

中国高端智能手机 用户白皮书



WHITE PAPER

ON CHINA'S PREMIUM SMARTPHONE USERS

需求释放：2024年中国手机市场强势增长↓

回顾刚刚过去的 2024 年，中国智能手机市场迎来了转机。此前被抑制的换机需求在这一年逐步释放出来，为市场注入了强大动力。国际数据公司（IDC）数据显示，中国全年智能手机市场出货量约为 2.86 亿台，同比增长幅度达到 5.6%，结束了连续两年的低迷，成功实现触底反弹。各类技术创新的成果成为推动消费者换机需求释放的关键因素，市场活跃度明显提升。随着2025 年全国性政府消费补贴政策的持续发力，中国智能手机市场有望继续维持增长的态势。

中国大陆市场智能手机出货量(亿台)

2.71

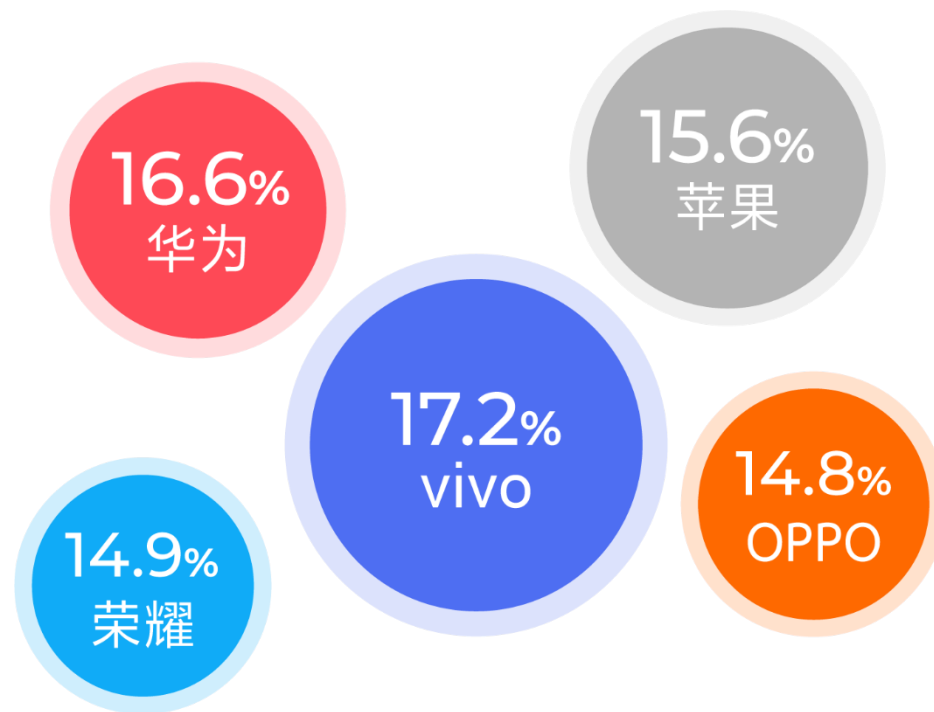
2023年



2.86

2024年

*数据来源：IDC中国，2025



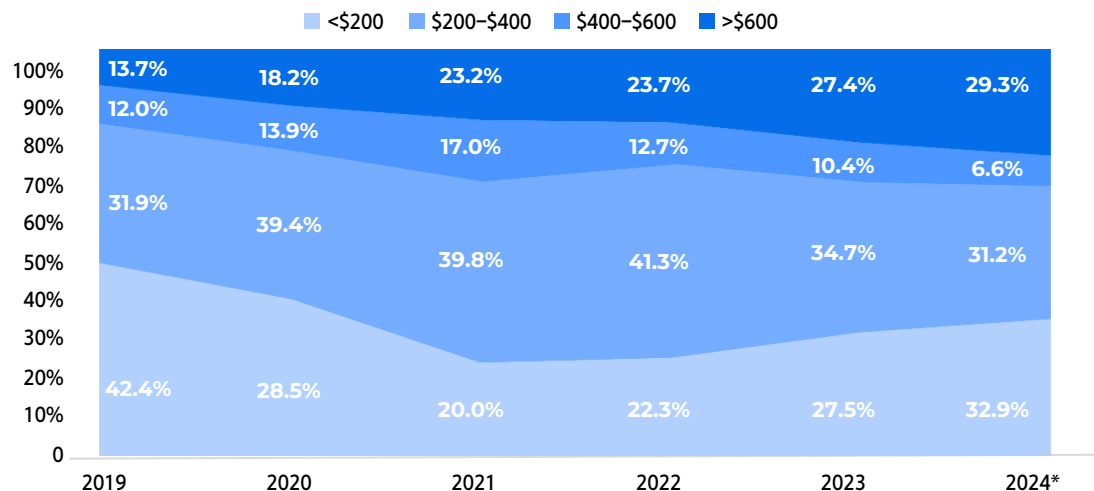
2024年中国前五大智能手机厂商——市场份额

消费升级驱动手机高端市场扩容↓

● 消费进阶：高端市场需求上升，价格段分布显著变化

中国智能手机市场价格段占比发生显著变化，高端市场（价格≥4000元人民币/600美元）的占比持续增长，显示出消费者对高端智能手机需求的稳步提升。与此同时，中低端市场（<3000元人民币/400美元）的占比呈现逐步缩减趋势，这表明消费者在手机购买中更倾向于追求高品质与技术创新。

中国智能手机价格段份额趋势（2019-2024）



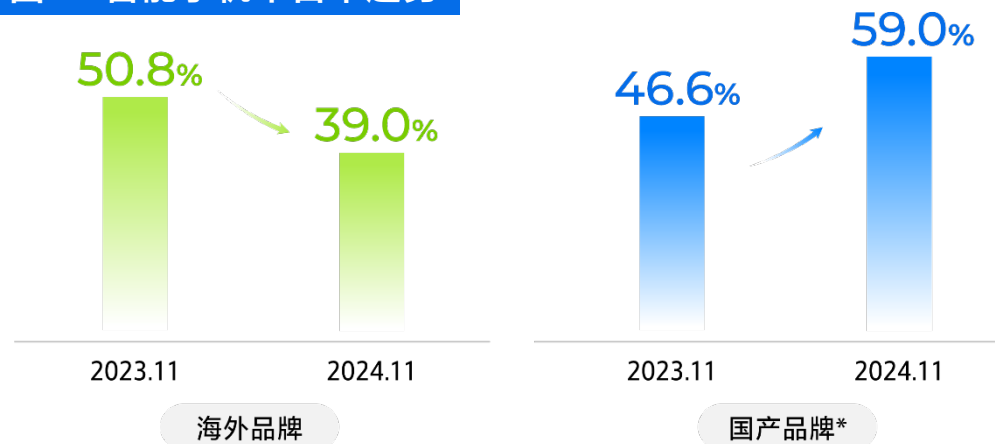
*2024年数据为2024年第三季度市场份额

*数据来源：IDC中国，2024

● 竞争重塑：国产手机品牌高端化加速反超

纵览今天的中国智能手机市场全局，以vivo为代表的国产品牌已然构筑起强劲的市场优势，而在高端价位，头部国产品牌和海外品牌之间的博弈愈加白热化。海外品牌市场份额下降明显，国产品牌则全面发力，以更快的增长步伐逐步缩小差距。华为、小米、vivo、OPPO等国产厂商，通过技术升级和品牌高端化战略，显现出强大的追赶势头。国产品牌正通过差异化的战略突破高端市场天花板，为行业注入更多活力。

中国4k+智能手机市占率趋势



*国产品牌：华为/小米/vivo（含iQOO）/荣耀/OPPO（含一加）

*数据来源：BCI通讯研究，2024

知乎 × 凯度：解码高端手机市场新未来

● 行业更迭，需求升级

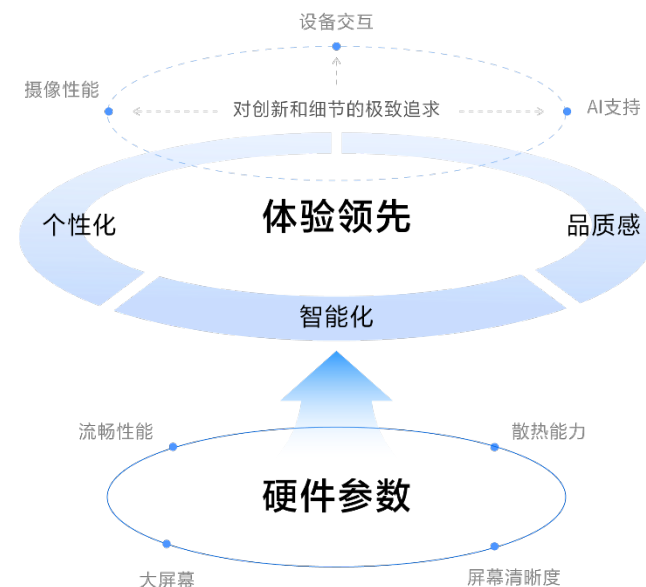
在中国智能手机市场竞争日趋白热化的当下，高端手机市场正经历着一场由需求驱动的深刻变革。根据凯度移动通信消费者数据的历史记录，五年前中国消费者在选购手机时，最为看重的是5G网络支持、电池续航能力以及屏幕尺寸。然而，随着5G技术推广普及和电池容量的持续扩容，这些曾经的核心考量因素已不再是决定性因素。如今，消费者的关注焦点已显著转移，如今高端手机用户更加注重卓越的用户体验，并呈现出以下几个显著特征：

■ **从“硬件参数”到“体验领先”：** 消费者不再单纯追求“硬件”和“参数”的堆砌，而是更加看重手机在实际使用中的综合表现，追求极致的体验感受。

■ **个性化、品质感、智能化成为新关键词：** 个性化的功能定制、高品质的工艺设计以及智能化的人机交互成为打动消费者的关键要素。

■ **对创新和细节的极致追求：** 尤其在影像功能、设备交互和AI支持等方面，消费者展现出对技术创新和细节打磨的极致追求，例如更强大的拍照能力、更便捷的跨设备互联互通、以及更智能化的AI助手等。

这种消费趋势的转变，不仅显著提升了高端手机市场的准入门槛，也为国产品牌通过技术突破和差异化竞争策略，在高端市场赢得新的增长机遇提供了重要的契机。



从“硬件参数”转向“体验领先”

知乎 × 凯度：解码高端手机市场新未来

● 知乎 x 凯度：以人为本，洞见市场未来

作为中国领先的互联网内容社区，**知乎**以多元而真实的用户群体提供高质量的数据基础；作为全球消费者调研行业的标杆，**凯度**以其专业的方法论和深厚的行业洞察，赋能本次调研的科学性与权威性。此次合作报告基于知乎用户的真实场景与多样化消费人群，深入分析高端手机用户的购机决策、使用习惯和市场偏好。从用户需求的细节洞察到市场动态的全局把握，全面解析高端手机市场的需求变迁与消费趋势，助力国产品牌在高端市场实现更强竞争力与突破性增长。

WHITE PAPER ON CHINA'S PREMIUM
SMARTPHONE USERS

● 数据来源

针对知乎平台中端（2,000-3,999元）、高端（4,000元以上）手机用户进行问卷访问，共回收样本 $N=600$ ；根据知乎用户中端、高端手机用户人口学分布分别设置样本配额，以确保数据具有代表性。

目录 Contents



WHITE PAPER ON
CHINA'S PREMIUM SMARTPHONE
USERS

知乎 × KANTAR

PART ↓

1

高端手机消费
市场用户洞察

新选择，新场景

PART ↓

2

高端手机消费
市场使用洞察

新机遇，新主角

PART ↓

3

高端手机消费者
心智趋势洞察

新态度，新增长

PART ↓

4

高端手机产品
升级

新需求，新驱动

PART 01

高端手机消费市场用户洞察

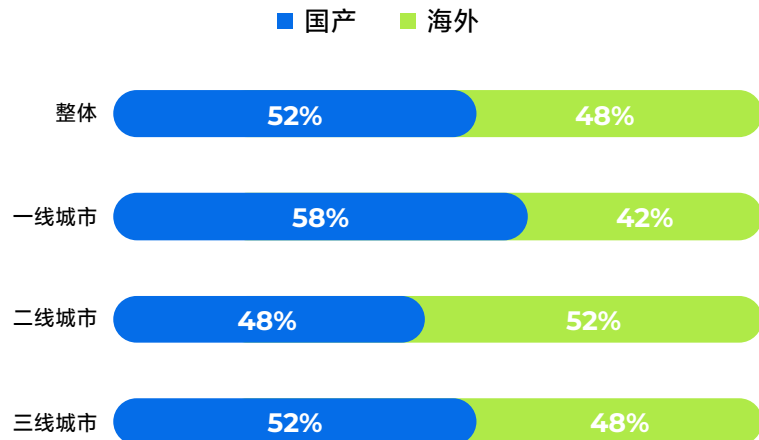
新选择，新场景



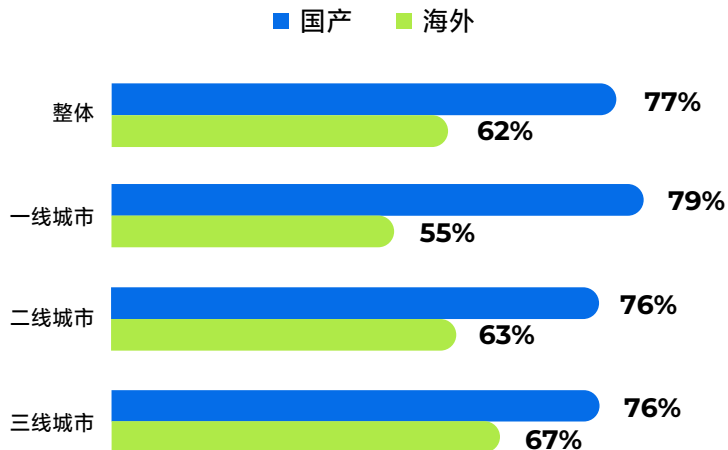
新选择：一线认可国产，二三线国产稳步渗透

- 基于知乎用户样本的数据显示，一线城市的高端手机用户中，58%选择了国产品牌，明显高于选择海外品牌的42%，打破“海外品牌更受一线城市用户青睐”的传统认知。而二线城市的用户对国产与海外品牌的偏好趋于均衡，三线城市的用户则更倾向于国产品牌。
- 从一线到二三线城市，高端用户对国产品牌的青睐逐步显现。这种覆盖多层级用户的接受度变化，不仅扩大了国产品牌的市场份额，更巩固了其在高端市场中的长远竞争力。

知乎高端手机用户最主要使用的手机品牌



知乎高端手机用户正在使用的手机品牌



“ 知乎用户：
国产手机越来越好了，功能强大而且电池性能好，信号特别强，很厉害了 ”



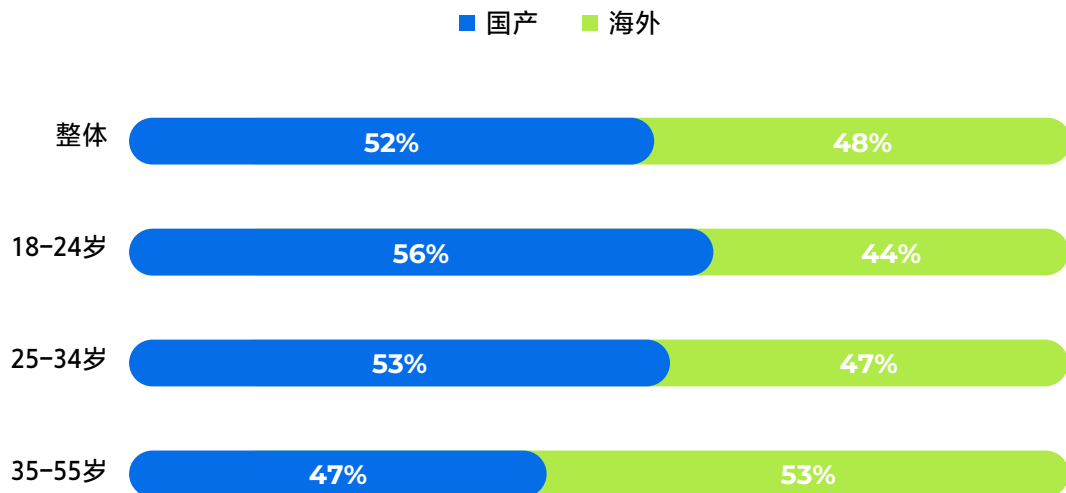
“ 知乎用户：
现在国产手机百花齐放，都在更新最好最优秀的系统和内置，希望国产机能越做越好 ”



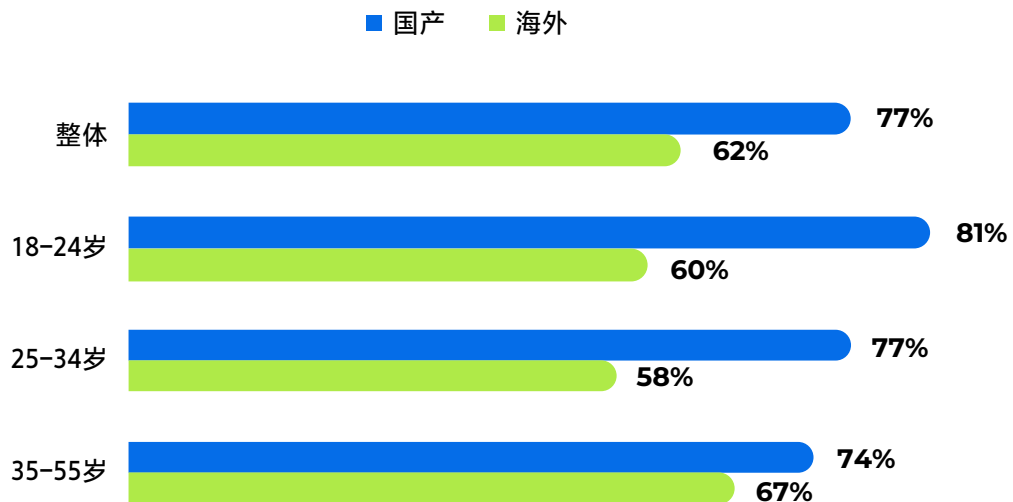
新选择：年轻人更爱国产旗舰

高端手机用户呈现**年轻化趋势**，年轻用户（35岁以下）已成为国产高端手机的核心支持者，35岁以上的成熟用户更倾向于使用海外品牌。随着产品力的持续增长和品牌形象的深化，国产品牌有望吸引更多不同年龄层的高端用户。

知乎高端手机用户最主要使用的手机品牌



知乎高端手机用户正在使用的手机品牌



NEW OPTIONS

新选择：三线城市与成熟人群是“潜力股”

三线城市和成熟人群（35-55岁）的消费习惯正在悄然改变，近1/3的三线城市用户和成熟人群在最近一次购机中完成从海外品牌到国产旗舰的转化。这一趋势背后，是国产品牌在摄影功能、安全性以及设备互联体验上的技术突破和产品升级，为用户提供更高性价比和更优质的使用体验。随着体验升级，未来三线城市和成熟人群的转化潜力将持续释放。

上一部最常使用的手机品牌

现在最常使用的手机品牌



新选择：高端 ≠ 商务标签？全场景体验才是未来

与中端用户一样，高端用户同样高度关注手机的使用体验，但他们对体验的定义更为多元化。中端用户关注实用性与性价比，而高端用户更青睐日常管理、摄影和办公等高频场景。他们不仅追求功能强大，更注重科技与美学的结合，对使用过程中的愉悦感和产品高级感有更高的要求。

国产品牌高端手机不仅在基础性能上表现优异，还通过在智能生活、影像功能和办公场景中的技术突破，为高端用户提供更符合其需求的解决方案。这种从单一功能到全场景体验的转变，正在重新定义高端手机的价值核心。

手机在生活中的角色



相比中端手机用户 +5%



相比中端手机用户 -3%



相比中端手机用户 -5%



相比中端手机用户 +5%



相比中端手机用户 -7%

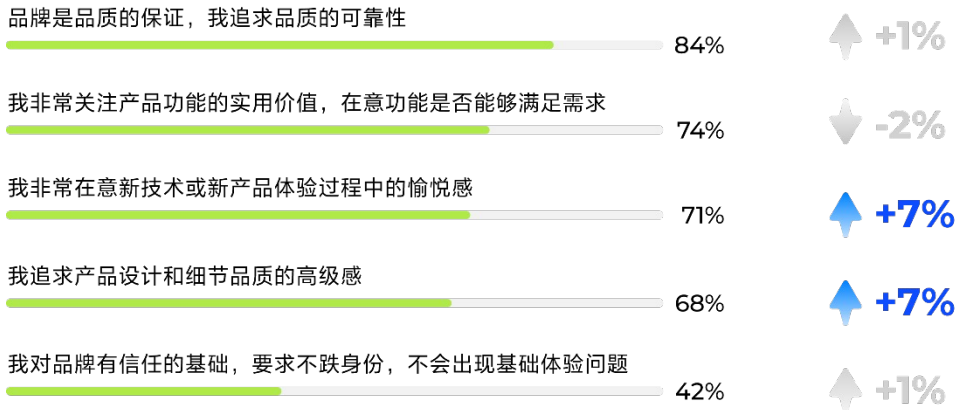


相比中端手机用户 +1%

基础消费态度

高端手机用户

相比中端手机用户



注：中端手机用户指目前常用的手机购机价格在2000元到4000元之间的消费者；

PART 02

高端手机消费市场使用洞察

新机遇，新主角



新机遇：换机时间短，“一年一换”或“两年一换”成主流

国产品牌用户换机频率更高，1-2年成主要周期。其中国产品牌用户占比达58%，显著高于外国品牌的47%。国产品牌用户的换机需求更加集中且活跃。未来1-2年内，换机需求的集中释放将为国产品牌带来显著的市场机遇。

高端手机用户换机频率

■ 1年以内 ■ 1-2年 ■ 2-3年 ■ 3年以上

高端手机用户整体



国产品牌高端手机用户



海外品牌高端手机用户



WHITE PAPER ON CHINA'S PREMIUM
SMARTPHONE USERS

新机遇：换机频率高，国产品牌用户更爱新鲜感

在购机时间分布上，63%的国产品牌用户在2024年购入其主要使用的手机，明显高于海外品牌用户的47%。而海外品牌用户中，有53%仍在使用2023年及以前购买的设备，显示出海外品牌用户换机节奏相对较慢，市场吸引力有所减弱。

高端手机正在使用手机购机时间

■ 2024年 ■ 2023年 ■ 2022年 ■ 2021年 ■ 2020年及以前

高端手机用户整体



国产品牌高端手机用户



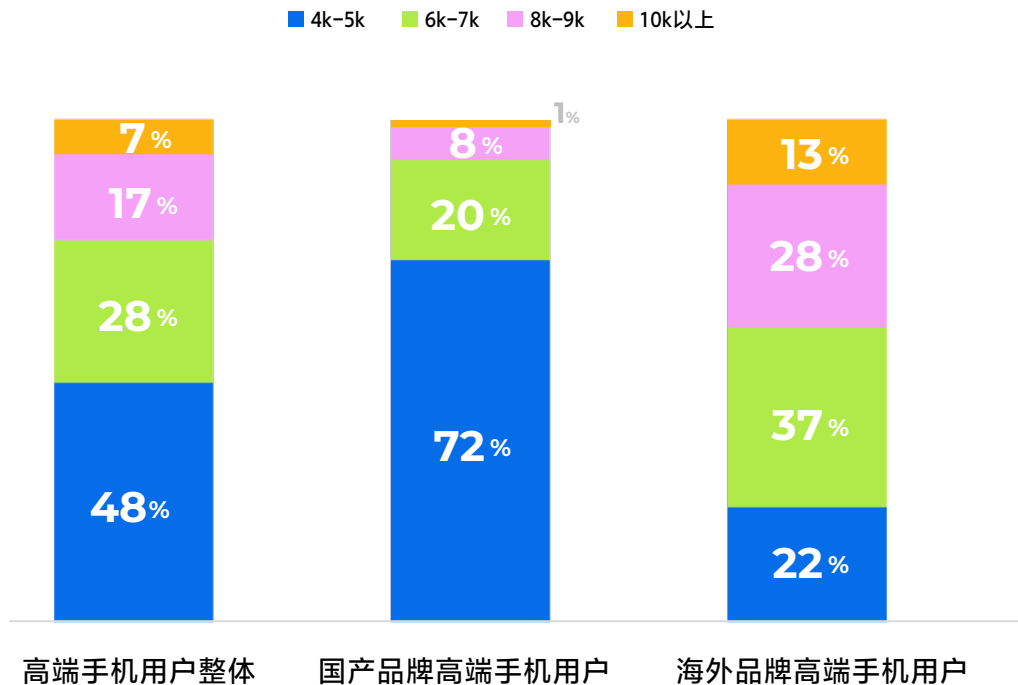
海外品牌高端手机用户



新机遇：4K价位段是主流，“更贵”是新选择

国产品牌在**4000-5999元价格段**内具备绝对优势，占比高达72%，远超海外品牌的22%，显示出国产旗舰在中高端市场的强大覆盖力和竞争力。随着消费者对国产品牌的认知和接受度不断提升，通过进一步的技术创新与品牌升级，国产品牌有望在6000元以上的高端价格段逐步缩小与海外品牌的差距，开拓更高端的市场份额，全面提升市场竞争力。

知乎高端手机用户最主要使用手机购机价格



● 4k价位段热门代表国产机型

vivo X200

iQOO 13

小米 15

OPPO Find X8

● 5k价位段热门代表国产机型

HUAWEI Mate 70

vivo X200 Pro

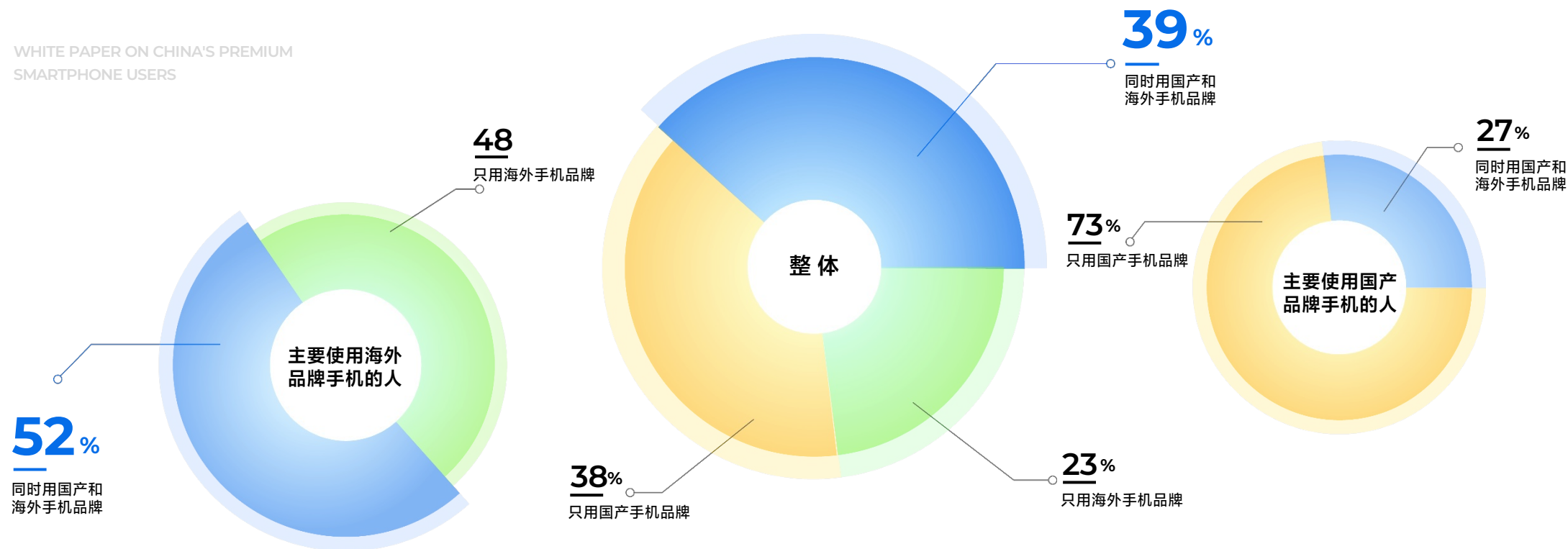
荣耀 Magic 7 Pro

新主角：抓住“双枪”用户

国产品牌通过多品牌矩阵在高端市场实现广泛覆盖，与外资品牌形成了竞争与互补并存的格局。数据显示，**39%**的高端用户同时持有国产与外资品牌手机，显示高端用户在不同场景中对多品牌的灵活需求。

高端手机用户正在使用的手机品牌

WHITE PAPER ON CHINA'S PREMIUM
SMARTPHONE USERS



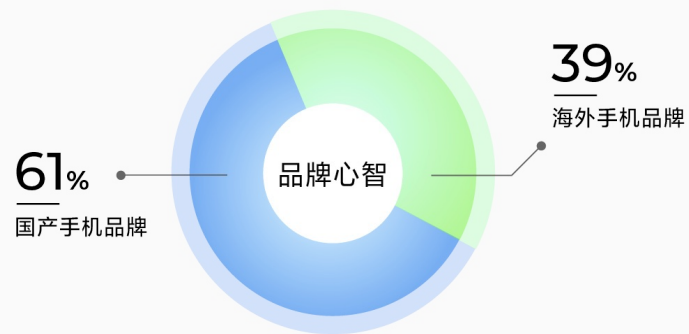
新主角：国产品牌心智占优，市场潜力释放

在高端市场竞争日益激烈的背景下，消费者的品牌认知正成为市场格局的决定性力量。数据显示，**国产品牌已在消费者心智中占据优势**，成功建立了从认知到购买的稳定转化路径，为未来市场增长奠定了坚实基础。凯度观察表明，在耐用品市场中，品牌心智通常领先于购买行为。国产品牌通过抢占用户心智，实现从情感认同到购买行动的有效转化。

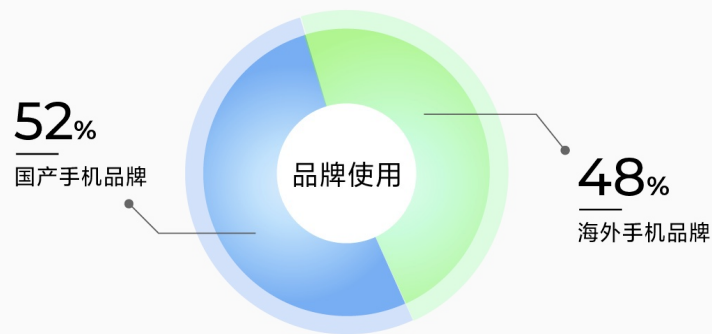
未来1-2年将是国产品牌高端化发展的关键窗口期。借助现有的心智优势和购买转化链条，国产品牌若能持续深化技术创新、优化产品体验，并通过更精准的市场策略提升用户粘性，有望实现市场份额和品牌价值的双重突破。

高端手机市场：品牌心智 vs 品牌使用

品牌心智-当提到智能手机，你最先能想到哪个品牌？



品牌使用-你目前最主要使用的智能手机品牌是？



PART 03

高端手机消费者心智趋势洞察

新态度，新增长



新态度：国产手机品牌成为高端用户首选

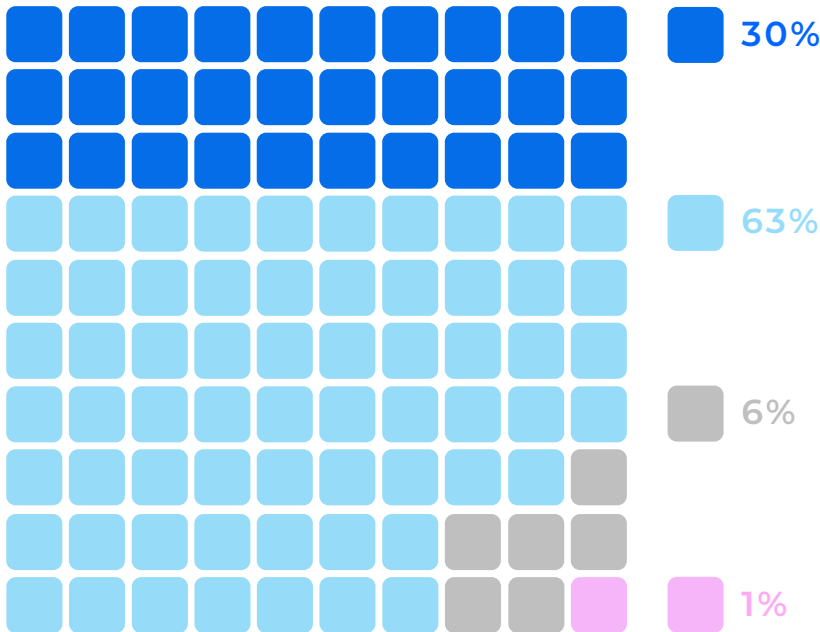
数据显示，高端用户对国产品牌的未来选择意向整体领先，认真考虑度达到93%，高于外国产品的86%。尽管海外品牌凭借在高端手机市场的多年深耕仍保持较高用户忠诚度，国产品牌已在整体用户购买考虑上占据优势。

认真考虑度

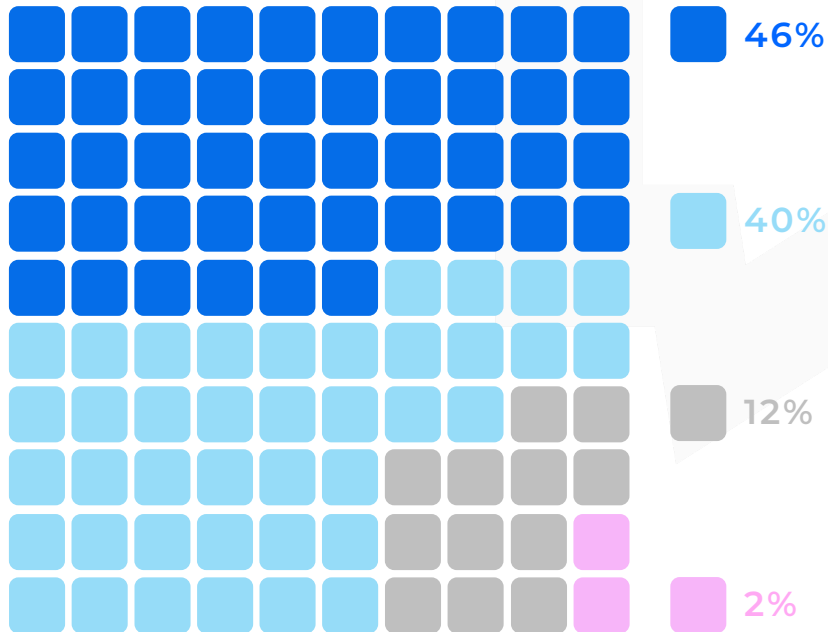
(第一选择+认真考虑)

-  该手机品牌是我的第一选择
-  该手机品牌是我会认真考虑使用的
-  该手机品牌是我可能考虑使用的
-  该手机品牌是我不会考虑使用的

93% 国产手机品牌



86% 海外手机品牌



新态度：国产品牌喜爱度领先，品牌竞争力显著提升

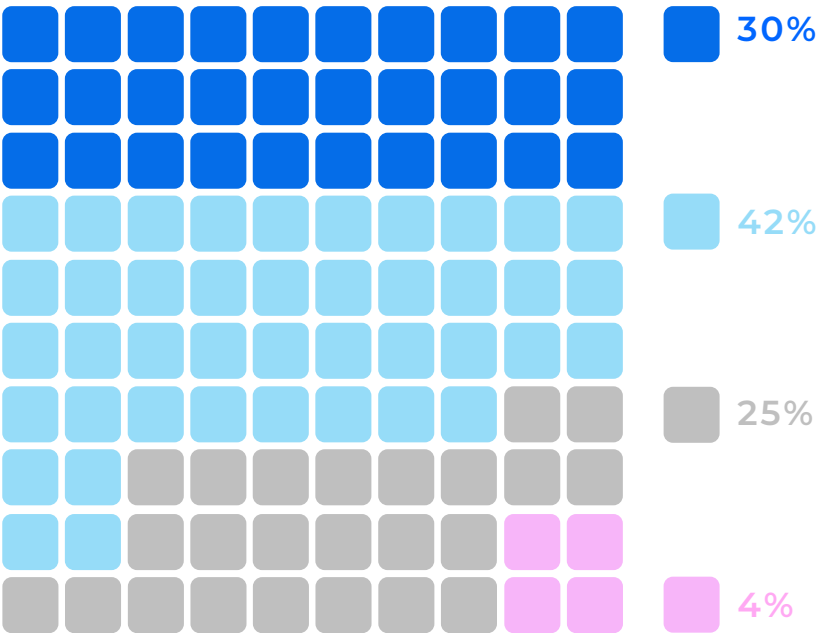
凭借过去两年的迅速崛起，高端用户对国产品牌的整体认可度表现出色，在用户喜爱度方面与海外品牌旗鼓相当，在核心用户群中建立了深厚的情感连接与用户忠诚度。

品牌喜爱度

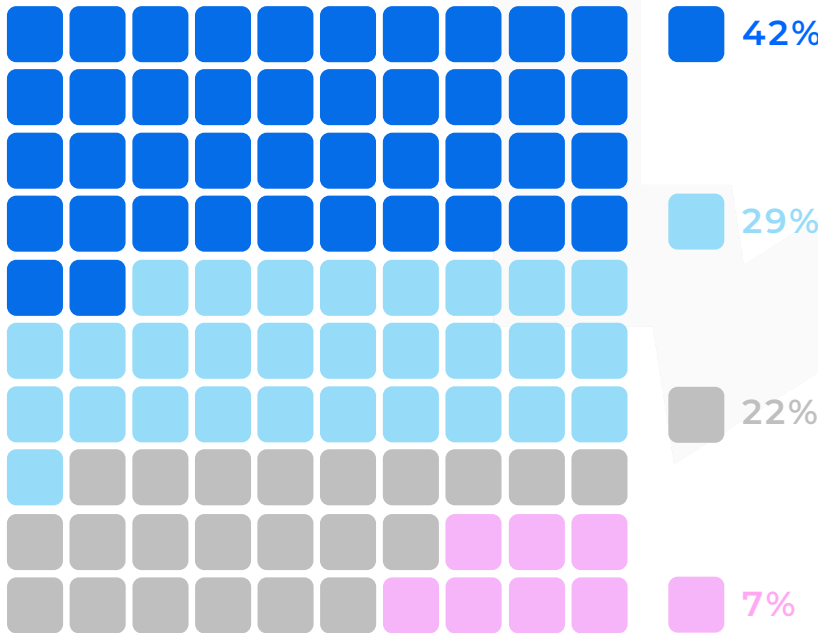
(挚爱+比较喜爱)

- 我挚爱的品牌
- 我比较喜爱的品牌
- 我对这个牌子没有感觉
- 我不太喜欢的品牌

72% 国产手机品牌



71% 海外手机品牌

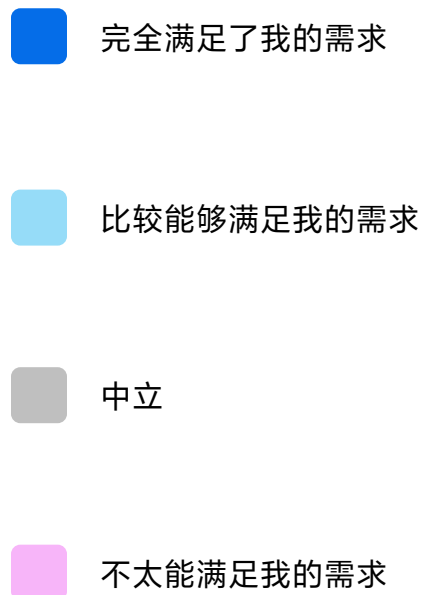


新态度：国产品牌基本满足需求，核心还需努力

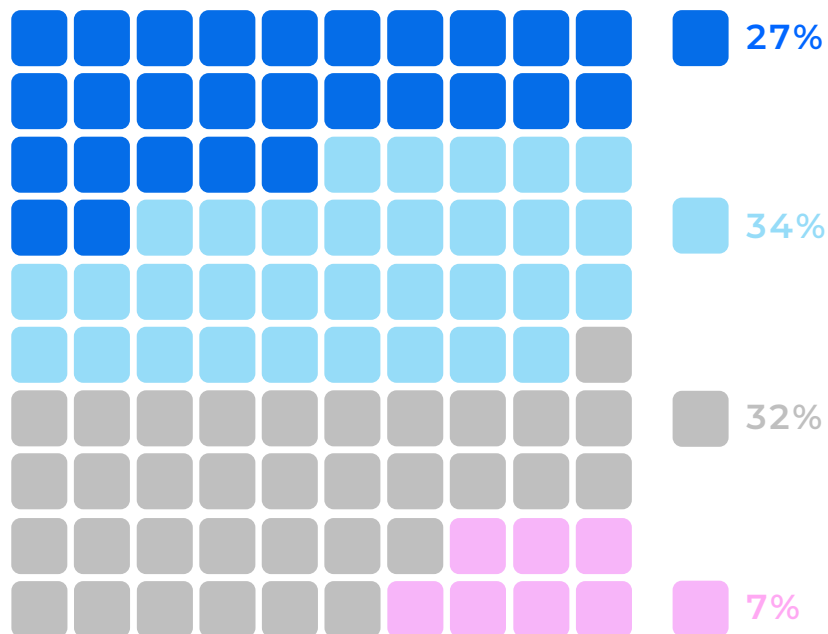
深入洞察高端手机用户需求是所有品牌需要面对的课题。目前，**国产品牌在需求满足方面已与外国品牌能力接轨**，整体认可度达到85%。在核心需求的高度满足上仍有提升空间。

需求满足度

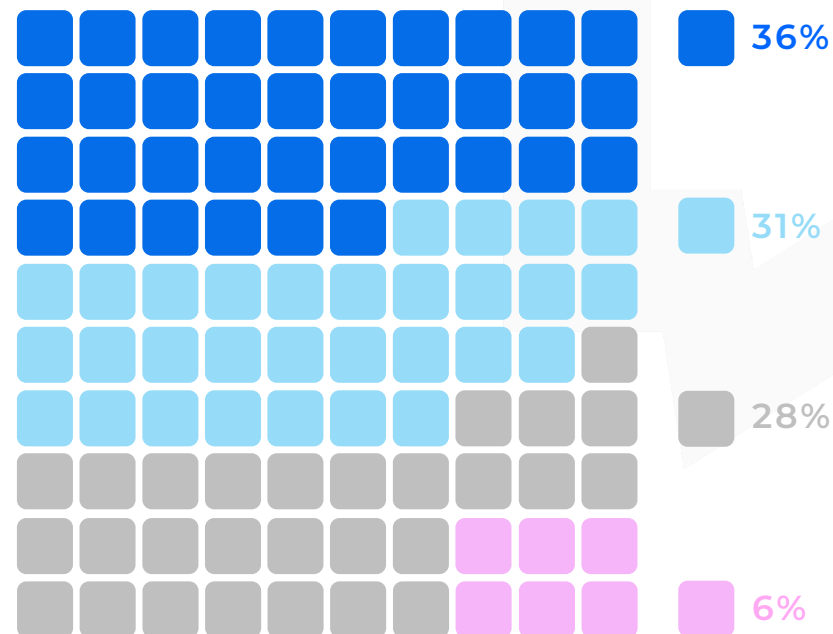
(完全满足+比较满足)



61% 国产手机品牌



67% 海外手机品牌



新态度：要创新，要升级，要真正的差异化

与国际品牌竞争的过程中，单纯的性价比和功能叠加已经难以满足用户对于品牌认同的深层需求，国产品牌需要解决**差异化不足**的短板问题。未来，技术创新和体验升级助力国产品牌在市场中建立新的品牌认知。

与众不同度

(非常与众不同+比较与众不同)

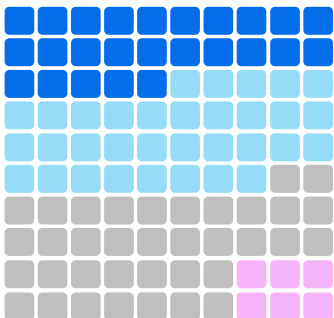
非常与众不同

比较与众不同

中立

和其他品牌没有什么不同

58% 国产手机品牌



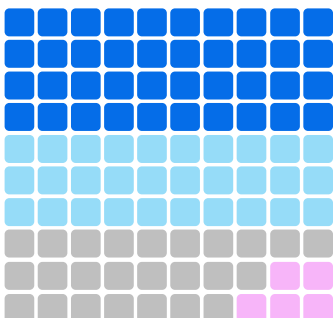
25%

33%

36%

6%

70% 海外手机品牌



40%

30%

25%

5%

引领潮流度

(非常引领潮流+比较引领潮流)

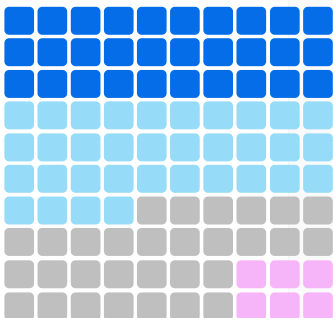
非常引领潮流

比较引领潮流

中立

随大流的/跟随其他品牌的

64% 国产手机品牌



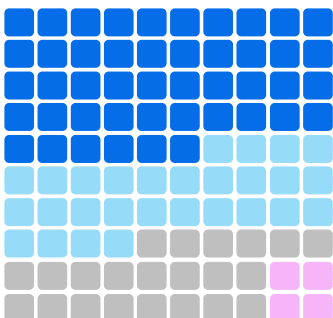
30%

34%

30%

6%

74% 海外手机品牌



46%

28%

22%

4%

新增长：“创新潮范”或成为国产品牌高端市场突围的差异化突破点

在知乎高端手机用户印象里，和海外品牌相比，国产品牌是有“责任担当”且“灵动贴心”的，这是构筑高端手机用户对国产品牌喜爱度的重要基石。海外品牌则通过高定价策略和前沿科技，在“高端尊享”与“经典保值”的品牌感知上维持领先。在高端化的竞争中，国产品牌的高端形象不仅要通过高端定价来实现，还需要**引领潮流的创新技术、值得信赖的社会关怀和丰富人性化的产品矩阵**共同配合，打造独特的竞争优势。未来，如何将“创新”“信赖”“人性化”等标签深入用户心智，并转化为市场认可将成为国产品牌在高端市场持续突破的重要方向。



“ 知乎用户：

国产品牌加码更多科技的东西，创新的设计，也在慢慢的不断强化高端，好品质的大众印象，国产在不断变好，各个方面功能都有出色的代表。

”

“ 知乎用户：

vivo在系统优化方面做得相当出色，流畅性和稳定性不断提升，还加入了许多智能便捷的功能，如智能分屏、多屏协同

”



“ 知乎用户：

产品设计及创新突破，能看到vivo在朝高端化迈进。

”

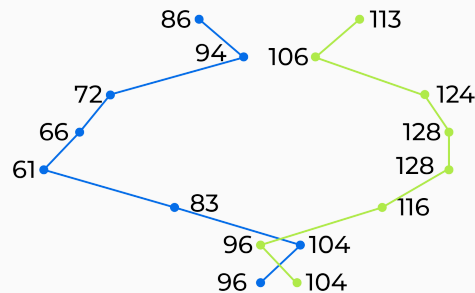
品牌形象感知指数

— 国产手机品牌 — 海外手机品牌

高端尊享

国产手机品牌：88
海外手机品牌：105

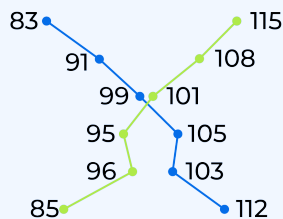
高品质的
专业的
经典保值的
彰显身份的
国际化的
独一无二的
拥有会让我感到自豪的
成熟的



创新潮范

国产手机品牌：102
海外手机品牌：98

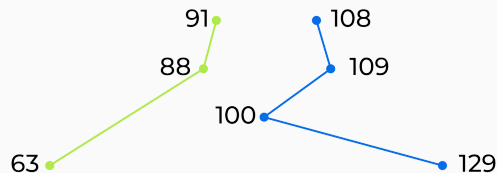
科技领先的
引领潮流的
设计理念独特的
精益求精的
高颜值的
持续创新的



责任担当

国产手机品牌：114
海外手机品牌：85

口碑好的
可靠的/值得信赖的
国产之光的
有社会责任感的



灵动贴心

国产手机品牌：121
海外手机品牌：85

产品生态丰富的
人性化的
年轻有活力的



新代表：国产高端手机代表品牌盘点

华为 | 创新与科技的探索者

华为以“探索未知”为使命，在高端市场持续展现突破极限的实力。

其首款三折叠屏手机Mate X3，将轻薄设计与强悍性能融为一体，为用户提供了灵活高效的多场景体验。

■ 品牌优势：

高端品质与尖端技术结合，引领行业的前沿创新



vivo | 科技与人文的融合者

vivo以“科技服务于人”为初心，打造了充满温度的高端品牌形象。其X200系列凭借蔡司2亿APO超级长焦镜头、蓝图影像芯片V3+，为用户

提供电影级影像体验，定义了安卓阵营的最强影像实力。

同时，以“vivo看见”等功能服务视障用户，用实际行动诠释“科技人文”的品牌理念。

■ 品牌优势：

顶尖影像技术结合社会责任感，平衡科技高度与品牌温度



小米 | 智能生活的筑梦者

小米手机以“可靠”“高性能”著称，兼顾设计与实用，为消费者提供高效且贴心的使用体验。通过AIoT生态布局，小米构建从家庭到出行的完整智能体验闭环，通过生态延展让用户感受到持续创新的价值，成为现代家庭中的智能伙伴。

■ 品牌优势：

产品生态丰富，构建全场景智能化体验；性价比高



PART 04

高端手机产品升级

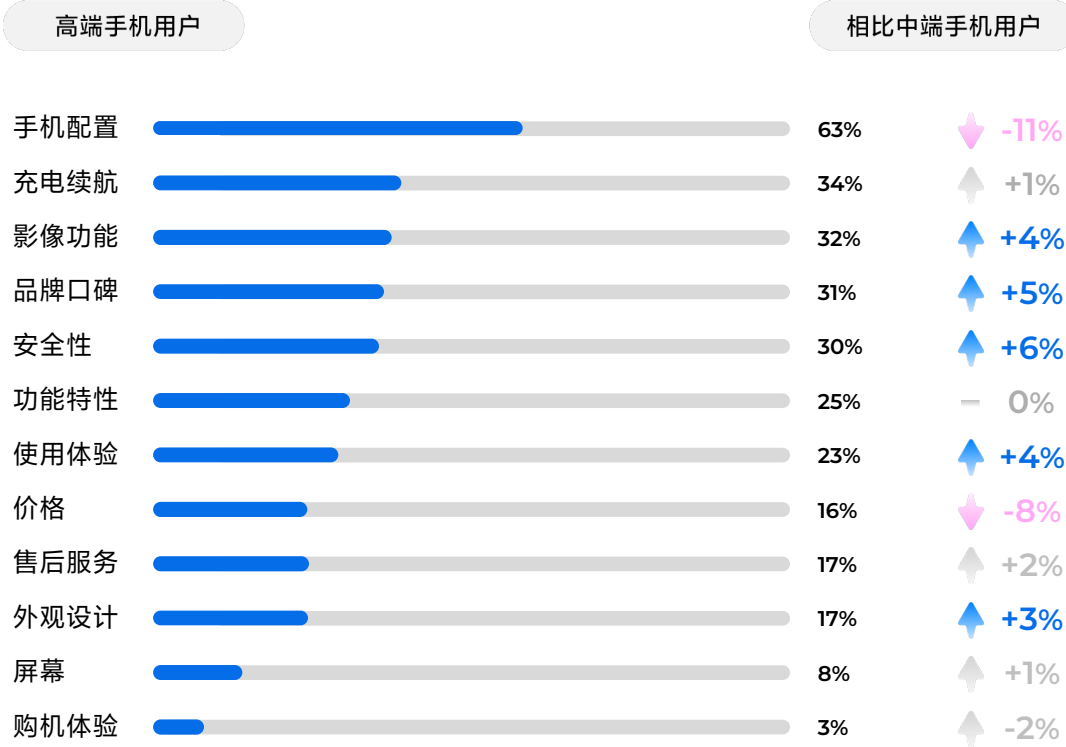
新需求，新驱动



新需求：性能基础与综合体验的双重追求

高端用户的购机决策已从单一功能需求迈向**更全面的品质与综合体验**。他们不仅看重性能和续航作为决策基础，更对**影像表现、品牌形象、安全性、使用体验和外观设计**有着更高的期望。相比单一参数，高端用户更倾向于选择能够提供多维度优质体验的产品，充分体现了他们对技术性能与品牌价值的双重追求。综合体验的提升正成为高端手机市场的关键竞争点。

购机考虑因素



品牌更换驱动

■ 海外品牌->国产品牌

■ 国产品牌->海外品牌

支持国产品牌

66%

更强的电池续航能力

52%

↑ +30%

更大的存储空间

50%

↑ +21%

拍照摄影功能强，像素高

45%

↑ +6%

软件运行速度快，不卡顿

37%

↓ -2%

有颠覆性的功能黑科技，想率先拥有

37%

↑ +12%

散热性能好，不烫手

32%

↑ +15%

喜欢的品牌出了新款，想用最新款

29%

↓ -2%

屏幕显示效果好

26%

↓ -7%

原手机用的时间久了，追求新鲜感

21%

↓ -17%

新手机外观设计上吸引人

21%

↓ -8%

换个更高档的品牌型号，升级换代

19%

↓ -16%

外观潮流，不过时

18%

↓ -7%

喜欢的品牌出了促销活动，购买很划算

13%

↓ -3%

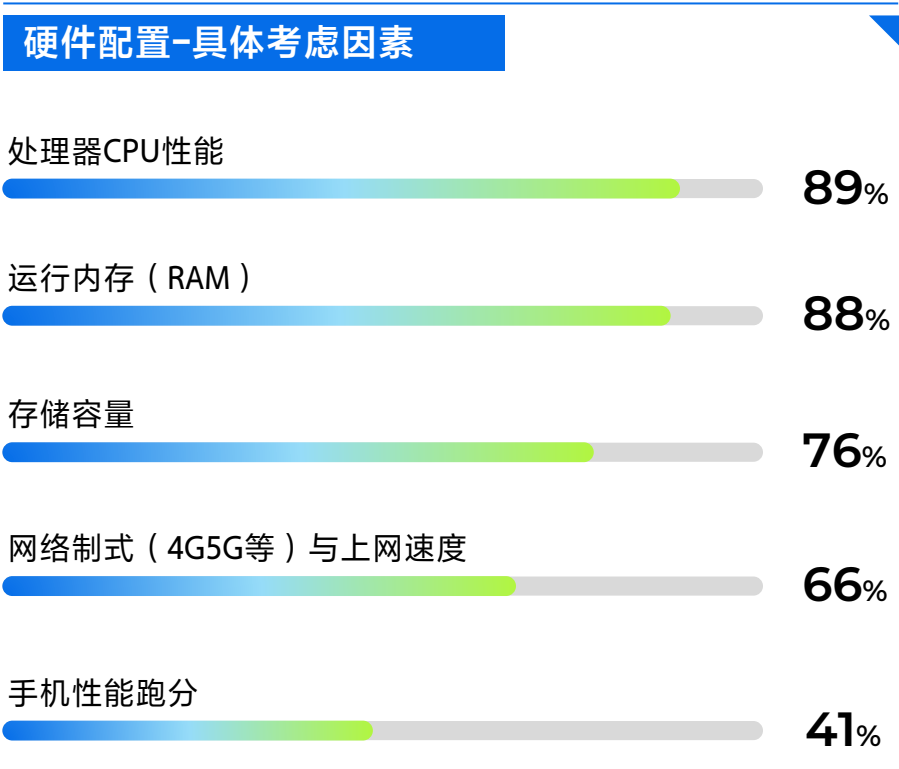
朋友家人换了新款手机，自己也想换最新款

10%

↓ -6%

新驱动：硬件配置还是选购手机的首要考虑

在高端手机用户中，处理器CPU性能和运行内存是用户在考量手机配置时的首要关注点。消费者对手机性能表现的核心组件有着更高的期待。但用户对于性能的关注已从单纯的跑分逐渐转向实际的使用体验。国产芯片，尤其是天玑系列已成为高端市场中颇具竞争力的选择。



高端手机高性能CPU盘点

CPU	A18 Pro	天玑9400	骁龙8 至尊版
旗舰机型	Apple 16 Pro	vivo X200	小米 15
性能介绍	▶ 深度整合iOS系统，通过软硬件协同实现用户体验的全面提升，支持苹果在高端市场的技术标杆地位。	▶ 专为影像计算、AI任务和多任务处理设计，赋能影像性能与系统流畅度。 ▶ 天玑 9400在旗舰级性能和中国芯片技术突破方面占据一席之地，是国产品牌提升竞争力的重要基石。	▶ Adreno GPU支持最高的游戏帧率及视觉效果优化，满足游戏发烧友需求。 ▶ 超大核设计带来极高单核性能，提升复杂应用和多线程任务处理速度。

新驱动：长焦能力成为高端用户关注重点

高达72%的高端手机用户关注**长焦摄像功能**。高端用户对手机影像能力的期望已经超越日常拍摄需求，转向更多专业化与场景化的应用。其中，长焦技术以其独特的场景适应性和拍摄优势占据核心地位。

长焦技术引领影像需求

长焦摄像功能以其远距离捕捉画面的能力，可满足多场景需求（演唱会、自然风光、人像大片、专业微距等），成为用户影像需求的首选。

影像技术整体关注度高

“拍摄技术领先性（72%）”与“后置摄像头像素（67%）”占据用户关注榜单前列，意味高端手机用户对手机影像整体性能有较高要求。

品牌联名与技术创新加持

58%的用户青睐与专业相机品牌（如蔡司或徕卡）合作的手机产品。用户对高端影像技术的期待正逐步向专业化靠拢。



“ vivo X200系列用户：

清晰度极高。蔡司超级长焦和潜望式结构设计能带来专业级的摄影体验，捕捉生活美好的细节。

”

“ iPhone 16系列用户：

4800万像素捕捉细节出色，长焦镜头实用。

”



安全性指标关注度



新驱动：行业引领与品质信赖成高端用户核心关注点

在选择品牌时，高端手机用户看重品牌的**行业地位**和**产品质量**，关注品牌是否提供**创新的功能**和**良好的用户体验**。高端用户对品牌的偏好集中于行业地位、产品质量与创新能力，这些是品牌在高端市场竞争中需要持续发力的核心领域。



品牌标杆地位重要

56%的高端用户认为品牌需要具备行业标杆作用。高端市场中，品牌的领导地位是影响用户选择的重要因素。



关注品牌工艺与创新

48%的用户关注品牌工艺质量，42%的用户看重品牌的创新技术和独特设计理念，显示高端用户对品牌在技术和设计层面的要求更高。



生态与体验加分

40%的高端用户重视品牌的生态丰富度和人性化体验，这表明用户对品牌在硬件之外的生态系统建设和贴心功能有较高期待。

安全性指标关注度



新驱动：关注支付与数据安全是首要需求

随着移动支付的普及和用户对个人隐私的重视，安全性能已成为高端用户购机的重要考量，**支付与账户保护**已成为首要安全需求。



支付与账户保护成为首要需求

76%的用户表示对支付安全性有高度需求，同时74%的用户关注在设备数据丢失后的账户安全保护。



重视数据隐私与管理

66%的用户关注个人隐私保护，60%的用户要求App权限的管理与控制、数据使用的透明度和权限管理正成为用户选择高端品牌的重要因素。



防护功能需求多样化

60%的用户关注通话防窃听功能，56%的用户关注联网安全防护功能。消费者希望手机在不同使用场景中能够提供全方位的安全保障。



“ 知乎用户：

希望手机系统和应用的升级可以让高级安全性能更好、更全面。

”

“

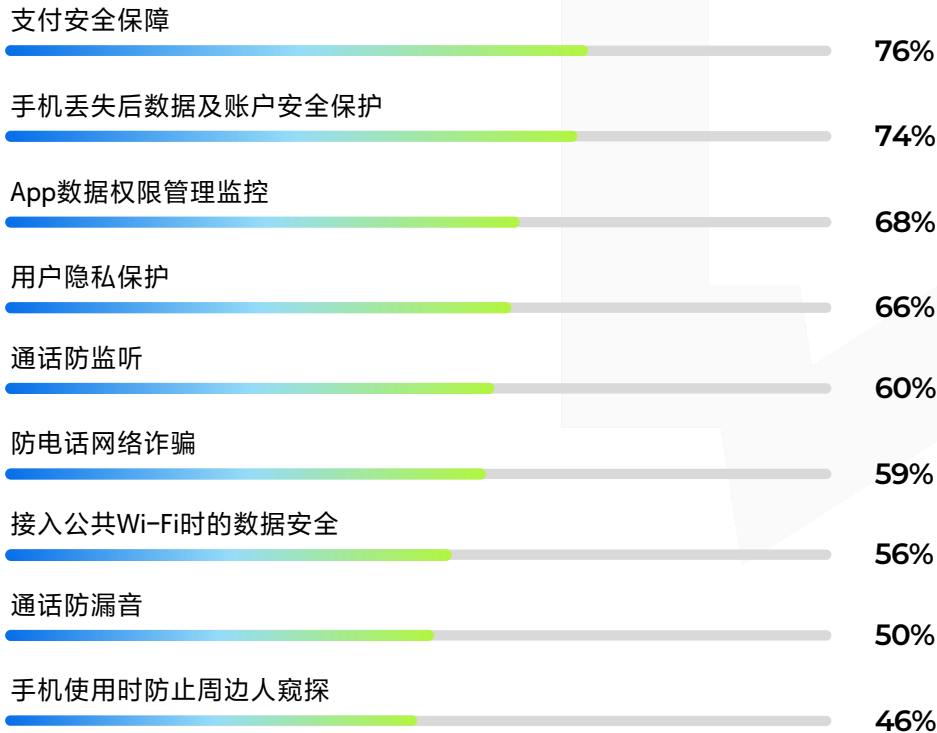
知乎用户：

iOS系统的优点就是流畅、安全。

”



安全性指标关注度



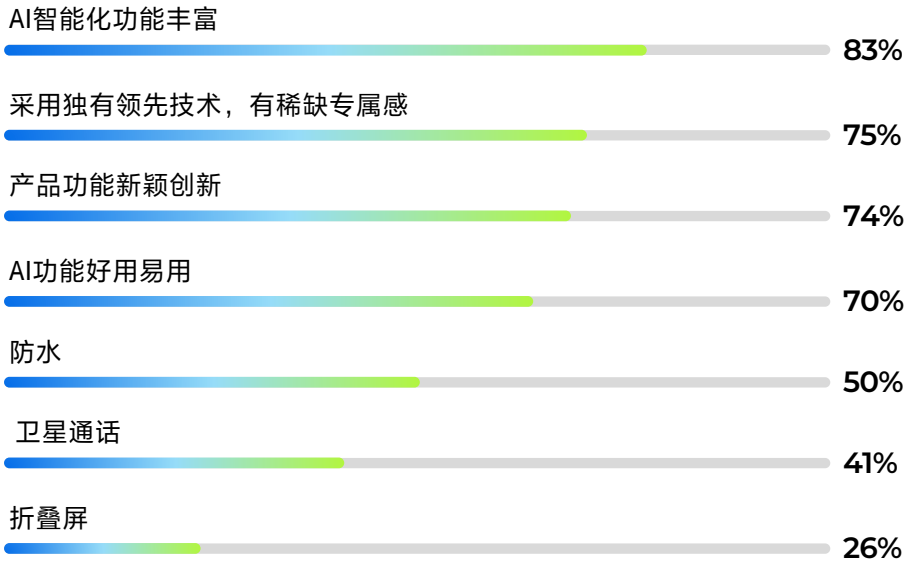
新驱动：功能与“黑科技”成未来方向

高端用户对手机功能的需求逐步迈向智能化与专业化，其中AI智能化功能与创新技术的结合成为用户关注的焦点。

- **AI智能化引领功能升级：**
85%的高端用户对AI智能化功能表示高度关注，如语音助手、拍摄智能化优化、以及场景
- **黑科技赋能场景拓展：**
功能中的“黑科技”如防水（50%）、折叠屏（26%）和卫星通信（41%）等，虽然关注比例暂未达到主流，但显示出用户对未来功能拓展的期待和探索潜力。

- **产品功能创新与专业化趋势：**
75%的用户期待手机具备差异化的功能创新，74%的用户关注手机在特定场景下的专业应用（如磁铁专属感应、专用拍摄模式）。高端用户对功能个性化和使用场景多样化有更高需求。

使用体验指标关注度



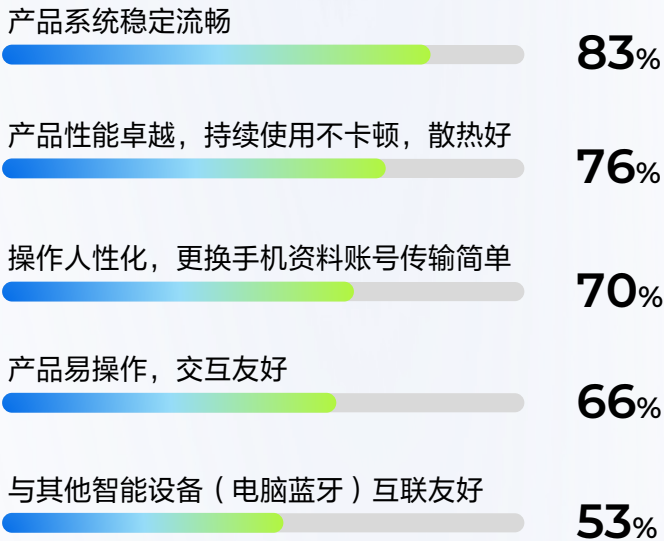
国产旗舰机型AI功能盘点

品牌	vivo	华为	小米
旗舰机型	vivo X200 系列	华为 Mate 70 系列	小米 15系列
旗舰机型	蓝心小V	小艺	超级小爱
旗舰机型	▶ 原子岛功能，智能交互体验，如拖动图片到应用图标快速操作，识别文字内容开启对应应用功能 ▶ 支持多种唤醒方式，可深度对话，加入写作神器、阅读助手等智能体 ▶ AI画质增强，20X以上长焦模式下提升远方景色清晰度	▶ AI运动轨迹、AI主角时刻、AI时空穿越等趣味功能 ▶ AI智控键、AI隔空传送、AI通话摘要等高效功能 ▶ AI消息随身、AI降噪通话、AI静谧通话等安心功能	▶ 屏幕支持灵犀触控，瞬时采样率2560Hz，具备AI防误触功能 ▶ 智能助手改进，能快速响应指令，学习用户习惯进行个性化推荐 ▶ 支持AI绘画和AI写作，提供创作工具，实现智能化配色和构图建议

新驱动：使用体验升级成高端用户核心需求

在使用体验方面，高端手机用户关注点集中在系统的**稳定流畅性**、**操作的人性化**以及**设备间的无缝互联**，体现出用户对日常体验高品质的诉求。用户期待手机能够成为智能生活的枢纽，为工作和娱乐提供更便捷的支持。同时，科技的普惠价值也成为品牌塑造的重要方向，通过优化特殊群体的使用体验，进一步提升人性化印象与用户好感度。

使用体验-具体考虑因素



vivo : 科技有温度

vivo为视障人群开发“vivo看见”功能，提供AI实时环境问答和离线模式支持，旨在为所有用户提供更加便捷的生活解决方案。

知乎灯塔计划「和你去更远的地方」也通过邀请视障人士和轮椅使用者嘉宾，借助“vivo看见”、“蓝心小v”等科技，帮助其完成感受雪山、探索海洋的心愿，实现生命的更多可能性。不少知乎用户在该次活动纪录片下留言肯定品牌重视科技普惠、科技创新服务于用户体验的价值。

“谢谢vivo为残障人士提供了这么好的产品和服务”

“让每个人都能平等享受生活，了不起”

“从视频中体会到vivo对生活的深刻理解和尊重”

“所以vivo搞这些事是有道理的，就是一种社会责任”



新驱动：部分国产旗舰机型已率先建立科技创新差异点

● 海外品牌旗舰

凭借一贯出色的**处理器性能**和**影像技术**，外国旗舰手机仍能在高端市场中占据一席之地。

苹果 | Apple 16系列

搭载最新A18 Pro芯片，性能强劲，适配iOS生态优化。

顶级芯片性能和生态优势，为品牌溢价能力奠定了基础。

“ 消费者评价：

XDR显示屏，太炫了
苹果独特系统，操作简便，不卡顿 ”

关键词 ▶▶

- ▶ 性能
- ▶ 系统稳定
- ▶ 屏幕还原



● 国产品牌旗舰

影像功能升级与科技创新带来的全新体验，国产旗舰手机凭借多维度的用户洞察与本地化创新，在高端市场逐步崭露头角。

vivo | vivo X200系列

搭载天玑9400芯片，性能与功耗平衡，带来流畅稳定的使用体验。

配备蔡司联名影像系统，支持行业顶级长焦技术与高帧率视频录制，为专业摄影提供更强支持。

“ 消费者评价：

影像功能最强，具有高像素的拍摄，能满足在不同场景下的拍摄需求，续航功能强，具有大容量电池 ”

关键词 ▶▶

- ▶ 影像能力
- ▶ 人性化操作
- ▶ 续航长



华为 | HUAWEI Mate 70系列

纯血鸿蒙系统带来了原生安全，通过先进的加密技术和隐私管理机制，为用户提供更全面的隐私保护。

第二代灵犀通信技术提升了网络速度和稳定性，卫星寻呼功能更是为用户在户外提供了额外的安全保障。

“ 消费者评价：

“拥有最新鸿蒙系统，使用不卡顿，内存充足够用，实现工作与生活的完美衔接” ”

关键词 ▶▶

- ▶ 安全性
- ▶ 黑科技



新旗舰：知乎高端用户认可的国产旗舰案例——vivo X200系列

vivo X200系列以全方位的性能表现和影像实力，成功树立了**4K+**价位段旗舰体验的行业标杆。针对知乎高端手机用户的重点购机需求：**CPU性能、续航能力、长焦影像、人性化操作体验**，vivo X200系列都得到了知乎站内用户的高度认可。

核心性能

顶配性能，丝滑体验

“系统运行流畅，第三方软件兼容很好。”

“无论是日常使用，运行各种大型游戏完全ok，流畅使用三四年应该问题不大。”

续航能力

大容量，省心用

“续航最强的手机。”

“如果你追求的就是大电池和出色的影像，那么目前vivo X200 Pro mini还是值得入手的。”



旗舰长焦

随手拍大片

“安卓摄影功能最好的手机，在长焦及微距表现都非常出色。”

“X200系列的影像给我的印象非常深刻，人像的优势不必多说，依然在引领行业。而长焦，风光、夜景和人文的全能，包括视频的大幅度提升，使得其成为了我最喜欢的日常拍摄手机，随手就能拍随拍都能出片，这大约就是手机影像最根本的魅力所在。”

人性化操作

懂我

“我注意到 vivo 在残障人群的交互体验上不断优化，像针对肢体残疾人士，开发了单手操作的便捷模式，通过巧妙的手势控制和屏幕布局调整，让他们可以轻松完成各种操作。”

“灵动岛给我提醒的航旅纵横、国铁行程、打车出行、外卖安排，真的都非常好用。小V建议和智能体也帮我省了太多的事儿。”

知乎用户：

很多国产手机的高端化往往都是价格高端但是手机不是很高端，但是vivo的手机不管是拍照还是在体验感知上都是做到了行业顶尖水平。

「 结语 」

CONCLUSION »

凭借在**影像创新、人文科技关怀和本地化方面**的出色表现，国产高端手机已成功在消费者心智中占据领先地位。数据显示，国产品牌不仅实现了多层次市场的全面覆盖，更在年轻用户群体中形成了显著的品牌偏好。这一心智优势的建立，不仅反映了国产手机在产品力上的不断突破，更预示着其在未来高端市场拥有巨大的发展潜力。

展望未来，国产手机品牌应持续深耕技术创新，进一步强化品牌**有意义的差异化**，并通过满足用户日益多元化的全场景需求，不断巩固其在高端市场中的竞争优势。唯有如此，才能在激烈的市场竞争中保持领先，实现品牌价值的持续提升。

每日免费获取资料

- ☑ 每日微信群内分享7+最新行业报告；
- ☑ 每周分享当周**华尔街日报**、经济学人；
- ☑ 行业报告均为公开版，权利归原作者所有，**参一江湖**仅分发做内部学习。

| 行业报告 | 英语外刊 | 行业社群 | 参一江湖 · 聚焦行业前沿



关注公众号
领取粉丝福利

「 声明 」

STATEMENT >>

版权声明

除本白皮书中引用的第三方数据和其他公开信息，本白皮书的著作权归知乎所有，本白皮书中所有文字、图片、表格等均受《中华人民共和国著作权法》和其他相关法律法规以及国际公约保护，未经知乎书面授权，任何组织或个人均不得复制、引用、摘编、传播或以其他方式使用本白皮书的内容。

免责声明

本白皮书中出现的任何商标、标识、标志、图案或公司、产品或服务名称等知识产权均归各权利人所有，未经该权利人同意，任何组织或个人不得擅自使用或授权他人使用或实施其他侵权行为，否则需要承担一切侵权责任。

本白皮书由凯度联合知乎，对知乎平台高端手机用户现状进行的分析研究，任何组织或个人不得擅自曲解。本白皮书仅供一般参考，并非针对任何组织或个人的情况而提供的专业建议或服务。凯度和知乎对本白皮书的准确性、完整性和可靠性等均不做任何明示或暗示的陈述及保证，不对任何因使用本白皮书或基于本白皮书作出的决策或行为等而导致的任何后果承担责任。