

本报告研究说明

1) 数据选取时间：2025年6月

2) 数据来源：

QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库

QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库

QuestMobile AD INSIGHT 广告洞察数据库

QuestMobile NEW MEDIA 新媒体数据库

QuestMobile TRUTH BRAND 品牌数据库

3) 本报告数据范围说明：

OPPO品牌数据中不包括真我及一加，vivo品牌数据中包含iQOO，小米品牌数据中包含红米。荣耀品牌数据自2021年11月开始进行独立拆分，拆分涉及周期自2021年9月开始，荣耀品牌独立机型覆盖范围增多。

2025年智能手机市场发展趋势

市场换机需求提升



- 国产手机品牌活跃设备数量全线增长
- 国补有效拉动中高端智能手机的消费热情，2000元以上机型占同比提升2.3%
- 受国补政策与618大促驱动，1月与6月出现换机高峰

AI手机成为主要创新方向



- AI技术深度融合到手机的原生服务生态中
- 各价位段新机型均展现出更丰富的AI应用生态，功能覆盖图像美化、文本创作、效率提升、生活娱乐等各领域
- 华为、小米持续发挥生态优势，推动智能设备之间的深度互联与协同

品牌营销深入圈层用户

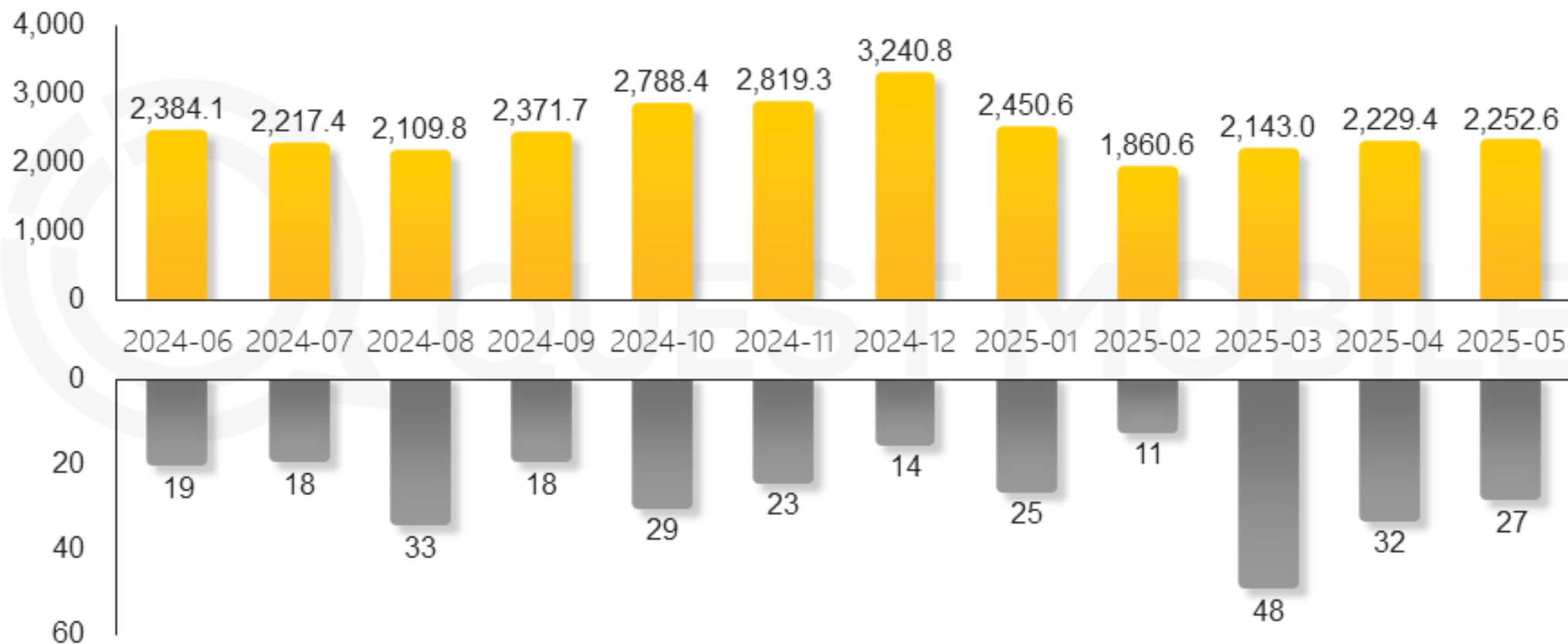


- 手机品牌在营销方面的投入增加，硬软广均为增投重点
- 品牌对年轻用户的争夺更加白热化，电竞营销、体育营销帮助品牌精准触达Z世代群体
- 新中产群体手机消费呈现高端主导、中端升温的特征

2024年6月-2025年5月 国内智能手机出货量&新上市机型

单位：万部

■ 智能手机出货量 ■ 智能手机新上市机型



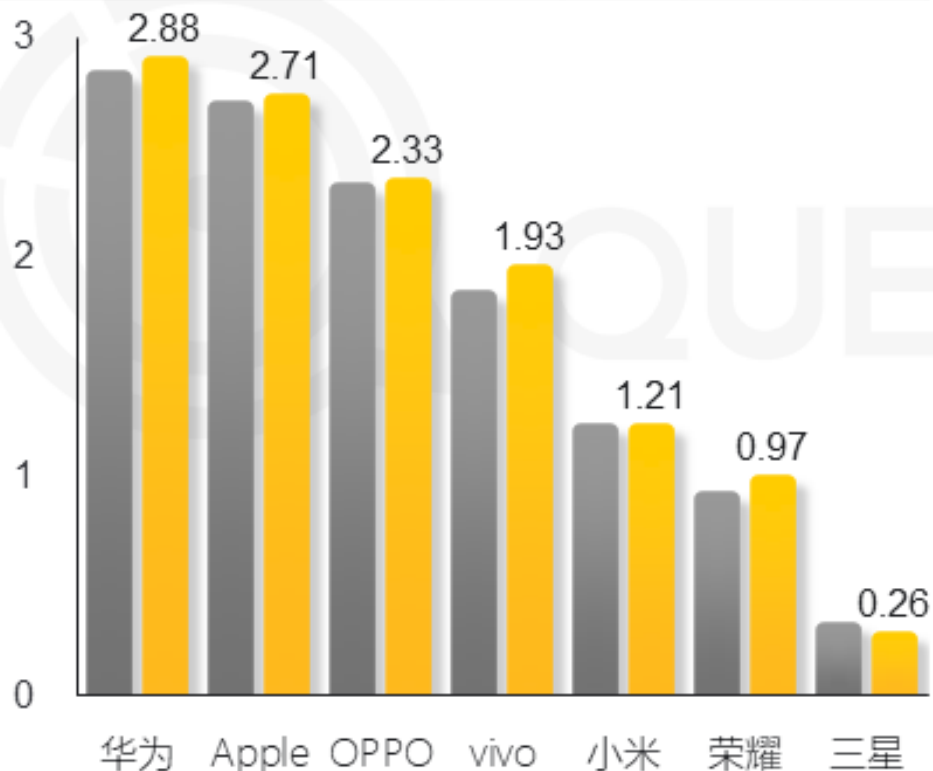
单位：部

Source: QuestMobile 研究院 2025年8月; 中国信息通信研究院 2025年5月

智能手机品牌 活跃设备数量变化

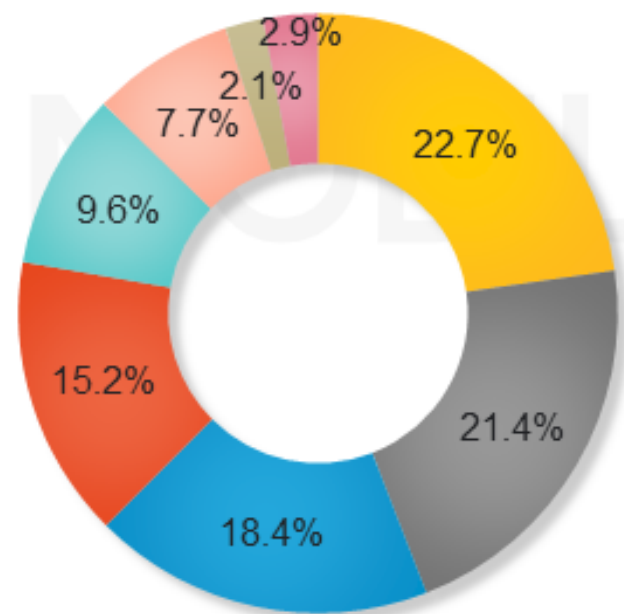
单位：亿台 2024-06 2025-06

同比增长率	2.2%	1.2%	1.1%	6.3%	0.5%	8.6%	-12.0%
-------	------	------	------	------	------	------	--------



2025年6月 智能手机品牌 活跃设备数量占比

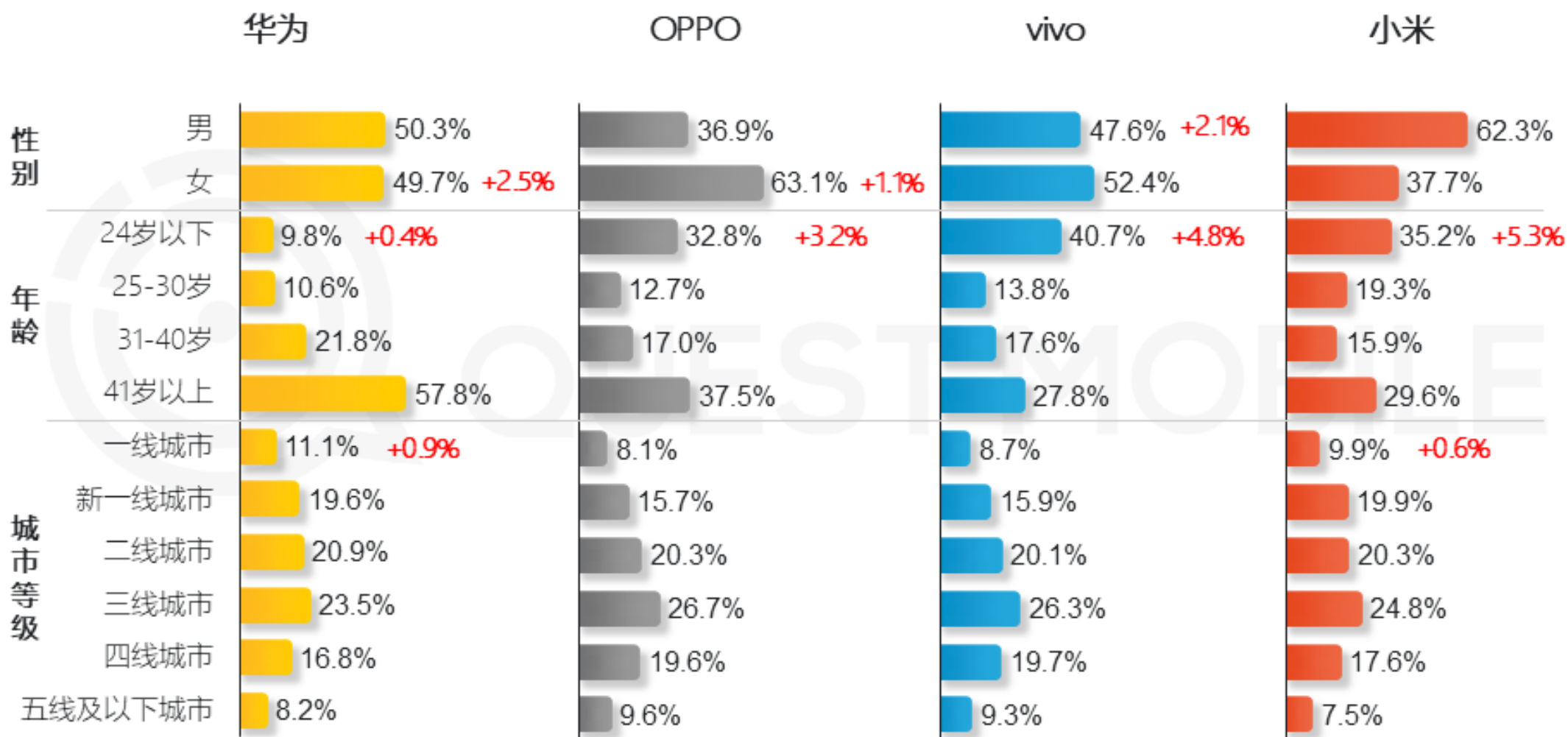
■ 华为 ■ Apple ■ OPPO ■ vivo
■ 小米 ■ 荣耀 ■ 三星 ■ 其他



注：OPPO品牌数据中不包括真我及一加，vivo品牌数据中包含iQOO，小米品牌数据中包含红米；荣耀品牌数据自2021年11月开始进行独立拆分，拆分涉及周期自2021年9月开始，荣耀品牌独立机型覆盖范围增多。

Source: [QuestMobile TRUTH](#) 中国移动互联网数据库 2025年6月

2025年6月 国产手机品牌 用户画像

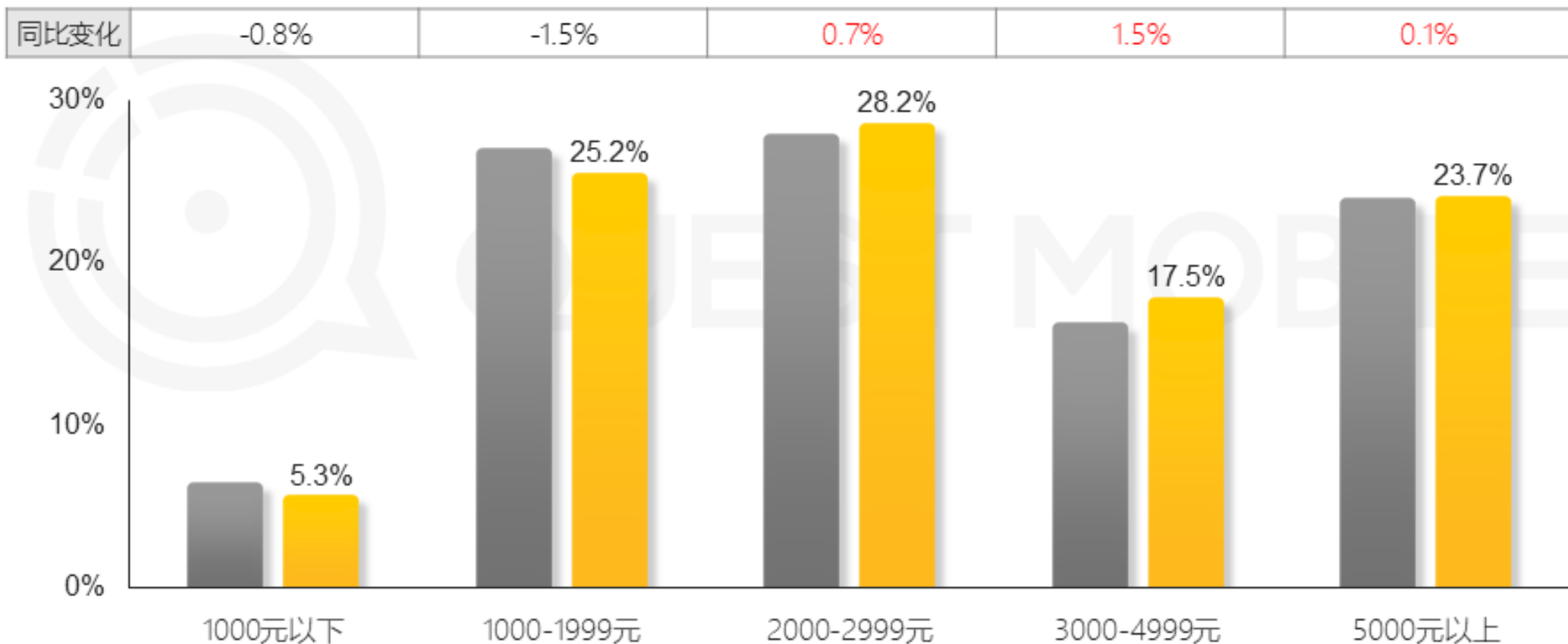


注：红字表示较2024年6月，用户占比的同比变化。

Source: [QuestMobile](#) GROWTH 用户画像标签数据库 2025年6月

智能终端各价位段 活跃用户占比

■ 2024-06 ■ 2025-06



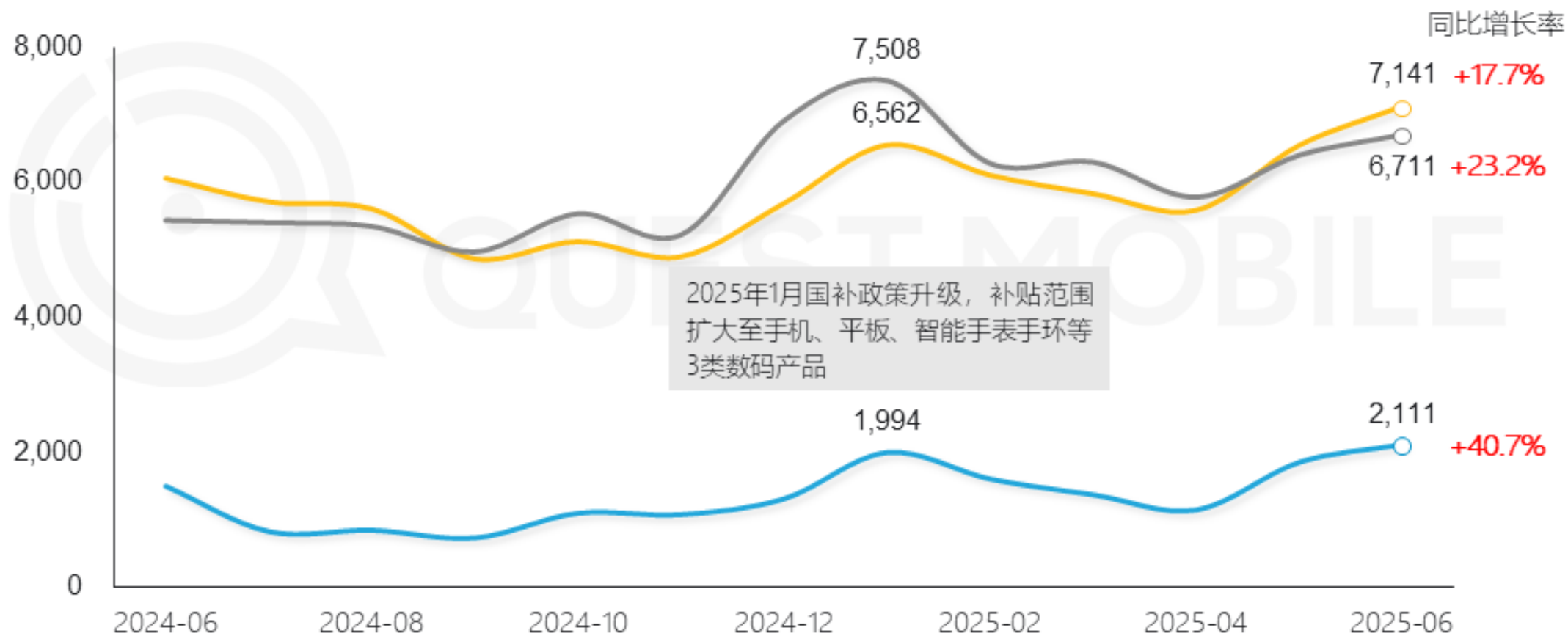
注：终端价格以出厂价为标准。

Source: [QuestMobile](#) GROWTH 用户画像标签数据库 2025年6月

换机助手类APP 月活跃用户规模TOP3

单位：万

— 换机助手 — 手机克隆 — 转移到iOS



Source: QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2025年6月

2025年6月 典型智能终端换机品牌去向

去向 \ 来源	华为	Apple	OPPO	vivo	小米	荣耀
华为	40.4%	12.4%	13.2%	10.6%	7.7%	10.5%
Apple	17.3%	52.9%	9.3%	6.5%	6.1%	2.3%
OPPO	13.3%	10.3%	45.0%	14.3%	5.8%	6.4%
vivo	13.2%	10.9%	18.9%	39.0%	6.5%	6.6%
小米	13.4%	13.2%	12.6%	11.1%	38.2%	5.5%
荣耀	27.4%	8.3%	17.9%	14.5%	7.6%	18.8%

注：去向占比，指在统计周期(月)内，从A终端品牌换到B终端品牌的用户数占从A终端品牌换到所有终端品牌用户数的比例。

Source: [QuestMobile](#) TRUTH 中国移动互联网数据库 2025年6月

2025年手机品牌发力方向

AI是品牌持续发力的创新功能点

AI技术加速从营销概念向实用功能转化，品牌注重AI功能在真实使用场景中的落地，丰富AI手机的产品线，具备多模态感知、个性化决策和自动化执行功能

大底长焦成为新竞争核心

用户需求驱动转变，远摄和暗光场景成痛点，通过双潜望镜头、大底传感器、自由曲面镜片等技术力求在中远焦段实现更高的成像精度与综合画质表现

折叠屏探寻新形态，新机发布节奏放缓

折叠屏手机市场正从初期的“百花齐放”转向形态创新与技术深化的阶段，华为发布阔折叠 Pura X，三星三折叠手机预计下半年发布；2025年OPPO、vivo小折叠机型、小米大折叠 MIX Fold系列暂未发布新一代

生态协同，构建全场景智能化

手机作为“生态入口”，聚焦于多终端协同能，将可穿戴设备、家居家电、汽车等终端统一入口



智能手机AI功能的发展



AI APP阶段

AI能力主要通过独立的第三方APP实现

用户需主动下载、安装并打开特定APP，以使用AI服务；用户需明确知晓各APP的功能，并调用特定APP，AI作为附加工具存在



AI 功能化阶段

AI功能逐步融入手机操作系统，集成到手机厂商预装的核心原生应用中

如相机中的AI场景识别与优化、AI美颜等，用户可在高频使用场景中无缝调用AI功能，无需单独使用APP



AI 原生化阶段

AI技术深度融合到手机的原生服务生态中

可执行跨应用、多步骤的复杂任务。交互更自然，响应更精准，提供个性化、预测性的主动服务

2025年智能手机核心AI功能

语音文字

- 实时通话翻译、面对面同传
- 语音摘要、通话纪要整理
- 语音识别与文本生成
- 降噪通话
- 定制语音助手专属音色

图像视频

- 根据环境自动调整拍摄参数
- 连续对话修图
- 一键扩图
- 老照片修复
- 路人消除
- AI视频生成、视频剪辑
- 视频补帧

效率办公

- 网页智能摘要
- 会议记录助手
- 绘制思维导图、演示文稿
- 识屏搜索、圈选即搜
- 文件自动排版、续写、润色
- 文件自动收藏

生活娱乐

- 通过语音指令，调用相应APP，完成点外卖、订酒店等行为
- 游戏增强类AI功能，如动态预测游戏负载调节性能
- AI助手闲聊陪伴
- AI医生在线问诊

主动服务

- 主动预测用户需求并提供个性化服务，如根据用户的日历信息规划导航路线
- 根据用户的喜好和习惯，推荐相关的新闻、音乐等内容
- 根据健康数据主动提供运动建议与健康预警

2025年上半年新上市机型 上市后三个月内激活设备数TOP10

机型	激活设备数(万台)	上市时间	亮点AI功能
OPPO Reno14	198.8	2025-05	AI灵感成片、灵感构图、最佳表情、闪光LivePhoto、AI助手跨端互联
OPPO A5 活力版	148.3	2025-03	AI消除、去反光、超清像素、AI英语家教、作业批改
华为 Mate70 Pro 优享版	145.2	2025-03	AI运动轨迹、主角时刻、隔空传送、消息随身
vivo X200s	123.9	2025-04	原子岛功能预测用户意愿、AI天气变装、魔法移动
vivo Y300i	115.7	2025-03	小V圈搜、AI消除、小V帮记、一键问屏、作业助手
红米 Turbo 4 Pro	110.1	2025-04	AI游戏精灵、画质修复、扩图、魔法消除
红米 Turbo4	108.0	2025-01	AI写作、构图、识音、对话翻译、实时字幕、搜索
华为 畅享70X	106.6	2025-01	AI识屏、智能抠图、通话反诈、暗部增强
小米 15 Ultra	90.2	2025-02	AI智能摄影、动态壁纸、识别翻译、妙画、字幕
OPPO Find X8s	85.4	2025-04	AI灵感成片、AI一键闪记、AI意图搜索

注：激活设备数，指在统计周期(月)内，首次使用某机型的设备数；统计一款机型从上市当月开始向后的3个月内，例如：一款机型1月上市，统计时间为1月至4月。

Source: [QuestMobile](#) TRUTH 中国移动互联网数据库 2025年6月；根据公开资料整理

2025年各品牌原生AI助手升级方向

华为小艺

- 鸿蒙5.1更新围绕AI能力深度进化，推送真人感交互，覆盖家庭陪伴、职场效率、创意影像三大场景

OPPO小布助手

- ColorOS 15系统升级，新增超级小布入口，将桌面分页符全搜入口替换为小布助手；新增生活缴费卡片功能，小布建议和流体云新增显示已购电影票和景点门票

vivo蓝心小V

- vivo蓝心小V接入DeepSeek-R1最新版，支持深度思考、联网搜索，提供「作业助手」智能体

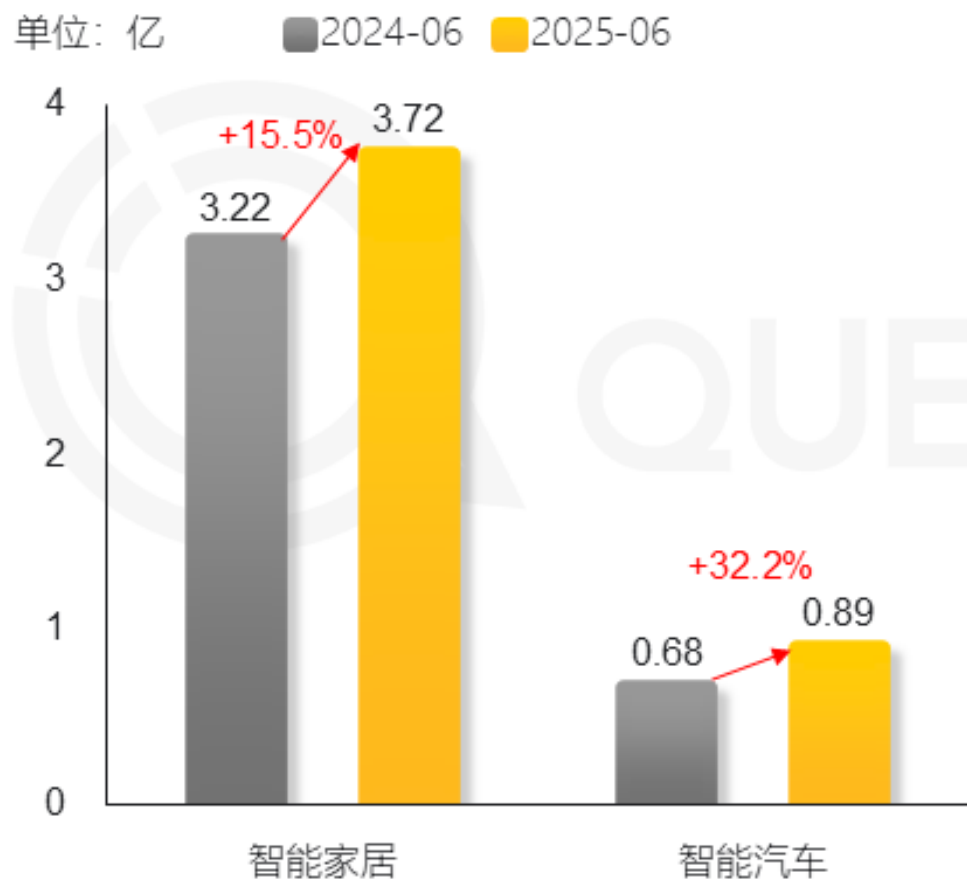
小米超级小爱

- 小米正式启动超级小爱助手的机型覆盖试点计划，更多老机型，可更新使用超级小爱，具备多模态交互、全局自然语言搜索、跨应用和跨设备操作能力

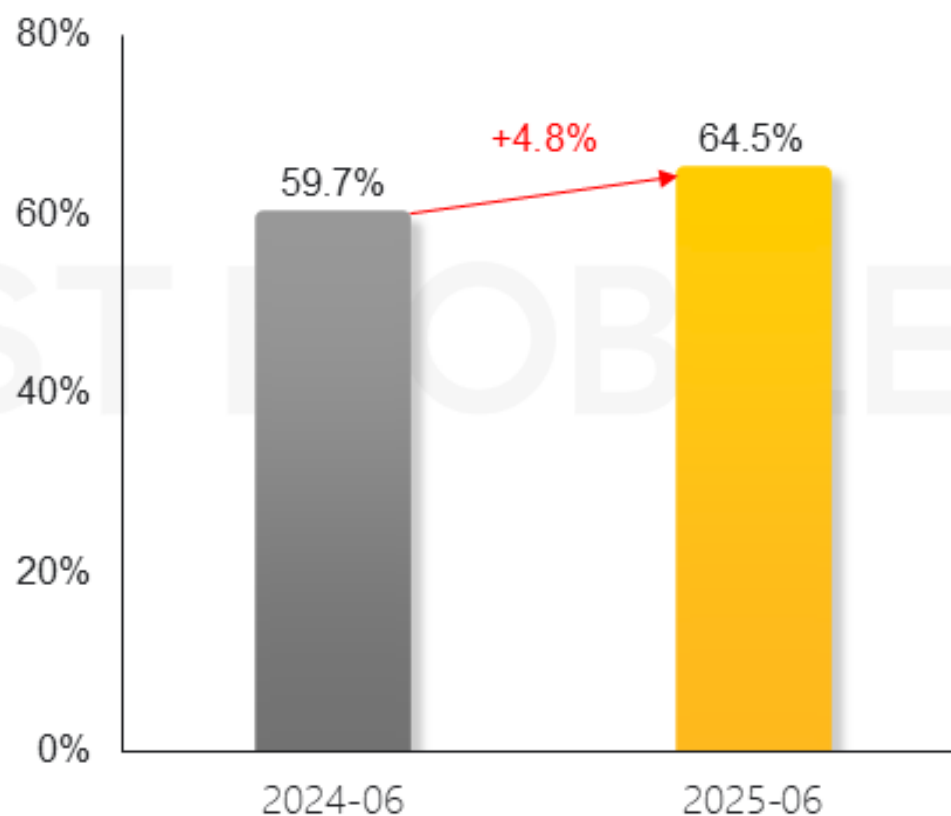
荣耀YOYO助理

- YOYO助理保持月度版本升级频率，新增一键问屏、耳机交互、AI通话助理、智慧清理等功能，提升使用体验

智能家居&智能汽车APP行业 月活跃用户规模



智能汽车与智能家居APP行业 用户重合率



注：重合率=智能汽车行业用户群体启动智能家居行业APP的月活跃用户数除以智能汽车行业的月活跃用户数。

Source: QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2025年6月

2025年华为鸿蒙生态加速推进 原生鸿蒙设备陆续发布

华为终端全面迈入“鸿蒙时代”，实现手机、平板、电脑、汽车、智能家居的互联闭环

2025.03

华为发布首款搭载原生鸿蒙正式版的手机Pura X

2025.05

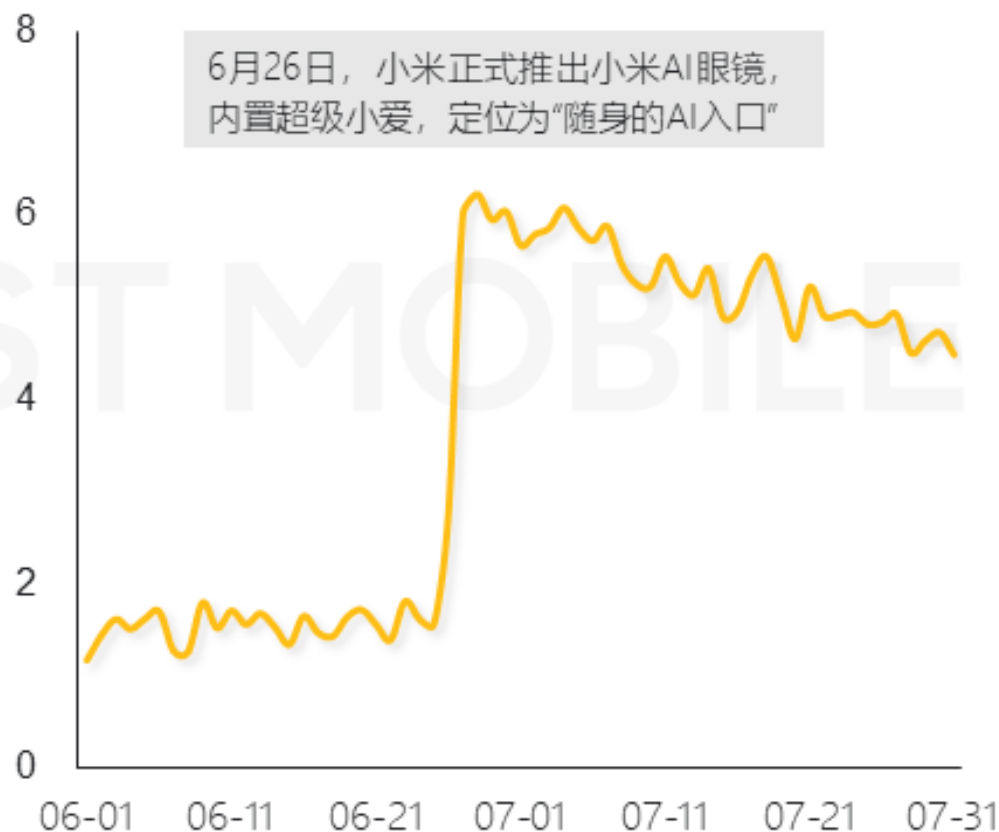
华为发布首款搭载鸿蒙操作系统的鸿蒙电脑MateBook Pro，支持与华为手机、平板三设备键鼠共享

2025.07

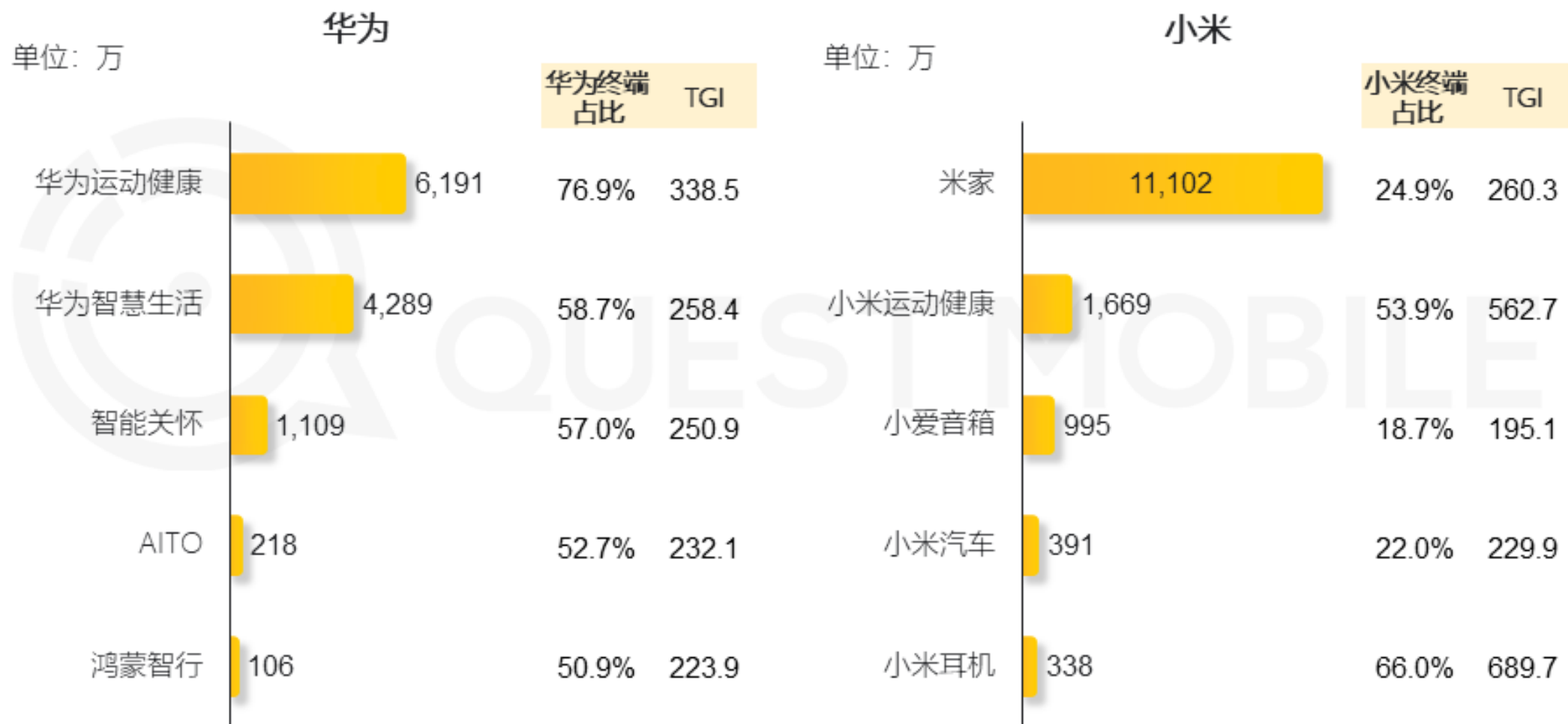
首款全面搭载HarmonyOS 5的平板MatePad Pro 12.2英寸正式发布，原生支持鸿蒙电脑应用

2025年6-7月 小米眼镜APP 日活跃 用户规模

单位：万



2025年6月 华为&小米旗下智能设备APP 月活跃用户规模TOP5

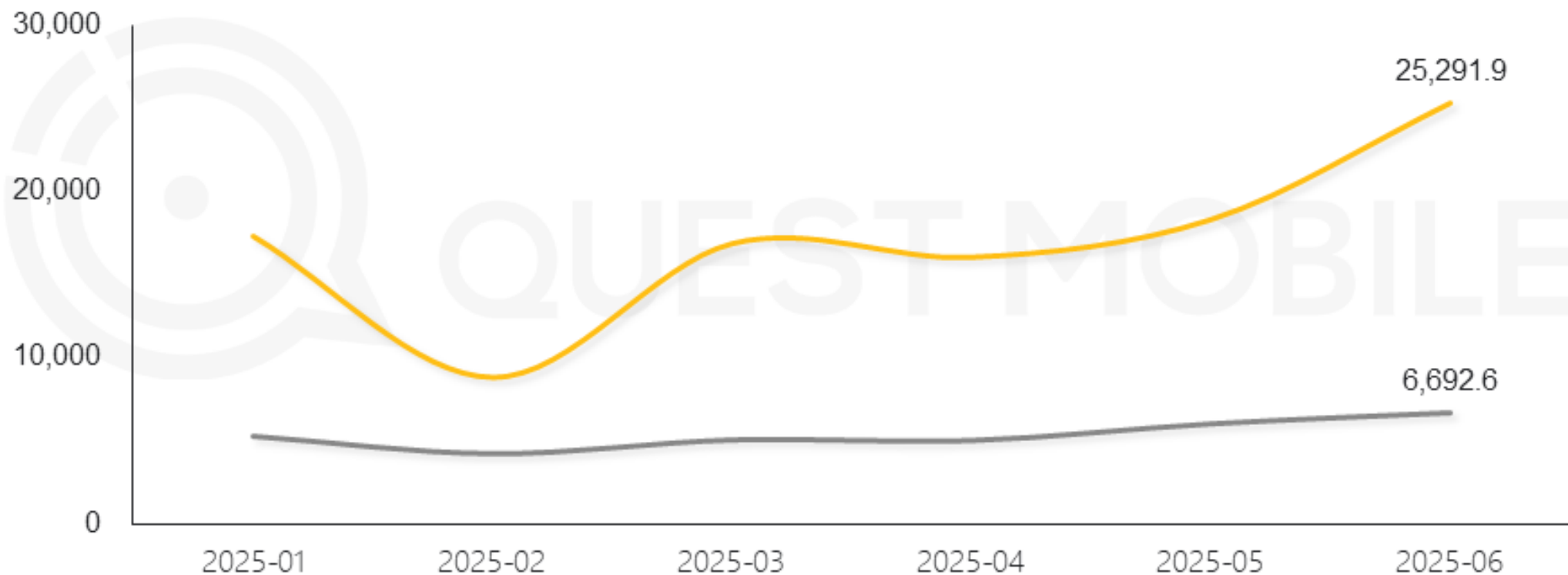


Source: QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2025年6月

2025年 手机通讯品牌行业 广告投放费用

单位：万元

— 硬广 — 软广

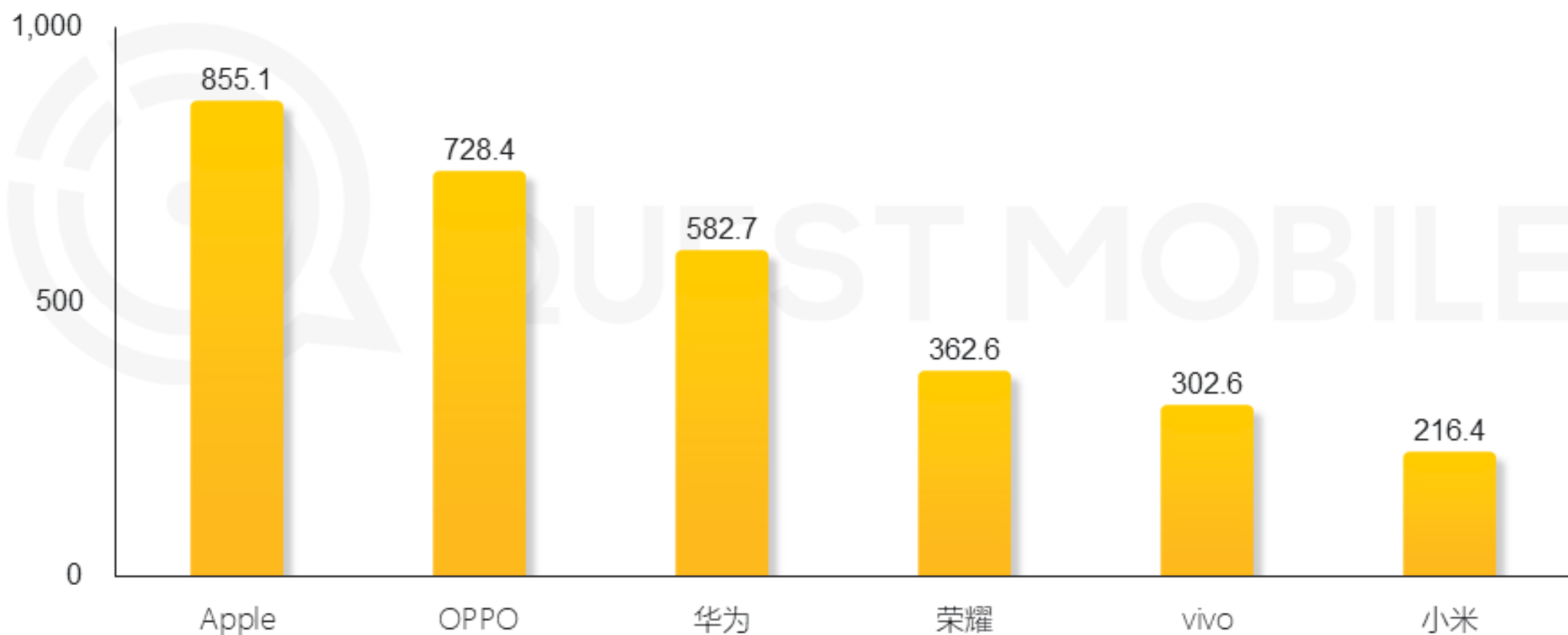


注：1、硬广广告监测数据范围主要为媒介展示类广告，包含电商内搜索广告，未覆盖范围包含1) 不含搜索引擎广告、生活服务平台内广告、应用商店内广告等搜索逻辑相关广告；2) 不含游戏内广告、工具内皮肤广告等；3) 不包含剧综冠名、植入广告；4) 不包含基于粉丝逻辑的广告。2、软广投放费用：在抖音、快手、小红书平台中指定品牌行业下的品牌合作商单的总投放费用。

Source: QuestMobile AD INSIGHT 广告洞察数据库 2025年6月

2025年6月 典型手机品牌 新媒体平台内容互动量

单位：万次

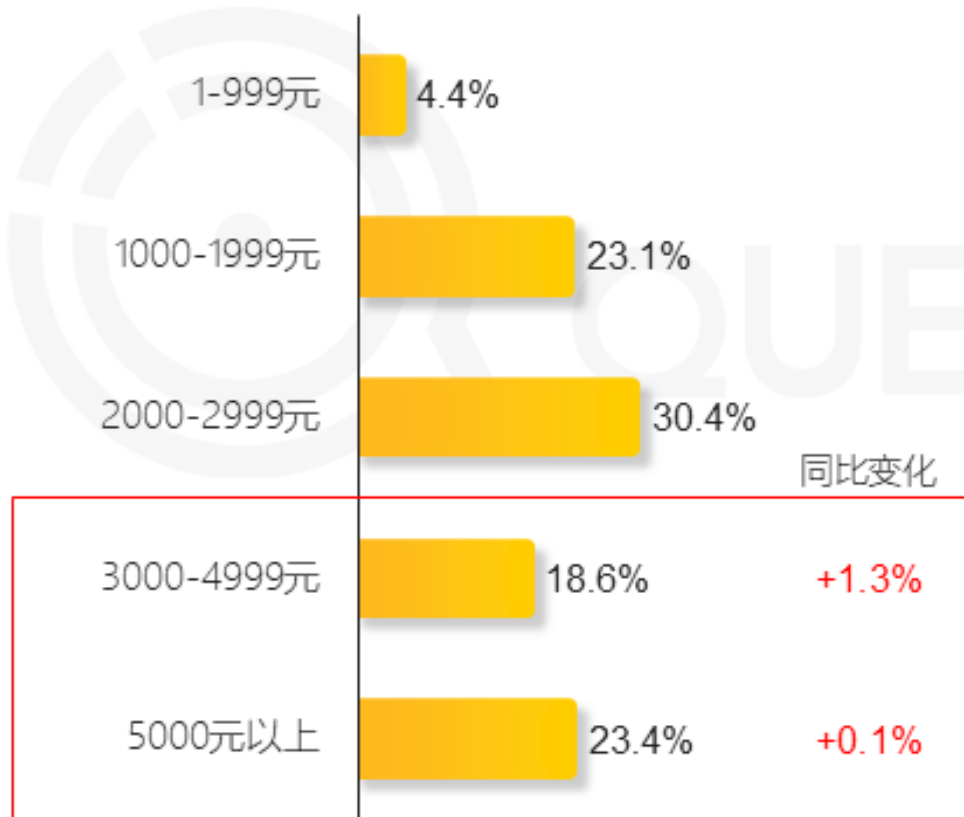


注：内容互动量，指统计周期内，在抖音、快手、微博、哔哩哔哩、小红书、微信公众号平台中，某个指定品牌相关的所有发稿内容的总互动数，等于所有互动指标数(点赞、评论、转发等)的合计值。

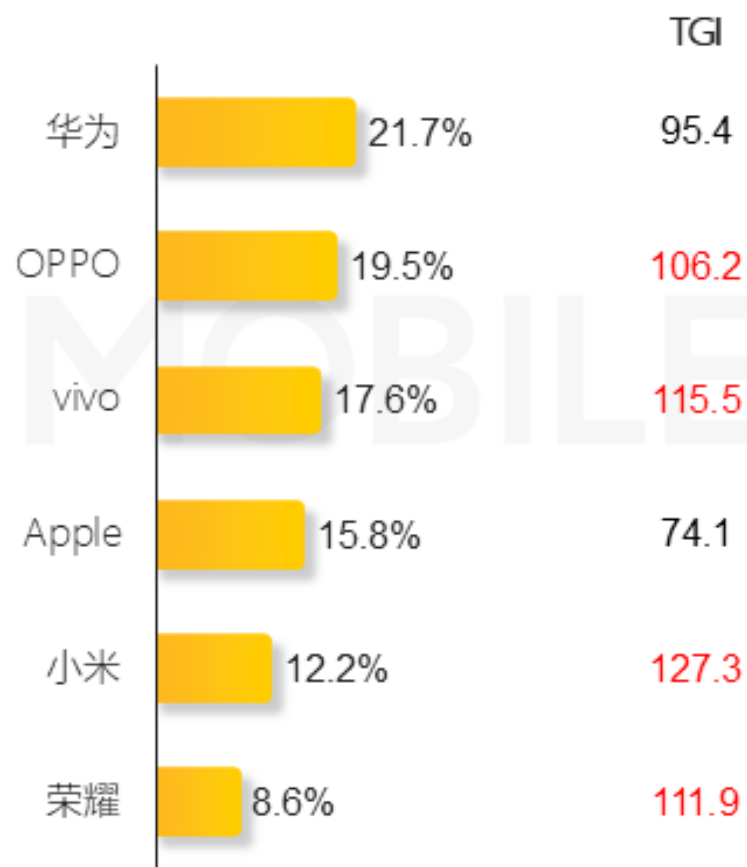
Source: [QuestMobile](#) TRUTH BRAND 品牌数据库 2025年6月

2025年6月 Z世代用户 终端消费偏好

终端价格分布

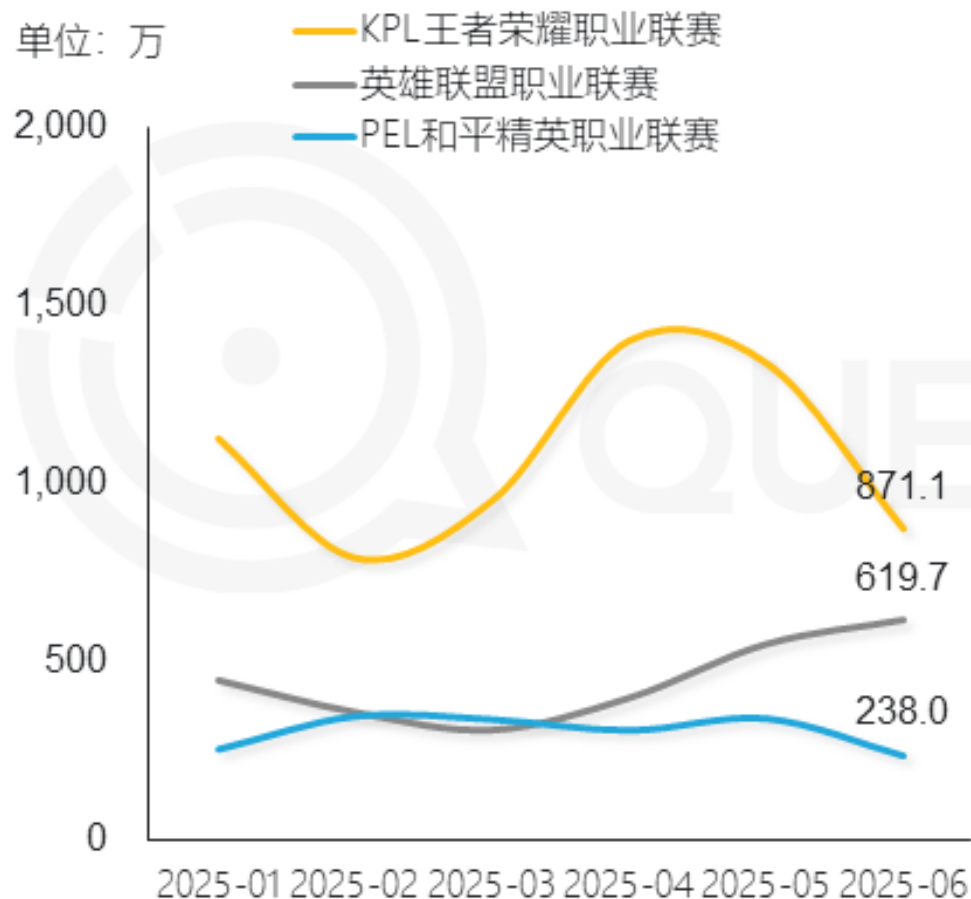


终端品牌偏好



注：1、Z世代用户指95后+00后用户；2、TGI=目标人群某个标签属性的活跃占比 / 全网具有该标签属性的活跃占比*100。

电竞赛事官方号 去重活跃用户规模



手机品牌 电竞营销案例

HONOR 荣耀成为2025电竞世界杯(EWC)官方智能手机合作伙伴，为参加《王者荣耀》《和平精英》《决胜巅峰》《Free Fire》项目的EWC选手提供设备

OPPO 2025英雄联盟季中冠军赛 (MSI) 官方赛场影像用机为OPPO Find X8 Ultra, 捕捉选手高光时刻

iQOO iQOO、一加品牌深耕电竞手机赛道，长期作为KPL王者荣耀职业联赛、PEL和平精英职业联赛官方比赛用机

手机品牌 体育营销案例

OPPO × 孙颖莎

2025年3月，OPPO宣布孙颖莎成为OPPO智能生态全球合作伙伴



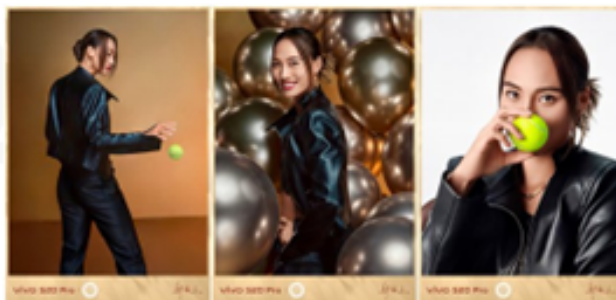
品牌官方号：OPPO

2025年3月 去重活跃用户规模：
403.9万



vivo × 郑钦文

2024年11月，vivo邀请郑钦文担任vivo S 系列美学大使



品牌官方号：vivo

2024年11月 去重活跃用户规模：
273.0万



红米 × 樊振东

2024年11月，红米官宣樊振东成为REDMI“冠军大使”



品牌官方号：Redmi红米手机

2024年11月 去重活跃用户规模：
263.9万

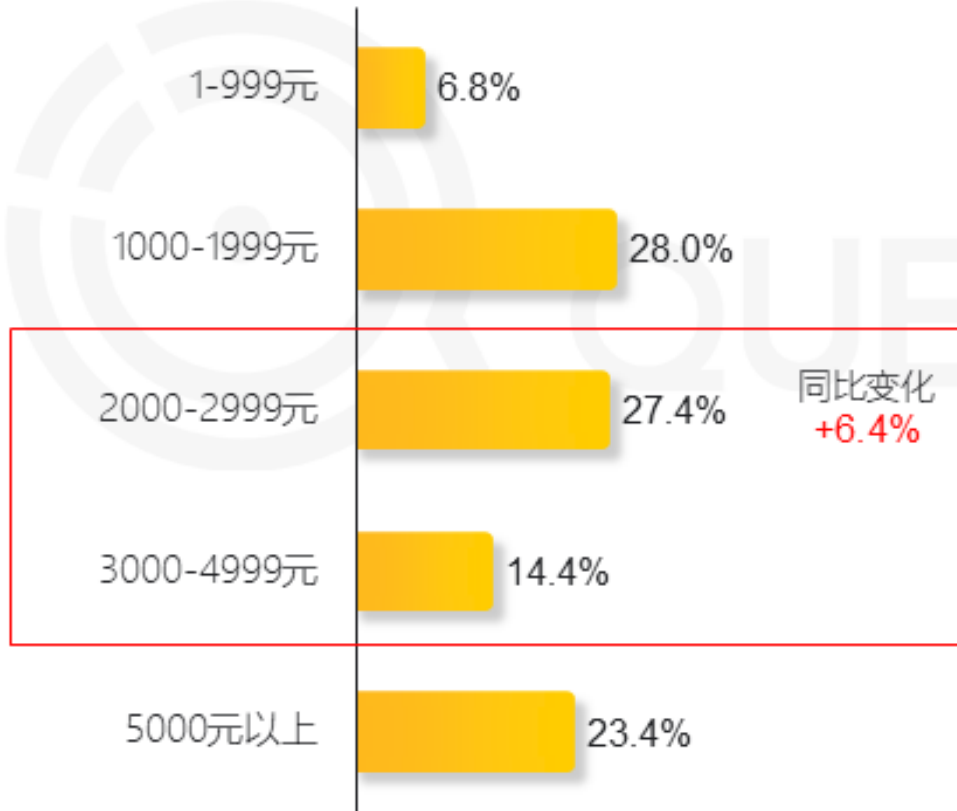


注：去重活跃用户数，在指定KOL平台中浏览或关注过目标KOL发布内容的去重用户数；KOL平台包括抖音、快手、微博、哔哩哔哩、小红书、微信公众号。

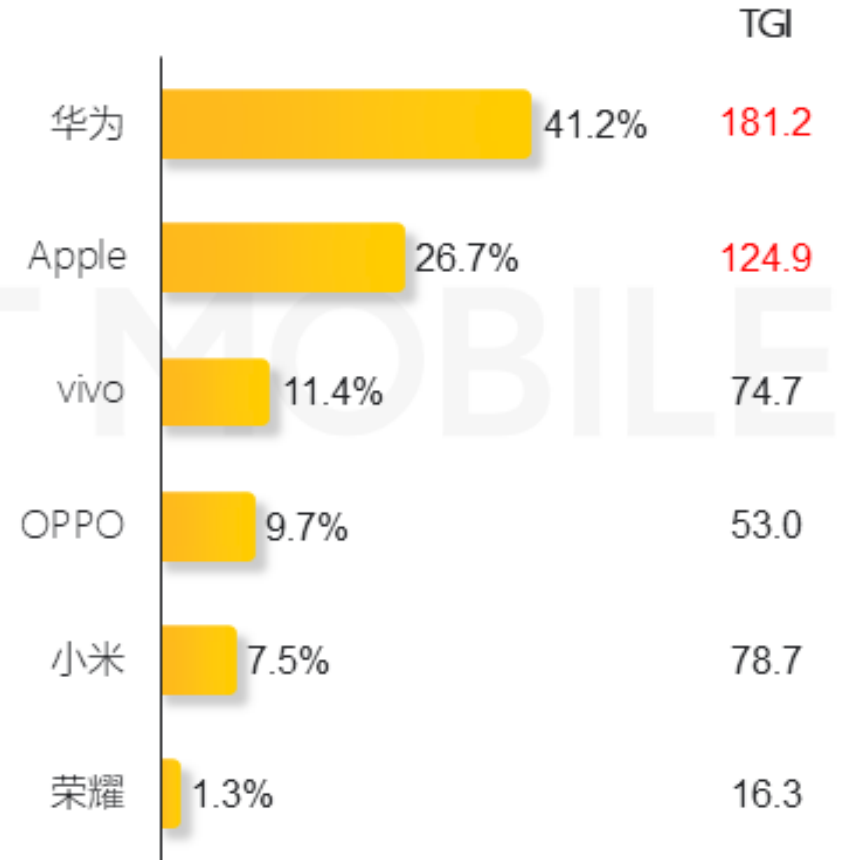
Source: QuestMobile NEW MEDIA 新媒体数据库 2025年3月

2025年6月 新中产人群 终端消费偏好

终端价格分布



终端品牌偏好

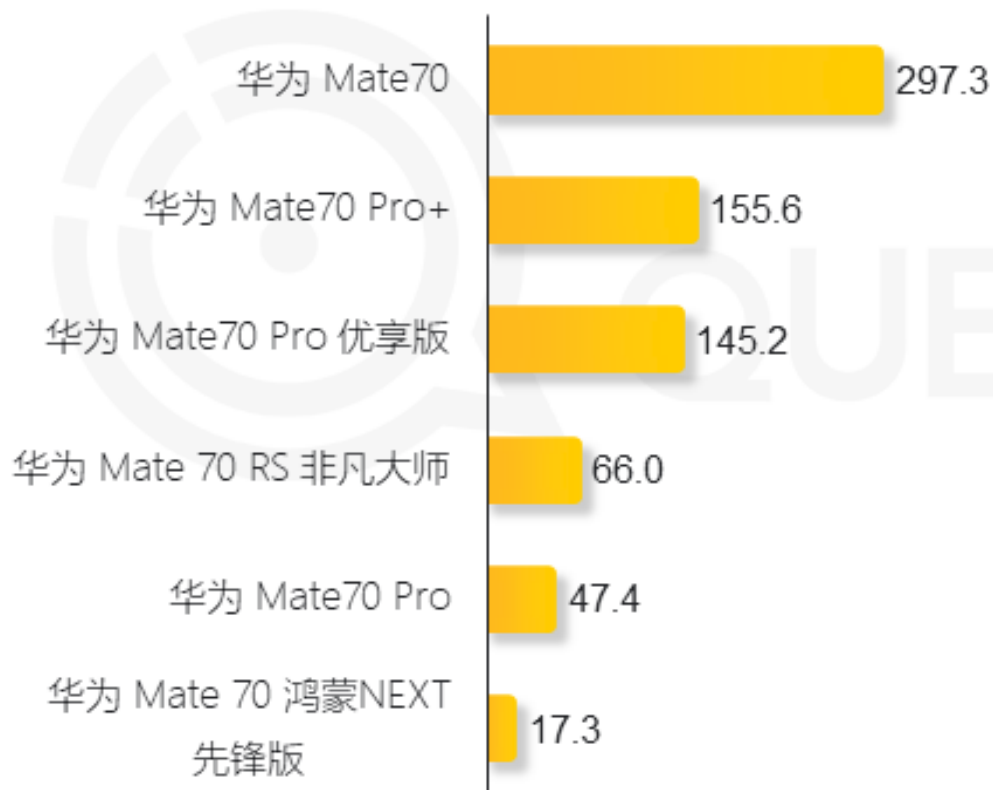


注：1、新中产人群指年龄在25-40岁之间，身处三线及以上城市，线上消费能力在1000元及以上，线上消费意愿为中&高的用户；2、TGI=目标人群某个标签属性的活跃占比 / 全网具有该标签属性的活跃占比*100。

Source: QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库 2025年6月

华为Mate70系列机型 上市后三个月内 激活设备数

单位：万台



华为Mate70系列强化高端品牌形象

硬核AI技术实力

在正式发布前，华为官方号连发三个宣传视频均带有“Mate有真AI”的标签，多项创新AI功能，如AI隔空传送、AI摘要大师、AI消息随身、AI智控键等九大功能引起热议

鸿蒙先锋版尝鲜体验

2025年1月，华为推出Mate70系列的新版本——鸿蒙NEXT先锋版，契合追求前沿科技、愿意尝试新系统用户

鸿蒙系统带来技术升级

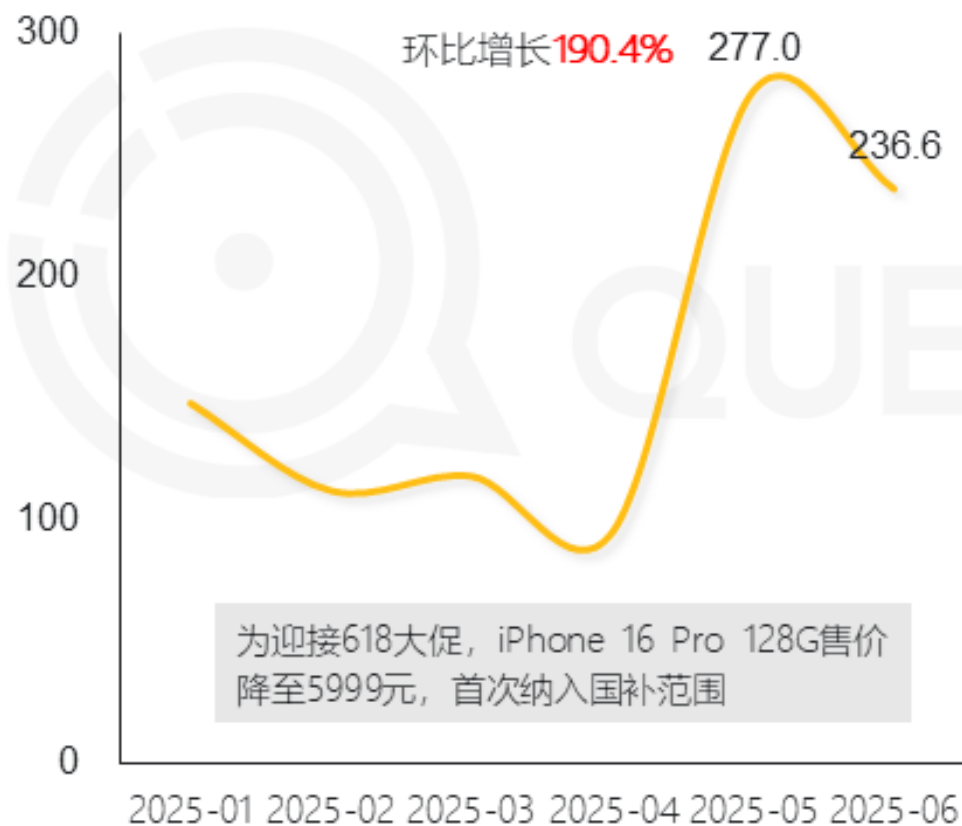
2025年8月，鸿蒙5.1系统全面推送，华为Mate 70系列迎来体验更新，新增真人感小艺、AI人像精修、AI魔法移图、全新实况窗等多个AI功能

注：激活设备数，指在统计周期(月)内，首次使用某机型的设备数；统计一款机型从上市当月开始向后的3个月内，例如：一款机型1月上市，统计时间为1月至4月。

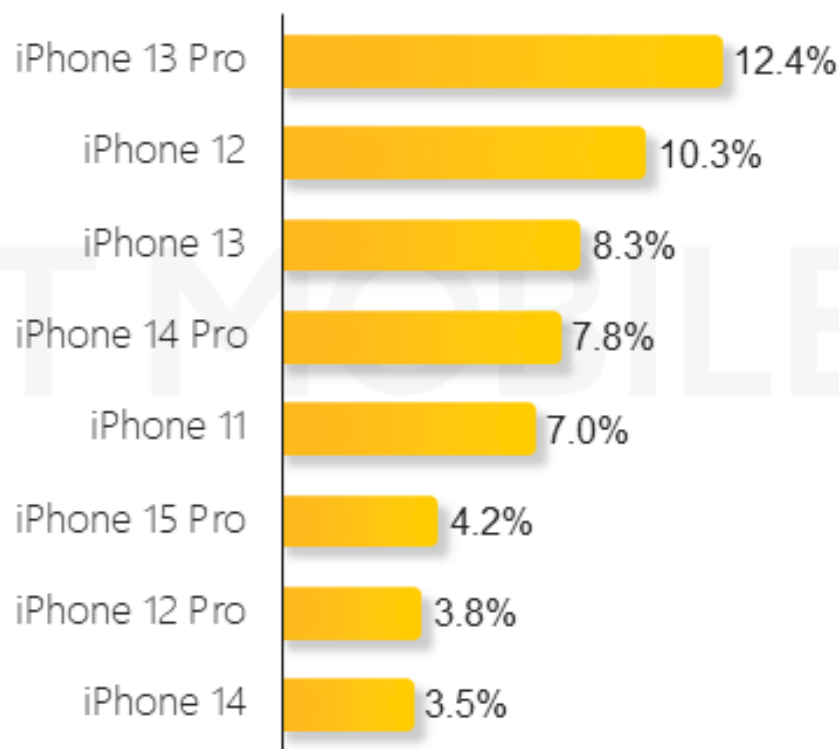
Source: [QuestMobile](#) TRUTH 中国移动互联网数据库 2025年6月

典型电商平台 Apple品牌交易额

单位：亿元



2025年6月 换购至iPhone16 Pro 来源终端机型占比



注：1、交易额统计范围包含淘宝、天猫、京东、拼多多等主流购物平台的官方旗舰店及自营店；2、来源占比：在统计周期(月)内，从A终端机型换到B终端机型的用户数占从所有终端机型换到B终端机型用户数的比例。

Source: QuestMobile 商单洞察数据库 2025年6月；TRUTH 中国移动互联网数据库 2025年6月

1. 本研究报告（以下简称“本报告”）由QuestMobile（以下简称“本公司”）制作及发布。
2. 本报告所涉及的数据来源于QuestMobile自有数据库、行业公开、市场公开、公司授权，以及QuestMobile Echo快调研平台等，均采用合法的技术手段、深度访问、抽样调查等方式获取；本公司力求但不保证该信息的完全准确性和完整性，客户也不应该认为该信息是完全准确和完整的。同时，本公司不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的研究报告。本公司会适时更新我们的研究，但可能会因某些规定而无法做到。除了一些定期出版的研究报告之外，绝大多数研究报告是在本公司认为适当的时候不定期地发布。
3. 本报告所涉及的独立研究数据、研究方法、研究模型、研究结论及衍生服务产品拥有全部知识产权，任何人不得侵害和擅自使用，违者必究。
4. 本报告主要以微信公众号形式分发或电子版形式交付，间或也会辅以印刷品形式交付或分发，所有报告版权均归本公司所有。未经本公司事先书面协议授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、转发或公开传播本报告的全部或部分内容。不得将报告内容作为诉讼、仲裁、传媒所引用之证明或依据，不得用于营利或用于未经允许的其它用途。
5. 经本公司事先书面协议授权刊载或转发的，被授权机构承担相关刊载或者转发责任。不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。
6. 本报告的分享或发布现场，未经本公司事先书面协议授权，参会人员不得以任何形式进行录音、录像或拍照，更不允许参会人员以任何形式在其他场合或社交媒体（包括客户内部以及外部）进行转发、交流或评论本次分享内容。
7. 如因以上行为（不限于3、4、5、6）产生的误解、责任或诉讼由传播人和所在企业自行承担，本公司不承担任何责任。
8. 本报告中部分图片、内容来源于网络和公开信息，如果您发现本报告及其内容包含错误或侵犯其著作权，请联系我们以便这些错误得到及时的更正：mkt@questmobile.com.cn。
9. 本次分享内容最终解释权归本公司所有。