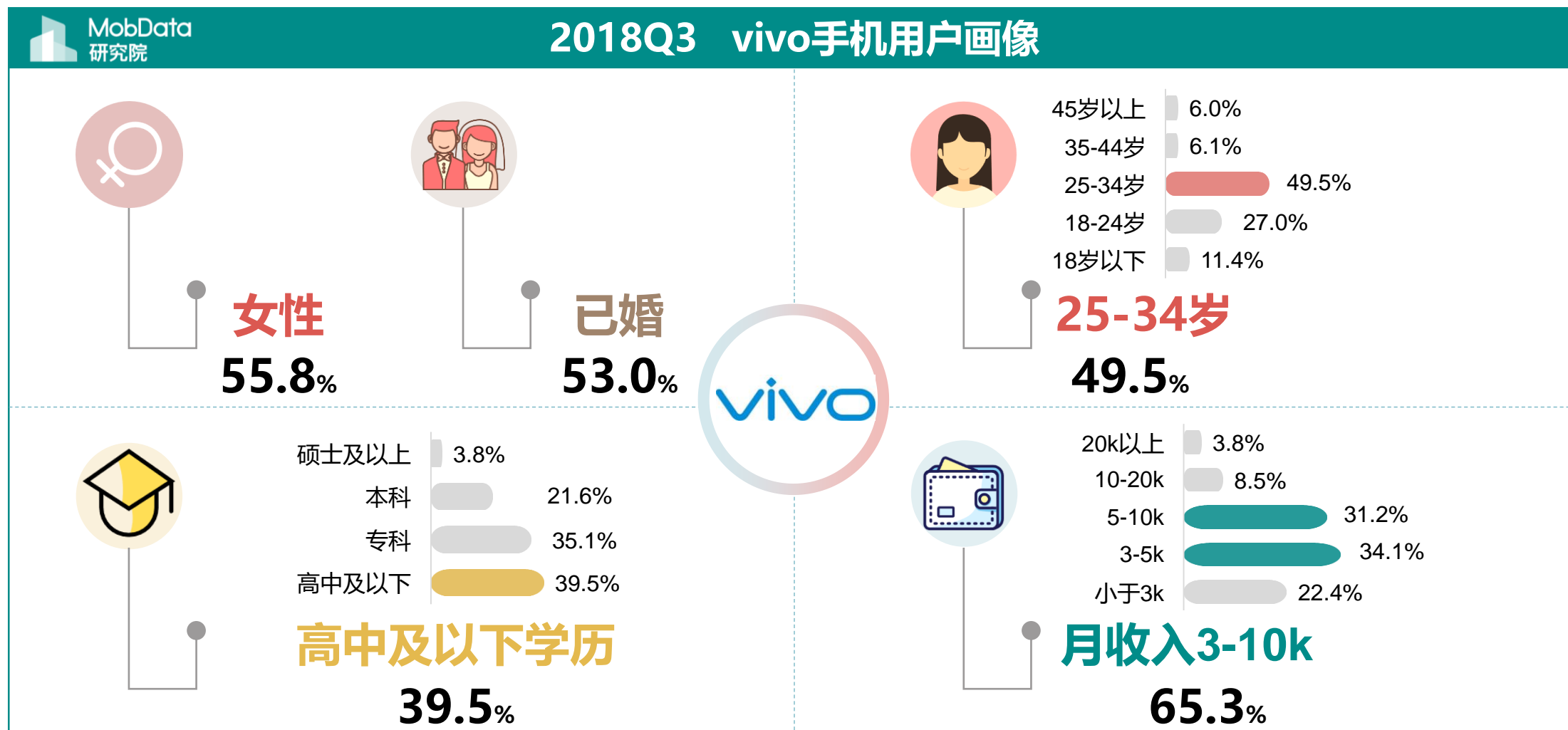
## OPPO手机用户多为女性和已婚人士，其中月收入在3-10k用户多达58.9%





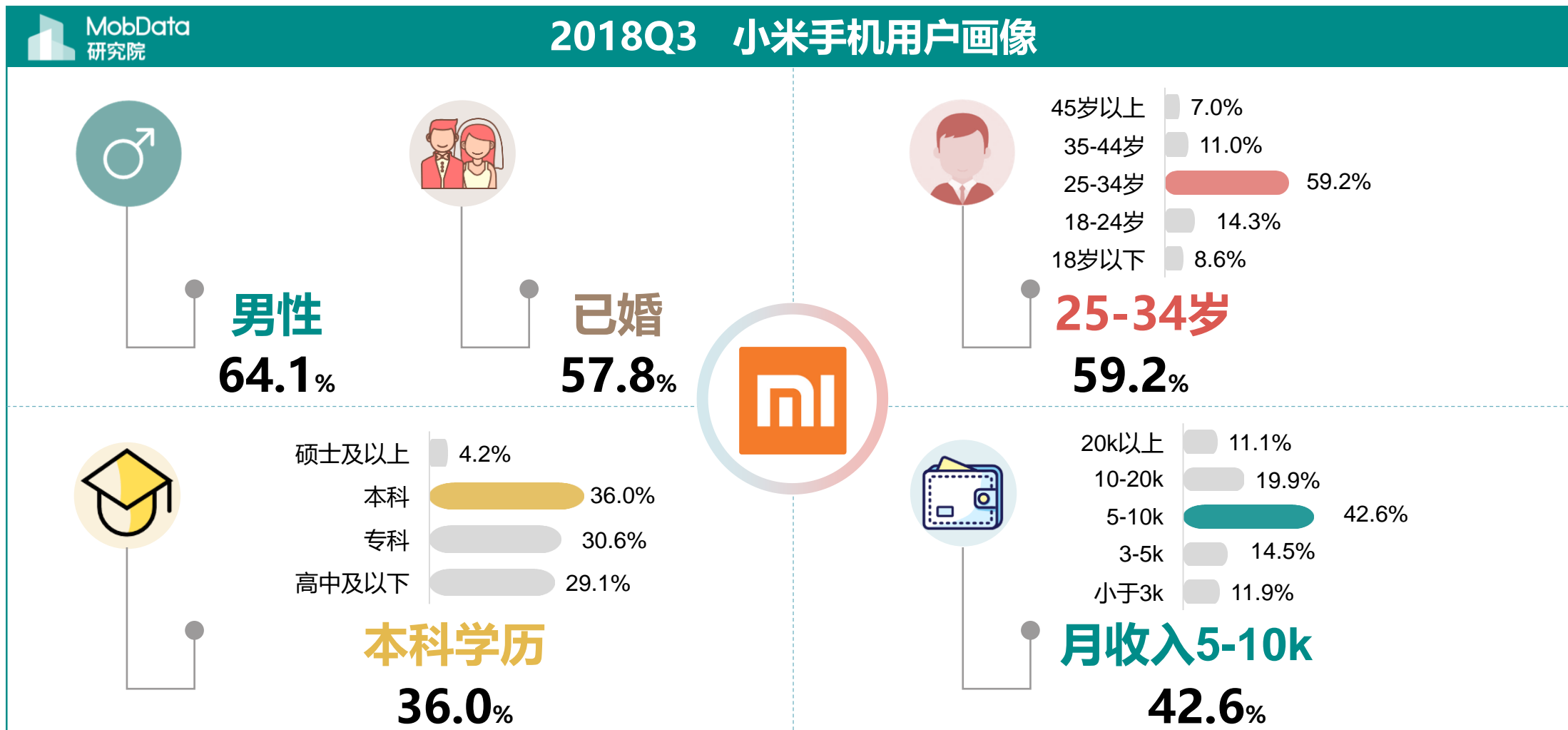
# vivo手机用户画像

vivo用户学历多在专科及以下，以女性和已婚人士为主，65.3%用户月收入在3-10k



# 小米手机用户画像

## 小米用户多是男性和已婚人士，学历收入偏高，25-34岁用户高达59.2%



3

# Part THREE

---

智能手机换机行为



## 换机趋势

Q3换机量实现44.0%增长

安卓系统逐渐受到更多青睐，iOS对中国市场的引力逐渐降低



## 分辨率&价位流向

同分辨率为换机首选，1080P和720P为逐渐成为主流分辨率

3000元以下价位的手机用户换机集中在1000-2999元

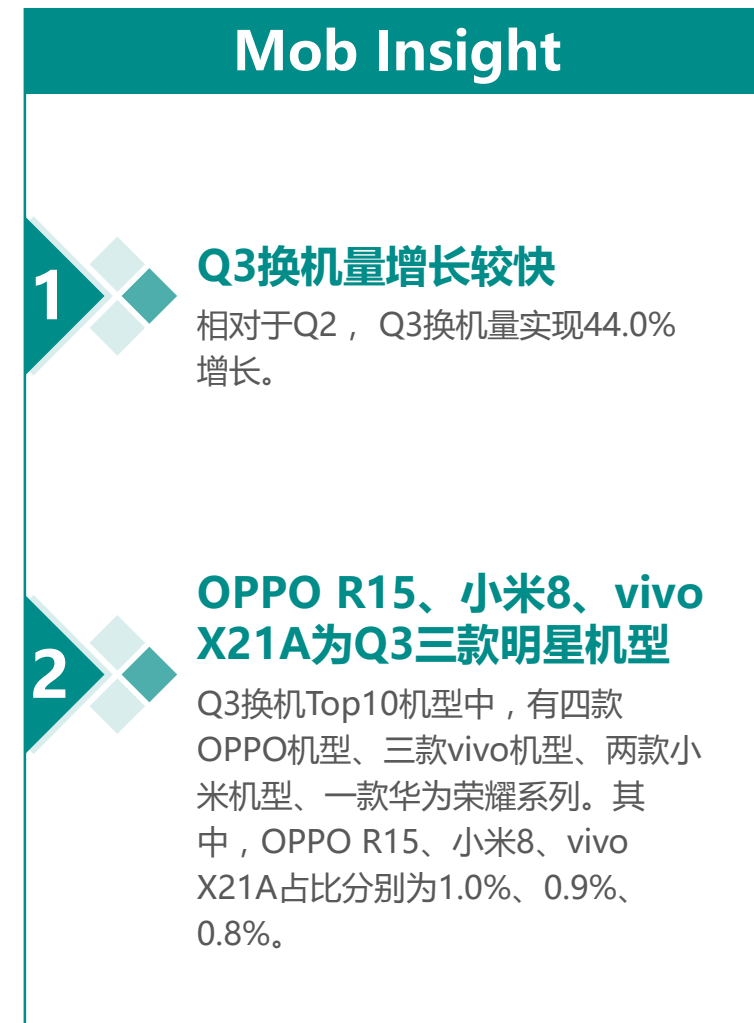
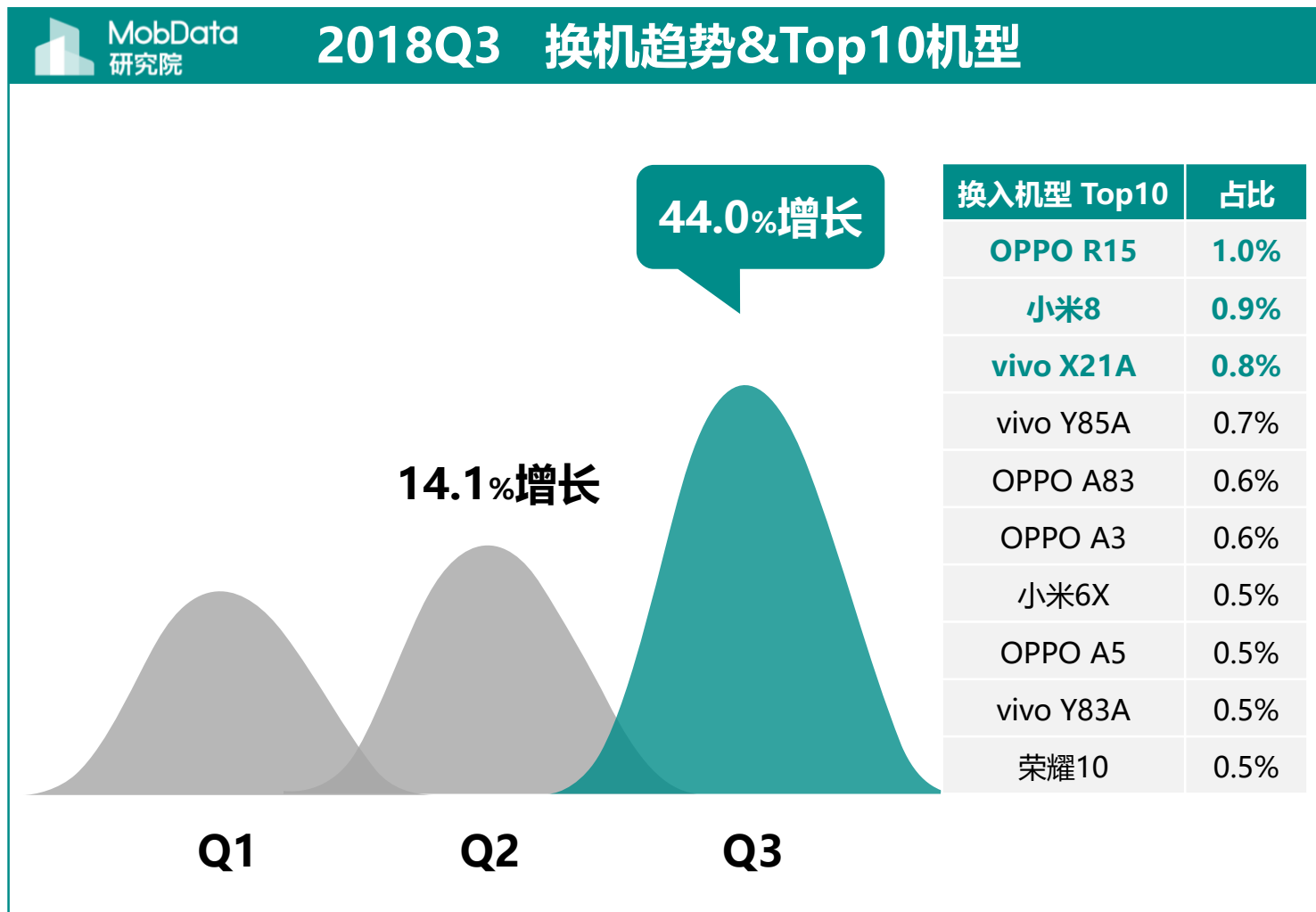


## 品牌&机型&城市流向

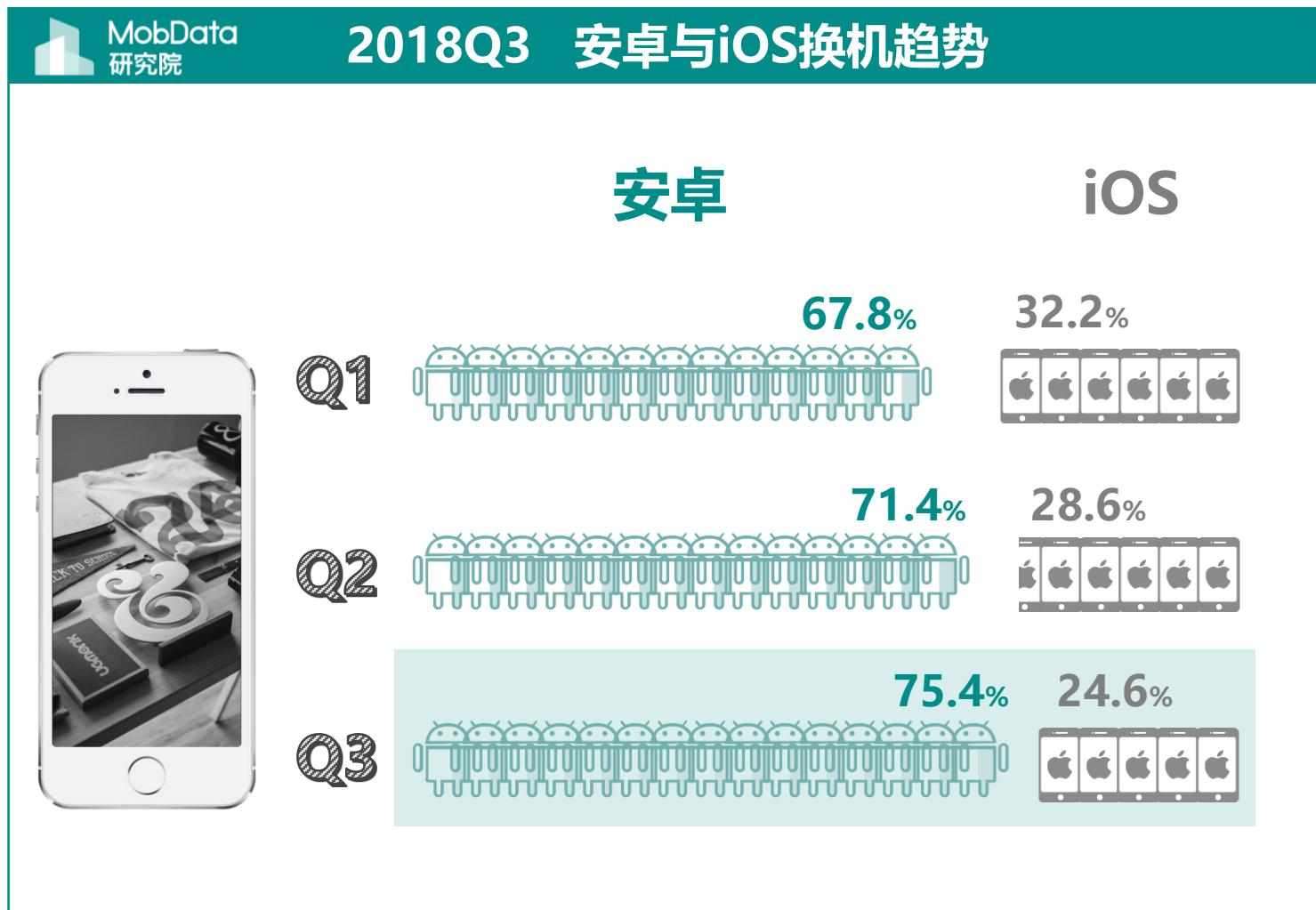
- **换机忠诚度**：苹果用户换机忠诚度居首位
- **品牌**：OPPO与vivo换机用户呈现互相流动，五大品牌换机中，华为均在前三选择之列
- **机型**：Top5换机机型，大多数来自同一品牌的机型
- **城市**：小米8换机用户主要来自北上广，OV热门机型换机用户来自北京和重庆居多



## Q3换机量实现44.0%增长，其中OPPO R15换入量最多

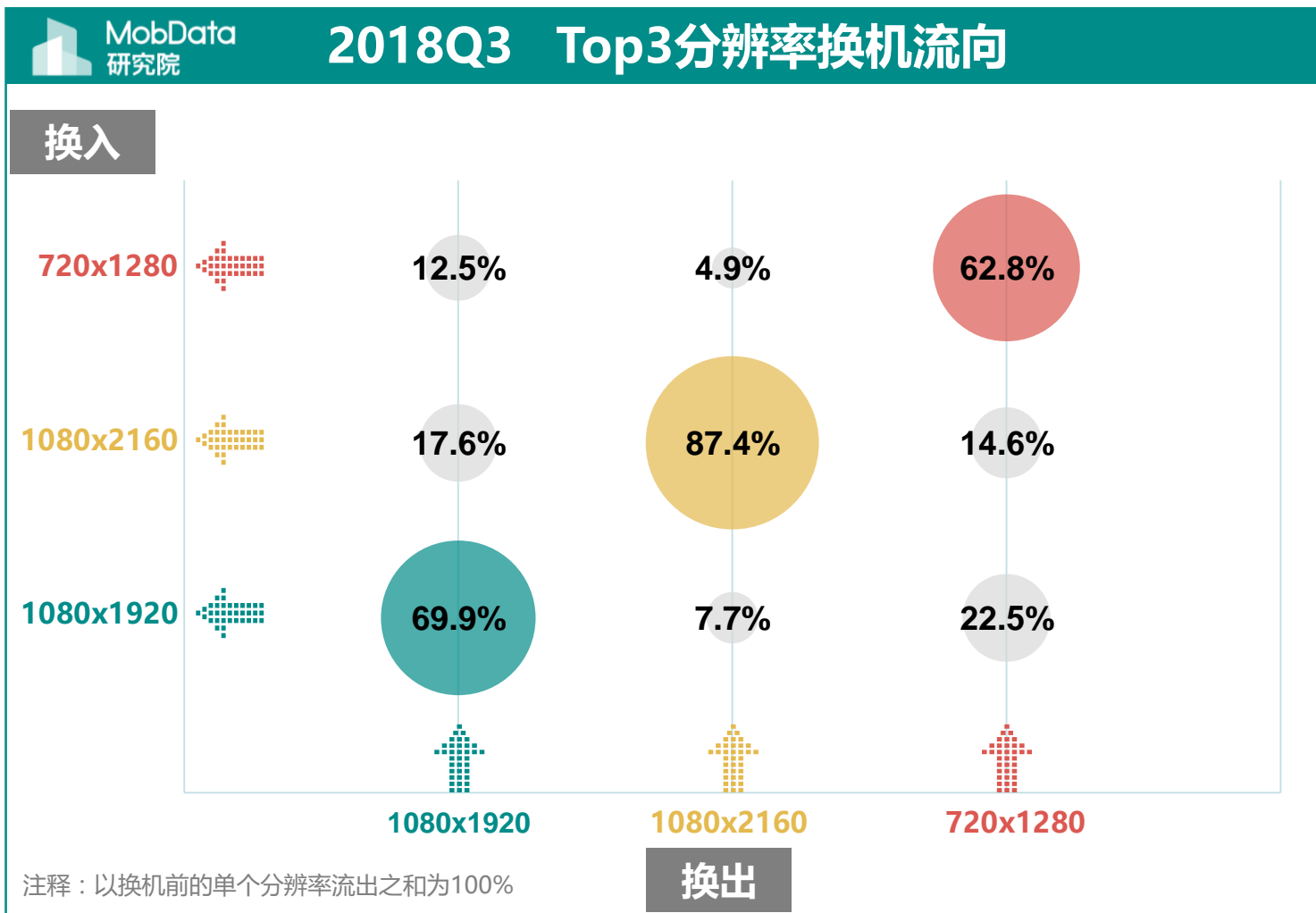


## 安卓系统逐渐受到更多青睐，iOS对中国市场的引力逐渐降低



# 换机分辨率流向

## 同分辨率为换机首选，1080P和720P为逐渐成为主流分辨率



### Mob Insight

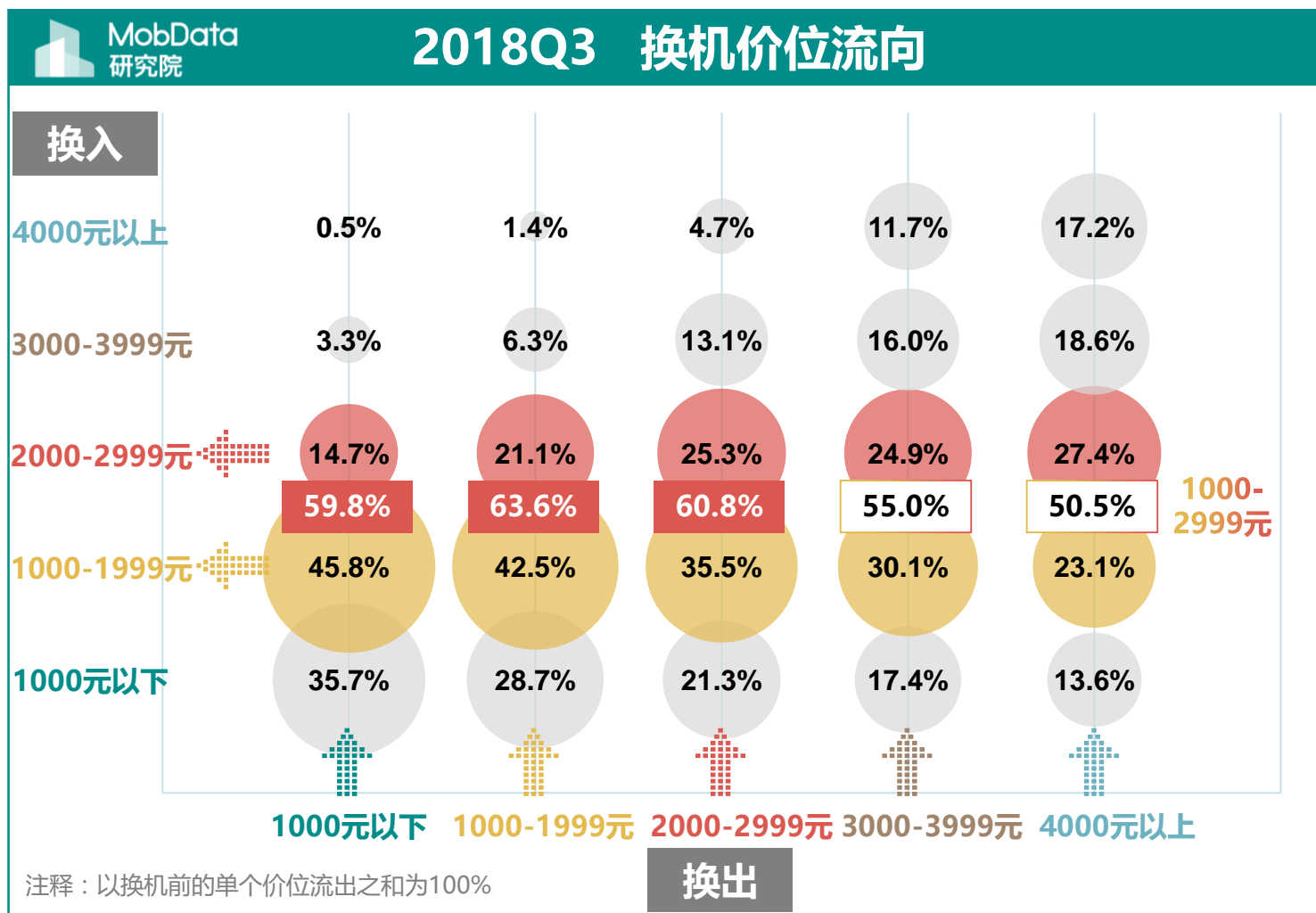
- 1080P和720P为逐渐成为主流分辨率**

从Top3分辨率换机流向来看，1080P和720P为逐渐成为主流分辨率。其中1080×2160用户换机时选择同分辨率手机比例最多，高达87.4%。
- 同分辨率为换机首选**

绝大多数用户换机时都会选择相同的分辨率。

# 换机价位流向

## 3000元以下价位的手机用户换机集中在1000-2999元



### Mob Insight

#### 1 3000元以下价位手机用户换机集中在1000-2999元

3000元以下价位的手机用户在换机时，都会有60%左右用户会选择1000-2999元价位的手机，而选择3000元以上价位手机的比例均不超过20%。

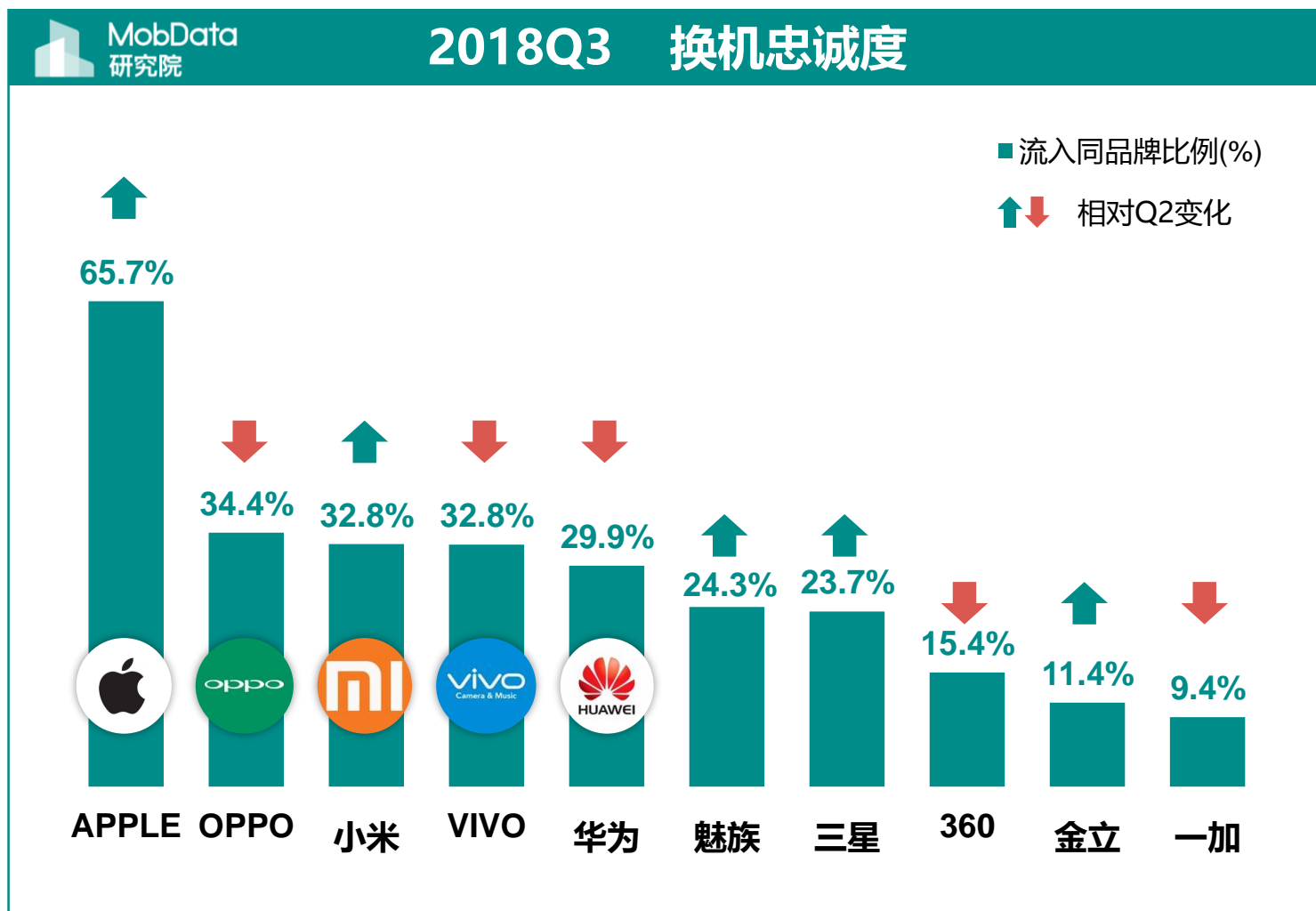
#### 2 3000元以上价位手机用户换机价位相对均衡

3000-3999和4000以上价位手机用户换机时，分别有55.0%、50.5%用户会选择1000-2999元价位的手机，同时分别有27.7%、35.8%用户选择3000元以上价位的手机。



# 换机忠诚度

## 65.7%的苹果用户换机还会选择苹果，忠诚度居首位



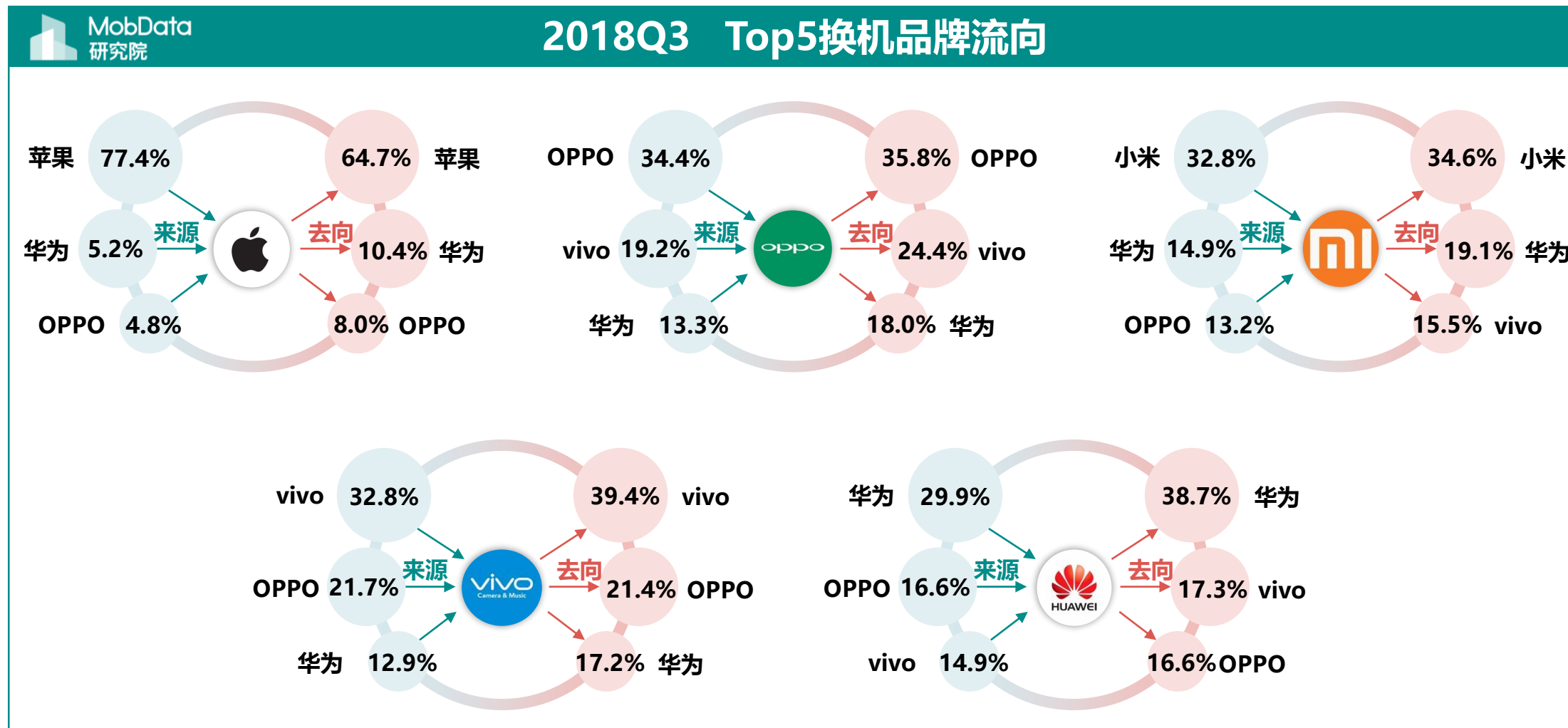
### Mob Insight

**1 苹果用户换机忠诚度居首位**  
65.7%的苹果用户换机还会选择苹果，忠诚度居首位。OPPO、小米、vivo、华为换机忠诚度均在30%左右，与果粉的忠诚度仍有差距。

**2 苹果小米用户换机忠诚度有所上升**  
主流品牌中有五大品牌换机忠诚度有所上升，包括苹果、小米、魅族、三星、金立。

# 换机品牌流向

OPPO与vivo换机用户呈现互相流动，五大品牌换机中，华为均在前三选择之列



# 换机机型流向

## Top5换机机型，大多数来自同一品牌的机型



# 换机城市流向

## 小米8换机用户主要来自北上广，OV热门机型换机用户来自北京和重庆居多





MobData研究院

谢谢观看

关注我们

