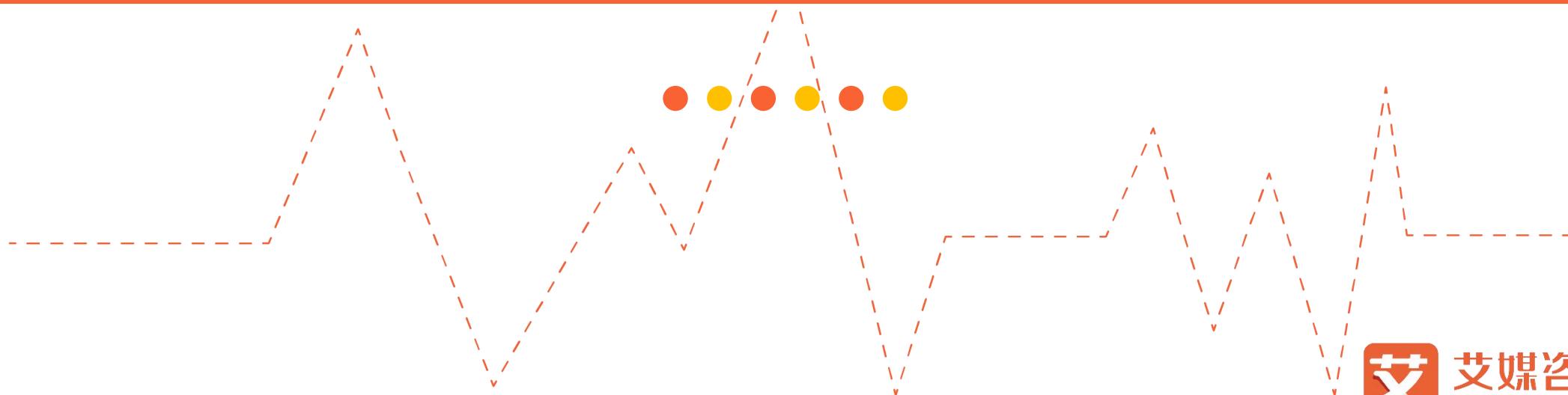


# 2018中国智能手机市场 竞争态势与用户行为数据监测报告

2018 China Smart Phone Market Competitive Situation and User Behavior Data Monitoring Report



本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星互联网产品分析系统等。

- 对部分相关的公开信息进行筛选，通过对行业专家、相关企业与网民进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
  - 政府数据与信息
  - 行业公开信息
  - 企业年报、季报
  - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星互联网产品分析系统、大数据舆情监控系统和草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒大数据舆情监控系统，全球首个全网舆情监测与负面监控系统，包括负面预警、舆情监控和竞品情报，分钟级进行全网扫描与数据更新。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询research@iiMedia.cn](mailto:research@iiMedia.cn)。



# 目录

1

全球智能手机产业发展概况

2

中国智能手机TOP5品牌市场对比

3

中国TOP5智能手机新品发布会舆情传播对比

4

中国TOP5手机品牌用户画像分析

5

中国智能手机产业发展趋势

01

## 全球智能手机产业发展概况

# 全球智能手机出货量同比下滑

- 2018年全球智能手机出货量连续多个季度同比下滑，第三季度出货量为3.6亿台，较去年同期下降6%。
- 2018年第三季度出货量排名前五的分别是三星、华为、iPhone、小米和OPPO。其中，三星手机出货量同比大幅下跌13.4%；华为第三季度出货量表现出色，贡献5200万台出货量，同比增长最为迅猛。

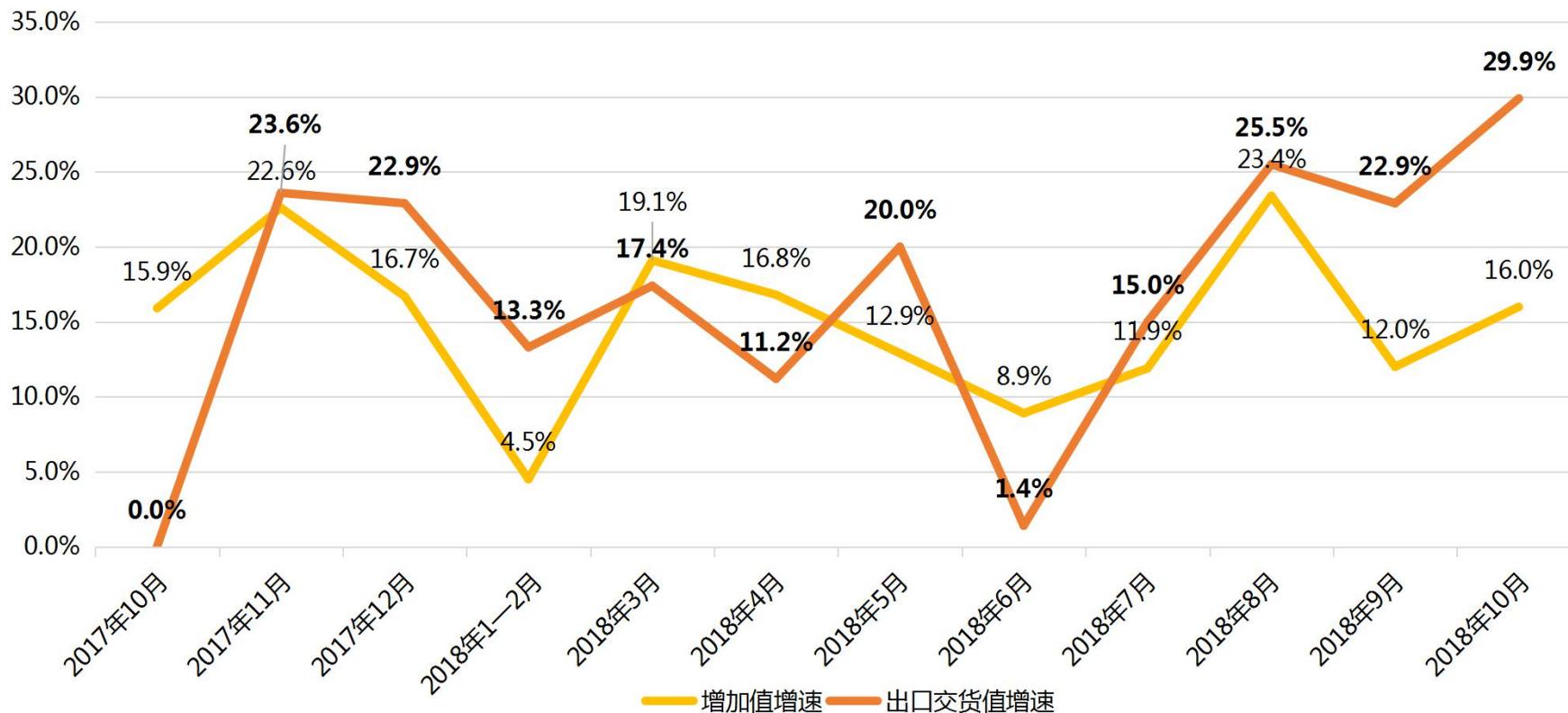
表1-1 2018年第三季度全球智能手机主要品牌出货量以及市场份额

品牌	2018Q3出货量 (万台)	2018Q3市场份额	2017Q3出货量 (万台)	2017Q3市场份额	同比增长
三星	7220	20.3%	8330	22.1%	-13.4%
华为	5200	14.6%	3910	10.4%	32.9%
iPhone	4690	13.2%	4670	12.4%	0.5%
小米	3430	9.7%	2830	7.5%	21.2%
OPPO	2990	8.4%	3060	8.1%	-2.1%
其他	11990	33.8%	1980	39.6%	-19.9%
合计	35520	100.0%	37780	100.0%	-6.0%

数据来源：IDC， iiMedia Research（艾媒咨询）

# 中国通信设备制造业环境良好

图1-1 2017年10月以来通信设备行业增加值和出口交货值分月增速

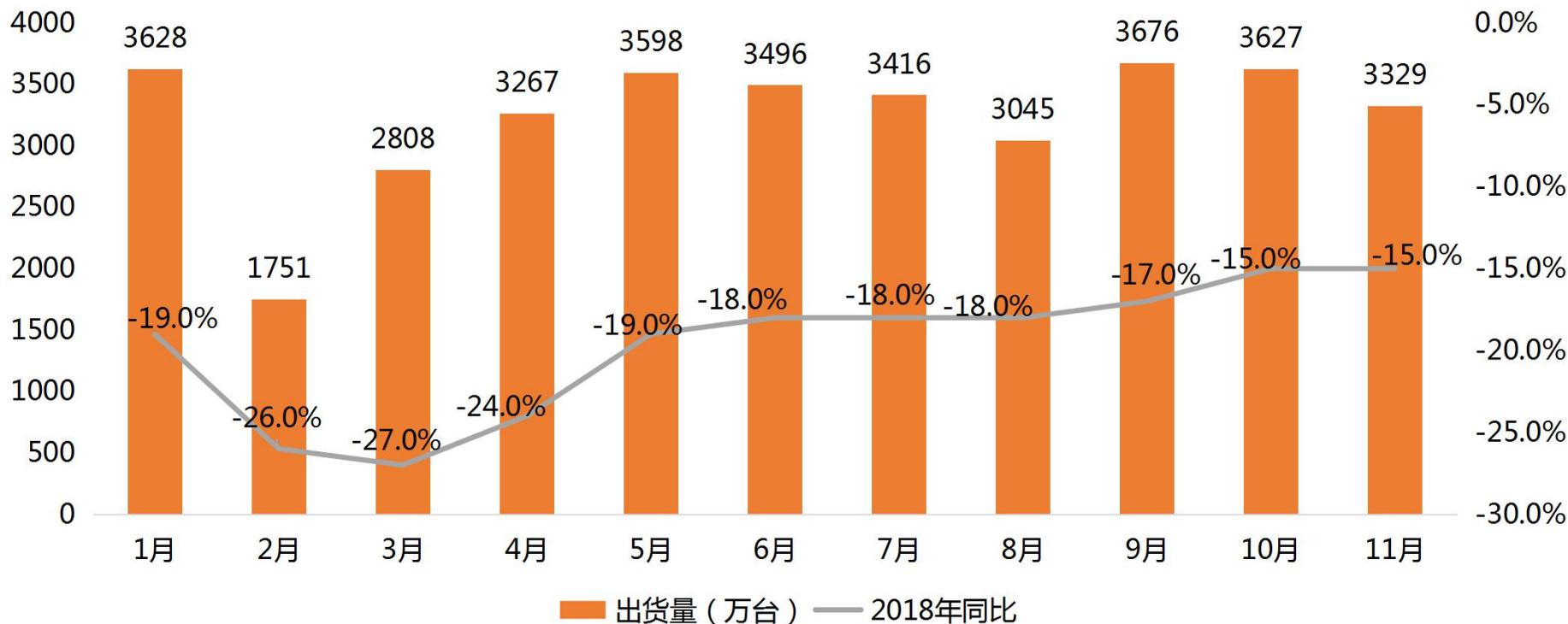


数据来源：中国信息通信研究院，iiMedia Research（艾媒咨询）

# 中国智能手机出货量整体同比下滑

2018年1-11月，中国智能手机出货量为3.56亿部，同比下降15.3%，占同期国内手机出货量的94.1%，其中Android手机在智能手机中占比89.0%。今年前11个月排名前十的厂商合计出货量份额达到92.8%，较上年同期相比提高7.7个百分点。

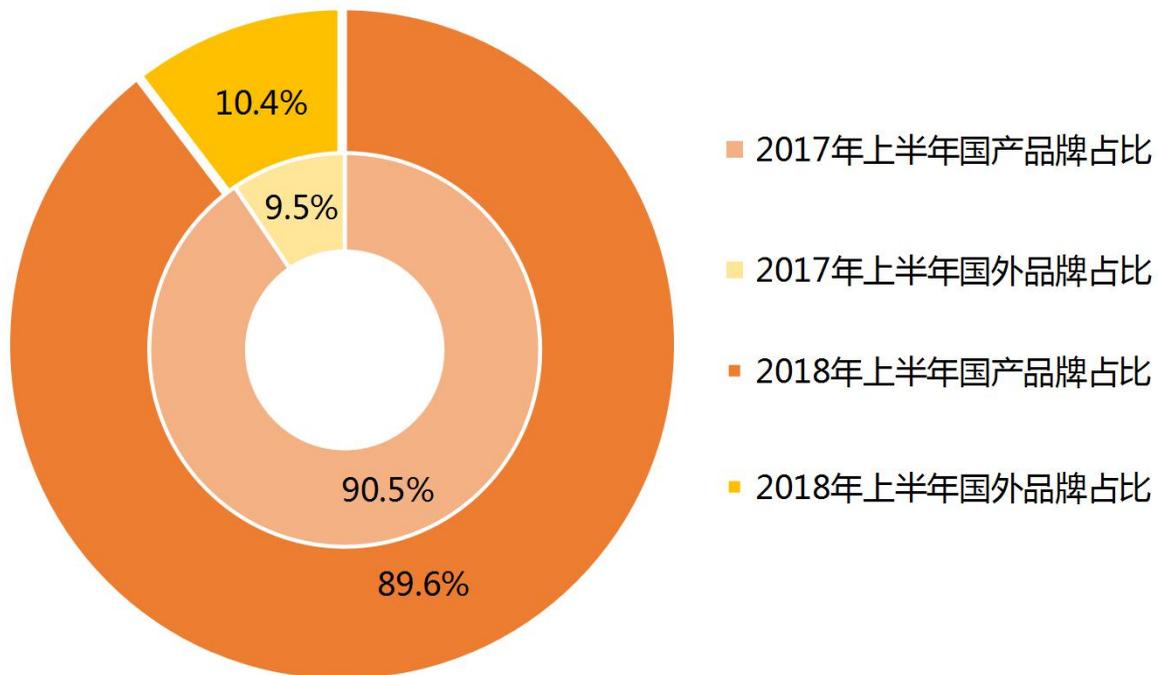
图1-2 2018年智能手机出货量及增长趋势



数据来源：中国信息通信研究院，iiMedia Research（艾媒咨询）

# 2018年上半年国产品牌占中国手机出货量九成

图1-3 2017年和2018年上半年中国国内外品牌手机出货量构成



2018年上半年，中国手机出货量依然以国产品牌为主，占比较往年同期稍有下降，总体格局不变。

数据来源：中国信息通信研究院，iiMedia Research（艾媒咨询）

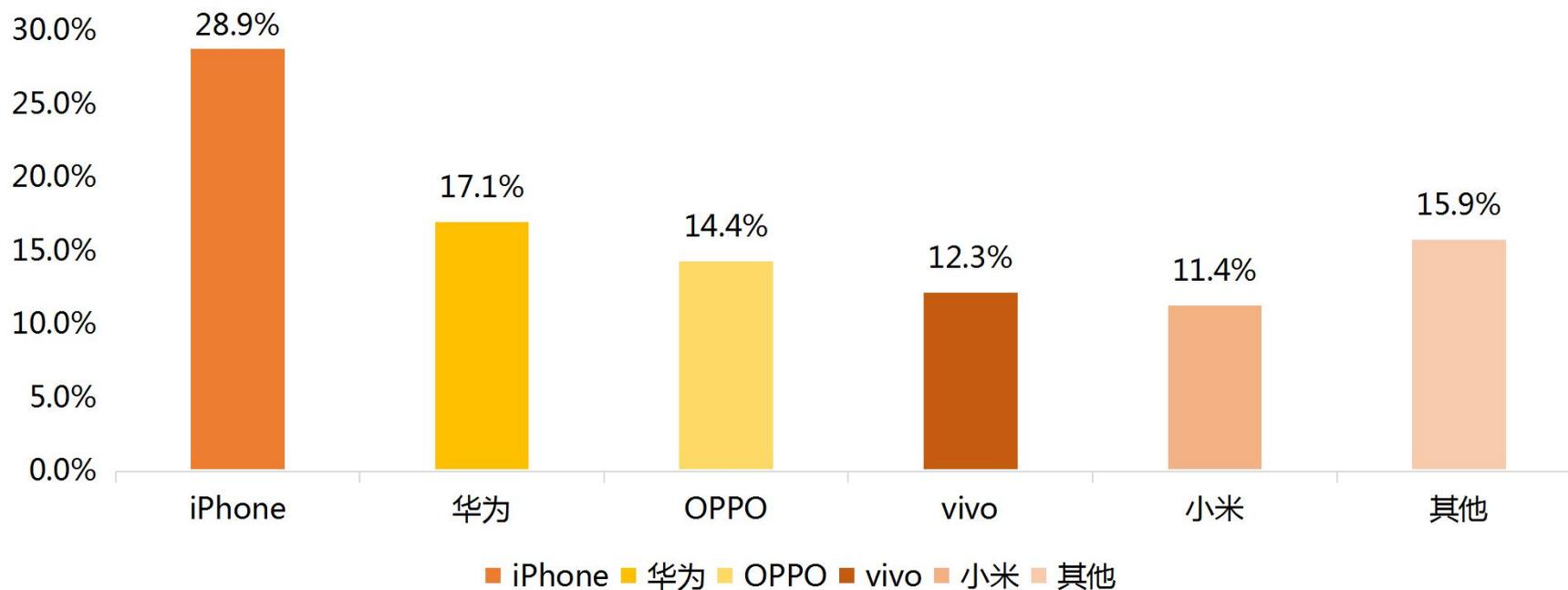
02

## 中国智能手机TOP5品牌市场对比

# 中国智能手机存量市场头部优势明显

艾媒北极星监测数据显示，2018年中国智能手机存量市场集中在iPhone、华为、OPPO、vivo和小米五个品牌，头部优势明显，其他小众手机品牌生存空间更为艰难。

图2-1 2018年中国智能手机TOP5国内存量市场份额分布



注：本图统计的华为手机包括华为及荣耀两个品牌。

数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx.iimedia.cn)

# 华为用户偏爱商务型手机，荣耀用户偏爱青春版手机

图2-2 2018年华为用户使用机型TOP5

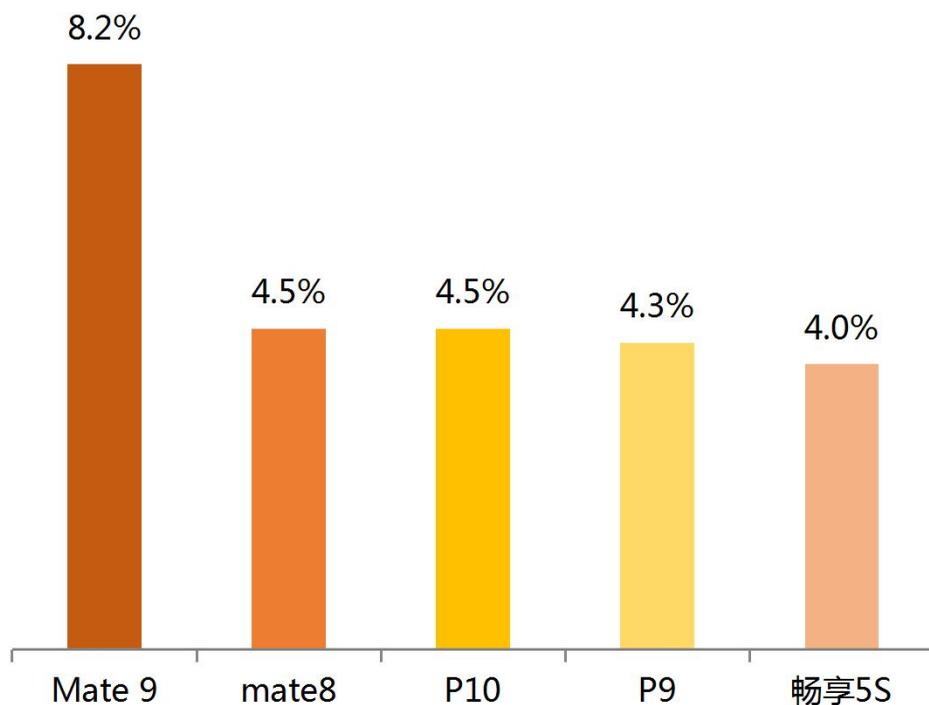
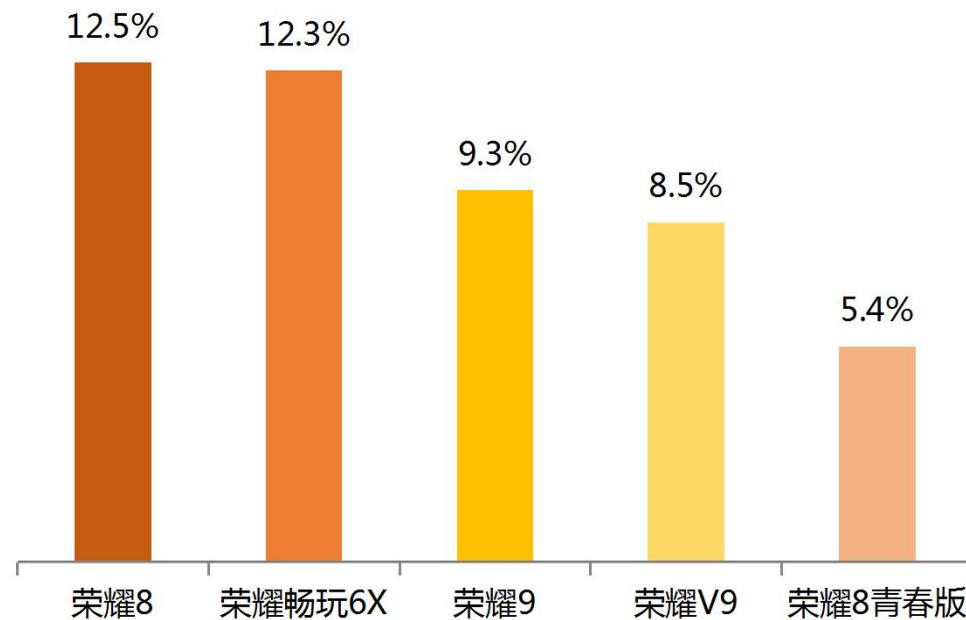


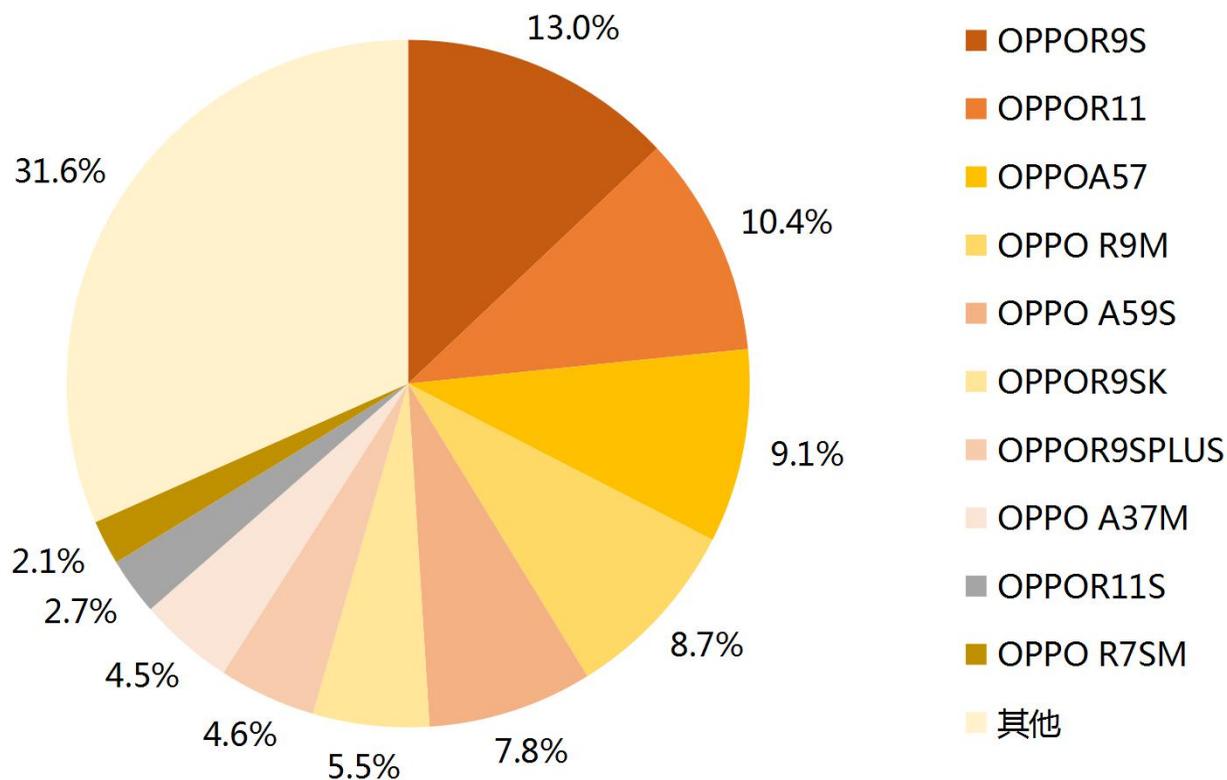
图2-3 2018年荣耀用户使用机型TOP5



数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx.iimedia.cn)

# OPPO用户倾向于使用R9S

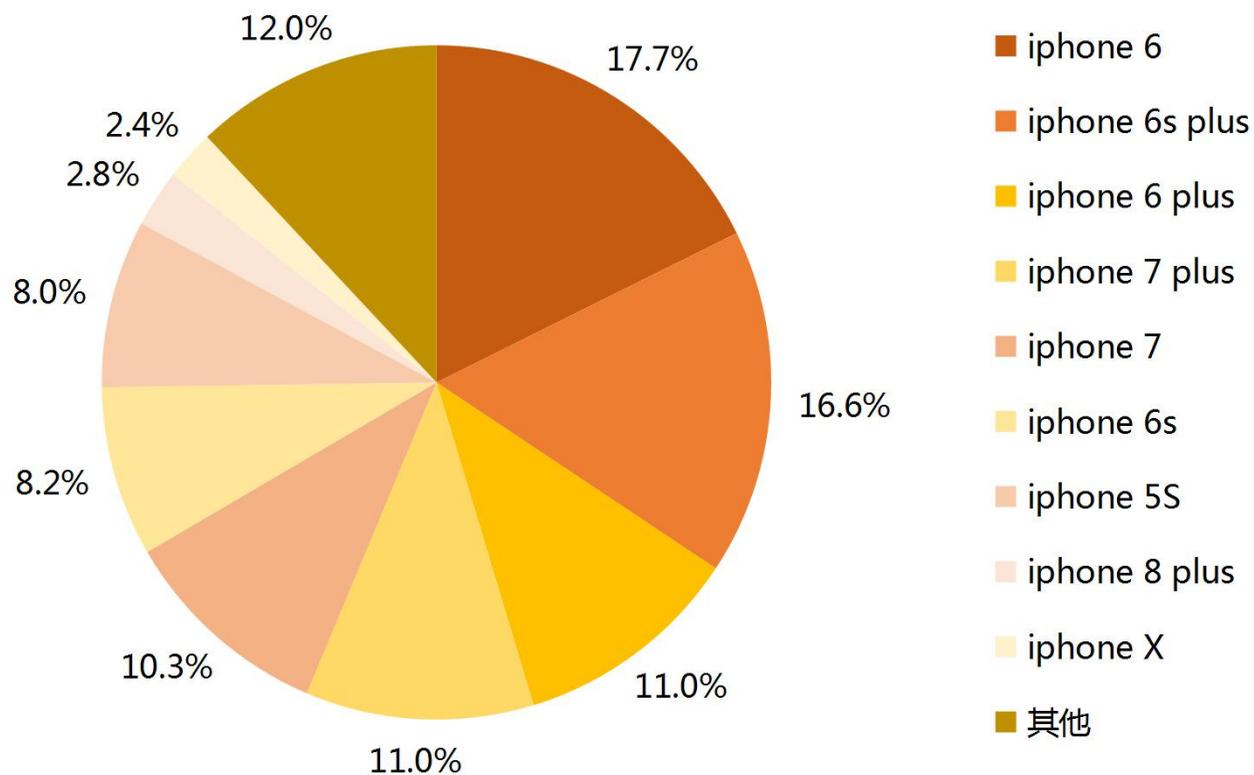
图2-4 2018年OPPO用户使用机型分布



数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx. iimedia. cn)

# iPhone用户机型仍然以6系列为主

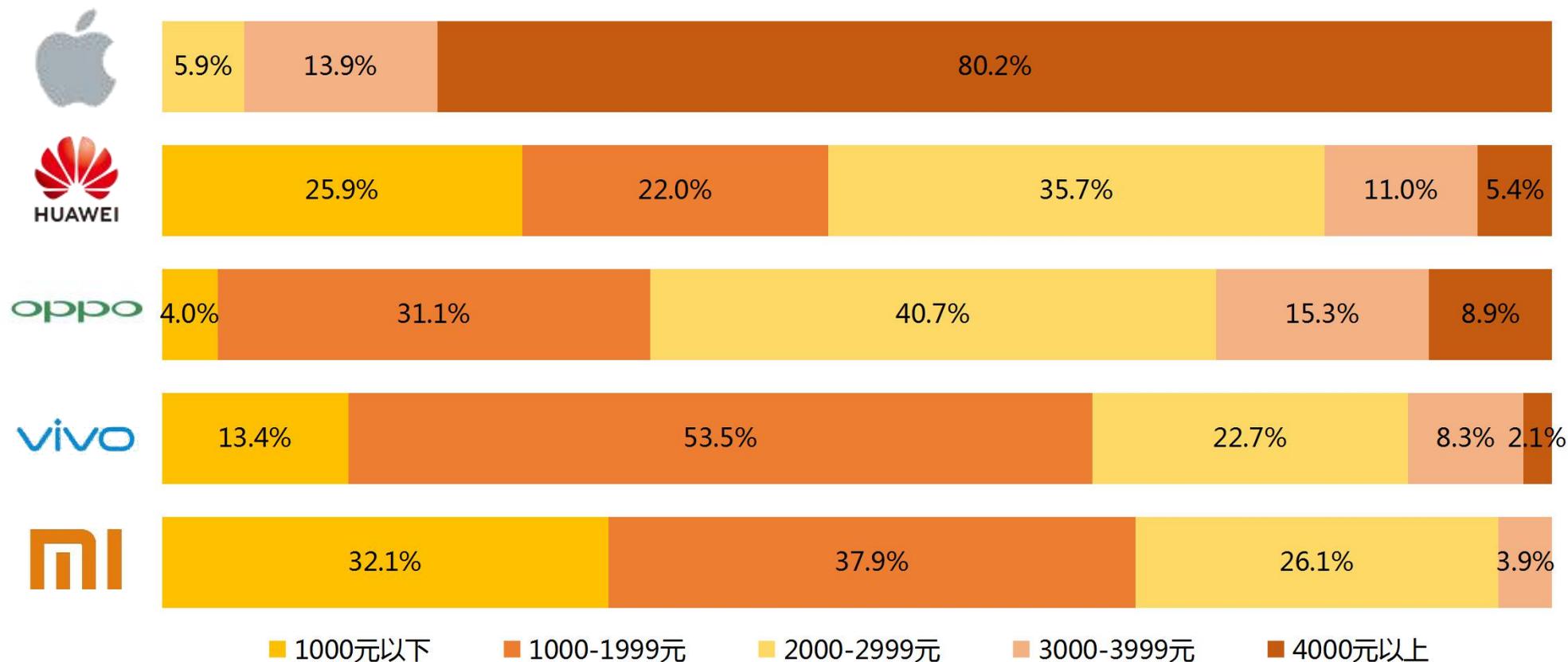
图2-5 2018年iPhone用户使用机型分布



数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx.iiMedia.cn)

# iPhone、华为关注中高端用户，小米则聚焦中低端用户

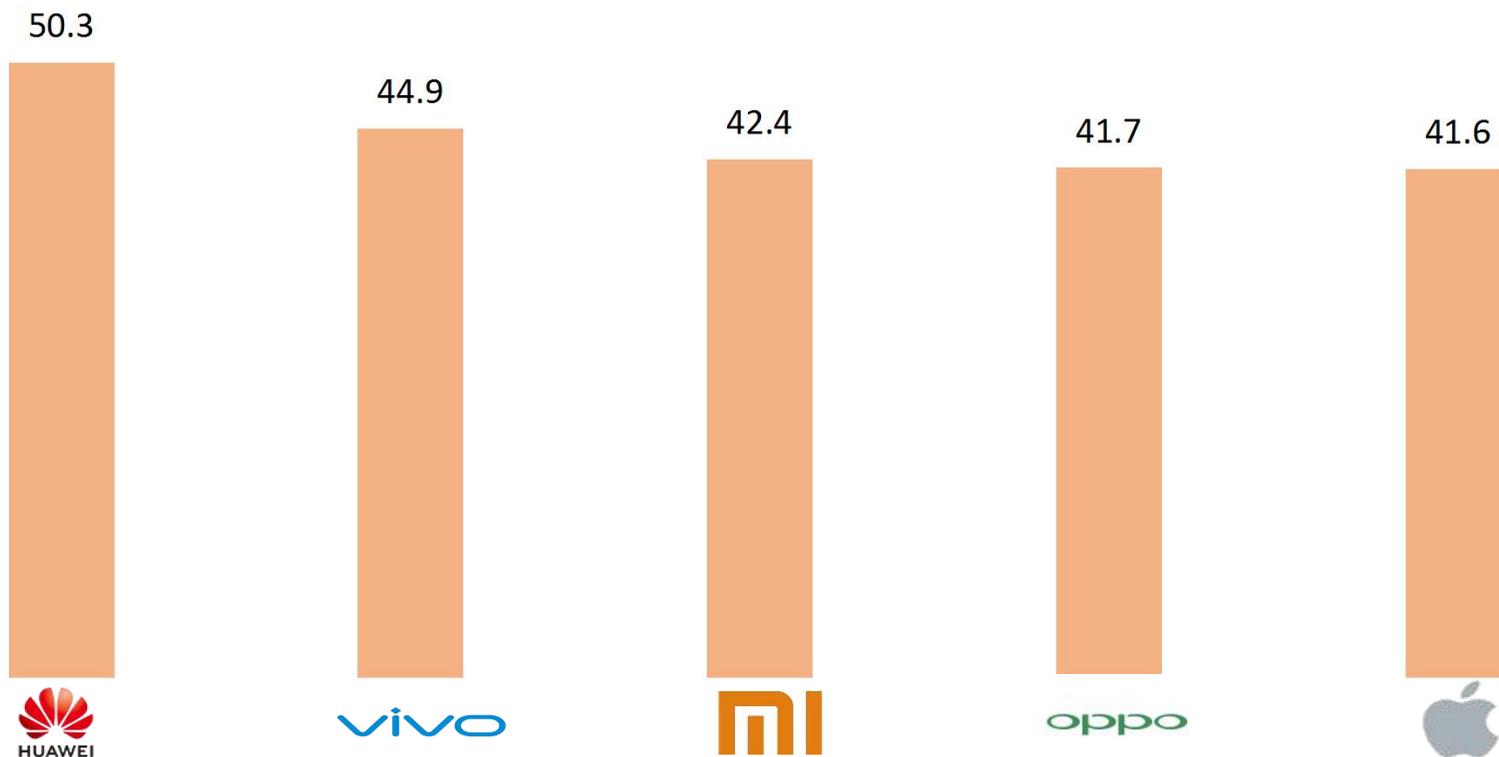
图2-6 2018年中国各智能手机品牌价格分布



数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 华为获得最佳口碑

图2-7 2018年中国TOP5智能手机品牌口碑排名



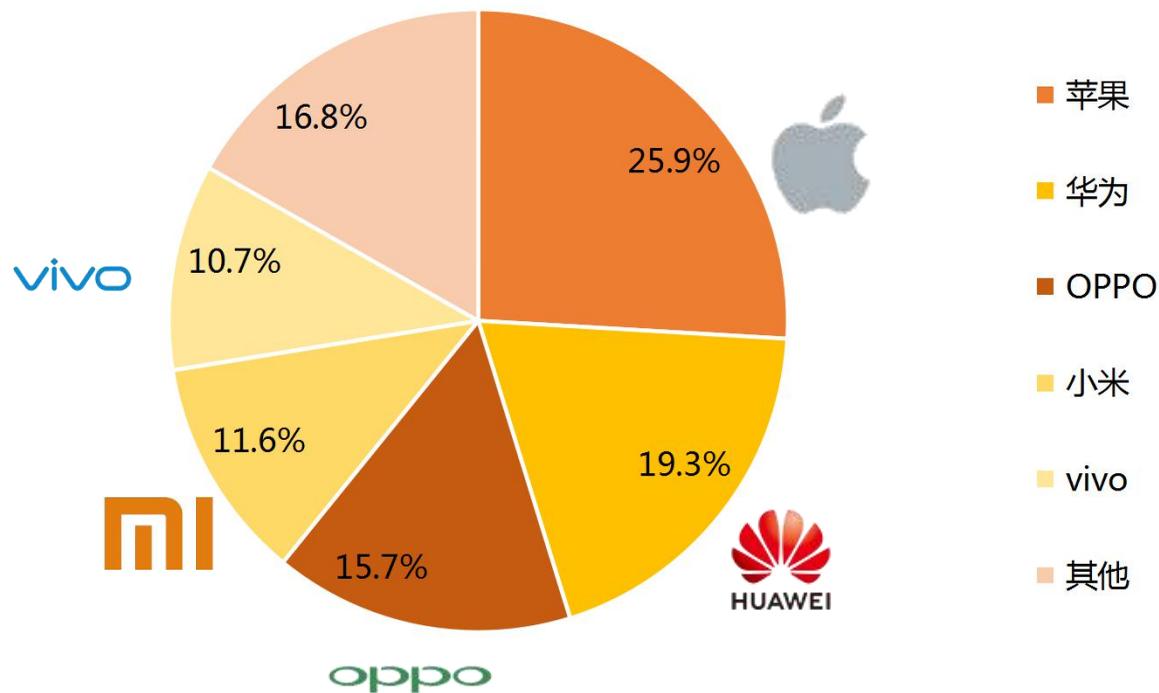
注：口碑由艾媒大数据舆情监测系统的言值衡量，言值客观实时反映网友对手机品牌的评论态度，数值范围0~100；50以上时正向言论越多数值越大，言论偏负面时数值常低于45。

数据来源：艾媒大数据舆情监控系统 (yq.iiimedia.cn)

监测时间截至2018年12月11日

# 资讯阅读类APP用户手机品牌分布

图2-8 2018年中国资讯阅读类APP用户手机品牌分布



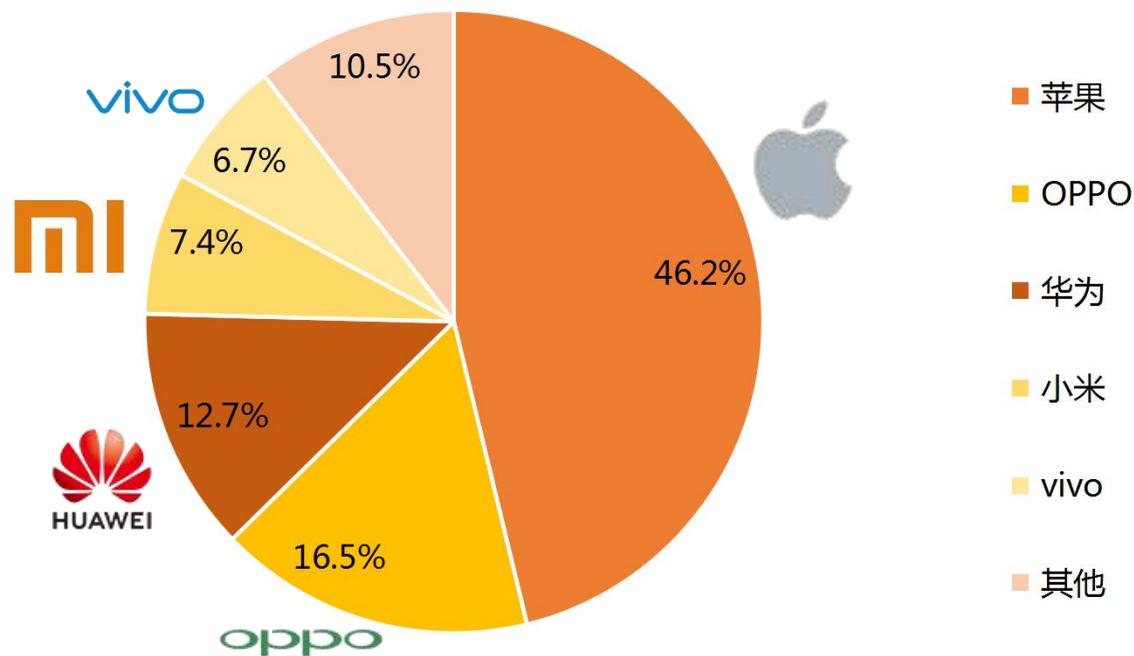
艾媒北极星监测数据显示，资讯阅读类APP用户的手机品牌超过两成为iPhone手机，其次是华为手机（19.2%）以及OPPO手机（15.7%）。资讯阅读类APP的华为手机用户相对于其他类别的APP，占比达到最高。

注：本图统计的华为手机包括华为及荣耀两个品牌。

数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx.iimedia.cn)

# 旅游出行类APP用户手机品牌分布

图2-9 2018年中国旅游出行类APP用户手机品牌分布



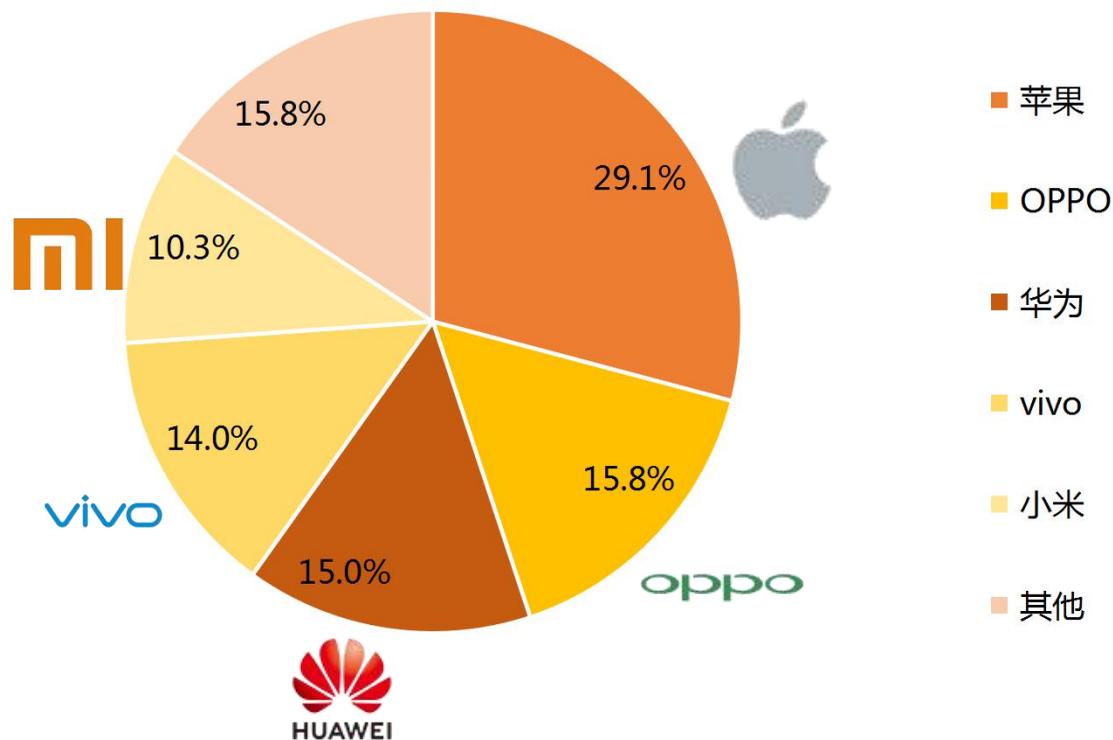
艾媒北极星监测数据显示，旅游出行类APP的iPhone用户占比接近50%，OPPO用户占比16.5%。旅游出行类APP用户使用这两款手机品牌的比重比其他类别的APP用户占比更高。

注：本图统计的华为手机包括华为及荣耀两个品牌。

数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx.iimedia.cn)

# 娱乐类APP用户手机品牌分布

图2-10 2018年中国娱乐类APP用户手机品牌分布



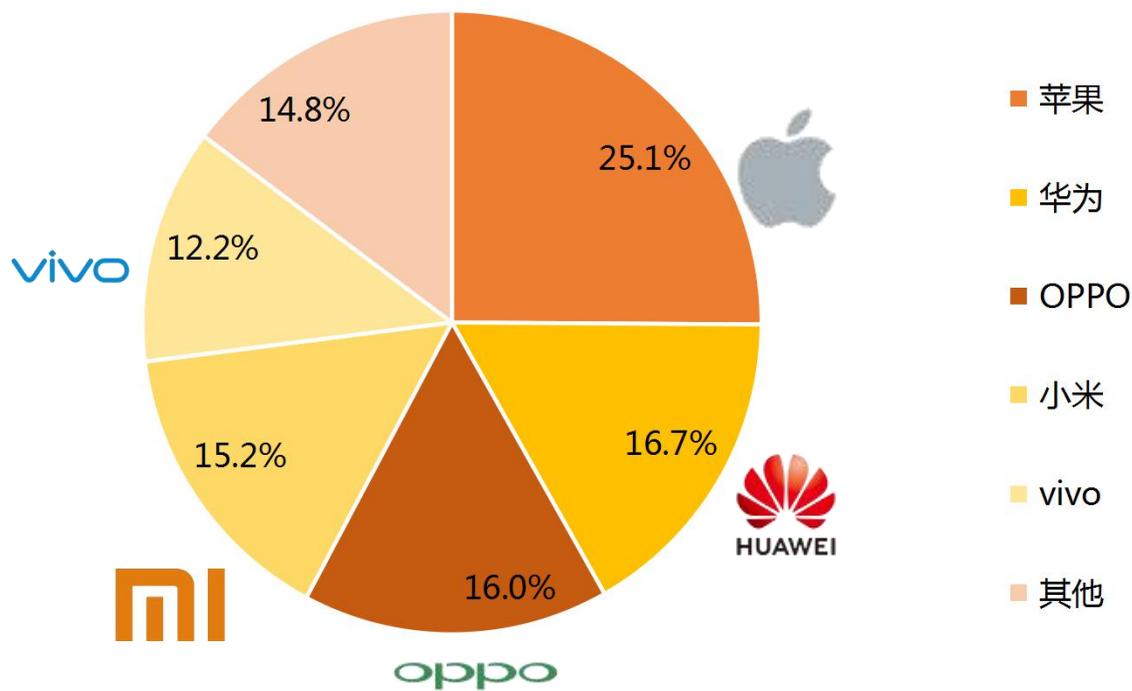
艾媒北极星监测数据显示，娱乐类APP用户的手机品牌仍然是iPhone手机占比最大，OPPO手机，华为手机以及vivo手机的用户占比相对接近。

注：本图统计的华为手机包括华为及荣耀两个品牌。

数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx. iimedia. cn)

# 网上购物类APP用户手机品牌分布

图2-11 2018年中国网上购物类APP用户手机品牌分布



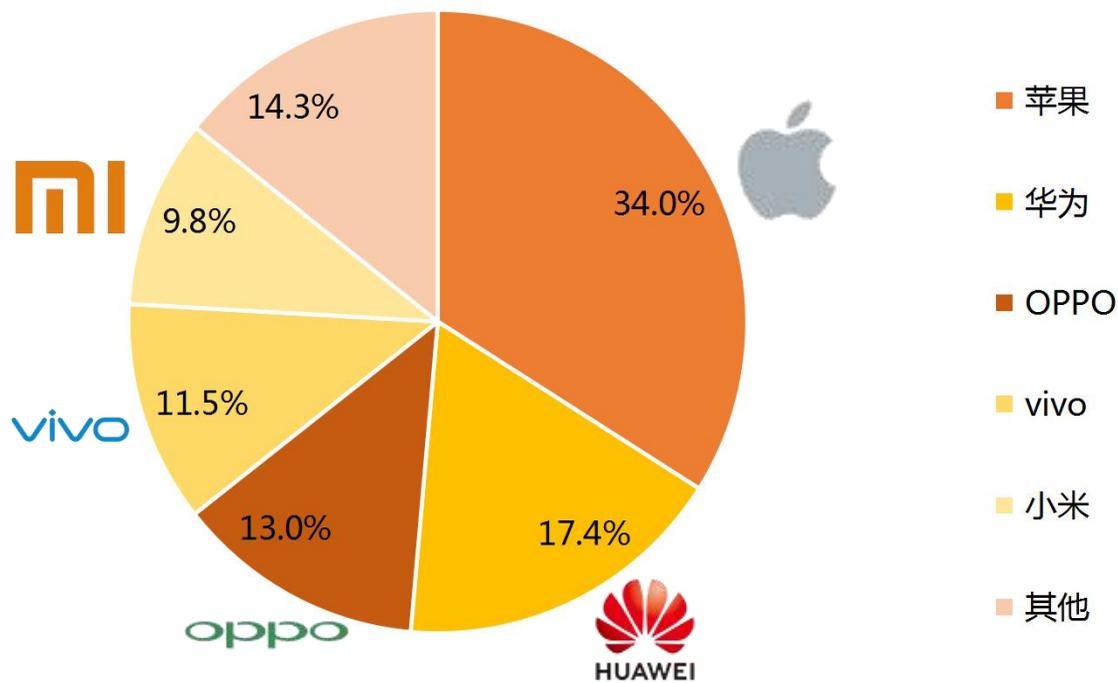
艾媒北极星监测数据显示，最受网购APP用户欢迎的手机品牌依然为iPhone，华为和OPPO。另外，小米手机的用户占比也值得关注（15.2%）。

注：本图统计的华为手机包括华为及荣耀两个品牌。

数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx.iiMedia.cn)

# 金融理财类APP用户手机品牌分布

图2-12 2018年中国金融理财类APP用户手机品牌分布



艾媒北极星监测数据显示，金融理财APP的iPhone用户占比较高，达到34.0%。除去iPhone用户，最受此类APP用户欢迎的手机品牌是华为手机，占比高达17.4%。

注：本图统计的华为手机包括华为及荣耀两个品牌。

数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx.iimedia.cn)

03

## 中国TOP5智能手机新品发布会舆情传播对比

# 中国TOP5手机品牌选取对比的新品发布会简介

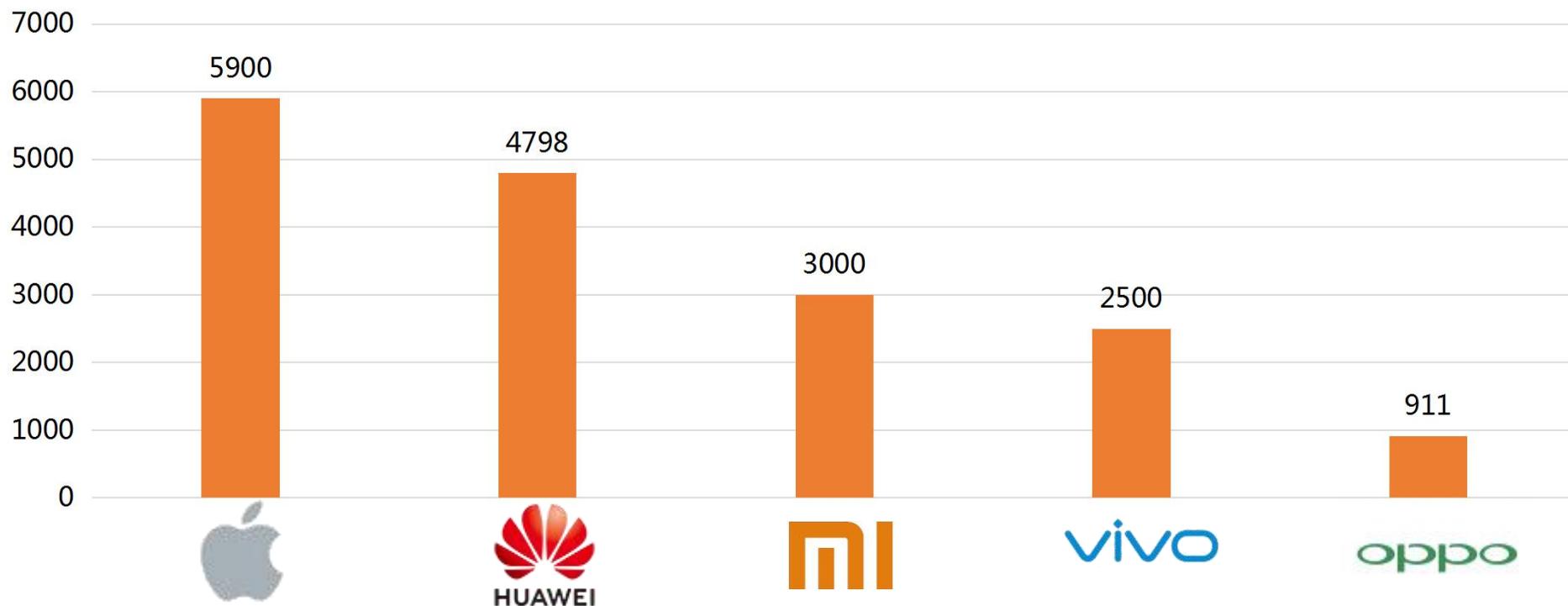
表3-1 2018年中国TOP5手机品牌选取对比的新品发布会简介

发布会名称	时间	地点	机型
华为Mate20发布会	2018.10.26	中国上海	Mate20
iPhone2018秋季发布会	2018.09.13	美国纽约	iPhone XS、iPhone XR、iPhoneXS Max
vivo NEX发布会	2018.06.12	中国上海	vivo NEX
OPPO Find X发布会	2018.06.20	法国巴黎	Find X
小米8发布会	2018.05.31	中国深圳	小米8、小米8SE、小米8探索版

# 传播热度：发布会当天舆情热度指数对比

iPhone的新品发布会当天舆情热度指数飙升最高，其次为华为的新品发布会。

图3-1 2018年中国TOP5手机品牌发布会当天舆情热度指数对比

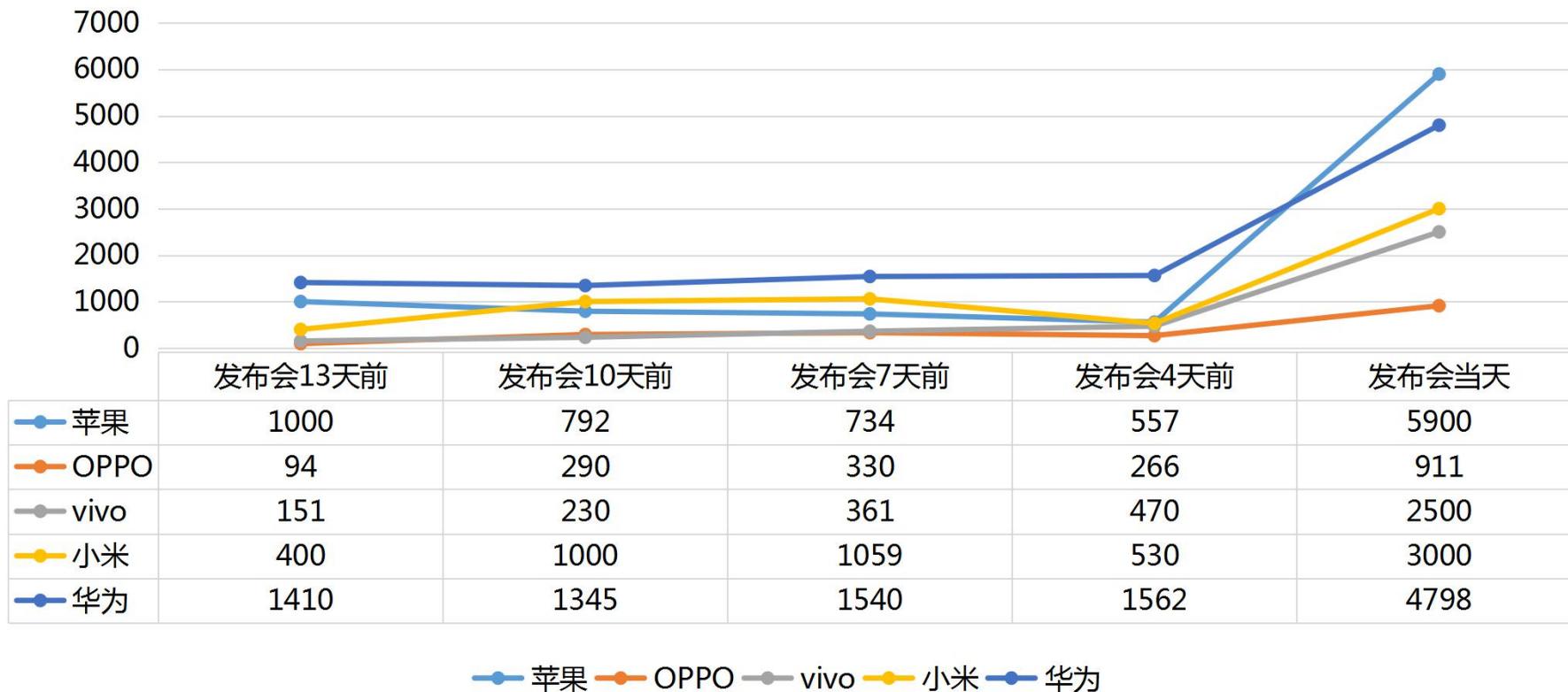


注：传播热度指各品牌新品发布会的辐射人群总量。选取对比的发布会分别为iPhone2018秋季发布会，华为Mate20发布会、小米8发布会、vivo NEX发布会以及OPPO Find X发布会。

数据来源：艾媒大数据舆情监控系统 (yq.iimedia.cn)  
监测时间截至2018年12月11日

# 持续时间：发布会舆情热度指数变化对比

图3-2 2018年中国TOP5手机品牌发布会舆情热度指数变化对比

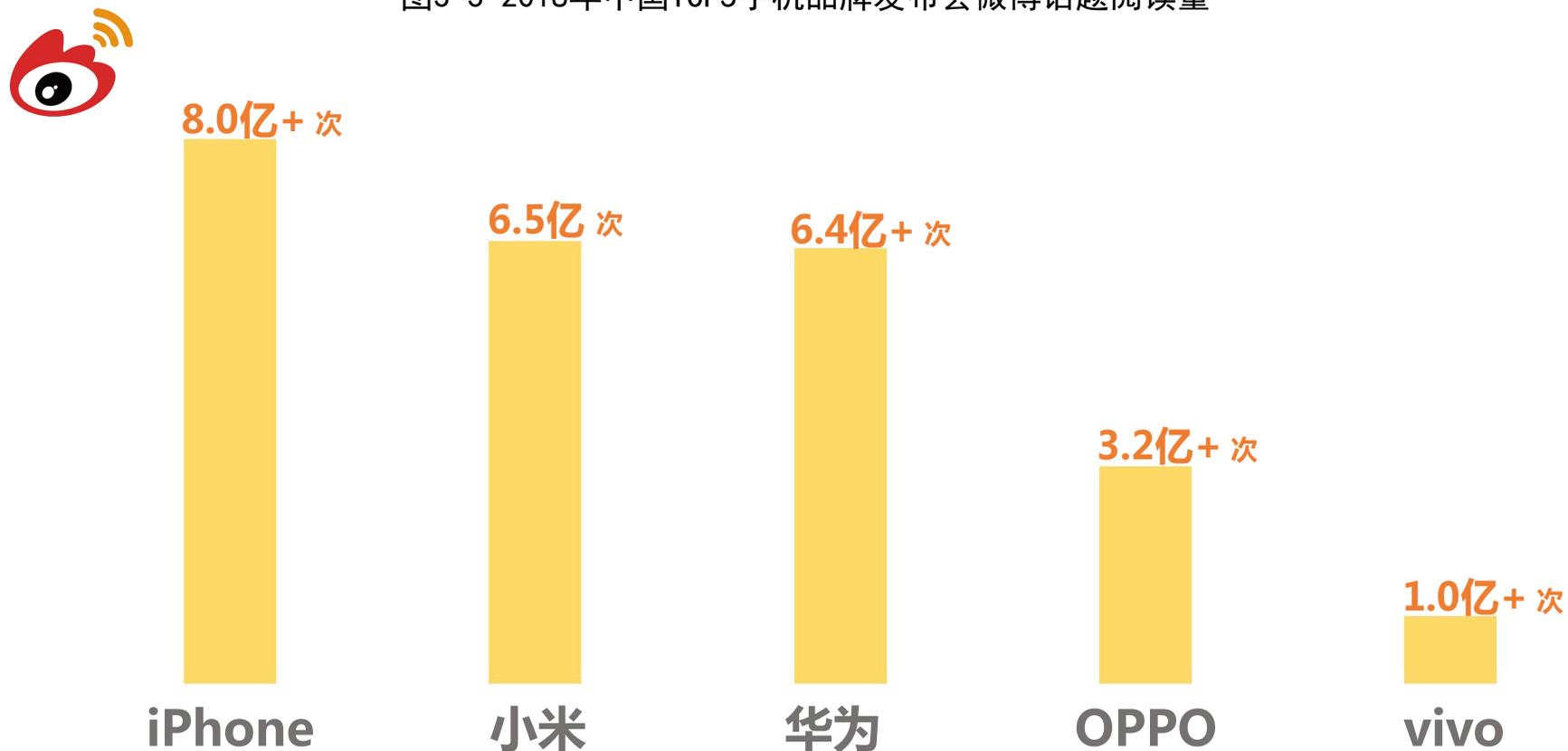


注：持续时间指发布会引起舆论关注的持续时长。

数据来源：艾媒大数据舆情监控系统 (yq.iimedia.cn)  
监测时间截至2018年12月11日

# 传播声量：iPhone发布会传播情况最为热烈

图3-3 2018年中国TOP5手机品牌发布会微博话题阅读量

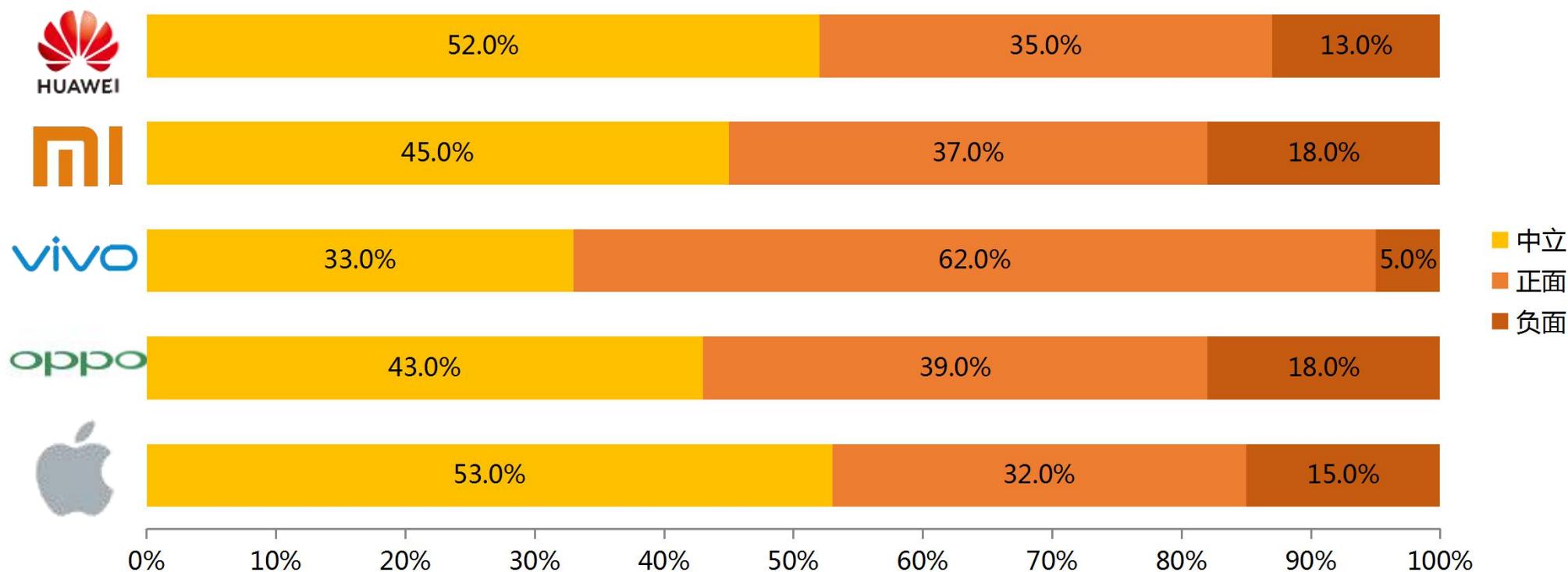


注：传播声量是指发布会的覆盖媒体量。

数据来源：艾媒大数据舆情监控系统 (yq.iiMedia.cn)  
监测时间截至2018年12月11日

# 媒体态度：iPhone获取媒体正面评价占比最低

图3-4 2018年中国TOP5手机品牌发布会媒体态度分布

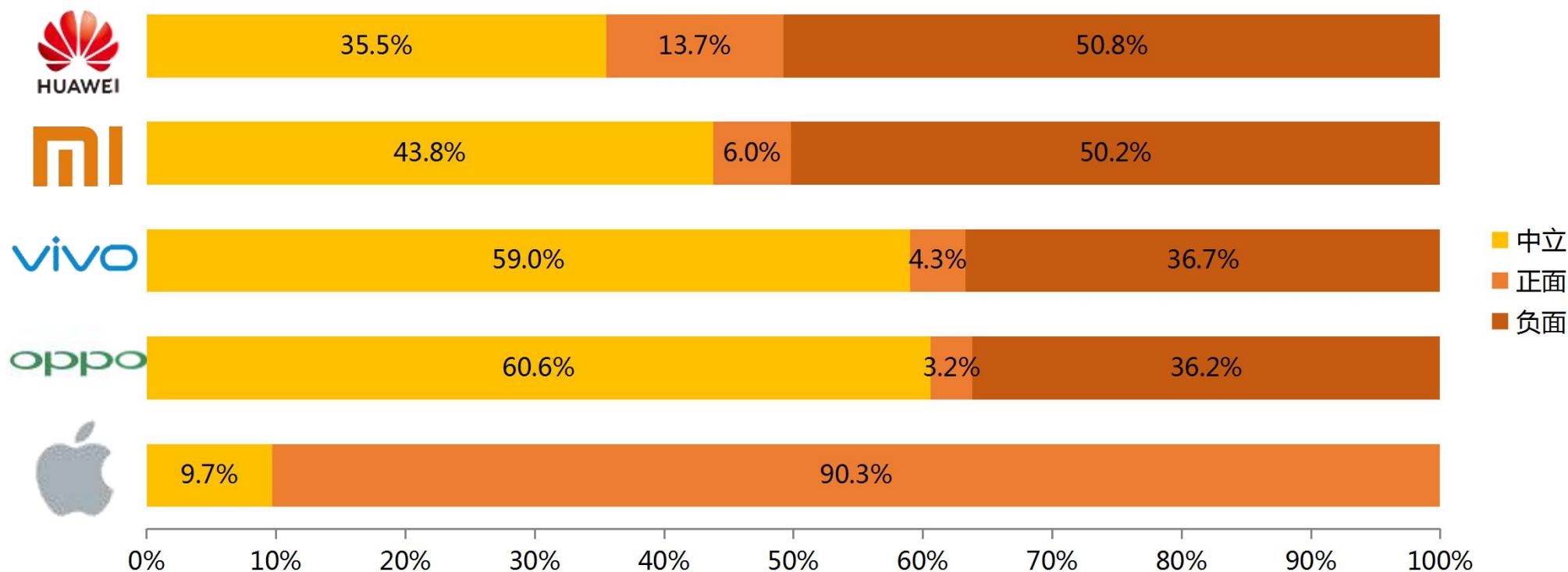


注：媒体态度指媒体的正负态度。

数据来源：艾媒大数据舆情监控系统 (yq.iimedia.cn)  
监测时间截至2018年12月11日

# 网民口碑：iPhone新品负面评价最多

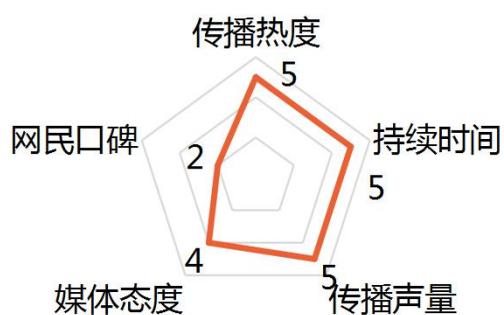
图3-5 2018年TOP5手机品牌发布会正负面评价比较



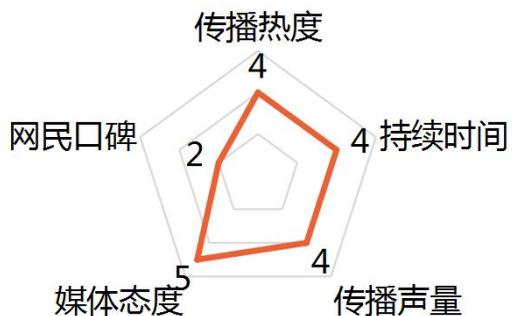
注：网民口碑是网民对发布会的评价，依据艾媒言值的数值。

数据来源：艾媒大数据舆情监控系统 (yq.iimedia.cn)  
监测时间截至2018年12月11日

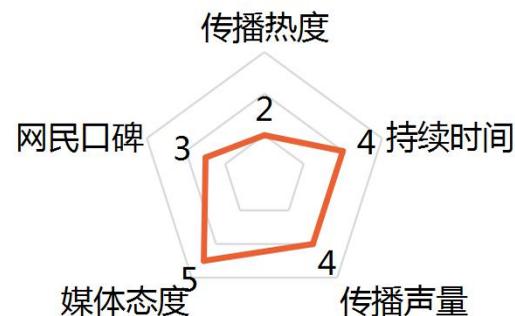
# TOP5智能手机发布会传播力指数



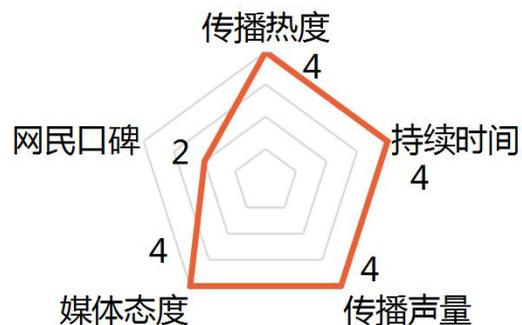
iPhone传播力指数：21



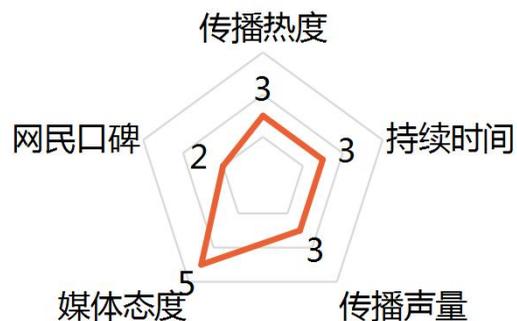
小米传播力指数：19



OPPO传播力指数：18



华为传播力指数：18



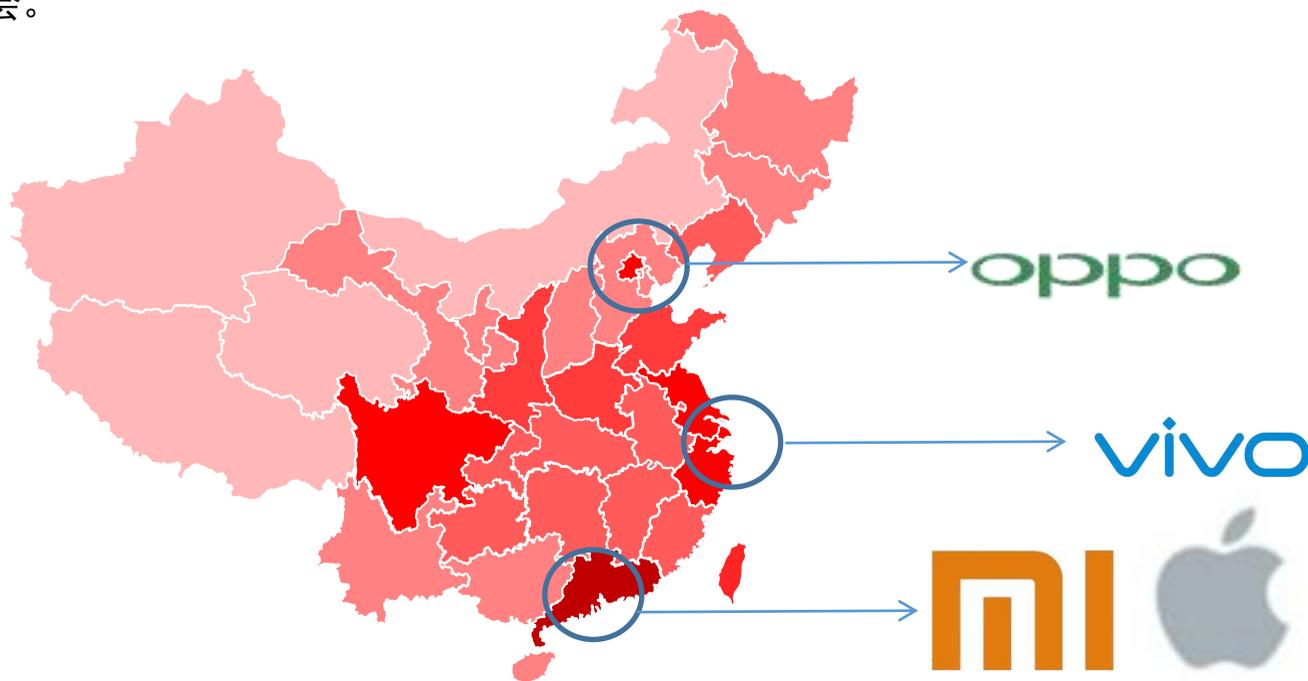
vivo传播力指数：16

注：传播力指数是对发布会传播情况的标准化赋值，赋值范围为0-20分，分数越高则证明传播效果越好。传播力指数就具体包括传播热度、持续时间、传播声量、媒体态度和网民口碑五个维度，每个维度为0-5分。

数据来源：艾媒大数据舆情监控系统 (yq.iimedia.cn)  
监测时间截至2018年12月11日

# 网民对品牌发布会关注度地域分布

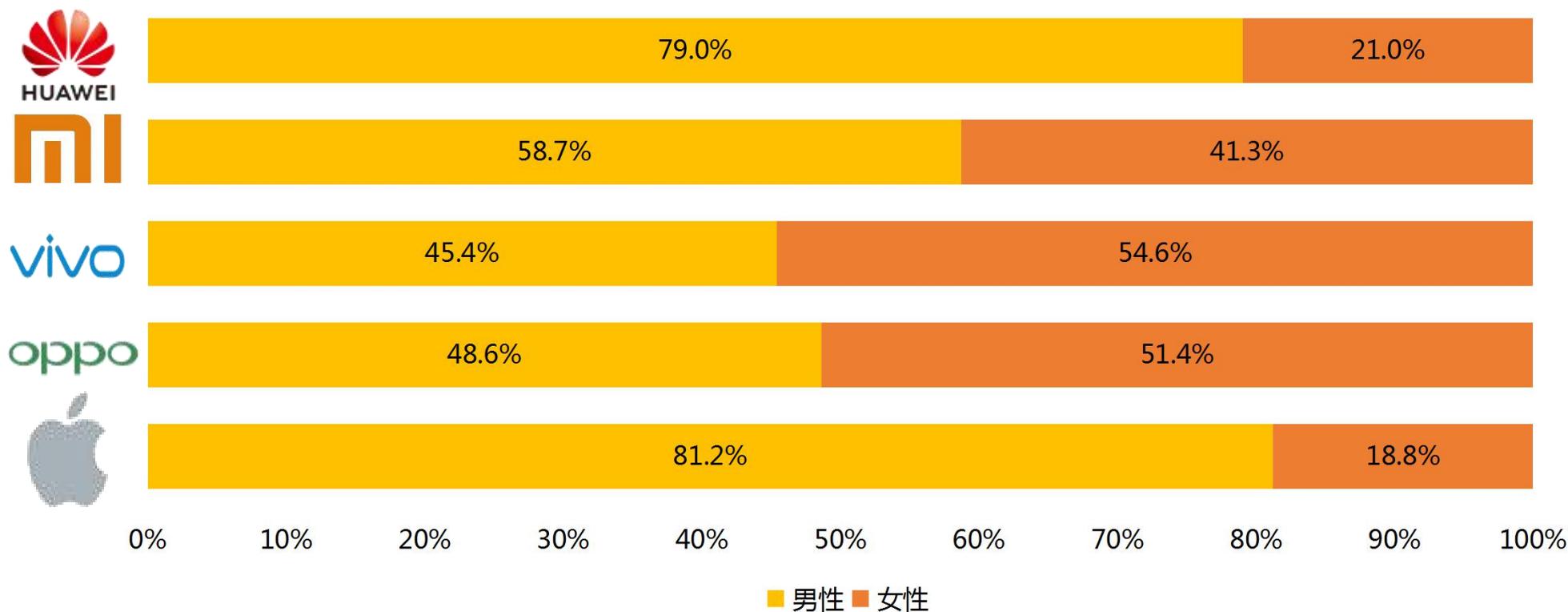
艾媒大数据舆情监控系统数据显示，广东网民最为关注iPhone和小米发布会，北京网民最关注OPPO发布会，上海网民则最关注vivo发布会。



数据来源：艾媒大数据舆情监控系统 (yq.iimedia.cn)  
监测时间截至2018年12月11日

# 近八成iPhone发布会关注者为男性，OV偏向女性市场

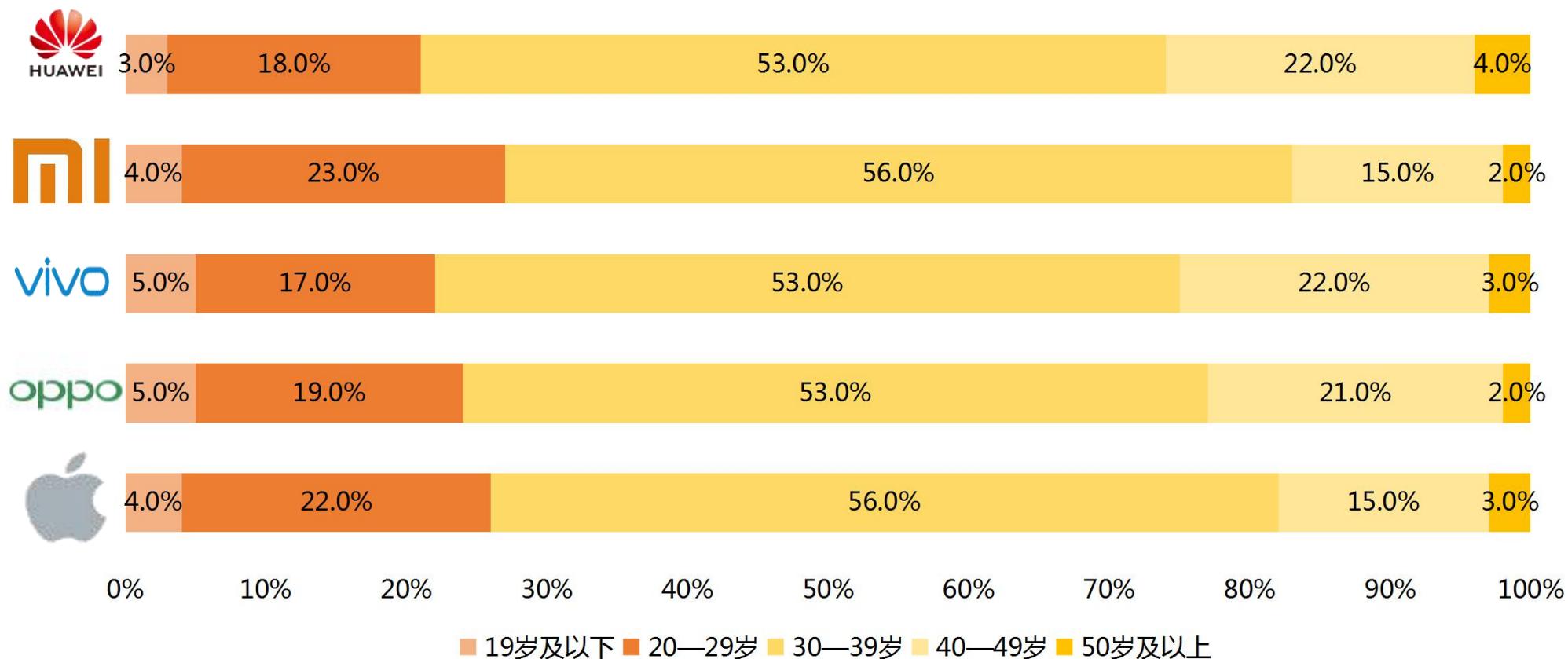
图3-6 2018年中国TOP5手机品牌产品发布会关注者性别分布



数据来源：艾媒大数据舆情监控系统 (yq.iimedia.cn)  
监测时间截至2018年12月11日

# 手机品牌发布会关注者以中青年为主

图3-7 2018年中国TOP5手机品牌发布会关注者年龄分布



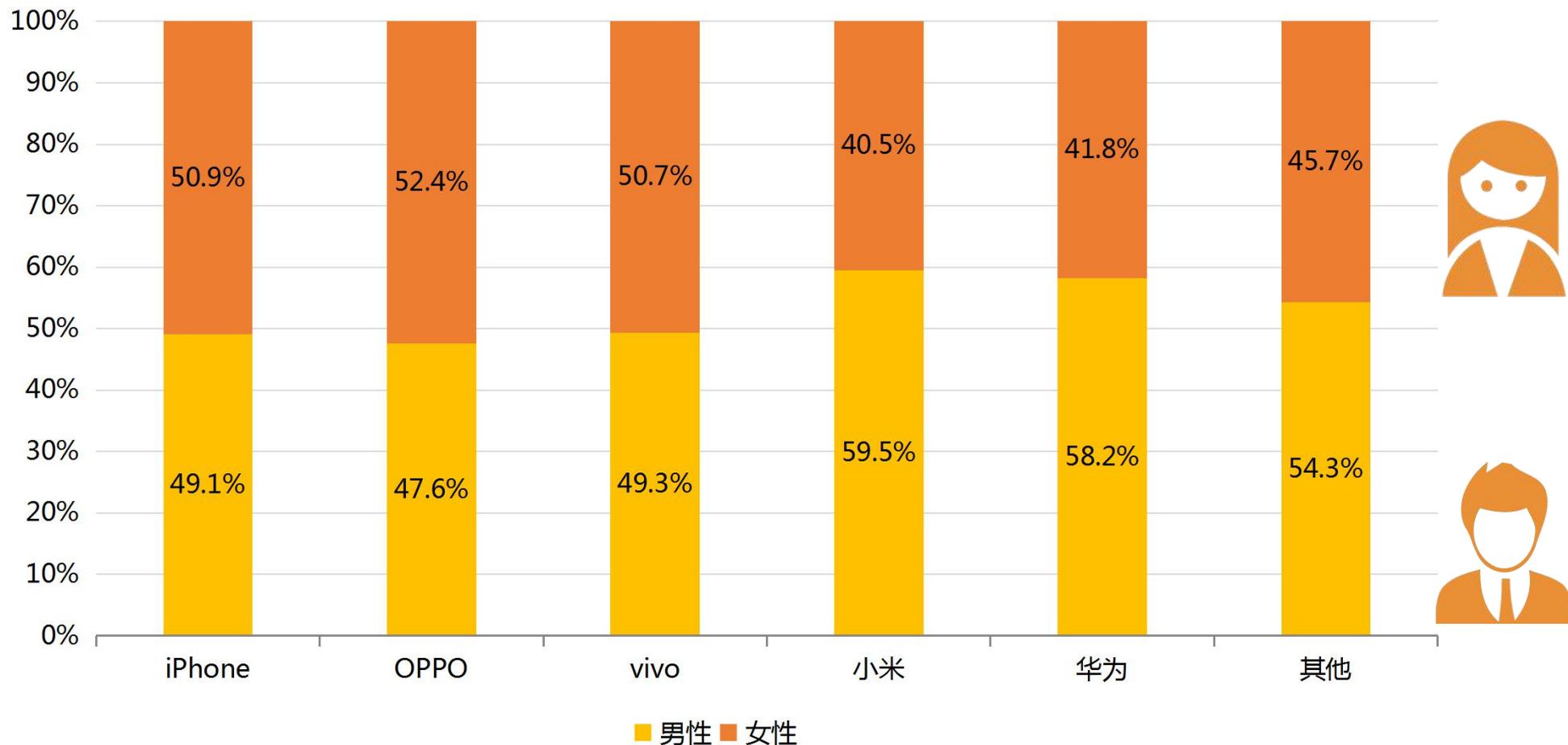
数据来源：艾媒大数据舆情监控系统 (yq.iiimedia.cn)  
监测时间截至2018年12月11日

04

## 中国TOP5手机品牌用户画像分析

# 小米华为男性用户占比最高，OPPO女性用户占比最高

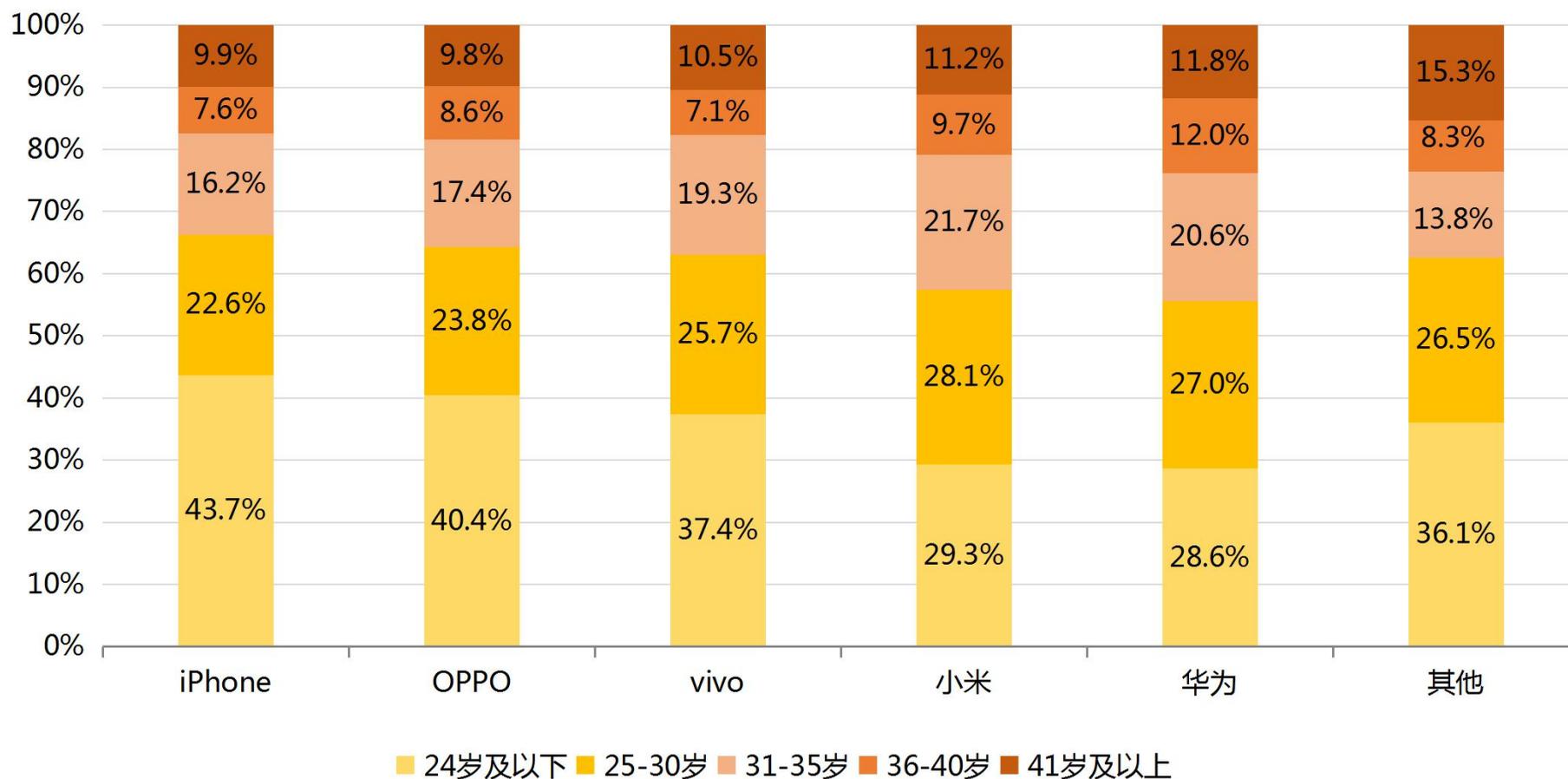
图4-1 2018年中国各手机品牌用户性别分布



数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx.iiMedia.cn)

# 华为手机中年用户占比最高，iPhone用户普遍年轻

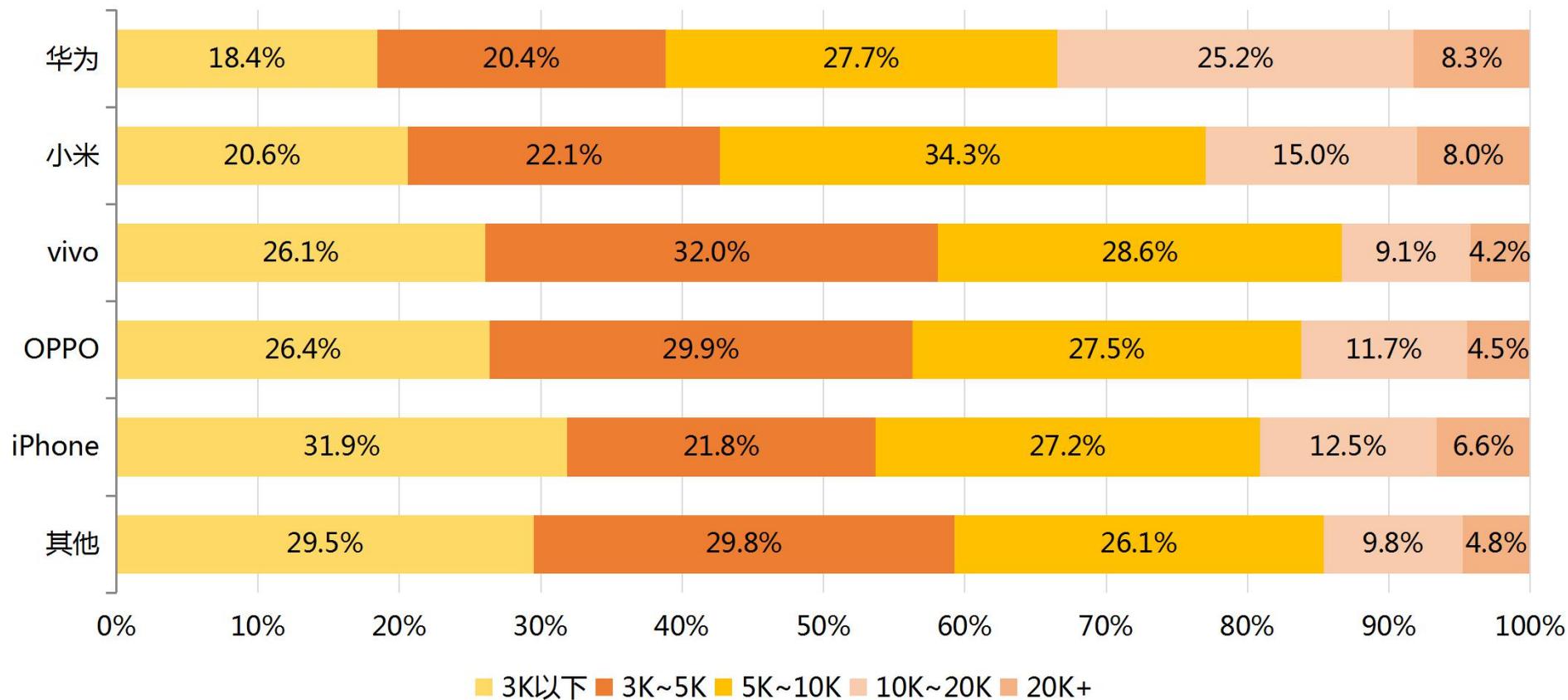
图4-2 2018年中国各手机品牌用户年龄分布



数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx. iimedia. cn)

# 华为更受高收入人群青睐

图4-3 2018年中国各手机品牌用户月收入分布



数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx. iimedia. cn)

# 各手机品牌用户画像



## 商务族、爱国族

华为手机的用户偏爱使用资讯阅读类APP，理财投资类APP用户占比仅次于iPhone，高收入人群和中年人群占比最高。

## vivo 爱美族

vivo手机的用户偏爱使用娱乐类的APP，一般为月收入低于5K的已婚女性。

## MI 蓝领族

小米手机的用户偏爱使用网购类APP，以25到35岁、收入中等的男性为主。



## 学生族、职场族

iPhone手机的用户在各类APP中占比都居于首位，用户人群普遍年轻，收入属中低档，多为年轻的学生和职场人员。

## oppo 潮流族

OPPO手机的年轻女性用户占比最高，偏爱使用旅行类以及网购类APP。

数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx.iimedia.cn)

05

## 中国智能手机产业发展趋势

# 中国智能手机产业发展趋势

## 01

- ◆ 5G通讯技术：在高通、华为等厂商的努力下，5G研发技术不断取得新突破。中国联通和移动两大运营商已经在全国多个城市设定5G运营试点。
- ◆ 屏幕工艺：目前，全面屏，曲面屏，异形屏，折叠屏，柔性屏等已经成为热门，手机屏幕成为新的手机比拼点。
- ◆ 无线充电：目前市面上已经出现无线充电的产品和设计，例如，iPhone在2017年发表的AirPower能够支援多装置同时充电，也带动相关厂商朝此方向发展。相信在解决了距离、造价等问题后，无线充电将成为手机发展的新趋向。
- ◆ 双摄配置：画质需求促使传统单摄革新升级为双摄，未来市场空间大。不同像素立体摄像头、同像素黑白双摄像头、同像素平行双摄像头和广角+长焦摄像头等差异化细分技术路径，助力双摄渗透率提升，市场空间将进一步扩大。
- ◆ 解锁方式：正面指纹解锁、侧面指纹解锁以及背面指纹解锁等解锁方式已被开发，面部识别解锁以及屏下指纹解锁等更加智能的解锁方式将成为新的解锁趋势。
- ◆ 人工智能：随着智能处理器、仿生芯片、智能语音助手等推出，人工智能越来越受到手机厂商的关注，在未来的手机发展中必有一席之地。

## 02

iPhone新款机型用户认可度不高。

- ◆ 目前，iPhone依然在中国智能手机市场占有优势，但iPhone用户的机型分布显示，53.5%的用户仍在6系列（包括iPhone6、iPhone6 Plus以及iPhone6s Plus），其原因或为iPhone的6系列在市场流通量较多，价格相对便宜。而iPhone的新款机型用户占比较低，某种程度上反映出iPhone新款机型用户认可度不高。

## 03

智能手机品牌的用户分层趋于明显。

- ◆ 高端手机品牌中，高收入的用户更倾向使用华为手机，iPhone则更受跟随潮流的年轻学生欢迎。
- ◆ OPPO和vivo将以略低于高端手机品牌的价格以及不断更新的功能继续占领二三线城市的智能手机市场。
- ◆ 拥有价格优势的小米手机则更受到中学生以及蓝领的青睐。

## 04

### 5G通讯技术引领智能手机市场大洗牌。

- ◆ 智能手机经历过2G, 3G的时代, 手机用户则经历了诺基亚、飞利浦、摩托罗拉、酷派和三星等换机历程, 通讯技术变更必会引发手机产业的更新换代。
- ◆ 5G手机将在2019年试商用并在2020年正式商用, 智能手机用户即将面临换机高峰, 预示智能手机市场也将面临重新洗牌, 形成新的手机市场格局。

## 05

### 华为或将战胜iPhone, 成为全球手机市场上排名第一。

- ◆ 2018年第三季度, 华为手机的全球出货量已经超越iPhone手机, 市场份额同比上涨是iPhone的32倍。
- ◆ 华为手机覆盖的市场范围广, 拥有极大的价格优势, 加上其不断更新的手机功能, 华为正获得越来越多来自高端领域的认可, 有望成为与iPhone在市场上抗衡的国产智能手机。

**智能硬件产业新视角的来源：**艾媒智能硬件产业研究中心是艾媒研究院（iiMedia Institute）的一部分，中心针对智能硬件产业商业模式与投资决策两项最重要的问题进行深入研究，并围绕当前企业面对的复杂挑战提出了新思路。

先进的大数据监测手段，尖端的研究和深刻的洞察分析为我们的客户提供了他们所需的见解和决策资讯，令他们可以借助新经济时代的互联网思维重新审视当前的社会环境和产业结构，选择最有效的方式应对不断变化的环境。

需要了解有关iiMedia Research和更多研究，请访问<http://www.iimedia.com.cn/consult.jsp>

本报告是我们智能硬件产业解决方案中心研究成果的一部分，后续我们将继续在智能硬件产业领域开展相关研究，敬请关注。

# 关于艾媒咨询



iiMedia Research (艾媒咨询) 是全球知名的新经济产业第三方数据挖掘和分析机构，2007年诞生于广州，在广州、香港、北京、上海、硅谷设有运营和分析机构。艾媒咨询致力于输出有观点、有态度、有结论的研究报告，以权威第三方实力，通过艾媒大数据决策和智能分析系统，结合具有国际化视野的艾媒分析师观点，在产业数据监测、调查分析和趋势发展等方向的大数据咨询具有丰富经验。艾媒每年公开或定制发布新经济前沿报告超过500份，覆盖了人工智能、新零售、电商、教育、视频、生物、医疗、音乐、出行、房产、营销、文娱、传媒、金融、环保与公共治理等领域，通过深入数据挖掘，通过数学建模，分析推理与科学算法结合，打造有数据、有理论支撑的大数据分析成果。艾媒咨询的数据报告、分析师观点平均每天被全球超过100家主流媒体，1500家(个)自媒体、行业KOL使用，覆盖语言类型包括中、英、日、法、意、德、俄、阿等约二十种主流官方版本。

基于公司自主研发的“中国移动互联网大数据挖掘与分析系统(CMDAS)”，艾媒咨询建立了互联网运营数据、企业舆情和商情、用户属性和行为偏好、零售数据挖掘、广告投放效果、商业模式等多维度的数据监测体系，可视化还原“数据真相”，实现市场趋势的捕捉和用户信息的洞察，提升品牌的行业竞争和影响力。

### **POIIMedia(艾媒輿情)** **大数据輿情监控系统** (yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘技术，全面满足客户各类需求，危机预警追踪。



### **DatallMedia(艾媒北极星)** **移动应用运营监测** (bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，透视用户活跃留存流失，提升推广效率降低成本。



### **SurveyiiMedia(草莓派)** **用户感知与体验监测** (survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，了解用户主观消费意愿，获取用户客观服务评价。



### **SoicaliiMedia** **微信微博媒体监测** (SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，评估公众号的传播实力，识别受众兴趣与偏向。



### **RankingsiiMedia(艾媒金榜)** **权威消费品牌评价监测** (ranking.iimedia.cn)

独有的iiMedia大数据评价模型，结合多个维度实现品牌价值评价与排名；提供中立、客观的品牌信息及购物消费指南。



### **ADiimedia** **移动广告效果监测** (www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全流程用户行为跟踪，投放策略建议与优化。



## —— 艾媒咨询大数据监测体系 ——

# 法律声明



## 权利声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）制作，文件所涉的文字、图片、商标、表格、视频等均受中华人民共和国知识产权相关法律保护，经许可引用时请注明报告来源。

未经艾媒咨询许可，任何组织或个人均不得以任何形式擅自使用、复制、转载本报告或向第三方实施许可，否则，艾媒咨询将保留追究其一切法律责任之权利。艾媒咨询允许媒体和学术研究机构部分引用本报告数据和相关内容，但是必须标注出处。

## 免责声明

本报告所涉之统计数据，主要由行业访谈、用户调研、市场调查、桌面研究等样本数据，结合专业人员分析及艾媒咨询大数据系统监测、艾媒相关数据分析模型科学计算获得。由于调研样本及计算模型的影响与限制，统计数据仅反映调研样本及模型计算的基本情况，未必能够完全反映市场客观情况。鉴于上述情形，本报告仅作为市场参考资料，艾媒咨询不因本报告（包括但不限于统计数据、模型计算、观点等）承担法律责任。

**阅读、使用本报告前，应先审慎阅读及充分理解上述法律声明之内容。阅读、使用本报告，即视为已同意上述法律声明；否则，请勿阅读或使用本报告。**

# 艾媒商城

只做优质报告!



扫描二维码查看更多报告

咨询

网址: <http://report.iimedia.cn>

邮箱: [report@iimedia.cn](mailto:report@iimedia.cn)

商城会员及平台充值享受更多优惠! 详情请联系客服 ↑

<http://report.iimedia.cn> 一键定制 

# 用数据说话！

*Since 2007, we focus on New Economy!*

