



国产品牌百家争鸣

2016Q2中国移动终端市场研究报告

极光数据研究院

2016年7月

1 移动终端市场保有量分析

2 移动终端市场销量分析

3 出境游用户移动终端使用情况

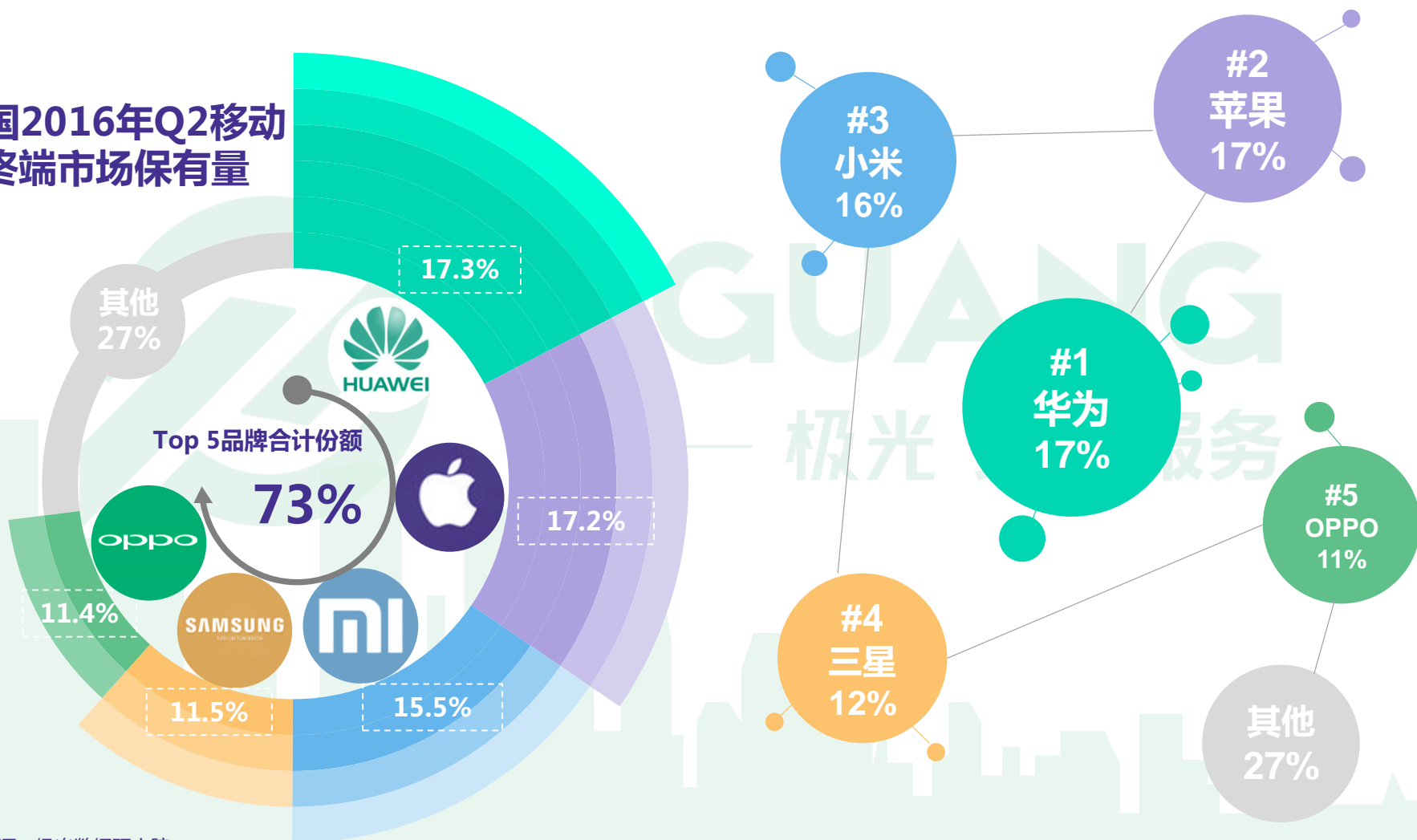
4 移动终端品牌价格分析

5 移动终端应用安装情况

2016年Q2手机市场保有率概况

终端市场保有率Top5品牌：华为、苹果、小米、三星、OPPO

中国2016年Q2移动终端市场保有量



*数据来源：极光数据研究院

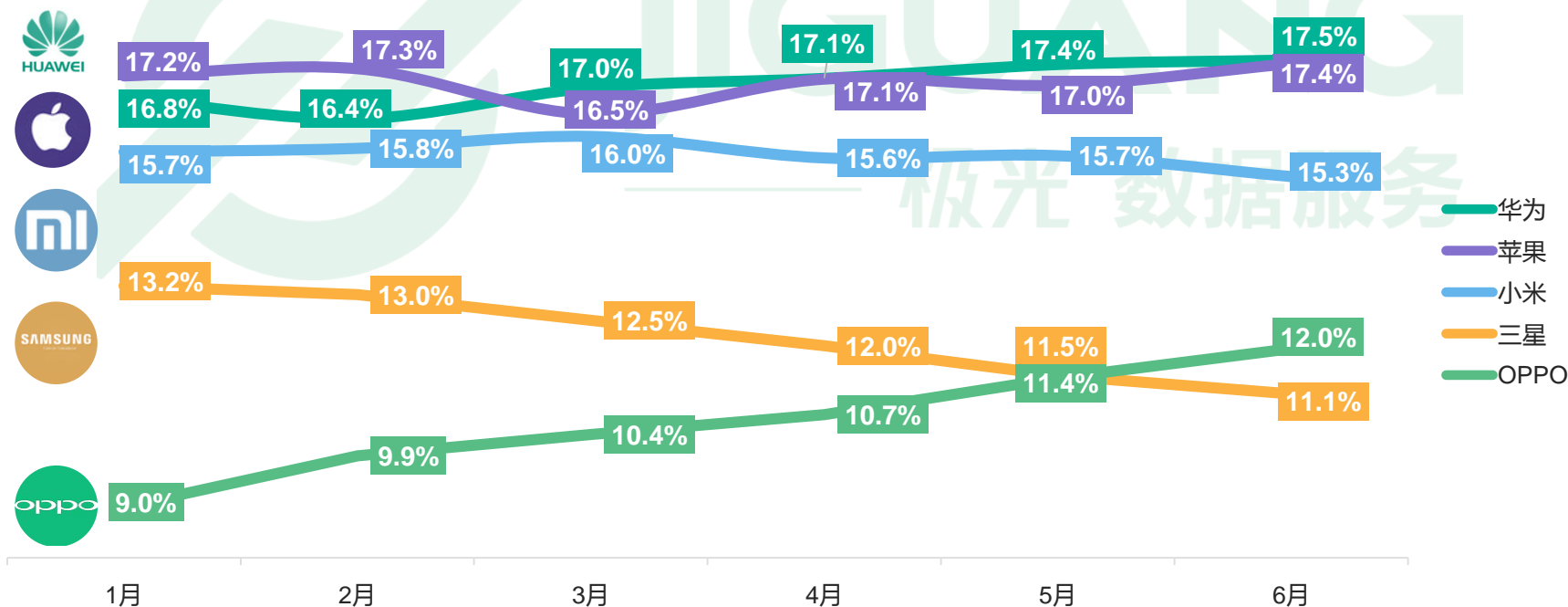
*本期报告数据口径有所调整，剔除了用户上传的数据中位置非中国大陆地区的部分，今后的报告将以此作为默认规则

Q2前五的主流品牌市场保有率变化

苹果整体保持市场领先地位，OPPO半年趋势呈现强势

- 极光数据2016年Q2统计的市场数据显示，华为和苹果在近半年的市场争夺激烈，交替领先，从Q2的数据观察，华为暂时保持微弱的领先优势
- 表现强势上涨的品牌有OPPO，从今年1月到现在 保持累计上升状态，老牌厂商三星的保有率呈现疲态，受其他品牌的冲击，从13%下滑至11%

2016年上半年市场保有量Top5品牌变化趋势



*数据来源：极光数据研究院

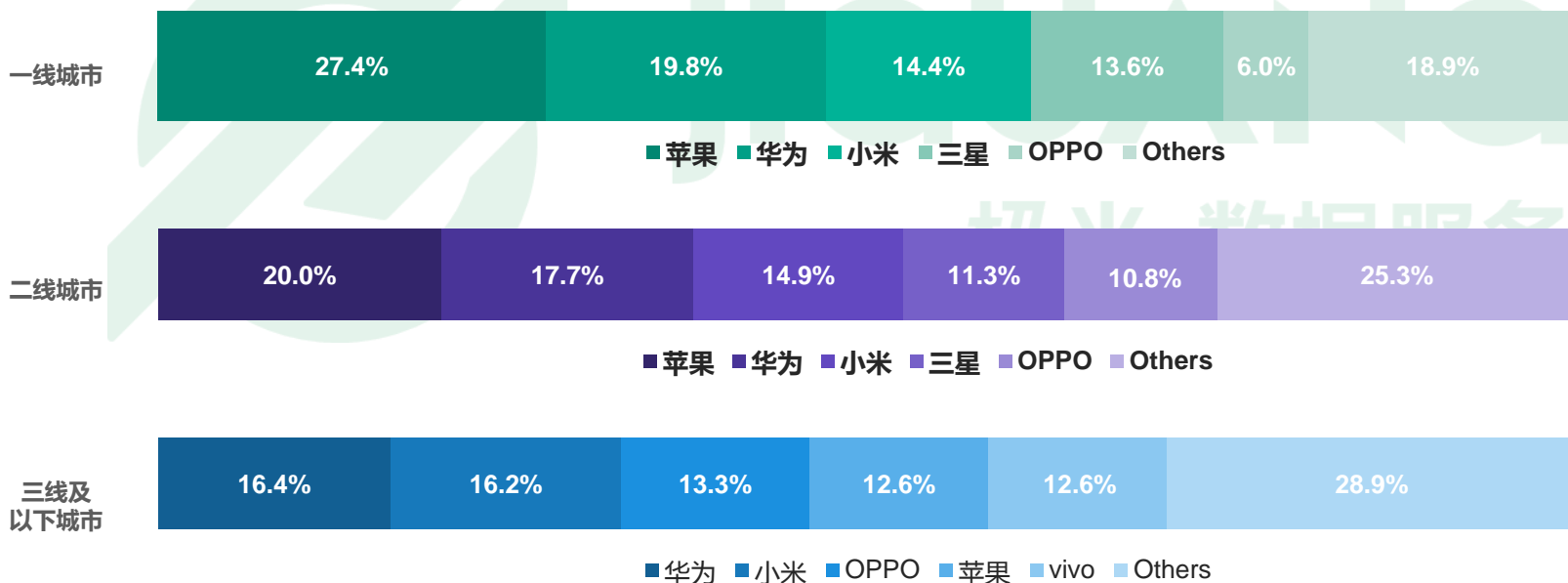
*本期报告数据口径有所调整，剔除了用户上报的数据中位置非中国大陆地区的部分，今后的报告将以此作为默认规则

Q2手机市场保有率地域分布

大城市对于大品牌认可度更高，小城市地区多个品牌竞争激烈

- 极光数据Q2的监测数据显示，一线城市和二线城市的前五位品牌排名基本相同，但整体占比方面，一线城市的大品牌集中度更强，反映出一线大城市用户对于大品牌的认可度更高
- 在三线或以上的城市地区，本土品牌华为和小米优势显著，成功将苹果挤下榜首，但同时这部分市场的终端品牌和渠道竞争格外激烈，大品牌的优势不如一、二线城市

Q2手机品牌市场保有率地域分布



*数据来源：极光数据研究院

*一线城市：北上广深；二线城市：昆明、长春、太原、佛山等共31个城市；三线城市：泰安、湛江、廊坊等共345个城市；

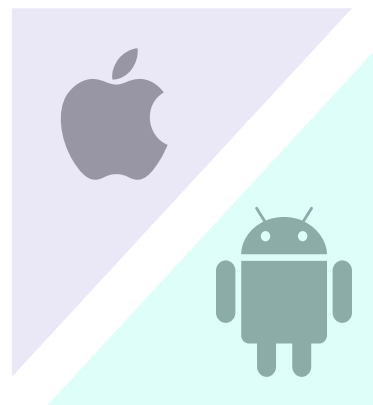
*本期报告数据口径有所调整，剔除了用户上报的数据中位置非中国大陆地区的部分，今后的报告将以此作为默认规则

Q2手机市场保有率Top10机型

苹果在单个机型市场地位稳固，经典机型包揽前第一二排名



- #1 iPhone 6
- #2 iPhone 6 Plus
- #3 小米 红米 NOTE
- #4 iPhone 5s
- #5 iPhone 6s
- #6 小米 4
- #7 iPhone 6S Plus
- #8 华为 MATE 7
- #9 小米 3
- #10 华为 ASCEND P8

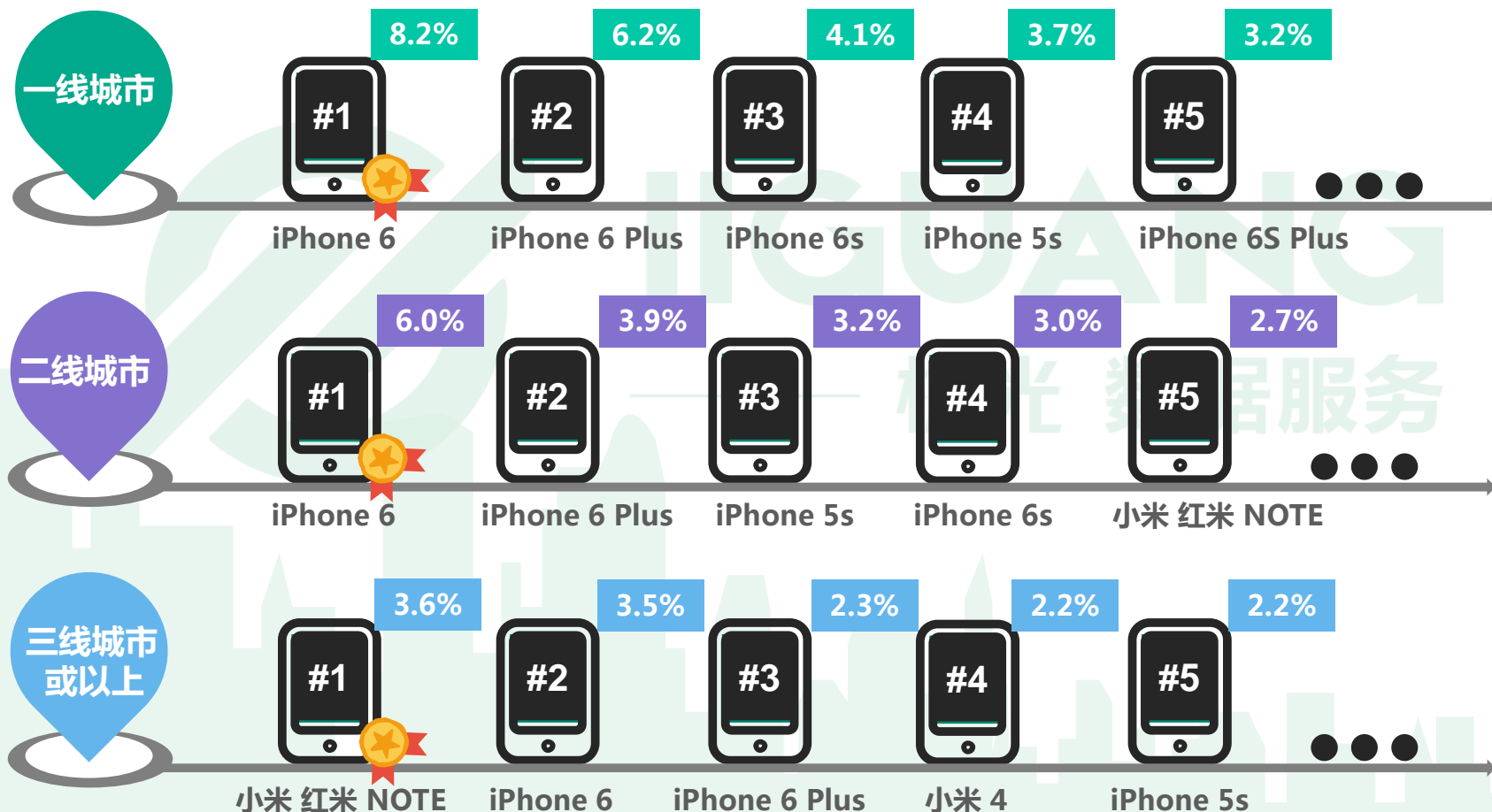


*数据来源：极光数据研究院

Q2手机市场保有率各地域Top5

苹果机型保有量与城市规模关联度较强，城市规模越大覆盖越明显

- 苹果的产品款式相对集中，与以安卓为操作系统的机型差异明显，凭借自身封闭式的操作系统和应用程序生态的优势，面临竞品仿效和同质化的威胁较低，使其产品一直保持市场领先的地位，但在发达程度低的地区的差距已经被国内品牌逐步缩小



*数据来源：极光数据研究院

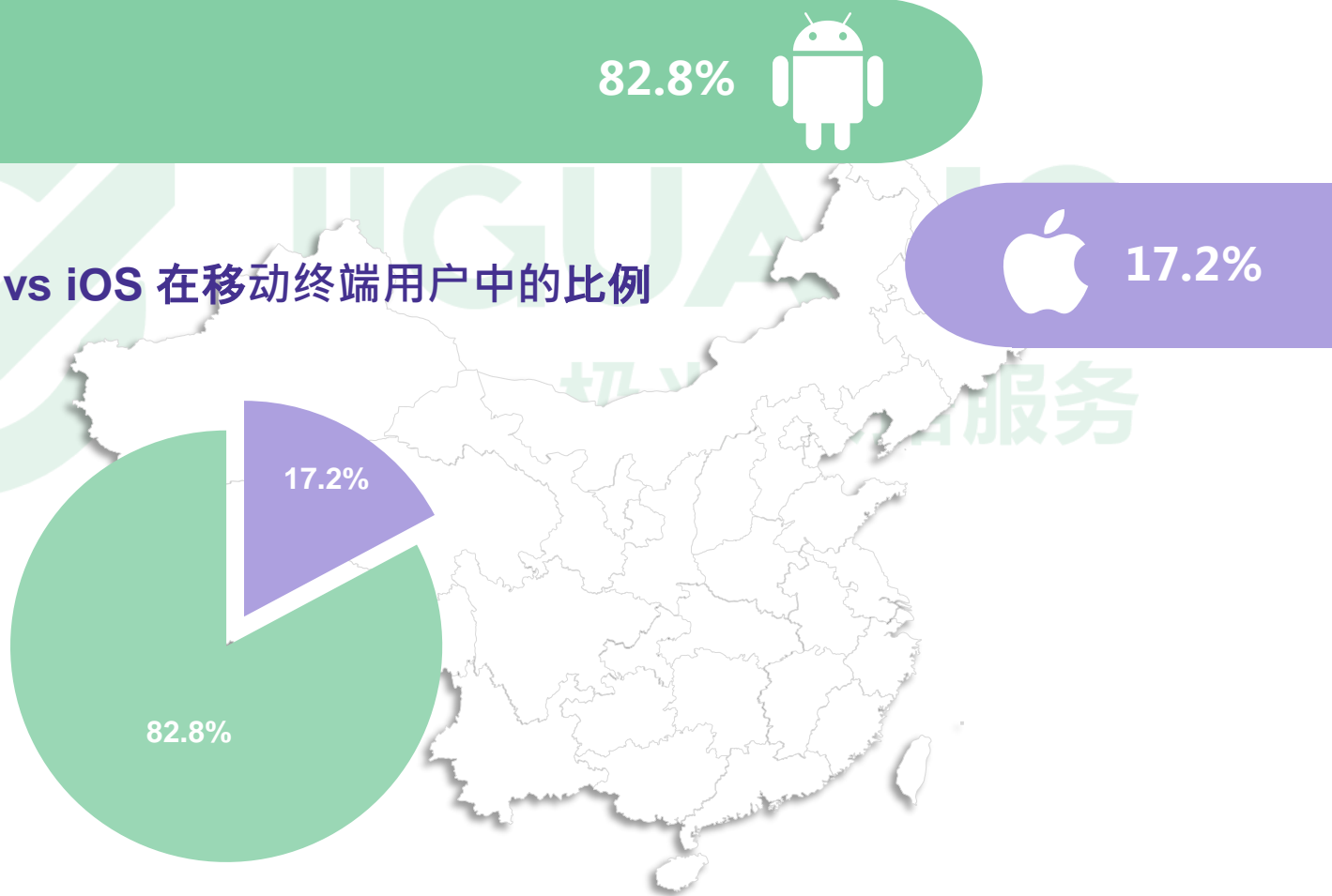
*本期报告数据口径有所调整，剔除了用户上报的数据中位置非中国大陆地区的部分，今后的报告将以此作为默认规则

Q2保有量的移动终端两大OS比例

Android与iOS系统用户在移动终端的比例更有优势

- iOS操作系统封闭式的特性在机型排名里优势尽显，但从整体用户终端使用的占比数据观察，开放式的安卓操作系统对不同机型的兼容性高，因此覆盖面更胜一筹

Android vs iOS 在移动终端用户中的比例



*数据来源：极光数据研究院
*数据周期：2016年4月-6月

1 移动终端市场保有量分析

2 移动终端市场销量分析

3 出境游用户移动终端使用情况

4 移动终端品牌价格分析

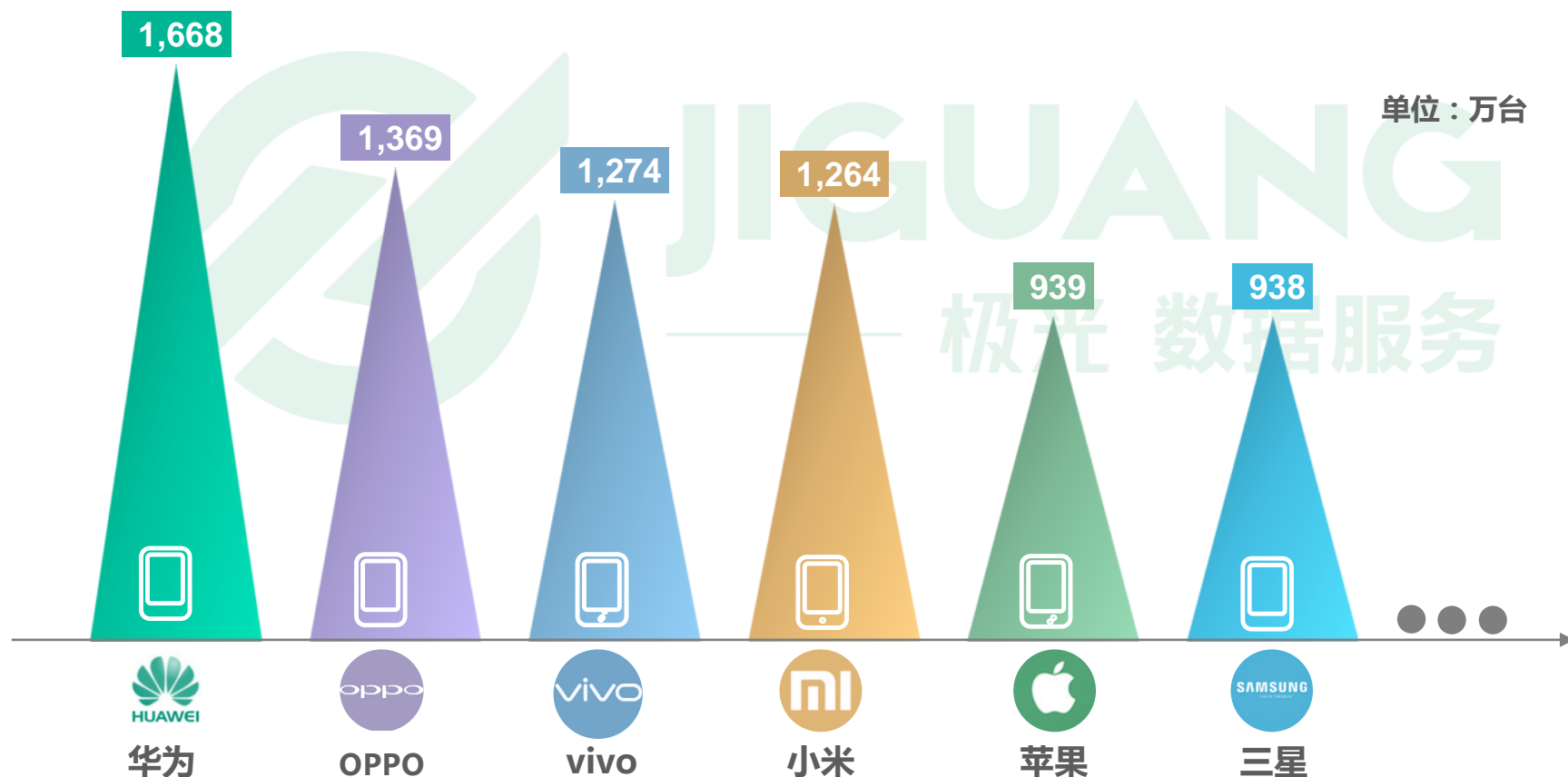
5 移动终端应用安装情况

2016年Q2手机销量Top6品牌

华为亮剑，OPPO、小米相继出招，苹果和三星走下神坛

- Q2极光数据统计显示，多个国产品牌中国地区销量扬眉吐气，分别在今年推出新品，以及促销策略，通过销量数据观察，效果显著，而苹果在产品创新方面表现一般，从销量成绩反映出其增长放缓

Q2各品牌销量排名



*数据来源：极光数据研究院

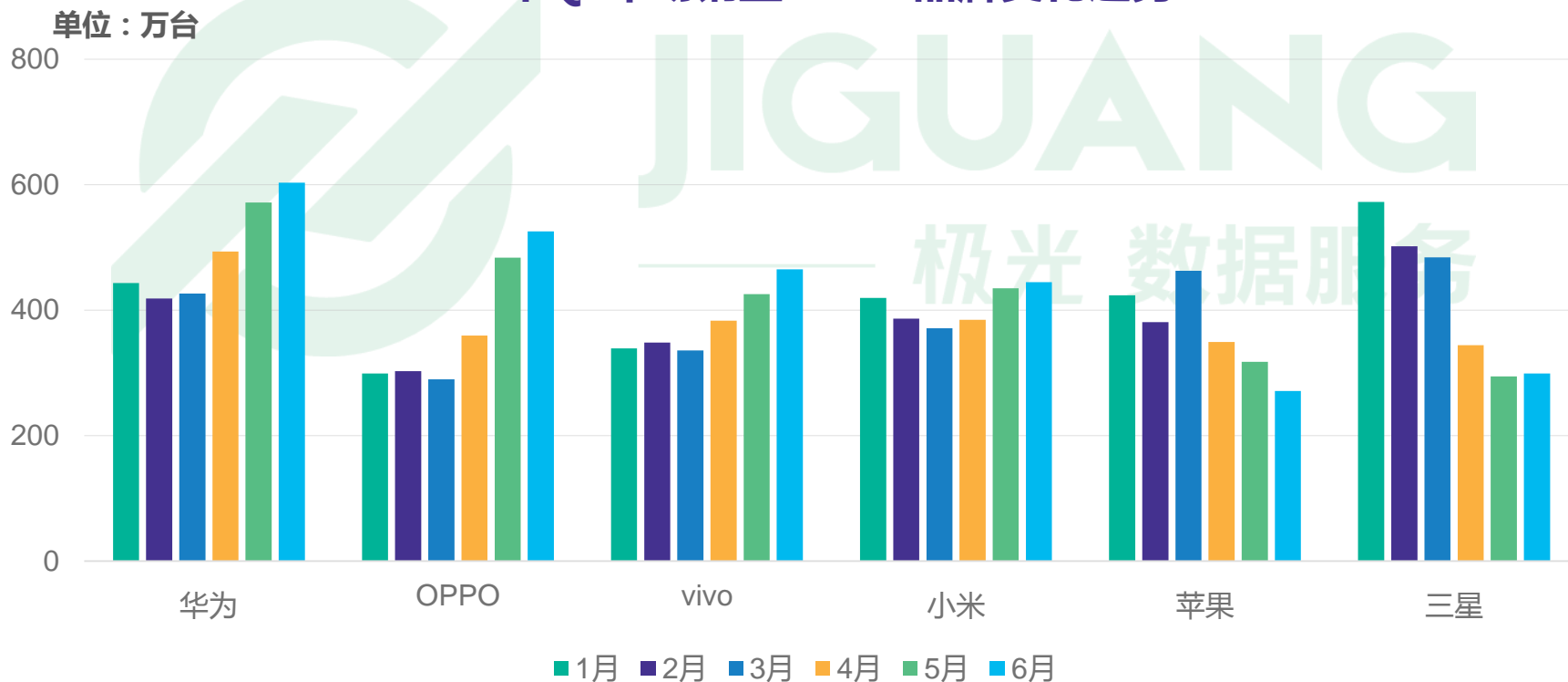
*本期报告数据口径有所调整，剔除了用户上传的数据中位置非中国大陆地区的部分，今后的报告将以此作为默认规则

Q2销量排名前六品牌变化趋势

多个国产品牌扬眉吐气，外资品牌在中国大陆市场被逐步取代

- 极光数据2016年Q2统计的销量数据显示，以华为为首的多个国产移动终端品牌表现出色，在今年第二季度的销量方面交出一张不错的成绩单，均保持显著增长
- 相反，外资品牌三星和苹果却呈现出下降的趋势

2016年Q2市场销量TOP 6品牌变化趋势



*数据来源：极光数据研究院

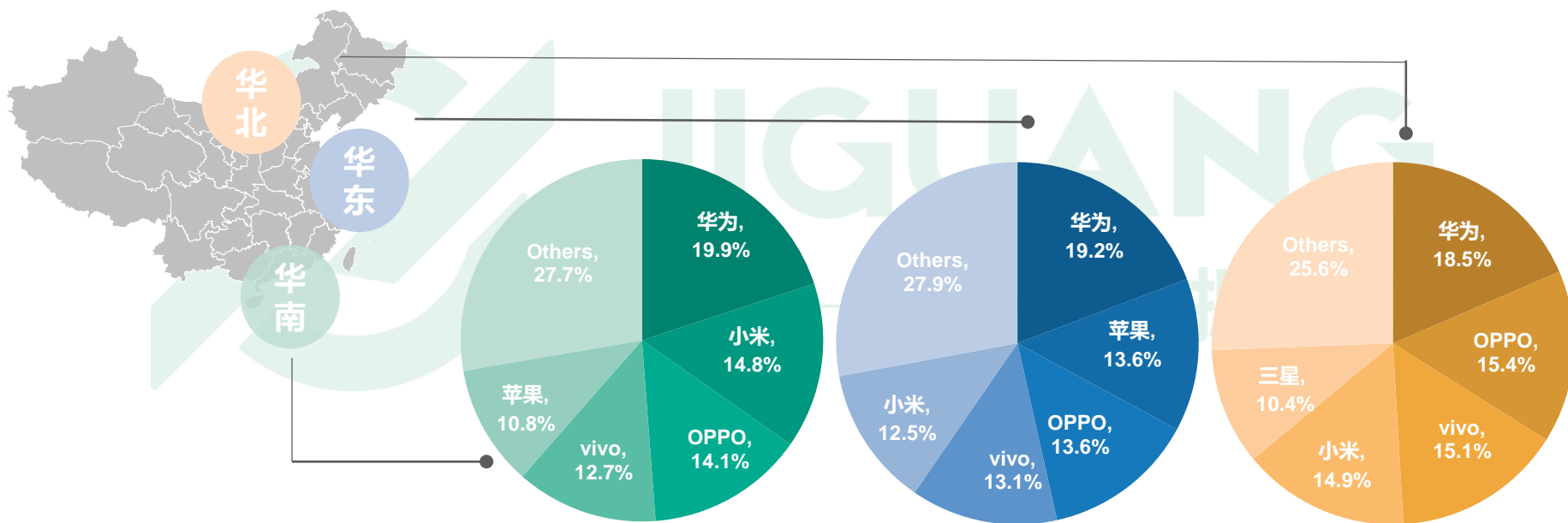
*本期报告数据口径有所调整，剔除了用户上报的数据中位置非中国大陆地区的部分，今后的报告将以此作为默认规则

2016年Q1销量Top5品牌地域分布

华为霸主地位稳固，OPPO、vivo，和小米紧随其后

- 华为在华北、华东、华南三个重要市场销量均保持老大位置，分别占各区域销量接近两成的市场份额，形式稳固
- OPPO和vivo分别在华东和华北两区排第二和第三位，两者实力相当，竞争非常激烈，表现突出的品牌还有小米，分别在3地主要市场跻身进入前列

2016年Q2销量Top5手机品牌地域分布



华北：内蒙古自治区、山东、河北、河南、山西、北京市、天津市

华东：上海市、江苏、浙江、湖北、安徽

华南：广东、广西、江西、海南、湖南、福建、澳门、香港

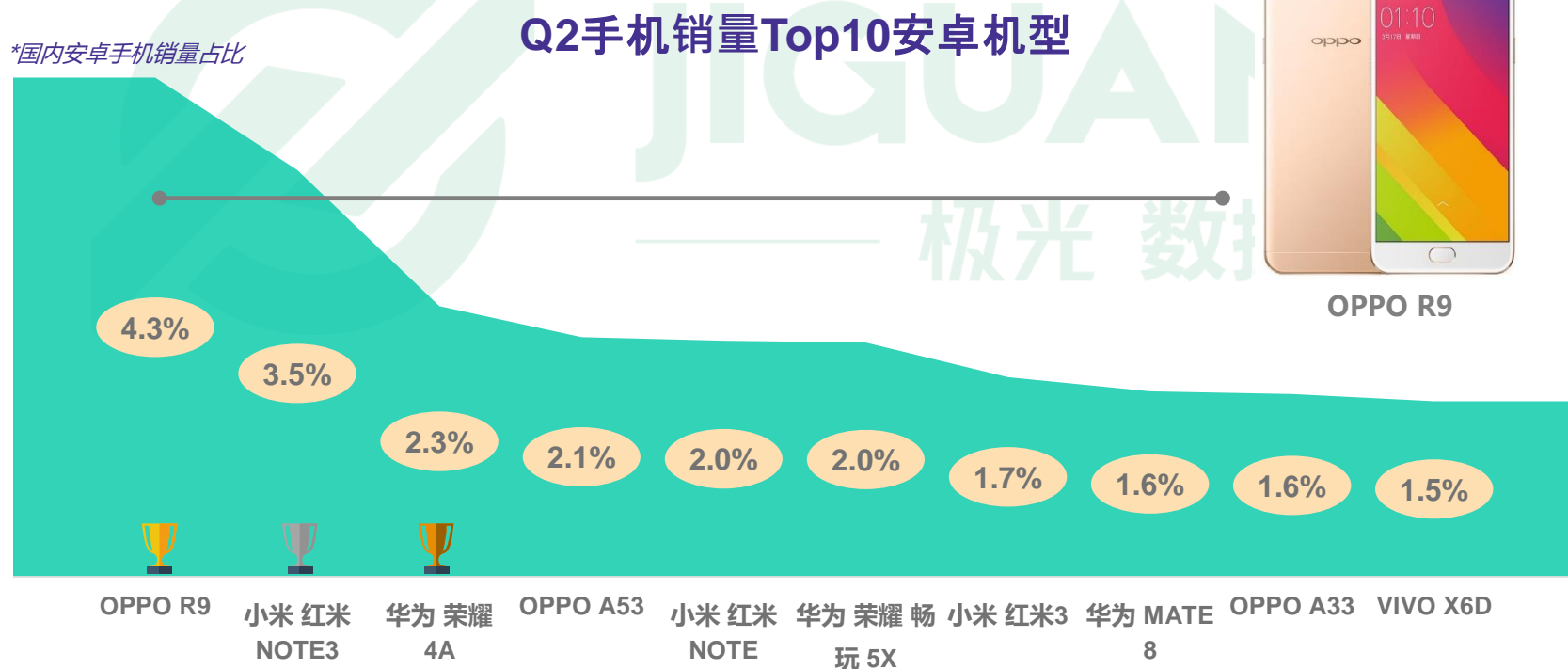
*数据来源：极光数据研究院

*本期报告数据口径有所调整，剔除了用户上传的数据中位置非中国大陆地区的部分，今后的报告将以此作为默认规则

2016年Q2手机销量Top10安卓机型

OPPO、小米、和华为旗下分别有三款机型入围

- 极光数据2016年Q2监测数据显示，季度最畅销的机型产品属于OPPO R9
- 小米凭凭借自身品牌高性价比的优势，成功将旗下三款产品跻身进入前10，其热销产品红米NOTE3取得季度亚军
- 在销量方面同时表现出相当实力的还有华为，旗下荣耀系列的两款机型和MATE 8进入前十



*数据来源：极光数据研究院

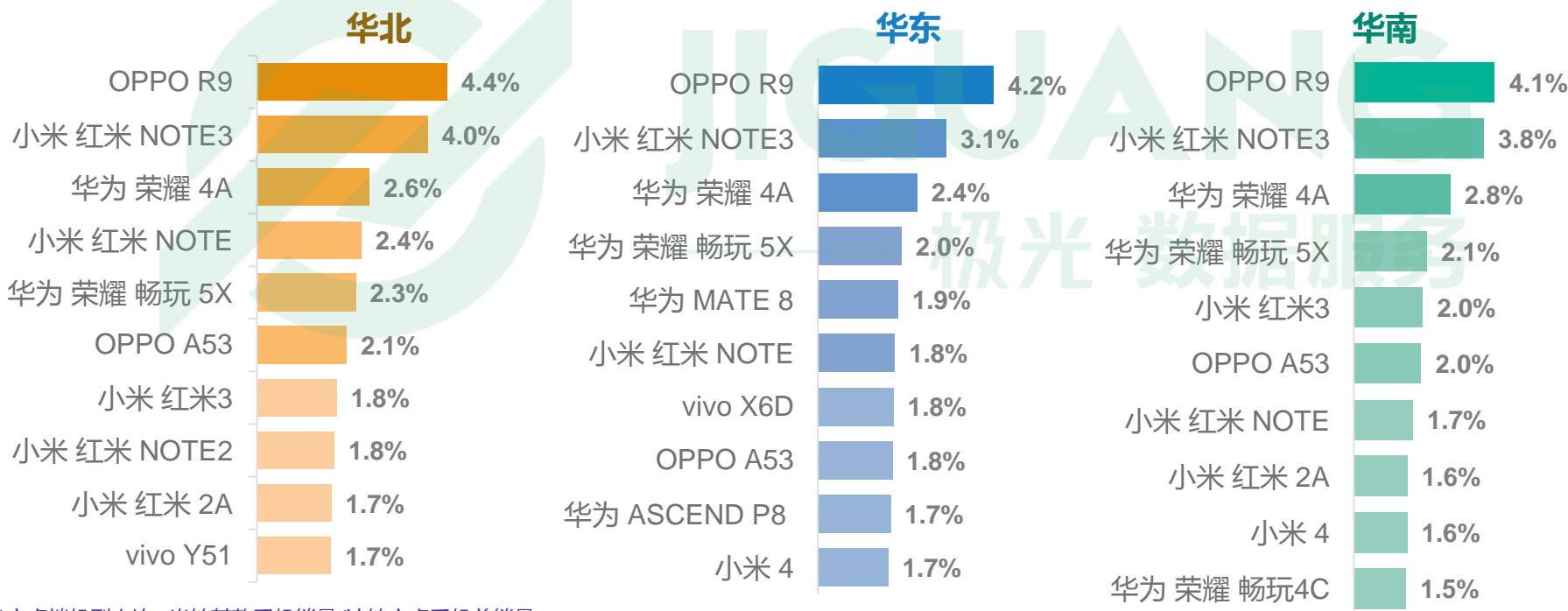
*本期报告数据口径有所调整，剔除了用户上报的数据中位置非中国大陆地区的部分，今后的报告将以此作为默认规则

2016年Q2安卓机型销量分区排名

OPPO、小米，和华为在各个地区热度相当

- 华北、华东，和华南区域季度销量的冠亚军一致，分别为OPPO R9，红米NOTE3，和华为荣耀4A，对于热门主流机型的追捧，各地区消费者表现出接近的偏好
- 小米在安卓设备市场销量方面表现突出，分别在华北和华南有5款产品登榜，反映出品牌迎合市场需求能力较强

Q2各区域安卓机型销量 Top10 机型



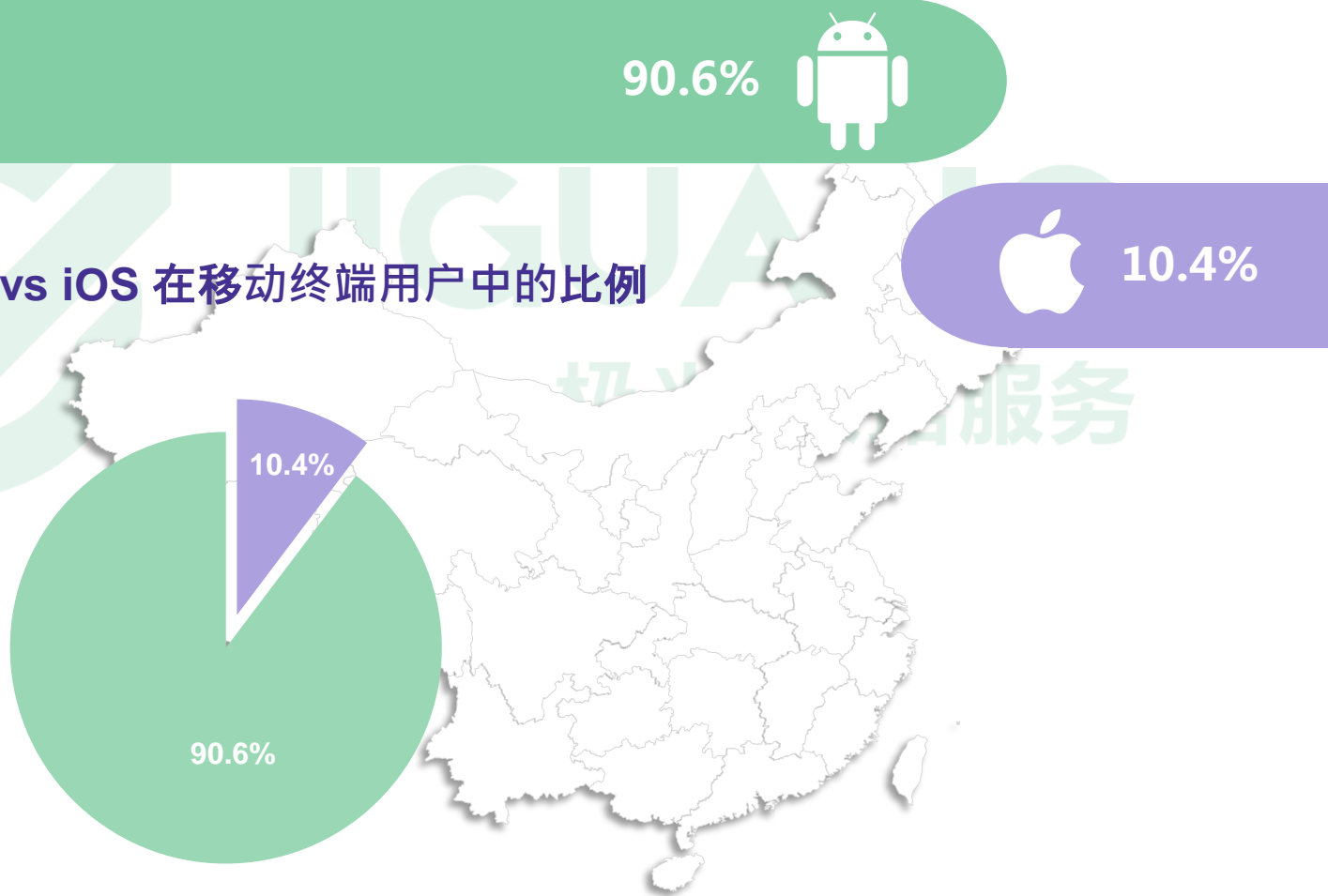
*安卓端机型占比=当地某款手机销量/该地安卓手机总销量
华北：内蒙古自治区、山东、河北、河南、山西、北京市、天津市
华东：上海市、江苏、浙江、湖北、安徽
华南：广东、广西、江西、海南、湖南、福建、澳门、香港
*数据来源：极光数据研究院

Q2销量的移动终端两大OS比例

Android与iOS系统用户在移动终端销量的比例更有优势

- 由于苹果在Q2期间销量受挫，两大智能终端OS系统的比例出现较大的变化，安卓系统以明显优势力压iOS系统

Android vs iOS 在移动终端用户中的比例



*数据来源：极光数据研究院

*数据周期：2016年4月-6月

1 移动终端市场保有量分析

2 移动终端市场销量分析

3 出境游用户移动终端使用情况

4 移动终端品牌价格分析

5 移动终端应用安装情况

国人境外出游目的地分布



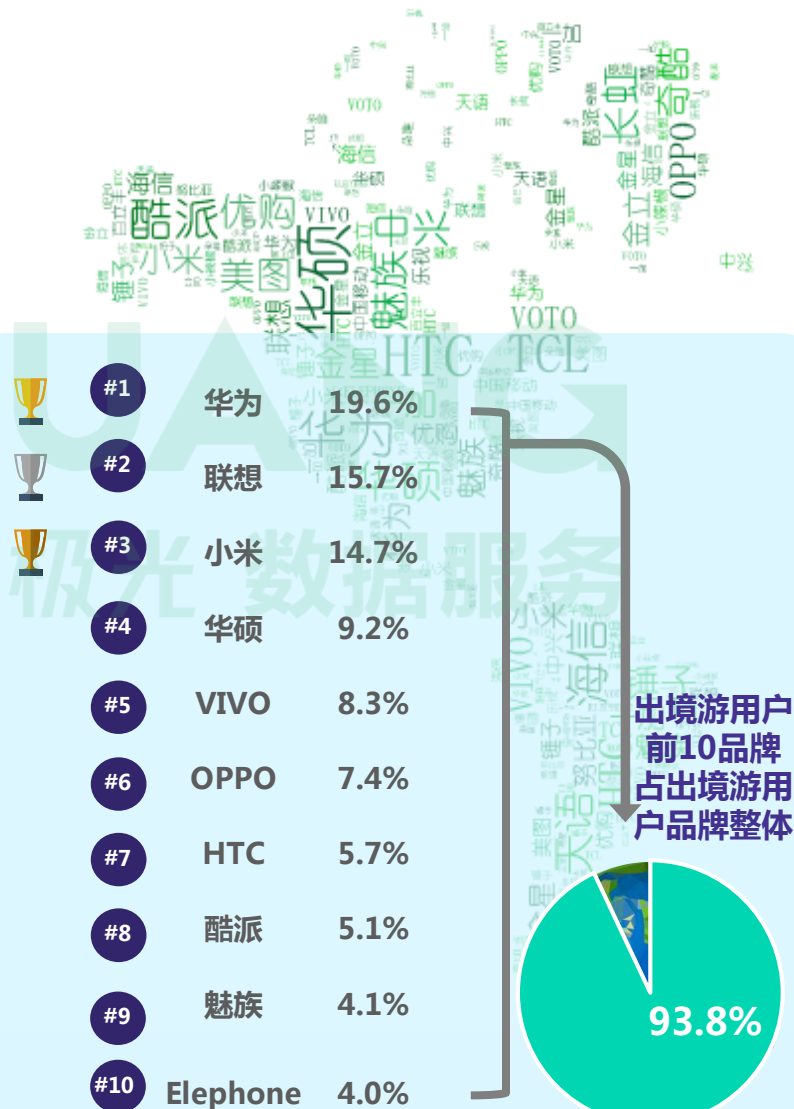
*数据来源：极光数据研究院

出境游用户使用国产品牌Top10

华为、联想、和小米领衔国产排名的前三甲



*数据来源：极光数据研究院



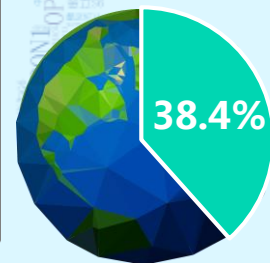
出境游用户使用机型Top10

前十机型排名中，华硕、华为，和联想各占两席



- #1 华硕 T00J
- #2 HTC ONE
- #3 联想 A6000
- #4 小米 红米 NOTE
- #5 Elephone P8000
- #6 华为 荣耀3C 畅玩
- #7 华为 ASCEND P8
- #8 华硕 ZENFONE 5
- #9 联想 A536
- #10 一加 ONE PLUS

出境游用户
前10机型
占出境游用
户机型整体



华硕 T00J

HTC ONE

联想A6000

*数据来源：极光数据研究院

1 移动终端市场保有量分析

2 移动终端市场销量分析

3 出境游用户移动终端使用情况

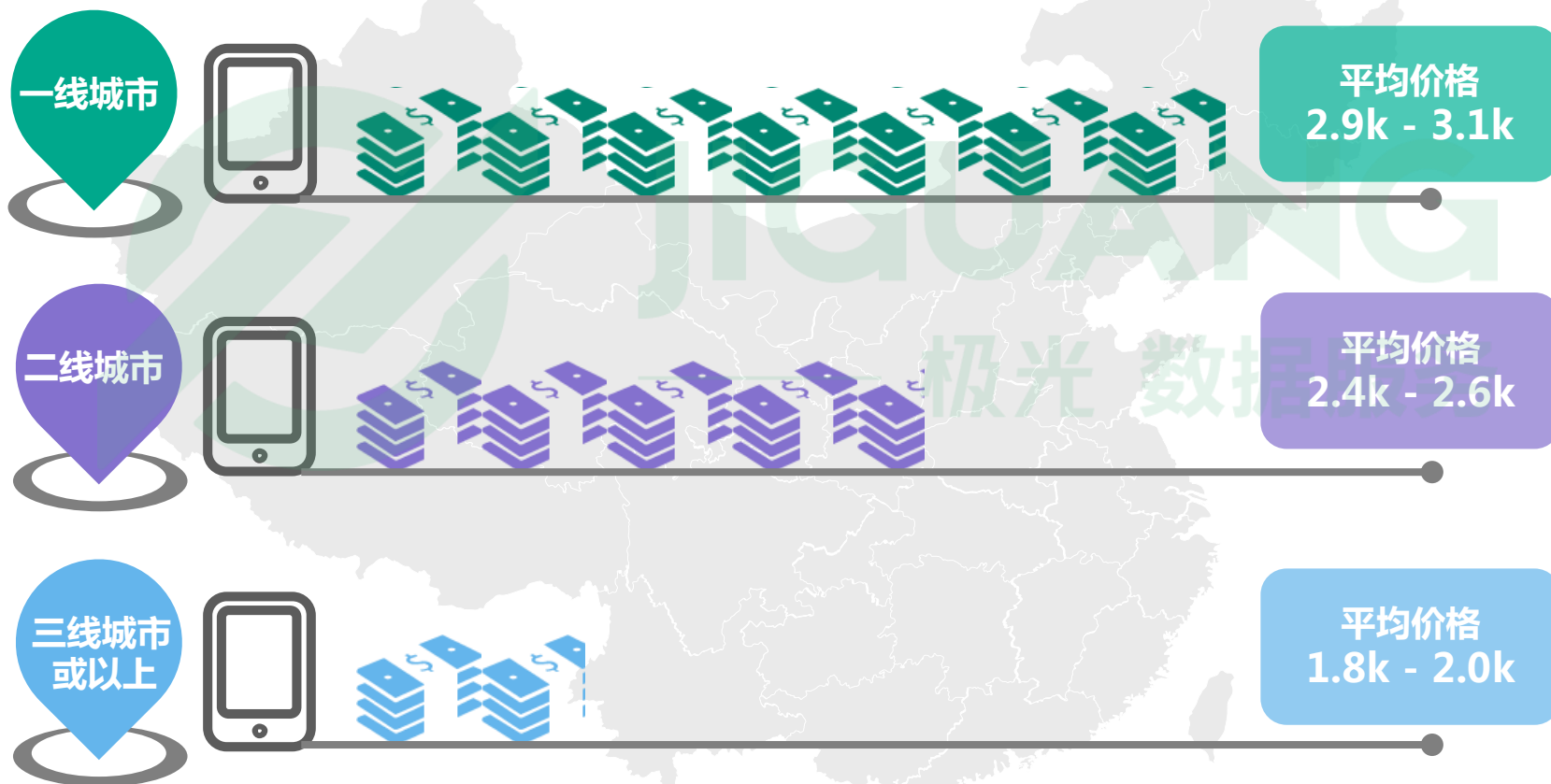
4 移动终端品牌价格分析

5 移动终端应用安装情况

Q2各地区城市移动终端均价概况

大城市生活成本更高，与移动终端价格接受度成正比

- 在一线城市用户群体中，平均一台移动设备的价格在3k左右的水平，大概为二线城市的1.2倍，三线城市的1.6倍



*数据来源：极光数据研究院

*移动终端价格按照2016年3月底，各型号终端设备官方标准报价计算

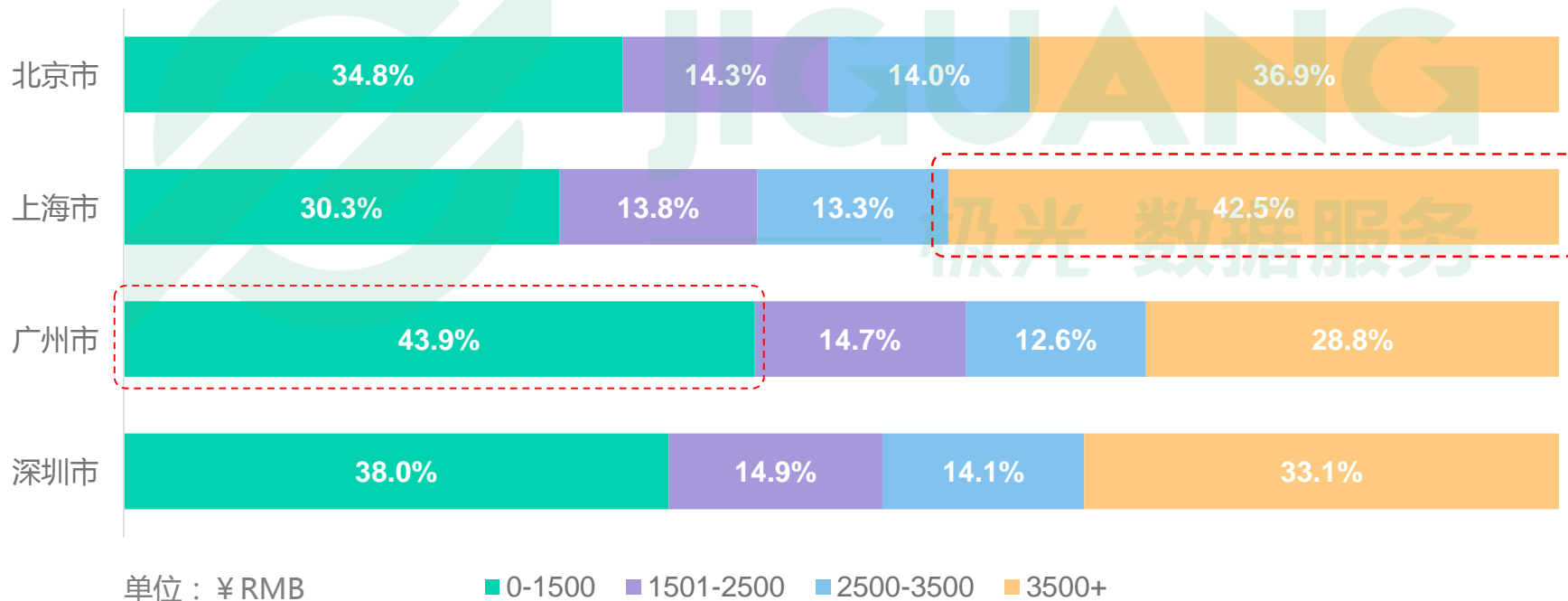
*一线城市：北上广深；二线城市：昆明、长春、太原、佛山等共31个城市；三线城市：泰安、湛江、廊坊等共345个城市；

3月北上广深移动终端均价概况

北上两地不仅房价高，购买移动终端的价格也高

- 极光数据Q2的数据统计显示，在北上广深经济发达地区的用户群体普遍能够接受价格偏高的机型价格，表现突出的有上海地区，使用机型价格高于3.5k的用户量占当地全部用户的4成以上，高端机型用户群体较多的还有北京，占比接近37%
- 广深两地的用户则表现出对经济机型更加青睐的偏好，尤其是广州的用户，选择价格在1.5k以内的用户占比高达44%，情况与上海整体相反

北上广深移动终端不同价格区间对比



*数据来源：极光数据研究院

*移动终端价格按照2016年Q2，各型号终端设备官方标准报价计算；价格区间占比=单个区间机型数量/城市机型总量

1 移动终端市场保有量分析

2 移动终端市场销量分析

3 出境游用户移动终端使用情况

4 移动终端品牌价格分析

5 移动终端应用安装情况

国内与海外用户安装应用Top10对比

社交属性的大应用为全球市场的主流

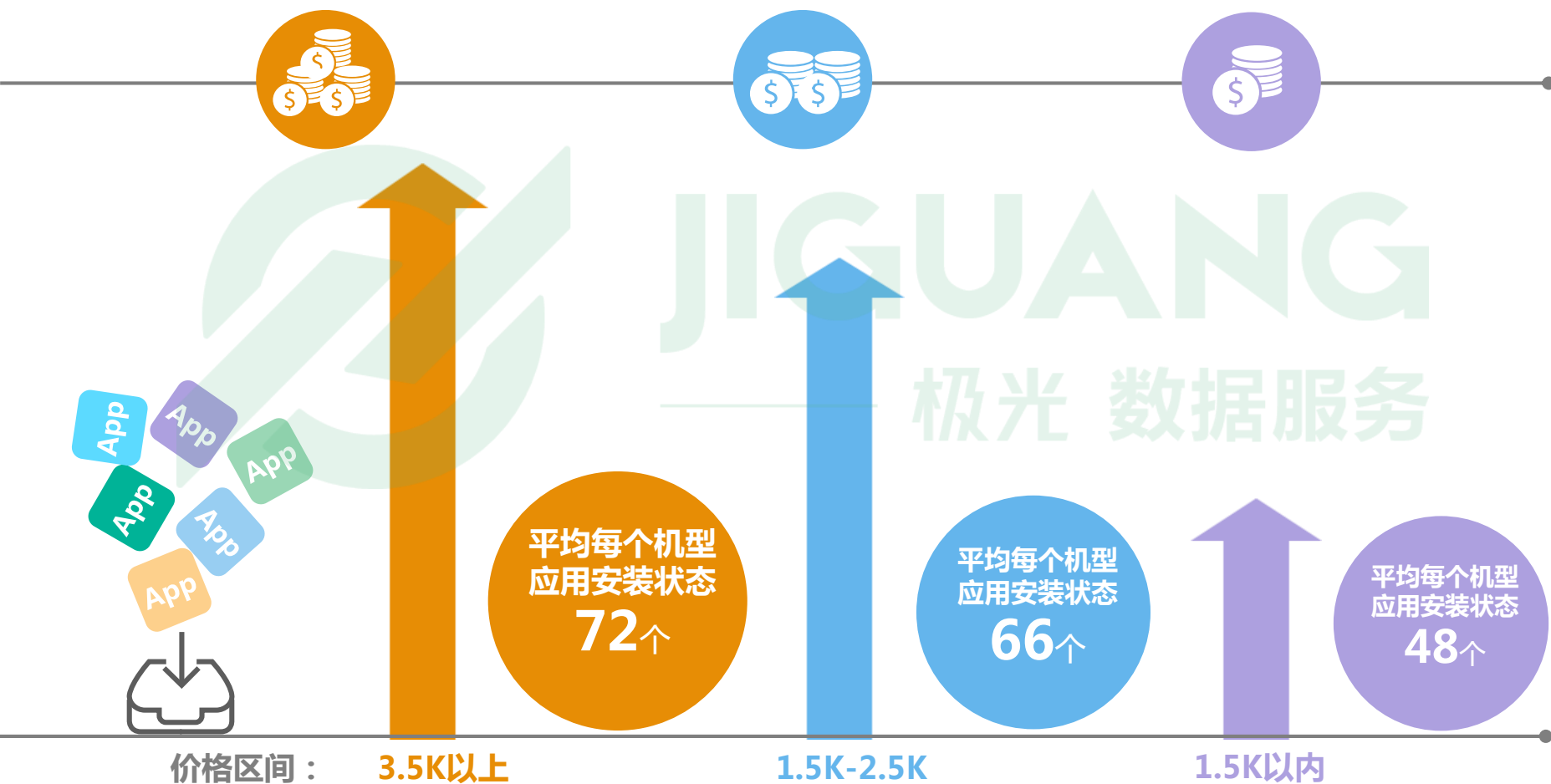


*数据来源：极光数据研究院

不同价格的终端应用安装使用情况

越高档的手机让用户更方便地使用更多的应用

- 通过数据发现，机型价格与用户平均安装状态的应用个数成正比，反映出高端机型用户对不同应用的需求和机型对更多应用的承载能力



*数据来源：极光数据研究院

*App平均安装量=单个价格区间应用安装的总量/单个区间的设备总量

不同价格的终端偏好应用

低端用户关注社交应用，中高端用户关注电商、办公，和影娱应用

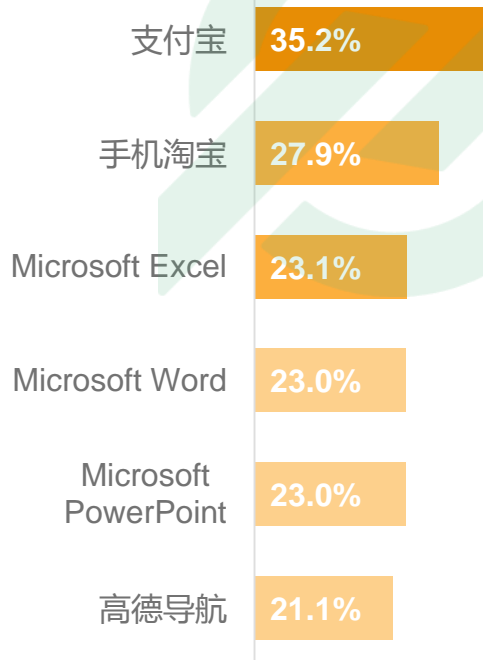
- 中高端价格的用户对于移动设备丰富的功能使用需求更强烈，低端价格的用户更满足于基本的社交通讯功能

机型价格区间：



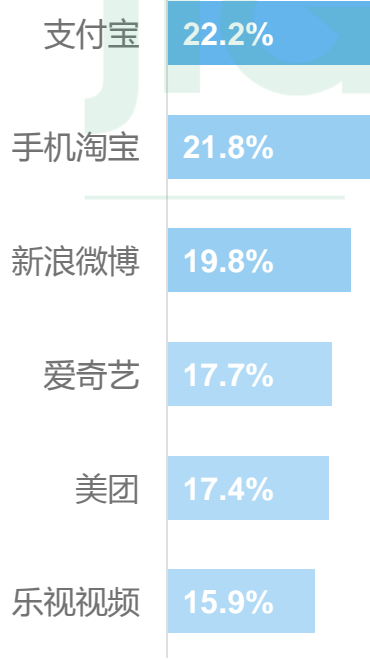
3.5K以上

高端机型偏好应用



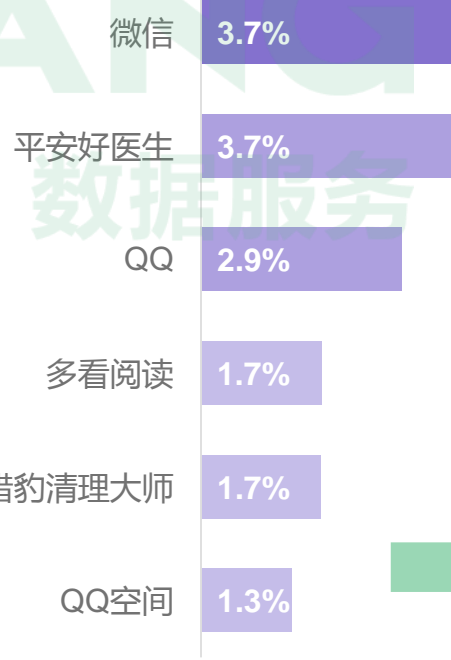
1.5K-2.5K

中端机型偏好应用



1.5K以内

低端机型偏好应用



*数据来源：极光数据研究院

*应用偏好度=单个应用在单个价格区间安装占比-单个应用整体网民的安装占比，结果为正值表示偏好性强，结果为负则相反

不同价格的终端非偏好应用

中高端用户对工具应用无感，低端用户对影娱应用不屑

- 中高端用户更倾向用自带输入法工具，而对多个输入法应用兴趣都偏低，低端用户则对于社交通讯以外的应用兴趣度都不高

机型价格区间：



3.5K以上

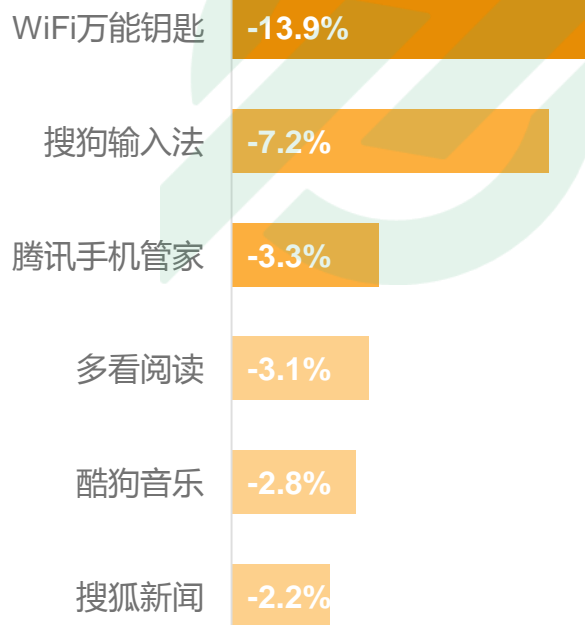


1.5K-2.5K

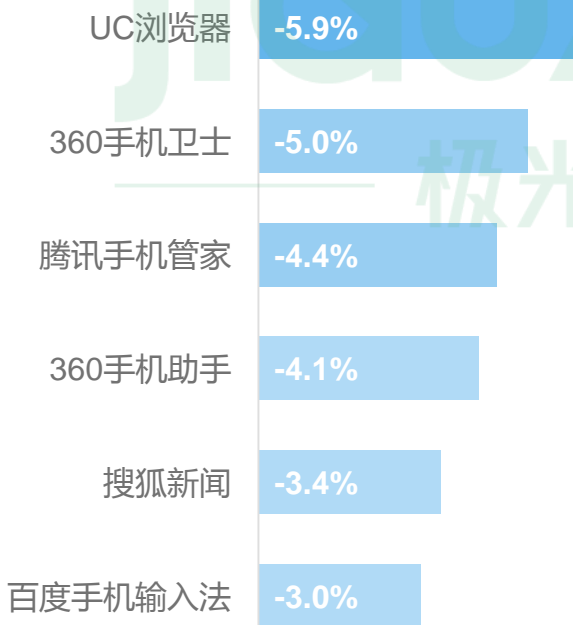


1.5K以内

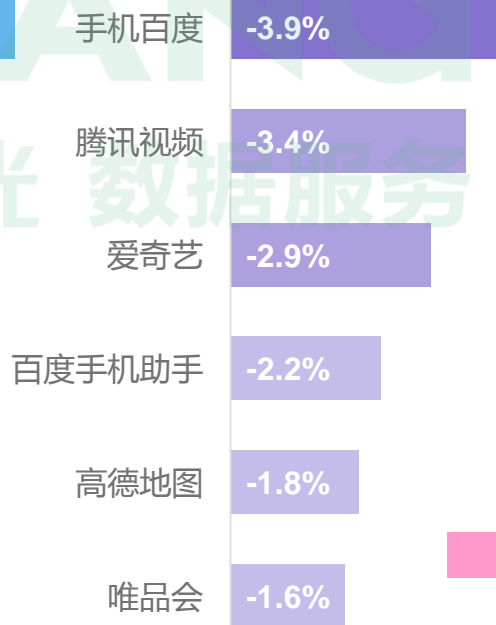
高端机型不偏好应用



中端机型不偏好应用



低端机型不偏好应用



*数据来源：极光数据研究院

*应用偏好度=单个应用在单个价格区间安装占比-单个应用整体网民的安装占比，结果为正值表示偏好性强，结果为负则相反

1. 数据来源

极光数据服务，源于极光云服务平台的行业数据采集和各类公开数据的长期监测，并结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析

2. 数据周期

报告整体时间段：2016年4月~2016年6月

具体数据指标请参考各页标注

3. 报告其他说明

本次报告聚焦于国内移动设备市场变化和行业趋势，是针对移动设备的品牌、机型，地理区域等多维度数据的综合展示。极光数据研究院后续将利用自身的大数据能力，对各领域进行更详尽的分析解读和商业洞察，敬请期待

极光（www.jiguang.cn）是中国领先的移动大数据平台和移动应用云服务提供商。其团队核心成员来自腾讯、摩根士丹利、豆瓣、Teradata、中国移动等。公司自2011年成立以来专注于为APP开发者提供稳定高效的推送、即时通讯和短信验证码等开发者服务。至今我们已经服务了超过40万款移动应用，累计覆盖超过50亿个移动终端，月活跃用户超过6亿，产品覆盖了中国国内90%以上的移动终端。基于积累的海量数据，我们拓展了在大数据领域的产品，包括极光广告服务和极光数据服务。极光致力于为各行各业节约开发成本，提高运营效率，优化业务决策。

极光产品线

极光开发者服务：高效稳定SDK、节约开发资源、增强用户体验、提升业务效率

极光广告服务：精准锁定目标用户，量身定制广告投放策略，提高运营效率

极光数据服务：解析目标客户，洞悉行业趋势，跟踪企业运营情况，帮助企业决策者提升决策效率



洞见数据，智判先机



极光数据研究院

Allen

Tel: +86 139-1153-2320

Email: dataservice@jiguang.cn