

2026年全球智能手机市场洞察研究报告： 存储芯片涨价延续，手机厂商如何穿越周期 (精华版)

2026 Global Smartphone Market Insights Research Report
2026年 世界携帯電話市場インサイト調査レポート

概览标签：智能手机、消费电子、存储涨价

2026/02

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

研究目的&摘要

研究目的

此研究将会回答的关键问题：

- ① 全球智能手机市场规模如何？
- ② 全球智能手机市场的分布情况如何？
- ③ 各重点国家市场发展情况如何？
- ④ 存储芯片涨价对市场影响如何？
- ⑤ 全球及各地区的竞争情况如何？

摘要

全球智能手机市场规模：

- ❑ 从全球智能手机市场出货量来看，2020–2021年，在疫情后需求释放与远程办公驱动下，出货量从12.9亿台提升至13.6亿台，达到阶段性高点。但自2022年起，受宏观经济走弱、消费电子需求疲软及库存去化影响，市场连续两年下滑，2023年降至11.6亿台的周期低点。2024–2025年行业进入修复阶段，出货量逐步回升至12.4亿台和12.6亿台，但尚未恢复至2021年高点。这一阶段的核心特征是需求透支后的调整与库存周期主导，同时换机周期显著延长，行业增长逻辑由增量扩张转向存量博弈。
- ❑ 未来市场预计进入低速增长与结构升级并行的新阶段。短期来看，受存储涨价等因素影响，2026–2027年出货量仍在12亿台左右窄幅波动，需求修复仍存在一定反复，行业缺乏强劲增长驱动力。但从2028年开始，在新一轮技术周期（如AI手机、端侧大模型、影像与算力升级）带动下，市场有望重新进入温和上行通道，出货量预计从12.7亿台提升至2030年的13.5亿台，逐步接近历史高位。从结构上看，全球智能手机渗透率已处于高位，新增用户空间有限，行业增长主要来自存量用户的设备升级需求。同时，价格与成本因素将成为重要变量：在存储等核心元器件价格上行背景下，终端价格中枢抬升可能在短期内抑制需求释放节奏，使出货量恢复呈现缓慢爬坡特征。

存储芯片涨价对手机市场影响：

- ❑ 在存储芯片价格进入上行周期后，智能手机行业由“需求驱动”转向“成本驱动”，并形成沿成本—价格—需求—规模逐级传导的结构性负循环。上游DRAM与NAND价格上涨抬升整机BOM，迫使厂商通过提价或产品结构调整维持利润，高端机可依靠品牌溢价实现成本转嫁，而中低端机则面临更直接的盈利压力；价格上调触发需求侧非线性收缩，消费者延长换机周期、低端需求率先承压，渠道去库存周期拉长；需求收缩进一步削弱规模经济，单位固定成本上升，使利润修复受限并形成新的成本压力。最终，行业呈现出明显分层：低端市场收缩、中端维持缓冲、高端强化利润集中，整体表现为ASP上行与出货增长放缓并存，利润向头部品牌与高端产品进一步集中。



目录

CONTENTS

◆ 市场规模	-----	07
• 全球市场规模	-----	08
• 驱动因素	-----	09
◆ 各地区分布占比情况	-----	10
• 市场分布——全球市场	-----	11
• 市场分布——亚太地区	-----	12
• 市场分布——欧洲地区	-----	13
• 市场分布——MEA地区	-----	14
• 市场分布——美洲地区	-----	15
◆ 关键市场分析	-----	16
• 中国市场	-----	17
• 印度市场	-----	18
• 美国市场	-----	19
◆ 存储涨价对手机市场影响	-----	20
• 存储价格趋势	-----	21
• 存储在BOM成本中占比	-----	22
• 存储涨价对OEM影响	-----	24
◆ 竞争格局	-----	27
• 进入壁垒	-----	28
• 竞争格局——全球市场	-----	29
• 竞争格局——中国市场	-----	30
• 竞争格局——印度市场	-----	31
• 发展趋势	-----	32
◆ 方法论&法律声明	-----	33

目录

CONTENTS

◆ Market Size	07
• Global Market Size	08
• Driving Factors	09
◆ Regional Distribution	10
• Market Distribution——Global	11
• Market Distribution——APEC	12
• Market Distribution——Europe	13
• Market Distribution——MEA	14
• Market Distribution——American	15
◆ Key Market Analysis	16
• China	17
• India	18
• USA	19
◆ Impact of Storage Price Increases	20
• Storage Price Trends	21
• Percentage of Storage in BOM	22
• Impact of Storage Price Increases on OEMs	24
◆ Competitive Landscape	27
• Entry Barriers	28
• Global Market	29
• China Market	30
• India Market	31
• Development Trends	32
◆ Methodology & Legal Statement	33

图表目录

List of
Figures
and Tables

图表1: 全球智能手机市场规模（按出货量口径）， 2020-2030E	08
图表2: 全球各地区智能手机市场占比（按出货量口径）， 2019-2030E	11
图表3: 亚太地区各国家/地区智能手机市场占比（按出货量口径）， 2020-2030E	12
图表4: 欧洲各国家/地区智能手机市场占比（按出货量口径）， 2019-2030E	13
图表5: MEA各国家/地区智能手机市场占比（按出货量口径）， 2020-2030E	14
图表6: 美洲各国家/地区智能手机市场占比（按出货量口径）， 2019-2030E	15
图表7: 中国市场智能手机出货量， 2020-2030E	17
图表8: 中国智能手机市场规模（按销售额口径）， 2020-2030E	17
图表9: 印度市场智能手机出货量， 2020-2030E	18
图表10: 印度智能手机市场规模（按销售额口径）， 2020-2030E	18
图表11: 美国市场智能手机出货量， 2020-2030E	19
图表12: 美国智能手机市场规模（按销售额口径）， 2020-2030E	19
图表13: DRAM指数与NAND指数走势， 2021.07-2026.01	21
图表14: 苹果历代产品BOM成本	22
图表15: 中端机与千元机BOM成本对比	23
图表16: 存储芯片涨价导致的成本-需求负循环	24
图表17: 考虑配置升级时， 维持BOM与ASP比例稳定所需的ASP提价幅度	25
图表18: 不考虑配置升级时， 维持BOM与ASP比例稳定所需的ASP提价幅度	25
图表19: 终端厂商新机发布涨价情况	26
图表20: 智能手机行业进入壁垒	28

图表目录

List of
Figures
and Tables

图表21: 全球智能手机市场竞争格局, 2016-2025	-----	29
图表22: 中国智能手机市场竞争格局, 2016-2025	-----	30
图表23: 印度智能手机市场竞争格局, 2016-2025	-----	31
图表24: 智能手机行业发展趋势	-----	32

进入壁垒

手机行业进入壁垒由技术、供应链、品牌与渠道等多维能力叠加构成，且在成熟竞争格局下持续强化，新进入者突破难度显著提升

智能手机行业进入壁垒

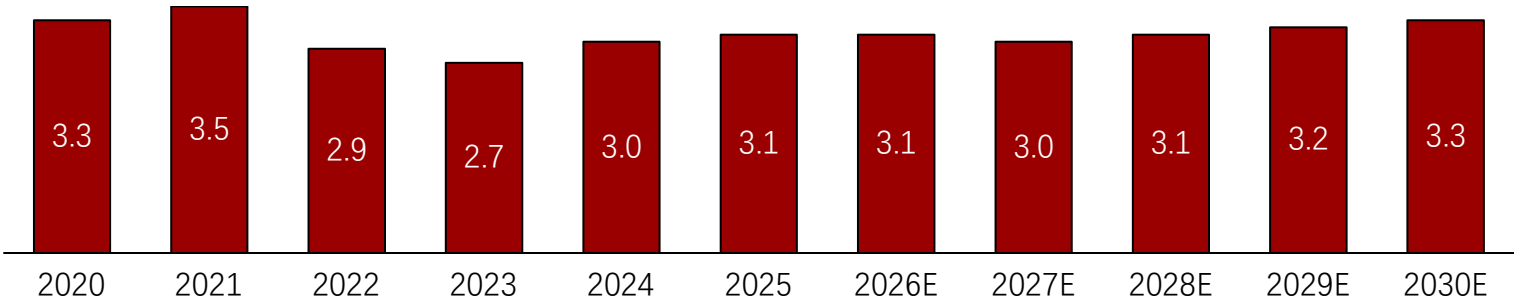
进入壁垒	壁垒高低	描述
		■ 技术与产品定义能力 智能手机已从单一硬件产品演变为“芯片+系统+影像+AI”的复杂集成体，厂商需具备SoC平台适配、影像调校、系统优化及端侧AI能力整合等综合研发能力。尤其在高端市场，性能调优与用户体验的细微差异决定产品竞争力，新进入者难以在短期内建立完整技术体系。
		■ 供应链整合与规模采购能力 关键元器件如SoC、存储、屏幕及摄像头高度集中于少数头部供应商，优质产能与价格往往优先向大客户倾斜。头部厂商通过规模优势获得更低采购成本与更稳定供货，而新进入者在成本与交付上处于明显劣势。在存储等周期性品类价格波动加剧的背景下，这一壁垒进一步强化。
		■ 品牌与用户心智壁垒 智能手机作为高频消费电子产品，用户对品牌、质量与系统体验具有较强依赖，头部品牌通过长期积累形成稳定认知与忠诚度。新品牌不仅需要高额营销投入，还需通过持续产品迭代建立口碑，进入周期长且不确定性高。
		■ 渠道与分销体系 全球市场渠道结构差异较大，包括运营商渠道、开放市场、电商平台及线下零售体系等。厂商需具备渠道覆盖能力、库存管理能力及本地化运营能力，尤其在部分市场（如北美、欧洲）运营商渠道具有较高准入门槛。
		■ 生态与软件能力 操作系统、应用生态、云服务及跨设备协同能力不断增强用户粘性，尤其在高端市场，生态锁定效应明显。缺乏生态支撑的厂商难以形成长期竞争力。
		■ 资金与经营能力壁垒 手机行业具有高研发投入、高库存压力及价格竞争激烈的特征，厂商需具备充足现金流与精细化运营能力，以应对产品迭代、库存波动及价格战等挑战。

中国市场

政策短期拉动需求但难改基本面，叠加存储成本暴涨，中国手机市场将进入量稳价升、结构分化的中长期演进阶段，高端化驱动增长而中低端承压出清

中国智能手机市场规模

中国市场智能手机出货量，2020-2030E
亿台



中国智能手机市场规模（按销售额口径），2020-2030E
亿元



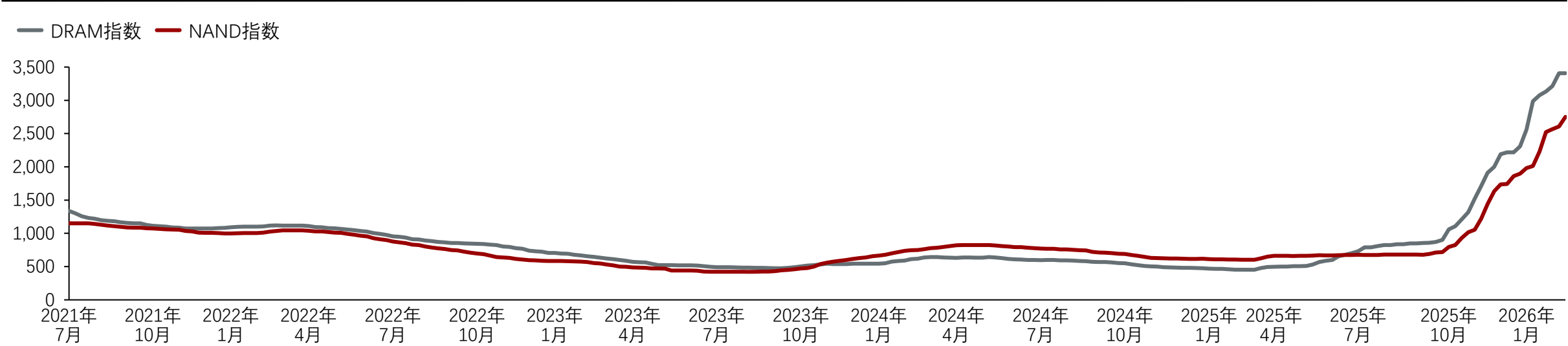
- 政策在短期内对需求形成明显拉动，但持续性有限。2025年年初“以旧换新”政策落地叠加春节消费旺季，显著刺激换机需求，1月末至2月初手机销售额同比增长182%，然而，*这一增长更多属于需求前置与阶段性透支，随着政策边际效应减弱*，市场迅速回归常态，第二季度出货量同比下降4%。同时，成本端冲击正在成为主导变量。全球存储价格大幅上涨，尤其DRAM价格在2025年内出现数倍级别上行，直接推高整机BOM成本。
- 短期来看，*政策刺激带来的需求前置效应已基本释放，叠加存储等核心元器件价格维持高位，终端价格上行将对换机需求形成一定抑制*。因此，出货量预计维持在3亿部左右的平台震荡区间，难以出现显著增长。中期来看，行业增长将逐步转向“结构驱动”。一方面，AI手机、影像升级及算力提升将带来新一轮换机动因，但其渗透节奏相对温和；另一方面，成本上行将推动ASP持续提升，使市场规模恢复增长但出货量增幅有限。在此阶段，市场核心逻辑将从“拼规模”转向“拼价格与价值”。
- 长期来看，*市场有望进入稳定增长区间，但增长质量显著优于增长速度*。出货量预计缓慢回升至3.2-3.3亿部，而高端机占比提升将持续推高销售额。行业分化将进一步加剧：高端市场凭借技术与品牌优势吸收成本并实现利润增长，而中低端市场在成本压力与价格敏感性约束下，可能出现规模收缩与竞争出清。

来源：Euromonitor、Statista、头豹研究院

存储价格趋势

在卖方市场与库存极低背景下全面暴涨80%–90%，上游利润显著向存储厂商集中，终端OEM面临成本与需求双重挤压

DRAM指数与NAND指数走势，2021.07-2026.01



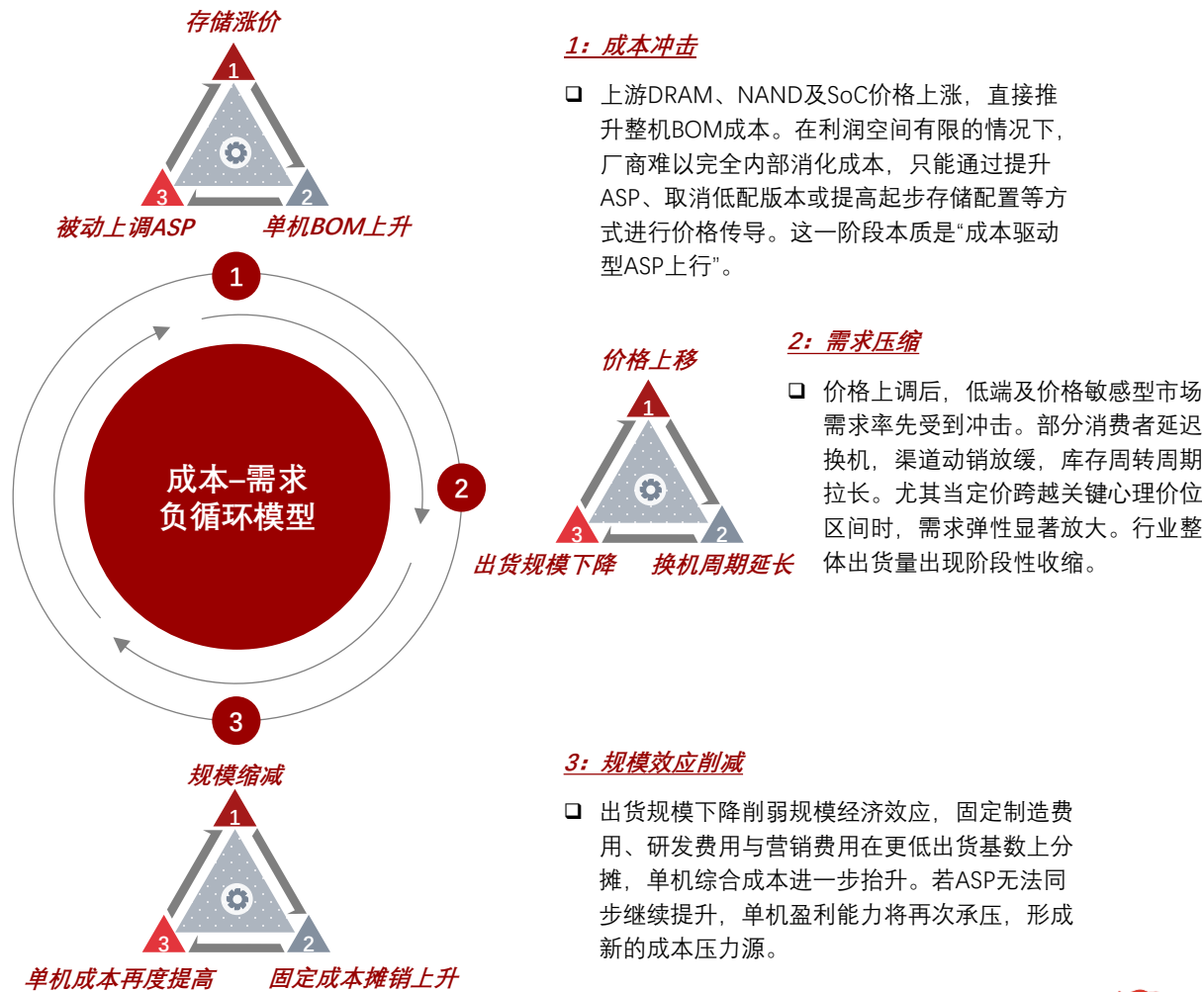
- ❑ 自2025年四季度起，DRAM与NAND价格指数快速上行，并在2026年一季度出现加速拉升，较2025年四季度水平上涨约80%–90%，创下阶段性乃至历史新高。此前经历了2022–2023年的下行周期与2024年的温和修复，存储价格在2025年下半年开始重回上升通道，**2026年初的斜率明显陡峭，行业已进入供需高度紧张阶段**。本轮上涨的核心驱动来自通用服务器DRAM价格的大幅攀升。与此前由AI带动的HBM结构性紧缺不同，本轮价格上行已扩散至通用型DRAM与NAND主流产品。2025年第四季度尚相对平稳的NAND，在2026年第一季度亦同步上涨80%–90%，叠加部分HBM3e产品价格进一步抬升，市场呈现出全品类、全板块共振的特征。这意味着价格上涨不再局限于高端算力相关产品，而是全面传导至消费电子终端所依赖的主流存储器件。
- ❑ 从盈利结构看，存储厂商已处于周期高位。2025年第四季度，通用DRAM营业利润率进入60%区间，首次超过HBM产品；2026年第一季度利润率预计再创新高，本轮周期的利润重心已从AI专项产品回流至通用存储领域。**对手机OEM而言，通用存储成本在整机BOM中的占比更高，利润向上游集中意味着终端议价空间显著收缩**。供需结构进一步强化了卖方市场特征。SK Hynix在公开电话会议中明确指出，**全球存储产业已全面转向卖方市场，2026年价格上涨趋势将贯穿全年**，目前DRAM与NAND库存仅约4周，处于历史低位，且客户需求无法完全满足。这意味着**短期内难以通过库存释放或新增供给快速平抑价格，价格中枢上移具备较强持续性**。
- ❑ **对终端厂商而言，一方面零部件成本大幅上升，压缩整机毛利率；另一方面终端需求在价格上行背景下存在放缓风险**。OEM可能需要调整采购与产品策略，通过结构性提价或聚焦高端产品线以支撑更高ASP。总体来看，本轮存储价格暴涨不仅是周期性反弹，更可能重塑终端行业的盈利分配格局，并对2026年全球智能手机出货增速形成边际下行压力。

来源：Wind、头豹研究院

存储涨价对OEM影响（1/3）

存储芯片价格进入上行周期后，其影响并非停留在终端价格层面，而是沿着产业链利润分配、需求弹性与规模经济三个维度逐层传导

存储芯片涨价导致的成本-需求负循环



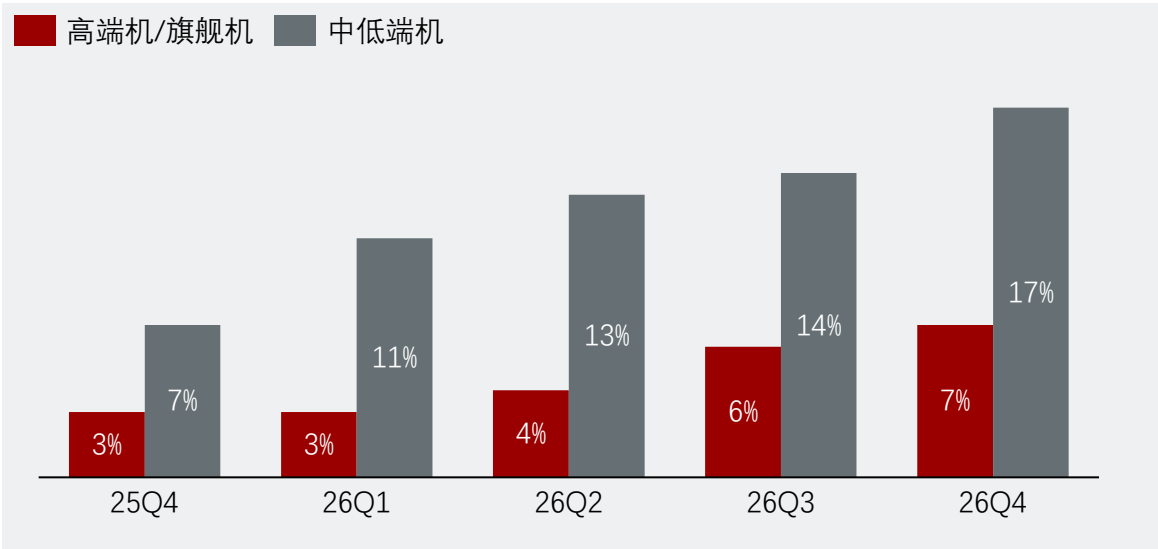
- 在存储芯片价格进入上行周期后，智能手机行业将呈现由需求驱动转向成本驱动所形成的结构性负循环，其影响并非停留在终端价格层面，而是沿着产业链利润分配、需求弹性与规模经济三个维度逐层传导。
- 上游成本冲击改变了整机盈利模型的基础假设。**过去数年，手机厂商依赖元器件价格下行与规模扩张实现降本叠加放量的经营模式，而本轮DRAM及NAND Flash同步上涨，使整机BOM成本出现系统性抬升。对于高端旗舰而言，该成本可以通过品牌溢价与功能升级向终端转移；但对于利润率较低的中低端机型，厂商实际上被迫进行价格调整或产品结构重塑。因此，本阶段的价格上涨并非需求推动，而是成本传导型提价，其核心目标是防止毛利率快速恶化。
- 价格上调又或将触发需求侧的非线性收缩机制。**手机消费具有明显的价格心理区间效应，当产品价格由2,799元上升至3,299元或由2,999元跨越3,000元门槛时，消费者感知并非线性增加，而是发生档位跃迁。价格敏感人群通常通过延长换机周期进行应对，使行业平均换机周期从约26-28个月进一步向30个月以上延伸。这种**需求调整首先体现在低端市场出货量下滑，其次影响中端市场动销节奏，最终表现为渠道库存去化周期拉长与新机销售爬坡速度下降**。需求收缩并非完全消失，而是向时间维度迁移，即“需求延后”而非“需求消灭”。
- 需求收缩进一步削弱行业最关键的规模经济机制。**手机行业高度依赖规模生产来摊薄固定成本，包括生产线折旧、研发投入、渠道费用以及市场营销支出。当出货量下降时，**这些固定成本无法同步下降，导致单位成本反而上升**。例如，当出货规模下降10%-15%时，单机分摊的研发与渠道费用可能上升5%-10%。这使得厂商即便完成一轮提价，利润修复仍然有限，从而形成新的成本压力来源。
- 负循环的深层影响在于产业结构重新分层，**低端市场由于无法有效向消费者转嫁成本，将出现减产、减配或SKU收缩，市场规模可能阶段性萎缩；中端市场通过小幅提价与精细化成本控制维持稳定，成为行业的“缓冲层”；而高端市场凭借品牌与技术溢价吸收成本冲击，反而强化利润集中趋势。**结果是行业整体ASP提升，但出货量恢复节奏放缓，利润池进一步向头部品牌与高端产品集中。**

来源：头豹研究院

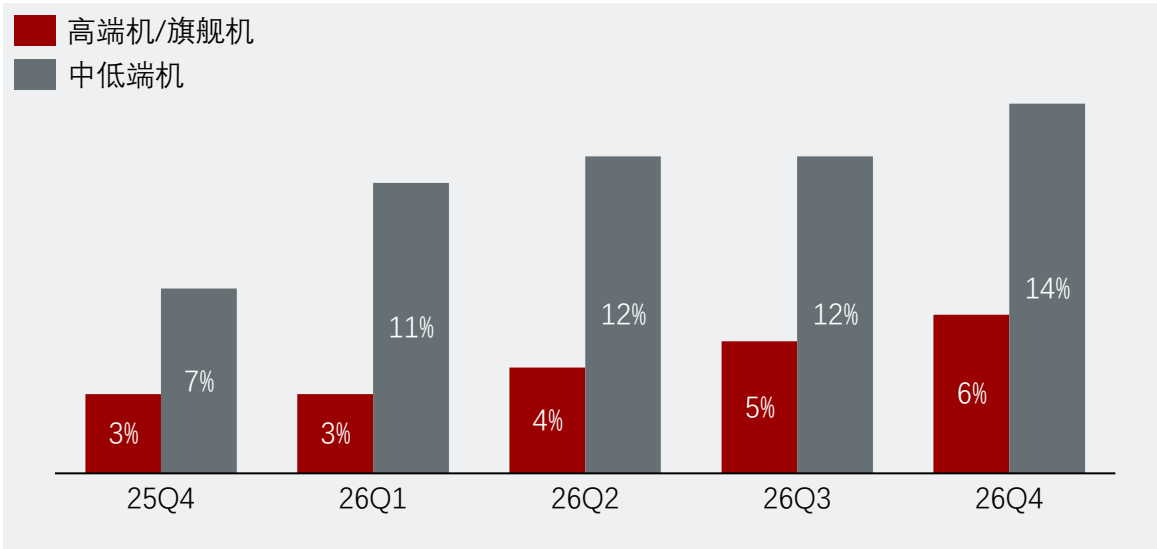
存储涨价对OEM影响（2/3）

在存储成本持续上行背景下，无论是否放缓配置升级节奏，OEM均需通过系统性提价维持盈利结构，其中中低端机型承压更为显著，行业竞争正加速向成本管控与供应链整合能力集中

考虑配置升级时，维持BOM与ASP比例稳定所需的ASP提价幅度



不考虑配置升级时，维持BOM与ASP比例稳定所需的ASP提价幅度



- 整体来看，无论是否放缓配置升级节奏，OEM均需要通过不同程度的ASP提升来对冲成本压力，本轮存储价格上涨已具有较强的系统性特征。
- 在持续硬件升级情景下，存储容量与性能配置持续抬升，使单机内存用量保持增长，叠加价格周期上行，推动总成本刚性上升。测算显示，到2026Q4，旗舰机型与中低端机型分别需累计提价约7%和17%以维持盈利结构，出中低端产品对成本波动更为敏感；在停滞硬件升级情景下，通过放缓规格提升可部分缓解成本压力，使单机内存成本下降4-7美元，但整体改善幅度有限。即便如此，至2026Q4仍需提价约6%和14%，说明配置压缩只能缓冲冲击，难以从根本上消化上游价格上涨影响。
- 从结构上看，旗舰机型依托较高ASP基数和品牌溢价，具备相对更强的成本转嫁能力；中低端机型则更易触及需求弹性边界，定价空间明显受限。这将削弱低价竞争模式的可持续性，并加速行业分层；在经营层面，单一应对策略难以奏效，OEM更可能通过“选择性提价+结构优化+出货管理”的组合方式平衡盈利与市场份额。从行业角度看，持续成本压力将推动竞争重心向供应链整合能力与成本管控能力转移，行业集中度存在上行趋势。
- 从行业结构角度看，持续的成本压力将削弱价格战可持续性，推动竞争重心向成本管理能力与供应链整合能力转移。中低价位段和新兴市场可能出现温和的份额重组，弱势厂商面临更大的生存压力，行业集中度存在上升趋势。

来源：Counterpoint、Fomalhaut、Gartner、UBS、头豹研究院

存储涨价对OEM影响（3/3）

自2025年四季度以来，智能手机价格上调呈现出明显的结构性特征，即涨价覆盖全价格带，但不同价位段的承压能力与调整路径存在显著差异

终端厂商新机发布涨价情况

品牌	新机型号	发布时间	对比机型	新机起售价	上代起售价	涨价值
荣耀	Power2（12GB+256GB，取消8GB版）	2026.01	荣耀Power	2,499元	1,999元（8GB） 2,199元（12GB）	+500元
	500系列	2025.11	400系列	2,699元	2,499元	+200元
vivo	S50系列	2025.12	vivo S40系列	2,999元	2,599元	+400元
	Y500i（12+256GB）	2026.01	Y300i	1,999元	1,599元	+400元
OPPO	Reno15	2025.11	Reno14	2,999元	2,799元	+200元
真我realme	Neo8	2026.01	Neo7	2,399元	2,099元	+300元
三星	Galaxy S26	2026.02	S25	~\$899	~\$859	+约\$40
	Galaxy S26 Plus	2026.02	S25 Plus	~\$1,099*	~\$999*	+约\$100
	Galaxy S26 Ultra	2026.02	S25 Ultra	~\$1,299*	~\$1,299*	0

来源：各厂商官网、头豹研究院

- 结合各终端手机厂商涨价情况，自2025年四季度以来，智能手机价格上调呈现出明显的结构性特征，即**涨价覆盖全价格带，但不同价位段的承压能力与调整路径存在显著差异**。
- 低端及入门级市场将成为本轮成本上行中受冲击最为明显的板块**。低端机长期依赖规模效应维持盈利，单机利润空间本就有限，在存储等核心元器件成本持续上涨的背景下，厂商通过进一步压缩成本的空间已非常有限。在此情况下，直接提价往往会触发需求收缩，因此厂商更倾向于通过减少出货、调整产品结构或提升起步配置实现“隐性涨价”。**价格敏感型消费者对定价区间极为敏感，当产品价格跨越关键心理门槛时，需求弹性将显著放大**，这使得低端市场难以完全消化成本压力，行业规模阶段性收缩的可能性上升。千元机作为刚需产品仍将长期存在，但其市场占比预计将持续下降，并更多承担功能性补位角色。
- 中端市场在本轮调整中表现出更强的稳定性**。从已发布机型的价格变化看，**中端产品普遍采取小幅提价策略**，通过精细化成本控制与产品配置调整对冲上游成本压力。中端消费群体对价格变化的敏感度低于入门市场，同时又未达到高端品牌溢价水平，因此成为厂商维持出货规模与利润平衡的重要区间。该价格带预计将承担行业缓冲层角色，在成本上行周期中维持市场基本盘稳定。
- 高端市场则体现出最强的成本转嫁能力**。高端旗舰产品依托品牌溢价、技术创新以及生态绑定，具备更高的价格接受度。对高端用户而言，产品体验与技术领先性的重要性高于价格绝对水平，只要产品具备明确的升级卖点，厂商可以较为顺畅地将成本压力向终端传导。因此，高端市场成为厂商战略重心，通过提升ASP推动盈利能力修复与利润集中度提升。
- 从周期维度看，本轮涨价具备持续性基础。**存储价格预计将在今年上半年维持上涨态势，并在高位运行一段时间，成本压力难以在短期内明显缓解。由此推演，2026年手机市场价格走势大概率呈现年内价格明显抬升，随后进入平台期运行的趋势。**

竞争格局——全球市场

全球手机市场由分散竞争走向头部集中，高端化与新兴市场驱动增长，而成本上行将进一步强化苹果与三星的结构性优势

全球智能手机市场竞争格局，2016-2025



完整版登录www.leadleo.com
搜索《2026年全球智能手机市场洞察研究报告：存储芯片涨价延续，手机厂商如何穿越周期》

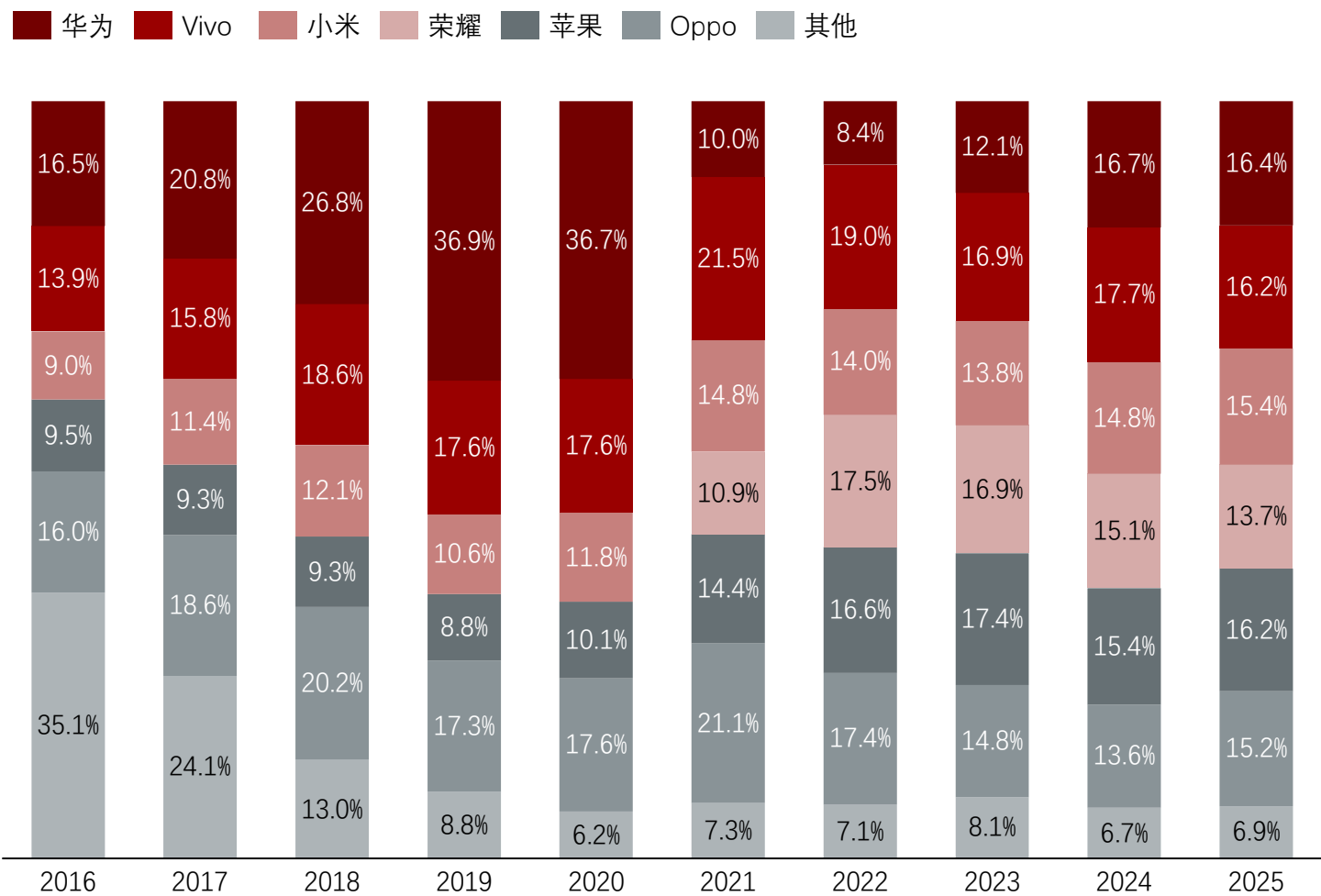
- ❑ 2016–2025年，全球智能手机市场集中度持续提升，头部厂商优势稳固。苹果与三星构成全球市场双寡头格局。2025年苹果份额进一步提升至约19.8%，重新强化领先地位，其增长来自两方面：一方面，iPhone 17系列在产品配置与价格策略上的优化显著提升吸引力；另一方面，在印度、东南亚、日本等市场持续渗透，出货在高端与中高端区间同步放量。三星则依托Galaxy A系列稳住中端基本盘，同时折叠屏与旗舰系列提供利润支撑。
- ❑ 中国厂商整体份额趋稳，但内部结构分化明显。小米由早期快速扩张转向稳定在约12%–13%区间，其增长逻辑从性价比驱动转向高端化与新兴市场扩张；vivo与OPPO更多依赖区域优势与渠道能力，其中vivo受益于印度市场线下渠道与产品组合优化，实现温和增长，而OPPO受中国及亚太需求疲软拖累出现下滑。
- ❑ 从增长驱动来看，2025年行业回暖主要由三方面推动：其一，高端需求持续提升，分期金融工具与营销策略降低高端消费门槛，推动ASP上行；其二，新兴市场需求修复，5G渗透加速成为核心增量来源；其三，供应链与关税扰动带来的“提前出货”在短期内抬升出货规模，但对全年影响相对可控。
- ❑ 展望2026年，行业面临新的约束变量。上游产能向AI数据中心倾斜，导致DRAM与NAND供给趋紧、价格上行，手机BOM成本承压，价格上涨趋势已开始显现。在此背景下，具备高端定价能力与供应链议价能力的苹果、三星预计维持更强韧性；而以中低端为主的厂商在成本传导与需求承受能力之间面临更大平衡压力，行业增长中枢存在下修风险。

来源：IDC、Omdia、Euromonitor、弗若斯特沙利文、头豹研究院

竞争格局——中国市场

中国手机市场由“一超多强”演变为多强胶着竞争格局，头部差距显著收敛，竞争核心转向高端化与精细化运营能力

中国智能手机市场竞争格局，2016-2025



- ❑ 2016–2020年，中国手机市场集中度快速提升，华为形成绝对领先优势，份额从16.5%提升至接近37%的高位，带动市场由多品牌分散走向头部集中；同时，OPPO、vivo、小米等形成稳定梯队。
- ❑ 2021–2023年，格局开始重构，华为受外部约束影响份额大幅回落，原有市场空间被其他厂商迅速瓜分，行业转向多强竞争。vivo、OPPO、小米及荣耀轮流争夺头部位置，市场份额差距明显收敛。尽管2023年华为凭借Mate60系列实现出货量大幅反弹，但受制于芯片产能与供应链恢复进度，整体仍处于主流阵营尾部。
- ❑ 2024–2025年，市场进入高度均衡与动态博弈阶段。头部厂商之间的份额差距显著缩小，主要品牌份额普遍集中在15%左右，第一名与第四名出货量差距不足300万台，厂商排名频繁变化。荣耀在2024年受内部调整与市场策略影响出现明显下滑，跌出头部阵营；vivo阶段性表现强势后回落；苹果则在高端市场逆势增长并提升份额；至2025年，荣耀逐步恢复并重返前列，竞争格局再次发生再平衡。
- ❑ 从结构上看，中国市场已进入典型存量竞争阶段，头部厂商难以通过单一策略拉开差距。产品端，硬件创新边际减弱，高端化与影像能力成为主要差异化方向；成本端，存储等核心器件涨价压缩利润空间；渠道端，动销能力与库存管理成为关键变量。
- ❑ 综合来看，中国智能手机市场当前呈现三大特征：一是头部集中但无绝对领先者；二是格局高度动态，份额频繁再分配；三是竞争从规模扩张转向精细化运营与结构优化。未来格局变化将更多取决于高端化能力、供应链稳定性及渠道执行效率。

来源：IDC、Omdia、Euromonitor、弗若斯特沙利文、头豹研究院

未完待续

下篇正在进行中

完整版研究报告阅读渠道：

- 登录www.leadleo.com，搜索《2026年全球智能手机市场洞察研究报告：存储芯片涨价延续，手机厂商如何穿越周期》

了解其他相关系列课题，登陆头豹研究院官网搜索查阅：

- 东南亚智能手机售后服务探析：拆解智能手机的售后服务实战策略洞察
- 东南亚智能手机售后权益洞察报告(二)售后价值新锚点，从成本中心到品牌护城河（独占版）

若您期待尽快看到下篇报告或对下篇报告的内容有独到见解，头豹欢迎您加入到此篇报告的研究中。相关咨询，欢迎联系头豹研究院新能源行业研究团队邮箱：



方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，532个垂直行业的市场变化，已经积累了近100万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。



头豹业务合作

全球视野 · 本土洞察 · 研究数据 · 可信知识网络



行业数据API

开放原创报告与研究数据接口，
支持企业知识库、系统平台及AI
应用高效接入和调用



KNIT解决方案

构建企业可信内容体系，提升品
牌在AI搜索与问答中的可见度、
准确性与转化效果



报告会员账号

可阅读全部原创报告和百万数据，
提供PC及移动端，方便触达平台
内容



定制报告/白皮书

对产业及细分行业进行现状
梳理和趋势洞察，输出全局
观深度研究报告



商业尽调

面向投资并购和商业决策，
评估标的公司的商业前景、
价值及风险



招股书引用

研究覆盖国民经济19+核心产
业，内容可授权引用至上市
文件、年报



报告作者

- 陈夏琳 | 首席分析师
- 赵启锐 | 行业分析师



service@leadleo.com



业务咨询

- 客服电话：400-072-5588
- 官方网站：www.leadleo.com



深圳办公室

广东省深圳市南山区粤海街道华润
置地大厦E座4105室
邮编：518057



上海办公室

上海市静安区南京西路1717号会
德丰国际广场2701室
邮编：200040



南京办公室

江苏省南京市栖霞区经济开发区兴
智科技园B栋401
邮编：210046

专业研究 赋能决策 驱动增长