

2023手机服务消费洞察报告

©2023.5 iResearch Inc.



手机服务种类和主体多元化，从售后延伸至全生命周期

- 最初的手机服务主要由厂商和第三方的服务商提供，服务内容也限于故障维修等基础的售后场景
- 随着电商平台的日趋完善以及手机在人们生活中的介入度提升，服务场景和种类进一步拓展，覆盖了售前、售中、售后



手机服务解决了用户购机、用机中对“省钱”和“放心”的诉求，受到市场认可

- 在购机过程中考虑手机服务（如增值服务、售后保障服务等）的用户超过四成，较去年明显增加
- 研究显示，“省钱”和“放心”是用户在购机用机过程中的关键诉求，各平台推出的碎屏险、以旧换新、保值换新等服务不但可以帮助用户节省手机购买及维修保养支出，也提供了更多便捷的履约选择



各渠道专注手机服务的创新和拓展，不断完善履约能力

- 电商平台、厂商作为手机服务的重要提供方，不断完善服务细则和服务标准的同时也致力于推出各种创新增值服务
- 线上获取手机服务变得更加灵活便捷，到家、到店、寄修等多种履约形式也给消费者更多选择。不但满足用户即时快速的购机用机需求，也在深层需求和个性化服务方面提升用户的体验感

研究背景

随着智能手机的不断迭代和普及以及互联网技术的发展，手机服务成为行业的新趋势，消费者对服务提出更高的要求；供给侧，智能机市场由增量转为存量，服务成为差异化竞争的新方向。

在此背景下，我们通过对全国手机用户和手机服务行业端的调研，以期通过案头研究、定性访谈以及问卷调研手段来洞察行业现状及趋势、用户画像特征和需求现状，例证手机行业服务的发展现状和消费者需求趋势。

01 桌面研究

通过国家官方口径资料、权威调研报告、动态新闻资讯、电商平台数据（京东等）的信息研究、梳理手机服务行业的发展历程、现状和未来趋势。

02 定性访谈

利用座谈会和一对一深访的形式，挖掘手机用户对服务的认知、体验现状，探究未来期待的服务内容和需求。

03 问卷调查

通过艾瑞智研平台的问卷收集，了解手机消费群体的购买使用行为习惯，进一步验证对手机服务的需求和考量。

手机服务行业背景及发展趋势

1

用户特征及购机用机考量现状

2

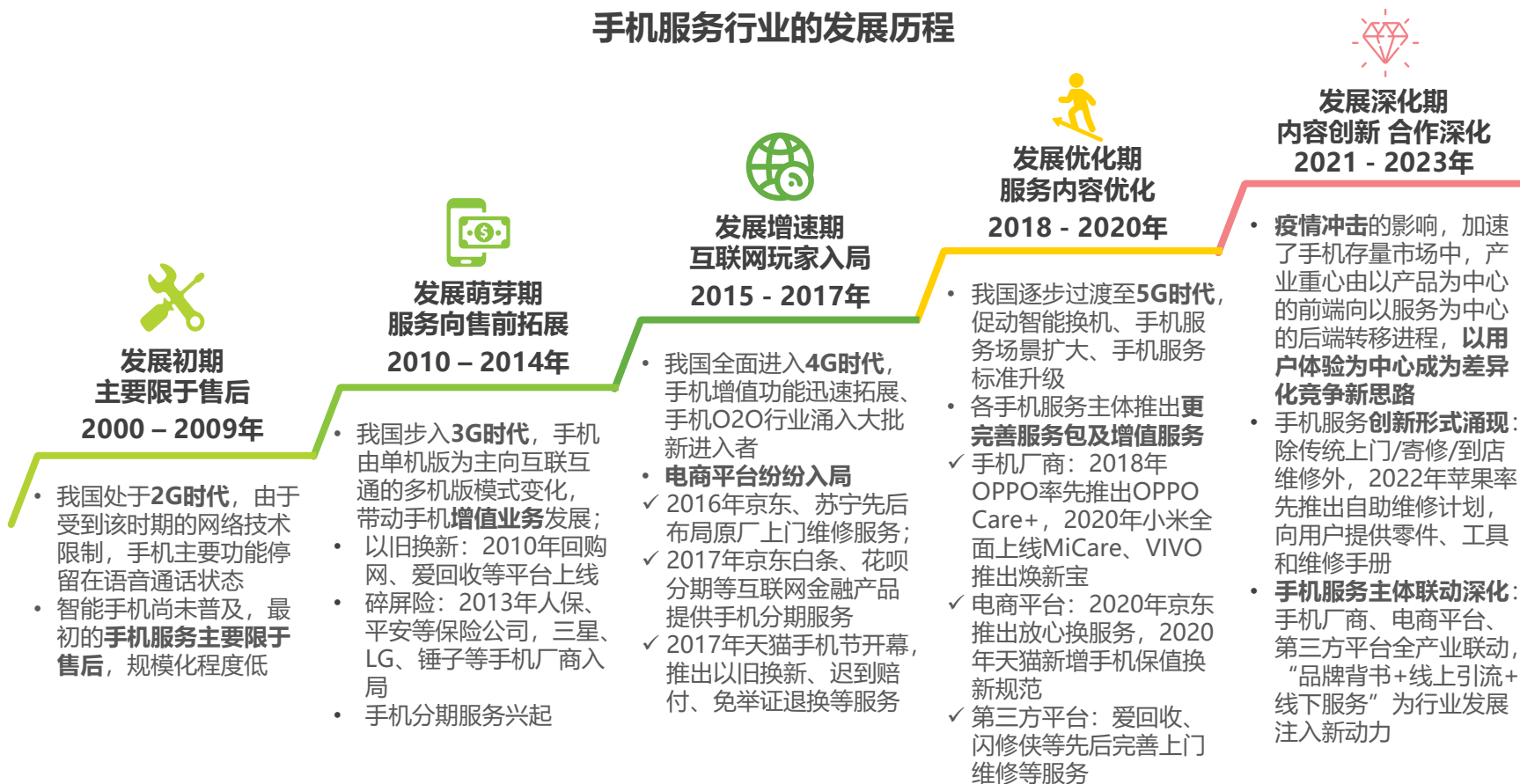
手机服务需求与创新趋势

3

手机服务从售后延伸至全生命周期

经历多年的发展，手机服务内容与主体多元化，手机服务的性质也从支持辅助销售向独立创新方向转变。

手机服务行业的发展历程



来源：艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

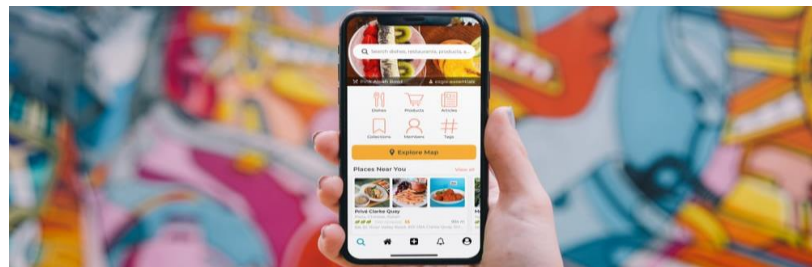
行业供需变化下，服务成为新突破点

另一方面，手机行业竞争加剧，供给方将服务优化作为新的增长点；同时，随着手机在人们生活中重要性提升，消费者在购机用机期间也开始更多将服务纳入考量范围。



供给侧变化

- ◆ **行业增长乏力，各方不断寻求突破点：**疫情影响持续而深远，厂商及渠道商不断从人群广度和深度上去探索，寻求增长点，比如下沉市场、老龄人群、大学生
- ◆ **手机厂商竞争激烈，探索服务加持：**国内五大手机品牌市场份额相差不大，竞争激烈，在手机产品创新同时强调服务供给，以服务作为触点来维系和抢夺用户
- ◆ **电商平台持续开展服务创新：**以服务促营销是电商平台的共识，电商平台都在探索服务产品创新以促进线上成交。
- ◆ **跨平台合作，合力创新：**平台相互合作进行创新可以更好的服务于消费者，实现1+1大于2的效果，比如手机厂商与即时配送平台或共享充电企业的合作、电商与第三方回收平台的合作



需求侧变化

- **用户换机周期拉长：**用户换机周期拉长，对现有手机的使用维护更加更重视，利好手机维修、保养、回收和换新等服务领域
- **手机购买行为转向线上：**疫情下全球智能手机线上渠道销售份额持续增长，从2019的25%增长到2022年的32%，渠道融合趋势明显
- **手机服务在购机过程中的重要性日益提高：**根据艾瑞的调研，购机决策中服务因素的占比从2021年的40%增长到2022年的44%。服务对手机销售的拉动作用不断提升

来源：综合公开资料，艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

电商平台和门店的终端服务触达能力强 iResearch 艾瑞咨询

手机服务行业由多方参与，其中电商平台和线下门店作为重要的手机销售渠道，终端触达力强，服务场景覆盖最全面。



来源：综合公开资料，艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

手机服务行业背景及发展趋势

1

用户特征及购机用机考量现状

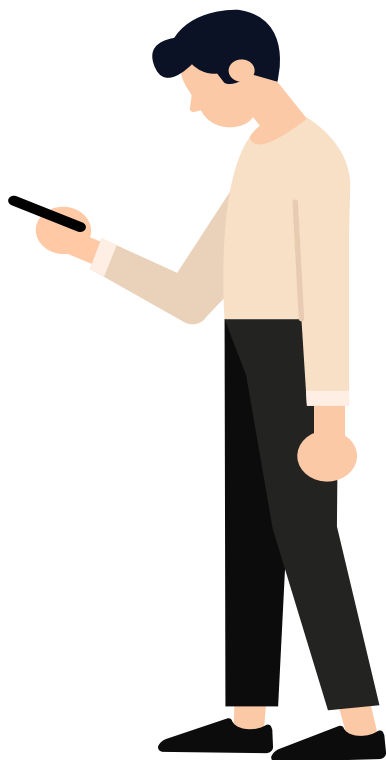
2

手机服务需求与创新趋势

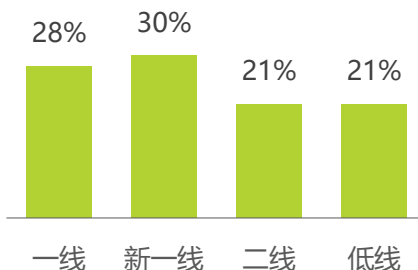
3

手机服务消费人群描摹

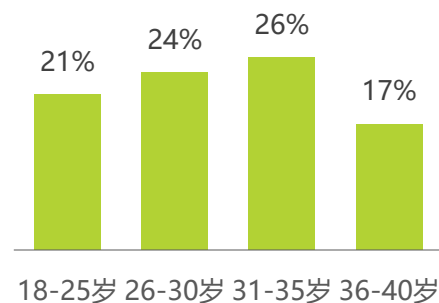
购买过手机服务的人群中主要集中在高线城市，男性比例略高，26-35岁是主力消费年龄段。



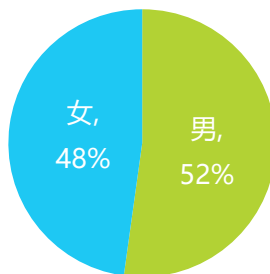
城市级别分布



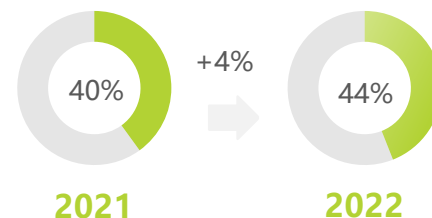
年龄分布



性别分布



手机服务对购机决策的影响

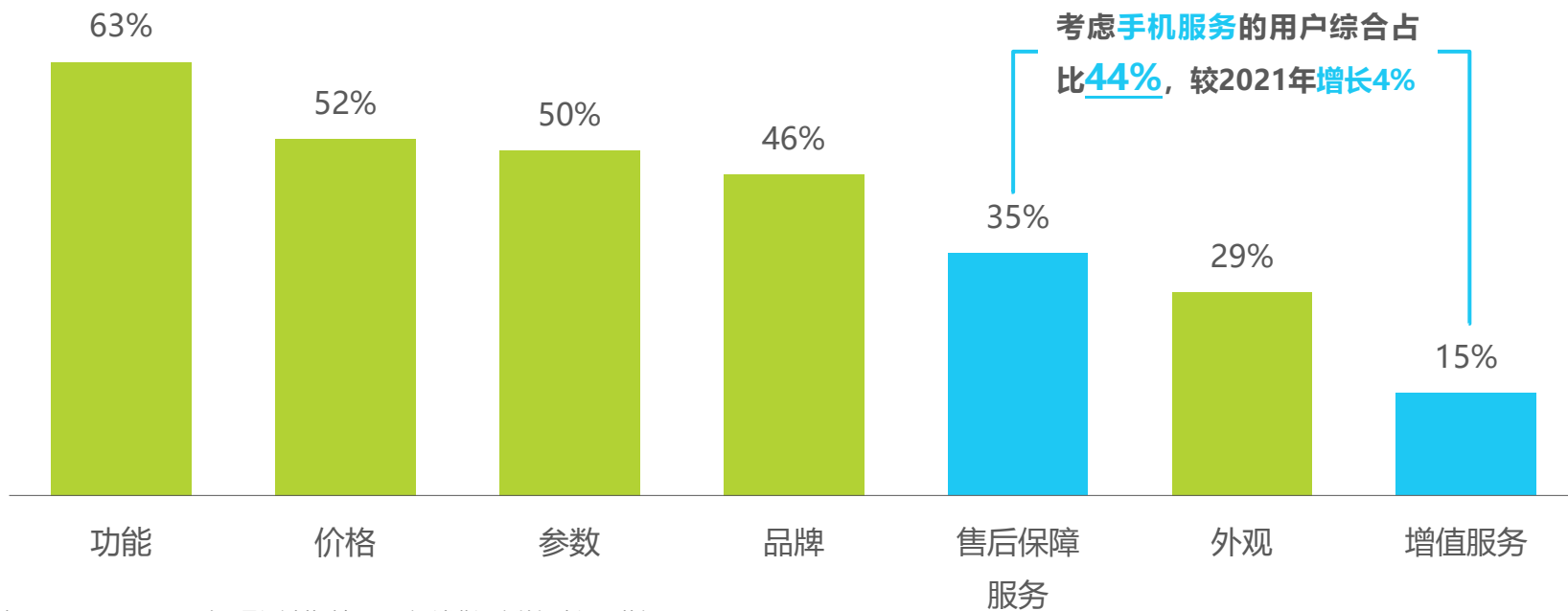


样本：N=2126，于2022年6月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

手机服务在购机决策中的影响日益增加 iResearch 艾瑞咨询

手机服务对购机决策的影响日益凸显，44%的用户会在购机期间考虑手机服务，这一比例较上年增长4%；此外，价格是除功能以外最受关注的因素。

用户选购手机考虑因素



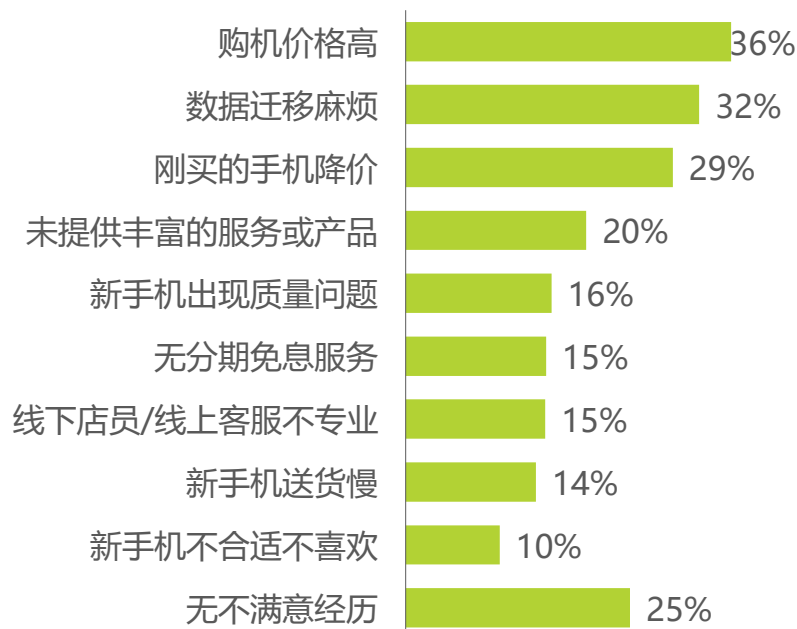
样本：N=2126，于2022年6月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

价格和便利性是购机中面临的主要痛点 iResearch 艾瑞咨询

购机价格高、数据迁移麻烦、刚买手机降价是用户面临的主要负面体验。



手机购买过程中的负面体验



样本：N=2126，于2022年6月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

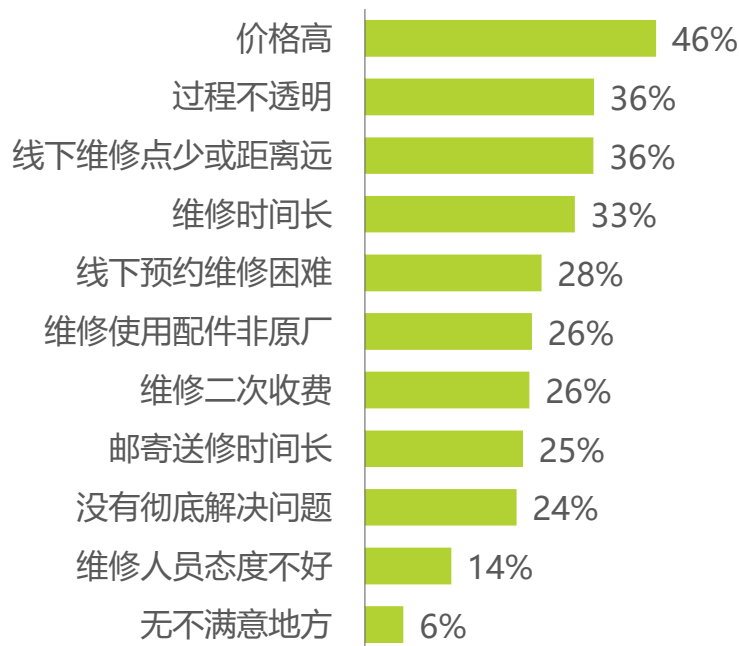
用机中面临卡顿、电池老化、碎屏问题 艾瑞咨询

使用卡顿、电池老化、手机碎屏是用户最常遇到的手机故障；在维修体验上，负面体验仍然集中在价格、透明性、便利性方面。

用户常见的手机故障



手机维修过程中的用户痛点



样本：N=2126，于2022年6月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

用户希望以更经济便捷的方式处理旧机

多数用户会对旧手机选择以旧换新和直接出售的处理方式，期间主要考虑价格、隐私和便捷性。

用户主要的旧机处理方式

■ 外流处理 ■ 内流处理



用户对旧机回收/处置的顾虑

① 对旧机评估的价格不满意

“抵扣完了**价格挺低的**，超出我心理预期了，我觉得不值。”
——赵女士，33岁，北京

“回收给不了我多少钱，有时候**几十块**，还不如放家里当备用。”
——祝先生，31岁，合肥

② 担心个人隐私泄露

“以旧换新我看重**安全性**，必须现场用专业东西把**信息删干净**。”
——景先生，32岁，成都

“原来我会把**旧手机砸碎**，我感觉是比较**泄露个人隐私**的。”
——贾女士，28岁，宝鸡

③ 评估过程不透明且麻烦

“怕回收后总挑毛病，除非是回收点**当场弄**，不然**透明度太低**了。”
——张女士，24岁，北京

“我之前没有置换过，感觉**挺麻烦**的，**还得拿去评估**。”
——尚女士，32岁，烟台

来源：于2022年5月，通过艾瑞手机服务用户座谈会获得。

手机服务行业背景及发展趋势

1

用户特征及购机用机考量现状

2

手机服务需求与创新趋势

3

手机服务解决用户购机用机各阶段诉求 iResearch 艾瑞咨询

在用户的需求痛点驱动下，手机服务类型不断拓展并得到完善，各渠道商提供的手机服务全面覆盖用户购机用机路径。

消费者手机购买和体验路径

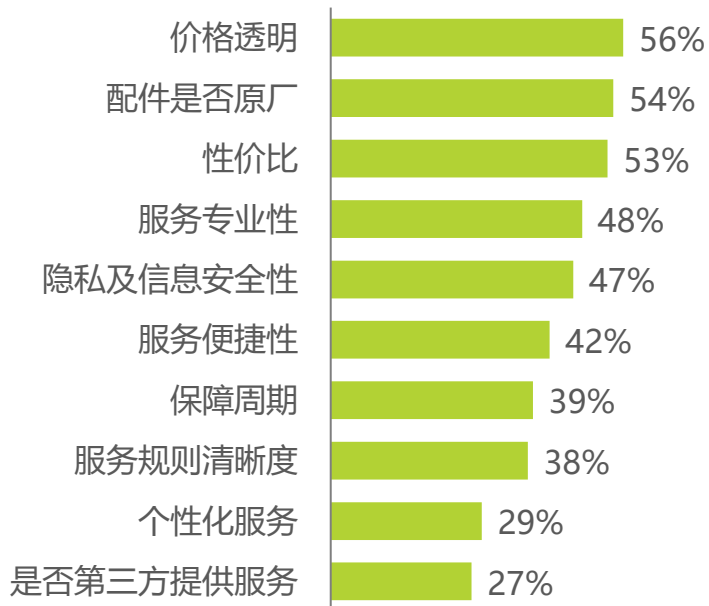


来源：综合公开资料，艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

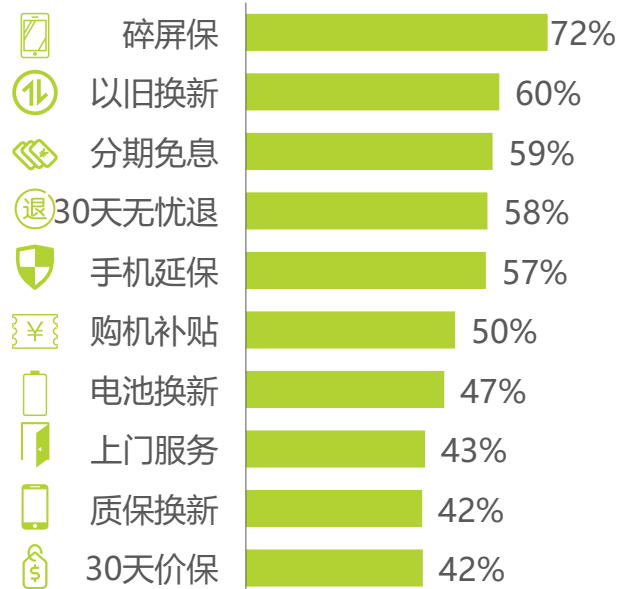
价格透明性是选择手机服务的首要考量 艾瑞咨询

手机服务的价格透明度、配件质量、性价比是关键购买决策因素；碎屏保是认知率最高的服务，在00后年轻人人群中认知最为广泛。

手机服务选购时用户关注因素



用户认知的手机服务产品



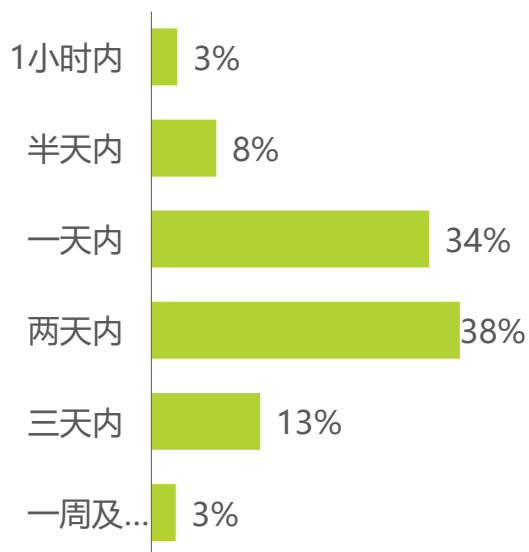
00后-75%
90后-72%
80后-68%

样本：N=2126，于2022年6月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得。

用户对手机配送时长有着较高的要求

由于手机在消费者日常生活中的介入程度越来越高，用户对手机的送达时间普遍有较高的期待，45%的用户希望在一天内拿到新手机；各平台也在持续推出优化配送服务的举措。

手机下单后期待送达时间

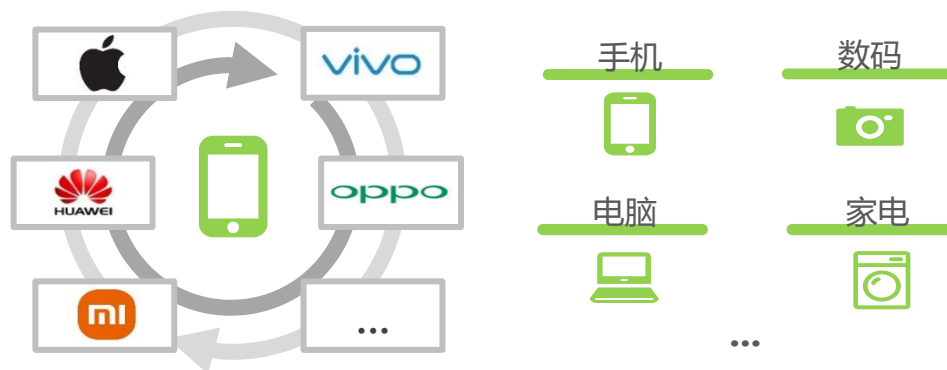


各平台致力于完善优化物流配送服务

美团“极速达”：美团携手联想，推出电脑数码产品的即时送达服务，最快送达时间仅需30分钟。

京东自营211限时达服务：当日11点前提交的现货订单，当日送达；23点前提交的现货订单，次日15点前送达。

京东小时购：23年Q1, 京东小时购GMV同比增长60%，已与超过30万家实体门店展开合作，为2000个县/市提供品类广泛的即时零售服务。



即时配送增长显著，更受年轻群体青睐 iResearch 艾瑞咨询

京东、美团等平台3C手机品类的即时配送订单量和销售额增幅明显；3C手机品类的即时配送在用户端的整体渗透率达到10%，00后体验比例高于其他年龄段。

各平台3C手机品类即时配送增速明显



- 22年，使用京东手机小时购的用户量同比增长100%
- 22年双11期间，美团数码3C品类外卖订单销售额同比增长13倍

尝试过3C手机产品即时配送的用户比例



10%

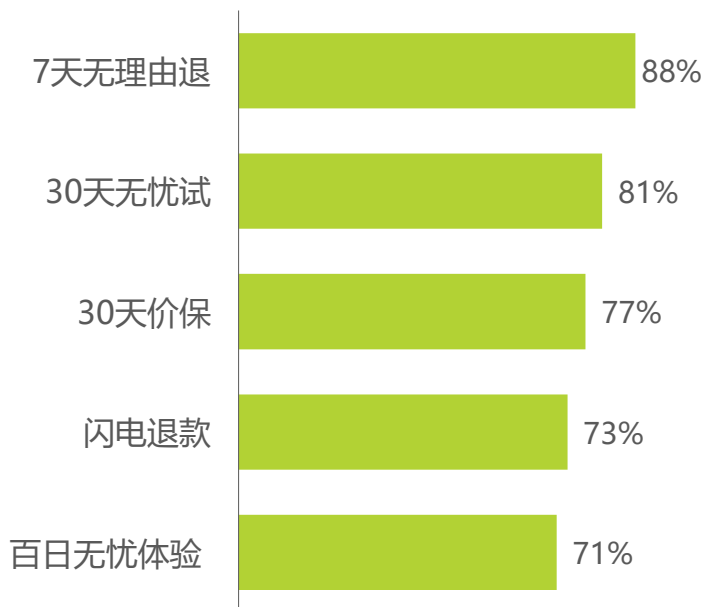


样本：N=2126，于2022年6月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得；综合公开资料、京东平台数据，艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

售中阶段用户对退换、价保服务需求高 iResearch 艾瑞咨询

用户关注更长的保障周期和更大的保障范围，除了7天无理由退，新品30天无忧试、30天价保也成为重要的需求点。

手机产品用户需求度 – 售中阶段



京东、天猫、苏宁针对部分新机型推出30天无忧试



免费上门取

激活也能退

新品试用30天

解决购机痛点

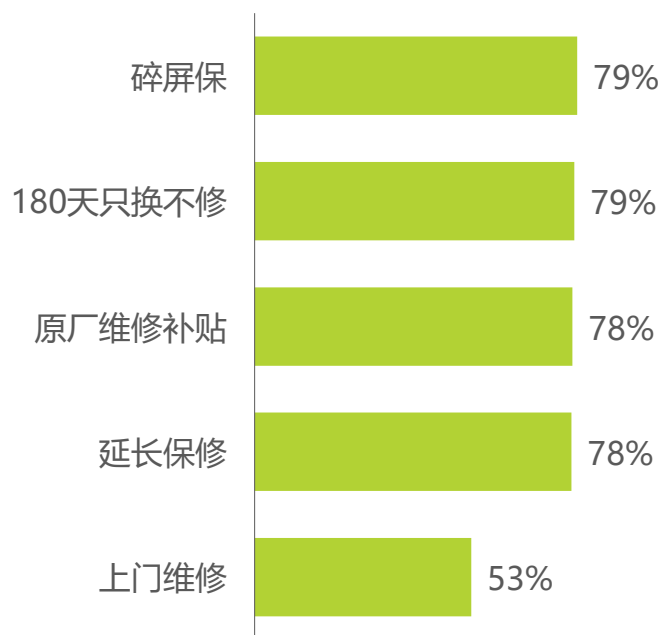
- ✓ 更放心地尝试不同新品
- ✓ 打消购机后不满意的顾虑
- ✓ 有更充足的时间试用新机

样本：N=2126，于2022年6月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得；综合公开资料，艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

日常保养维修中，屏幕最受关注

维修和保养阶段，屏幕是重点关注对象，高昂的保外维修成本驱使了更多用户购买碎屏保险类服务；此外，180天只换不修这类新型售后服务也吸引了较多用户关注。

手机产品用户需求度 - 维修保护



屏幕保外维修成本高

以更换手机内外屏为例，各手机品牌保外官方屏幕价格占手机价格的比重高达25%-35%。

各型号手机更换内外屏价格占售价比例

手机型号	iPhone11	华为P40
官方售价 (元)	4,799-6,099	4,188-4,988
屏幕官方售价 (元)	1,499	1,369
占售价比重	25%-31%	27%-33%

样本：N=2126，于2022年6月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得；综合公开资料，艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

碎屏保需求高，各方推出多类型服务

数据显示，碎屏发生率有逐年提升的趋势，这带动了碎屏保销量增长，并驱动电商平台和厂商不断完善相关服务种类。

碎屏发生率呈增加趋势

随着全面屏手机比例逐年升高，玻璃材质在屏幕和后盖渗透率增加，碎屏发生率大大提升；数据显示，每100个报修的消费者，首月碎屏的达10人。

碎屏保销量增长显著

22年京东手机碎屏保同比增长超30%，复购率超75%；16~35岁年轻购买者占比达70%，主要集中在2~4K机型。

电商平台碎屏险

无限碎屏险

1年不限次碎屏保



22年京东618、11.11、年货节期间，京东手机69元起的无限碎屏险广受欢迎，该服务覆盖超百款安卓机型；大促期间，无限碎屏保在同类产品中销量位居第一，成为超85%用户的选择。

单次碎屏险

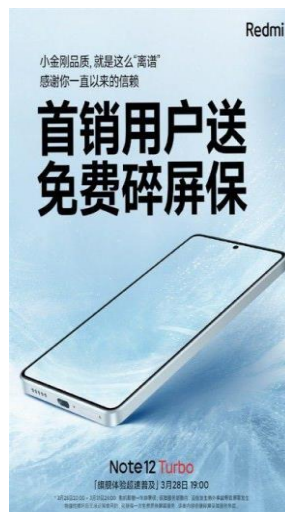
2年



屏碎无忧 实力保修

- 可单独购买
- 随时上门履约
- 可定制保修时长

手机厂商碎屏险



- 华为推出不同价位端的碎屏服务，将保修范围延伸至折叠屏
- 小米以赠送碎屏险的形式拉动新机型销售

以旧换新类服务渗透率提升

78%的用户对手机以旧换新存在需求，渗透率较去年明显提升，其中保值换新作为近年来创新的服务受到用户青睐，更好地满足用户换机过程中对“省钱”的诉求。

对以旧换新有需求的用户比例



以旧换新渗透率不断提升

京东手机以旧换新22年同比增长100%，价格段4k+的高端手机是用户以旧换新后的首选。22年以旧换新为用户购买新机节省约20亿元

苏宁开启跨品类以旧换新

- **一站式服务**：在新货的同时解决安装、拆旧、回收
- **支持更多品类**：五一狂欢节期间针对3C和彩电推出以旧换新
- **涵盖更多品牌**：联合30家一线品牌推出10亿焕新补贴



京东联合厂商推出保值换新

- **针对部分机型推出的创新型换新服务**
- **换购新一代的产品**：同机型新一代产品发布后，用户可以使用原来购买的上一代机型进行更超值的抵扣



75%的用户愿意尝试手机增值服务

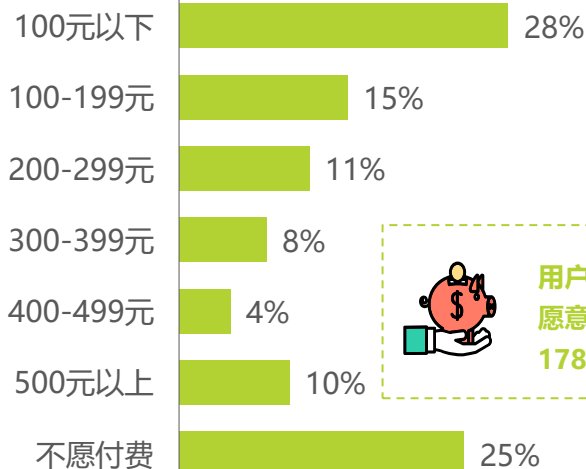
75%用户愿意在买手机时选购增值服务，以寻求更多的优惠。

手机增值服务用户付费意愿



愿意为手机增值服务付费的用户占比

75%



用户平均
愿意支付价格：
178元/月

MiCare



京东A+会员



OPPO Care+



手机服务履约、内容、细则将日趋完善

艾 瑞 咨 询

手机服务整体普及率已达近九成，未来将向着履约方式、内容形式、服务细则三大方向完善，进一步满足用户“省钱”和“省心”的核心诉求。



手机服务受到市场普遍接受，89%的消费者购买并使用过手机服务



样本：N=2126，于2022年6月通过艾瑞智研平台-消费洞察数据库调研获得；艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

关于艾瑞




艾瑞咨询是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

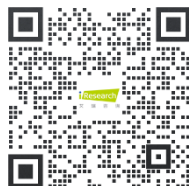
如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

联系我们 Contact Us

 400 - 026 - 2099

 ask@iresearch.com.cn



企 业 微 信



微 信 公 众 号

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

合作说明

该报告案例章节包含部分企业的商业展示，旨在体现行业发展状况，供各界参考。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS

