



2018年7月

2018 Q2 智能手机市场报告

蜜蜂内参

让您深入洞察整个商业世界



每天精挑细选3份最值得关注的学习资料；
不定期分享顶级外文期刊。

关注公众号：**mifengMBA**

回复“入群”加入“蜜蜂内参”城市群

(不需要转发哦.....)



扫一扫

回复“入群”



目录



1

智能手机市场概况

2

智能手机用户画像分析

3

主流品牌用户画像分析

4

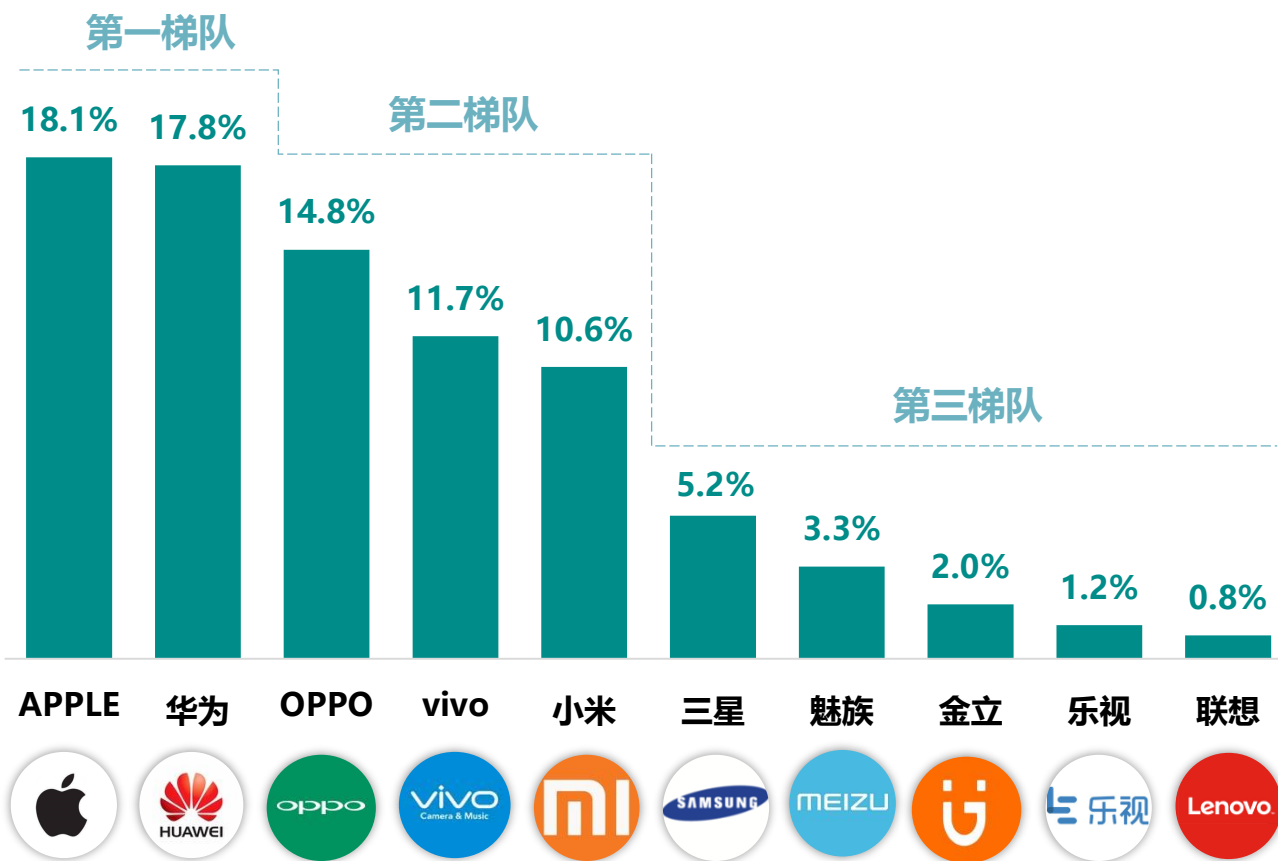
主流品牌换机行为分析

品牌分布

苹果乏力，华为直追，安卓手机多款新品蓄势

MobData

品牌分布Top 10



Source : MobData研究院, 2018年Q2

MobData Insight



苹果品牌乏力

面对安卓手机多方围剿，苹果手机在中国市场的竞争力逐渐下降，其Q2市场份额跌至18.1%。



华为品牌直追

华为以17.8%的保有率直追苹果。



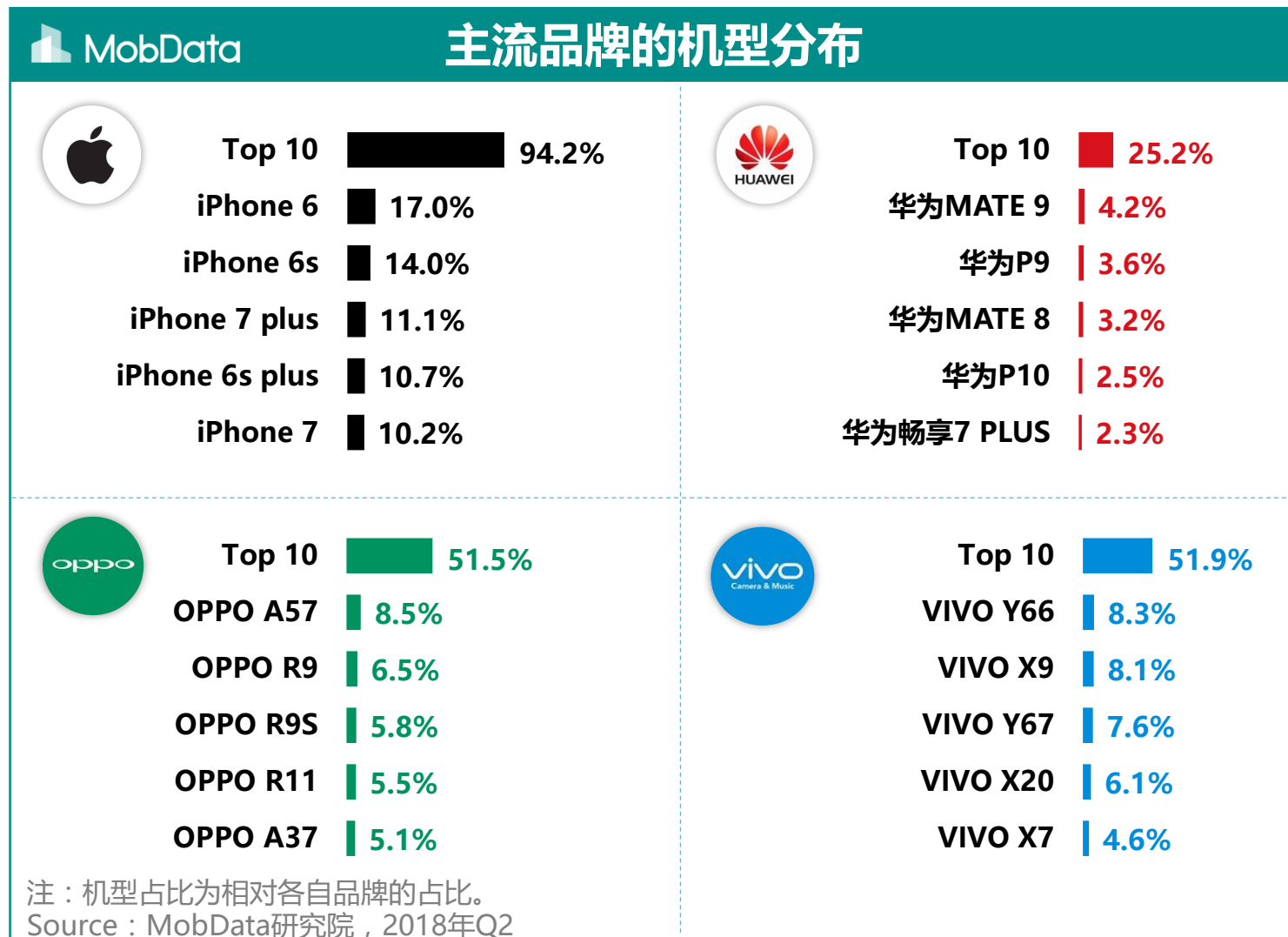
安卓手机多款新品蓄势



上半年安卓品牌发布多款人气机型，如华为P20、OPPO Find X、vivo NEX、小米8等。

机型分布

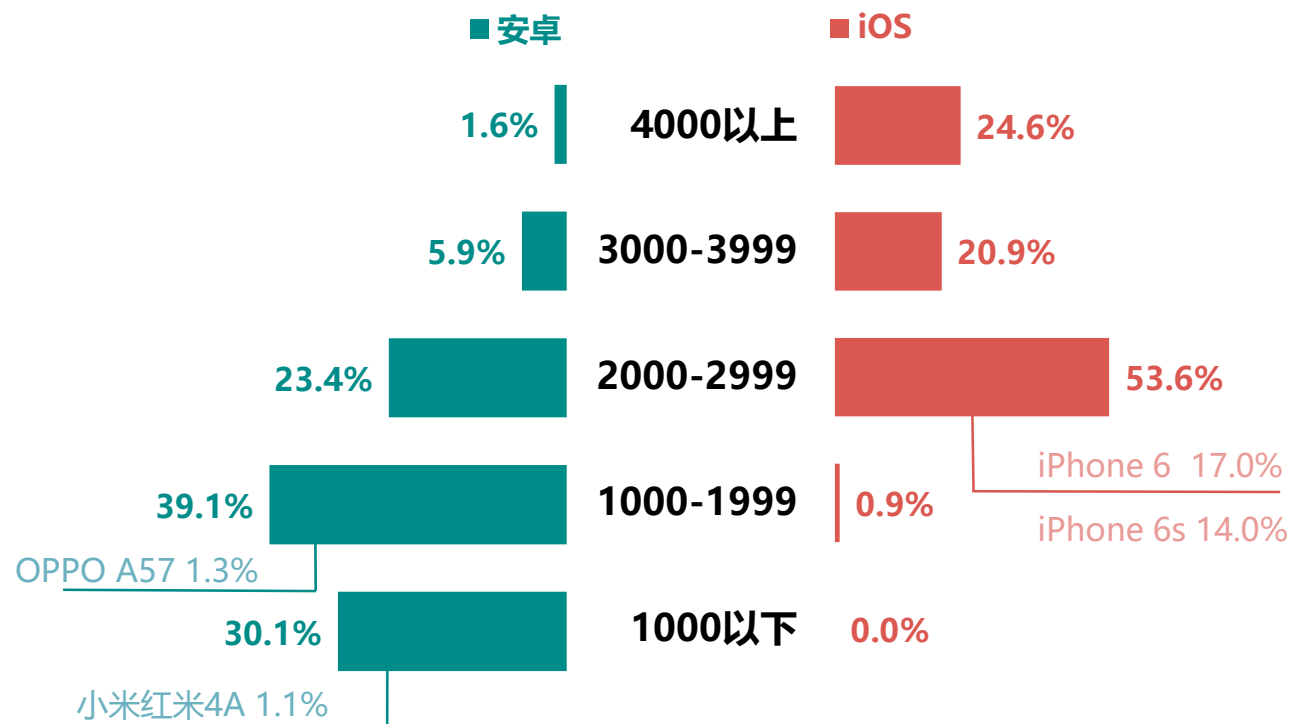
四年前上市的iPhone 6系列仍然是苹果的主力机型，华为型号最分散



价位分布

2000元是安卓手机与苹果手机的价格分水岭，苹果手机99%在2000元以上

价位分布对比



注：此售价为当前市场售价，非各机型发布时售价。
Source：MobData研究院，2018年Q2

MobData Insight



苹果手机99%在2000元以上

大多数苹果手机发布时价格颇高，但随着市场逐渐冷却，供给与需求相均衡后，价格大多有所跌落。比如iPhone X推出不久便跌破发行价，这与iPhone 6、7系加价千元仍一机难求的景象难以相提并论。

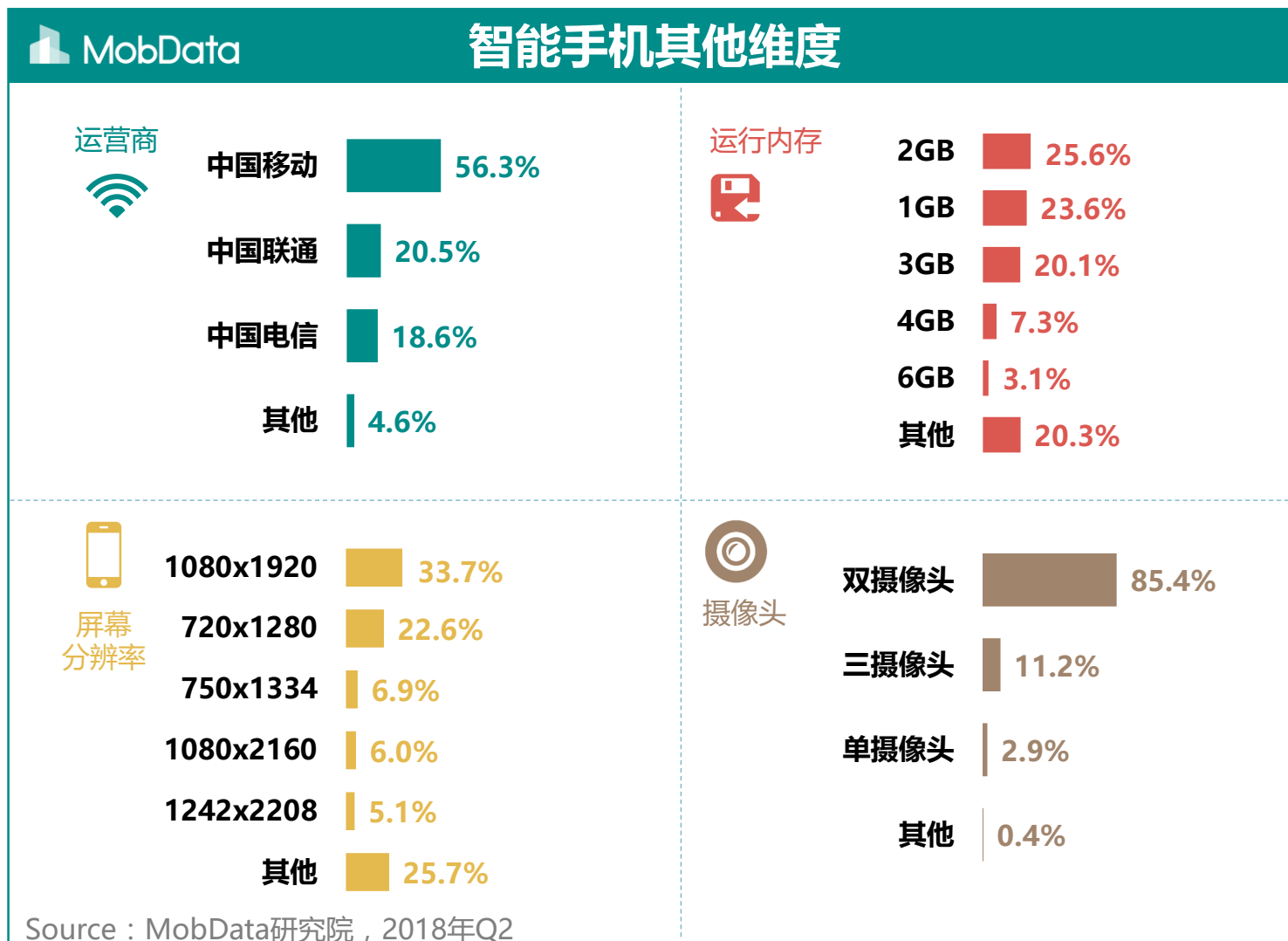


安卓手机近70%在2000元以下



以低价赢得市场的热门机型有OPPO A57、VIVO Y66、华为MATE 9等，尤其小米的红米4A更是在1000元以下。2000元以上的明星机型有OPPO R9、VIVO X9、华为P9、小米6等。

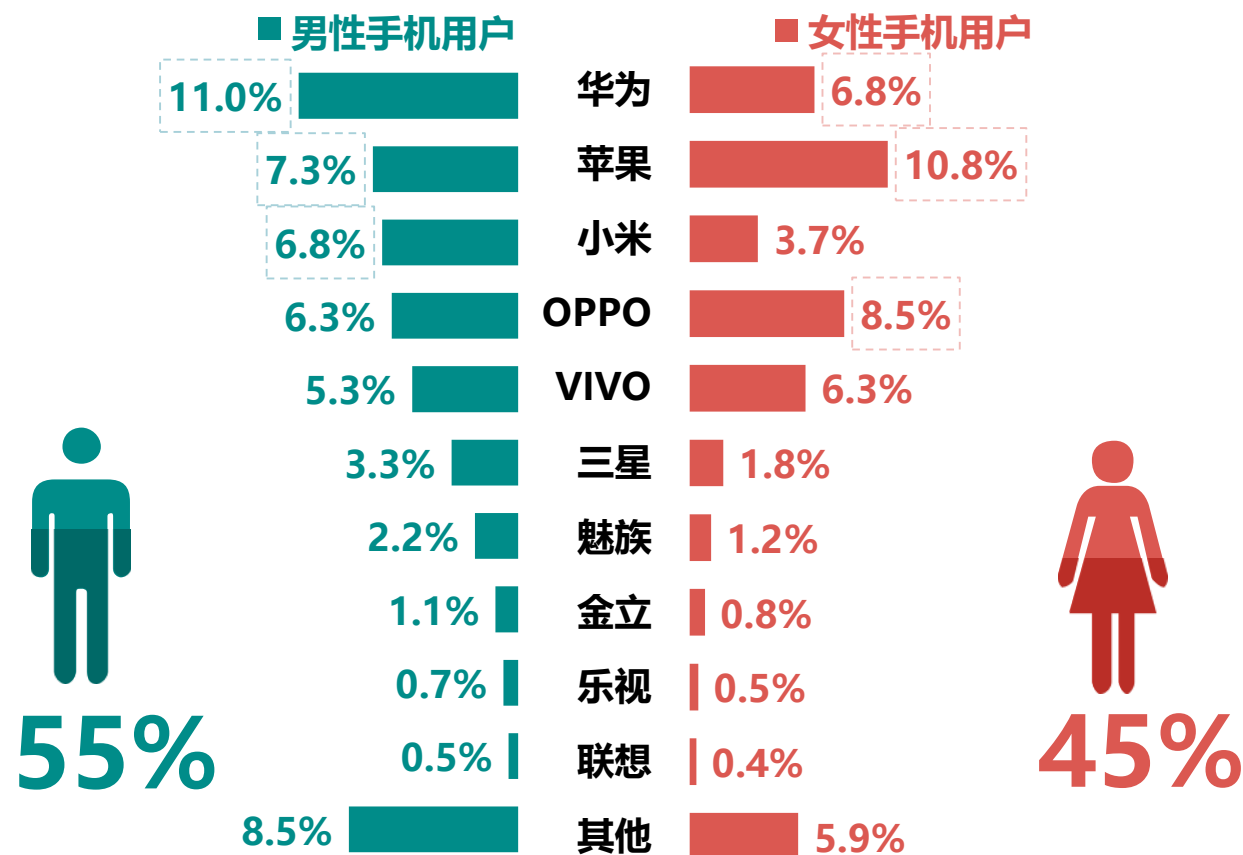
1-3G运行内存较为普遍，高清分辨率渐成主流，双摄像头为寻常



细分市场——性别

智能手机市场中，男性市场华为称雄，女性市场苹果主导

不同性别的主流品牌分布



Source : MobData研究院, 2018年Q2

MobData Insight



男性市场华为称雄

智能手机市场整体来看，男性用户占比55%，男士偏爱的手机中，华为和苹果分居冠亚。小米、三星、魅族手机的男性用户，也明显多余其女性用户，男性品牌优势较强。

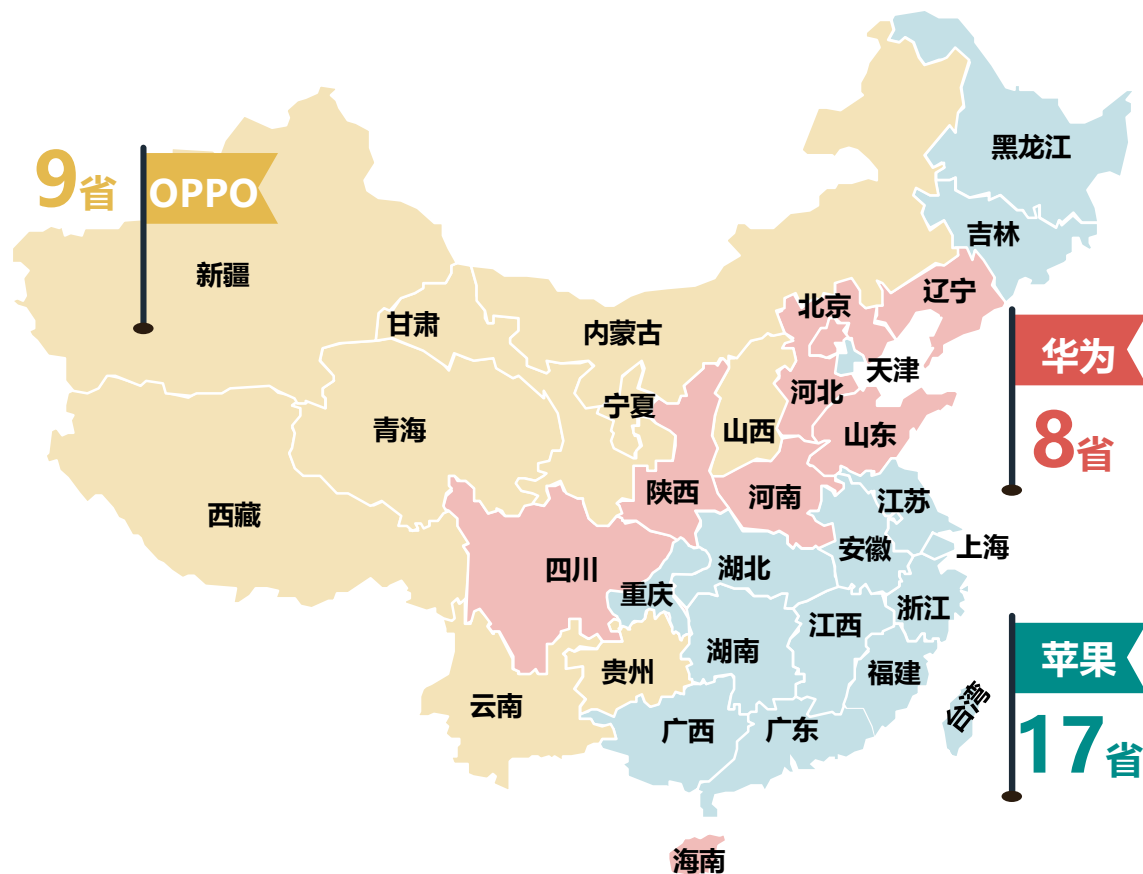


女性市场苹果主导

女性用户占比45%，女士最爱的手机品牌是苹果。同时，OPPO、vivo两品牌的女性用户优势也相对明显，这与其市场战略和品牌定位较为符合。

细分市场——省份

苹果在沿海地区覆盖度最高，OPPO赢得内陆市场，华为占据华北华中8省



注：此售价为当前市场售价，非各机型发布时售价。
Source：MobData研究院，2018年Q2



苹果在沿海地区覆盖度最高

沿海地区和东北共17个省份中，用户覆盖度最高的品牌都是苹果。



OPPO赢得内陆市场

新疆、西藏、甘肃、内蒙、云南等共9个省份中，用户覆盖度最高的品牌是OPPO。



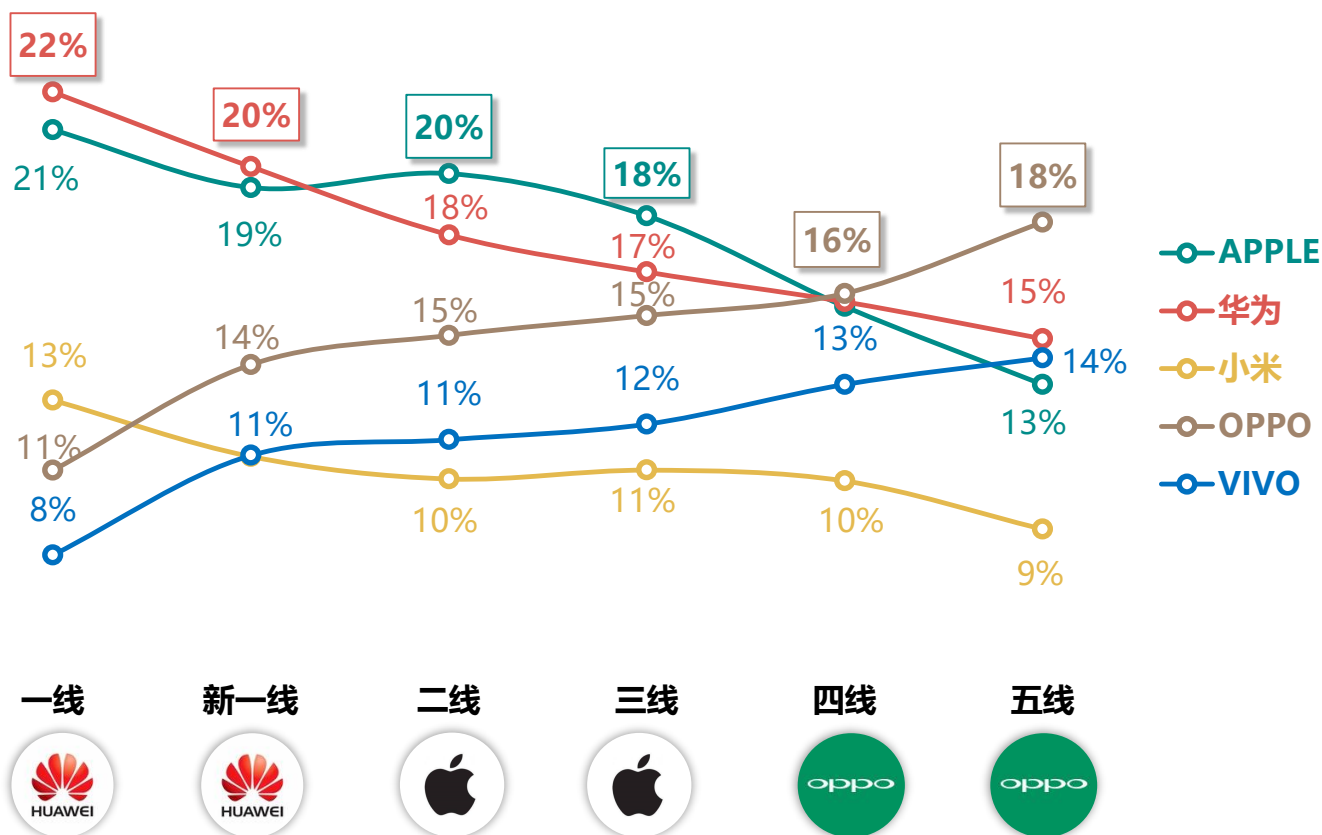
华为占据华北华中8省

京津冀、四川、陕西、山东共8个省份的Top1品牌是华为。

细分市场——城市等级

华为强势抢占一线和新一线城市手机市场，OPPO在四五线城市的市场份额稳固

不同城市等级的主流品牌分布



Source : MobData研究院, 2018年Q2

MobData Insight



华为抢占一线、新一线市场

华为强势抢占消费能力较高的一线及新一线城市，市场份额分别为22%、20%。



苹果仅守住二三线市场

苹果昔日辉煌不再，仅守住中国二三线城市，市场份额分别为20%、18%。



OPPO在五线市场份额稳固

OPPO在四线市场优势较微弱，略胜华为、苹果，但在五线城市以18%的覆盖度稳固市场。

细分市场——城市

3000元以上手机用户最多的城市为北上广，其中北上高价位用户更多

不同价位用户的Top1城市

Top1城市	1000元以下	1000-1999元	2000-2999元	3000-3999元	4000元以上
APPLE	1 广州	1 重庆	1 广州	广州	1 北京
华为	广州	成都	北京	1 上海	-
OPPO	广州	广州	深圳	北京	-
vivo	东莞	成都	杭州	北京	杭州
小米	广州	广州	上海	上海	-
三星	北京	北京	成都	上海	北京
魅族	深圳	重庆	广州	广州	-
金立	广州	重庆	重庆	太原	北京

Source : MobData研究院, 2018年Q2

MobData Insight



1000元以下市场——广州

大部分品牌的Top 1城市都是广州，vivo、三星、魅族的Top 1城市分别为东莞、北京、深圳。



1000-1999元市场——川渝

重庆、成都在这个价位的手机市场更有竞争力。



3000-3999元市场——上海

华为、小米、三星在此价位的Top 1城市为上海，金立为太原，其余品牌的Top1城市为广州、北京。



4000元以上市场——北京

苹果、三星、金立三个品牌的高价市场Top 1城市皆为北京。



目录



1

智能手机市场概况

2

智能手机用户画像分析

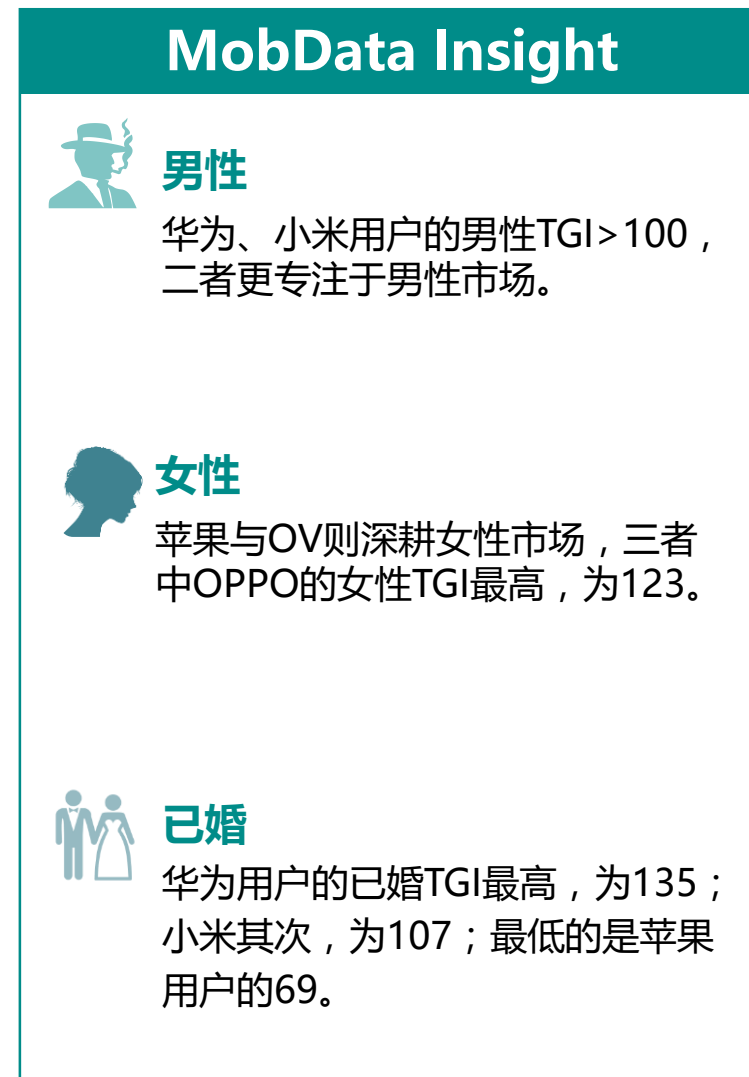
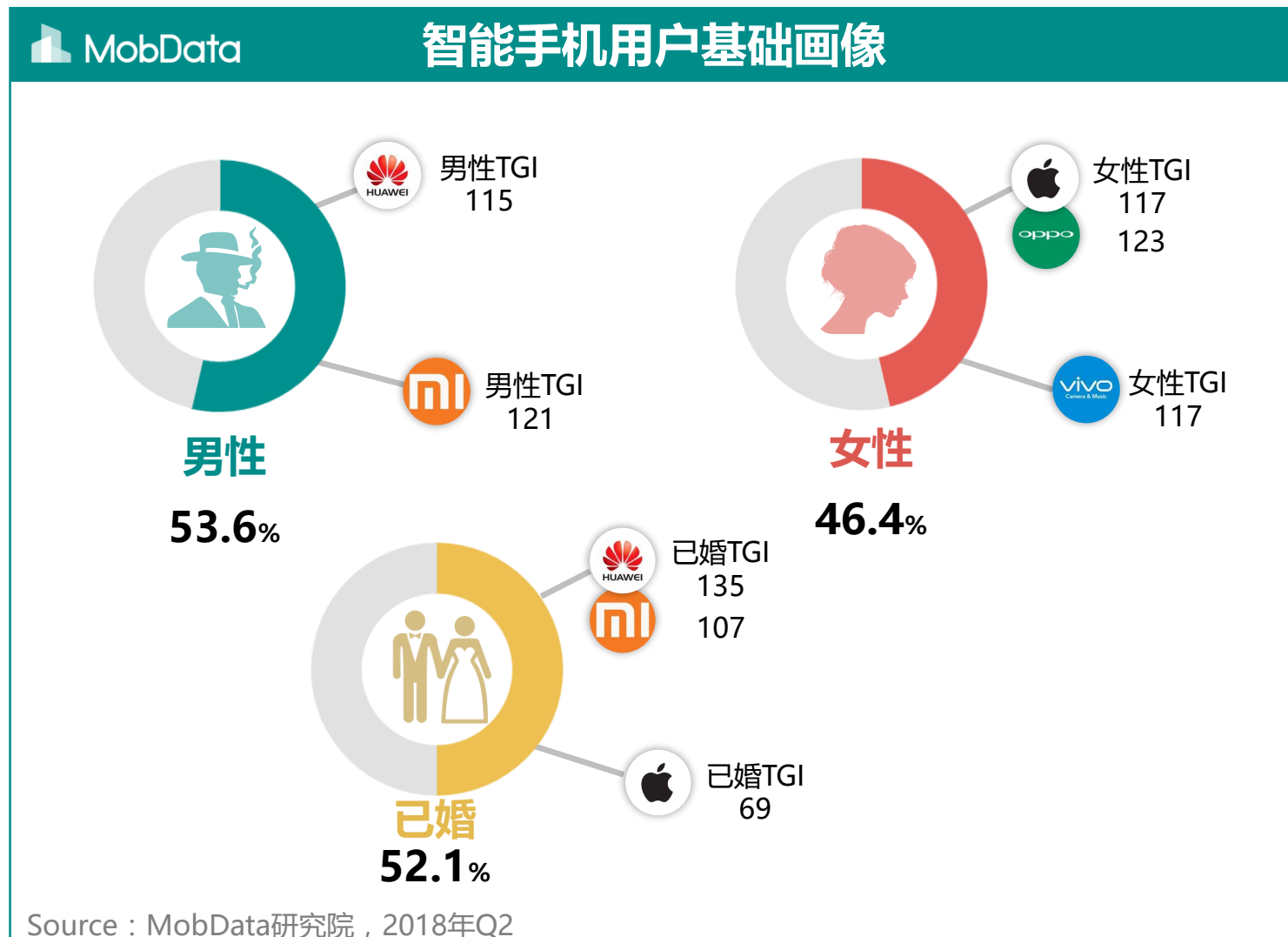
3

主流品牌用户画像分析

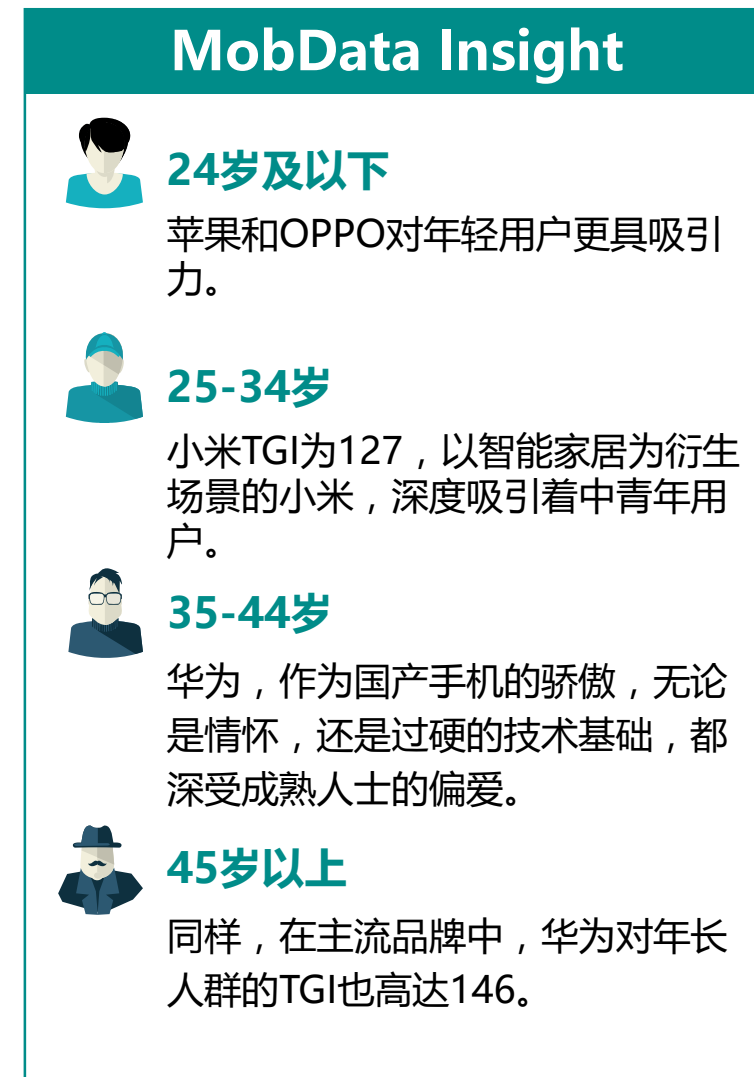
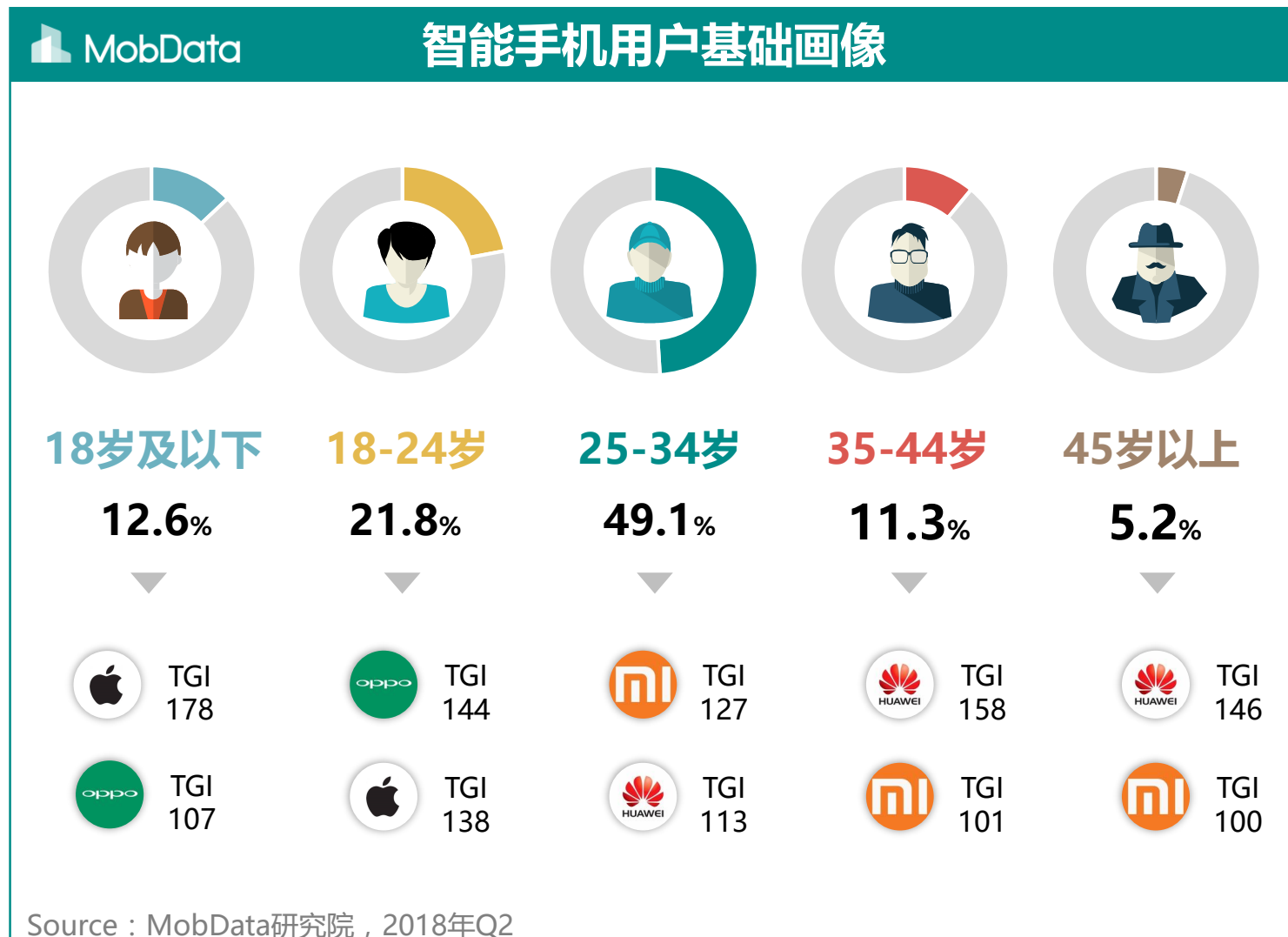
4

主流品牌换机行为分析

苹果与OV深耕女性市场，华为小米用户则多是男性和已婚人士



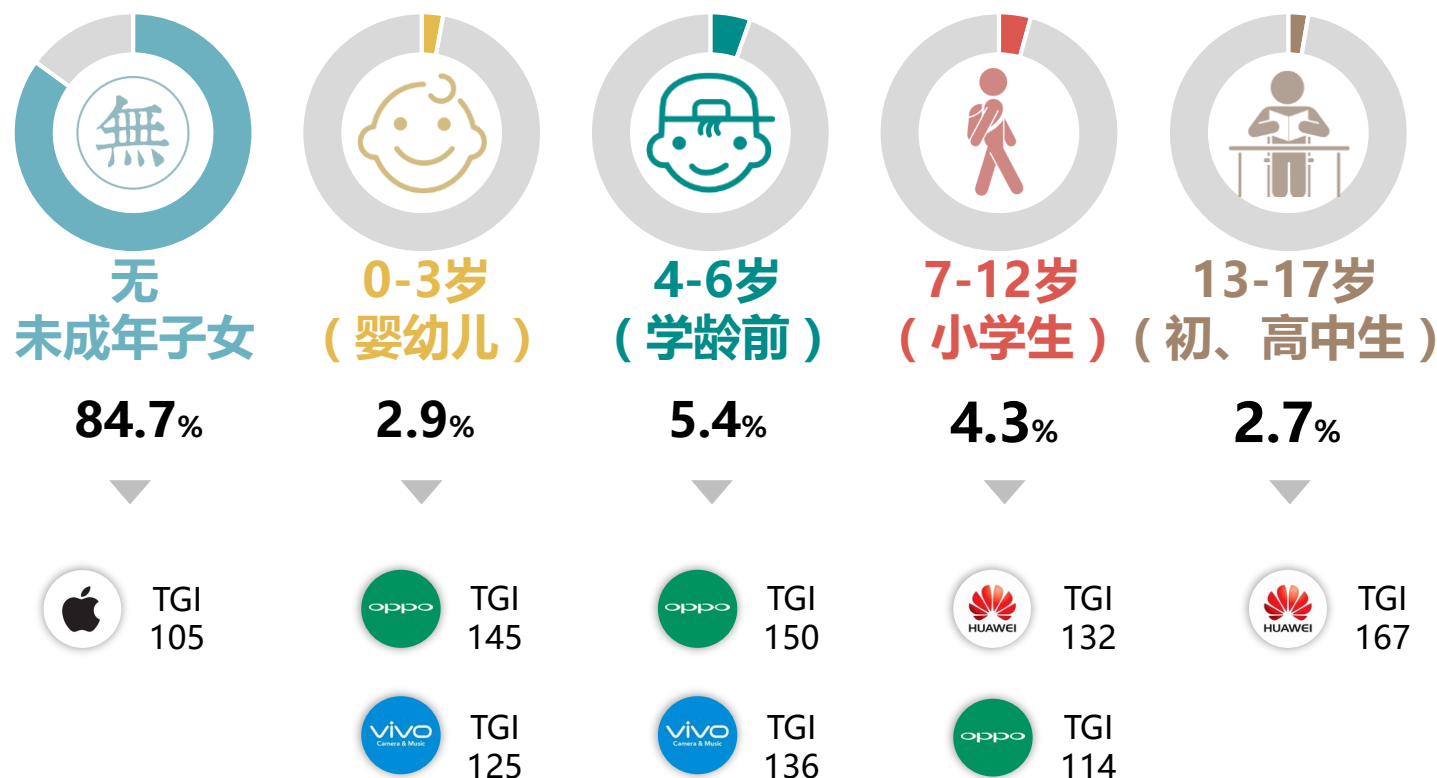
苹果OPPO对年轻用户更具吸引力，华为和小米的主力则是25岁以上用户



OV用户子女多为6岁以下儿童，华为用户子女多是已进入K12教育阶段的学生

MobData

智能手机用户子女年龄



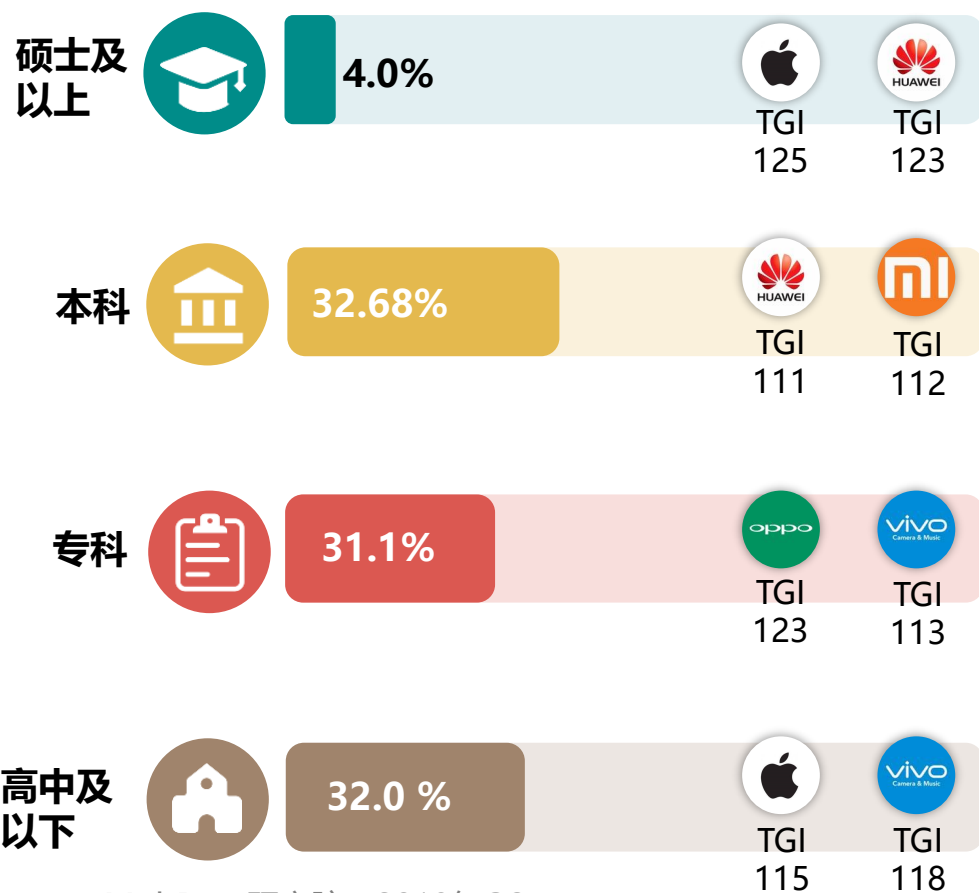
Source : MobData研究院, 2018年Q2

MobData Insight

- 无未成年子女**
苹果用户更多没有未成年子女。
- 0-3岁 (婴幼儿)**
OV用户子女大多是0-3岁的婴幼儿。
- 4-6岁 (学龄前)**
OV用户子女大多是4-6岁的学龄前儿童。
- 7-12岁 (小学生)**
华为和OPPO用户子女多是小学生。
- 13-17岁 (初、高中生)**
华为用户子女多是初、高中生。

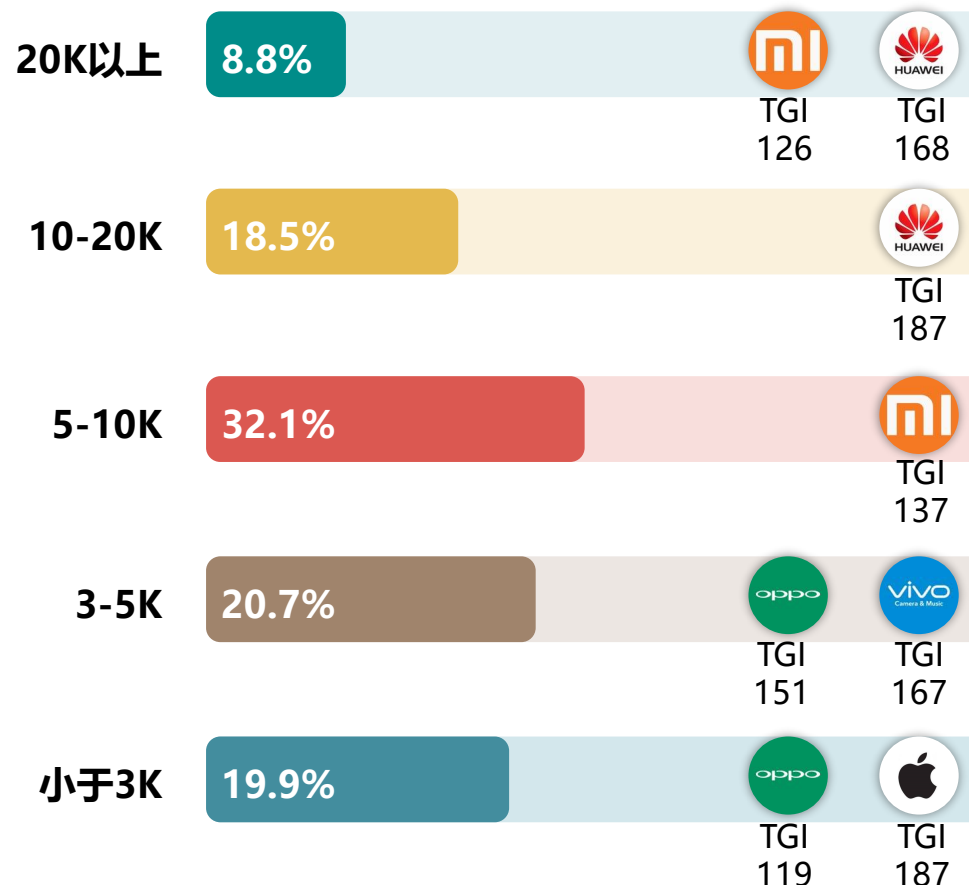
华为小米用户学历和收入相对较高，而OV用户月收入大多在5千以下

MobData 智能手机用户学历分布

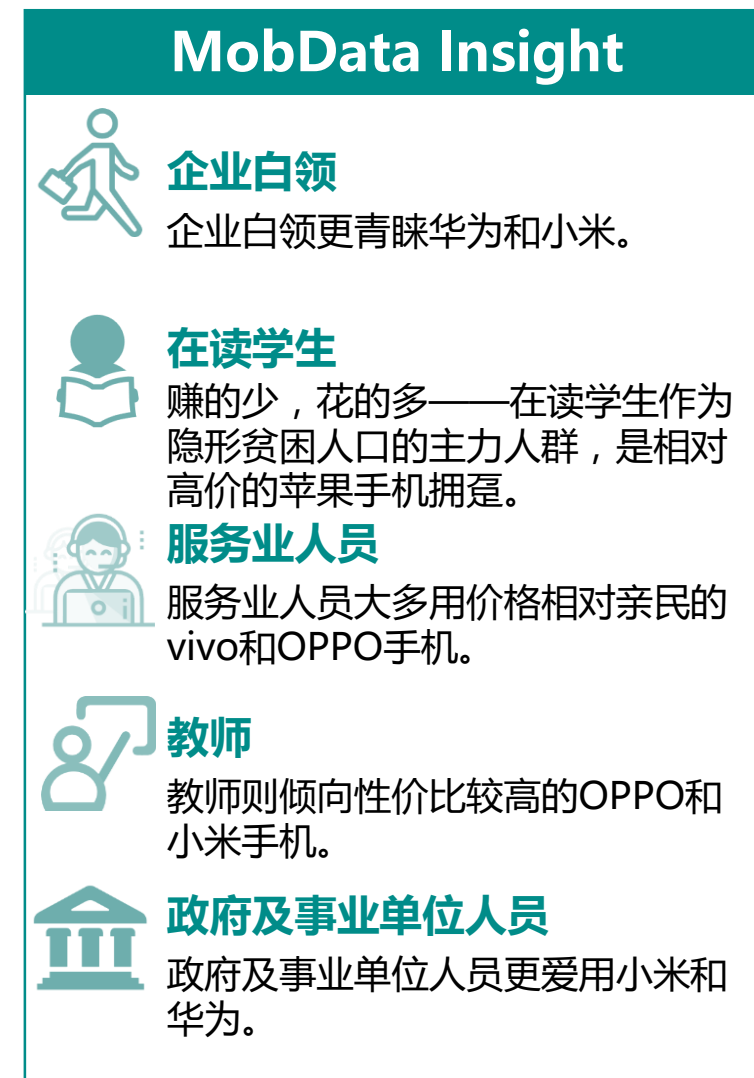
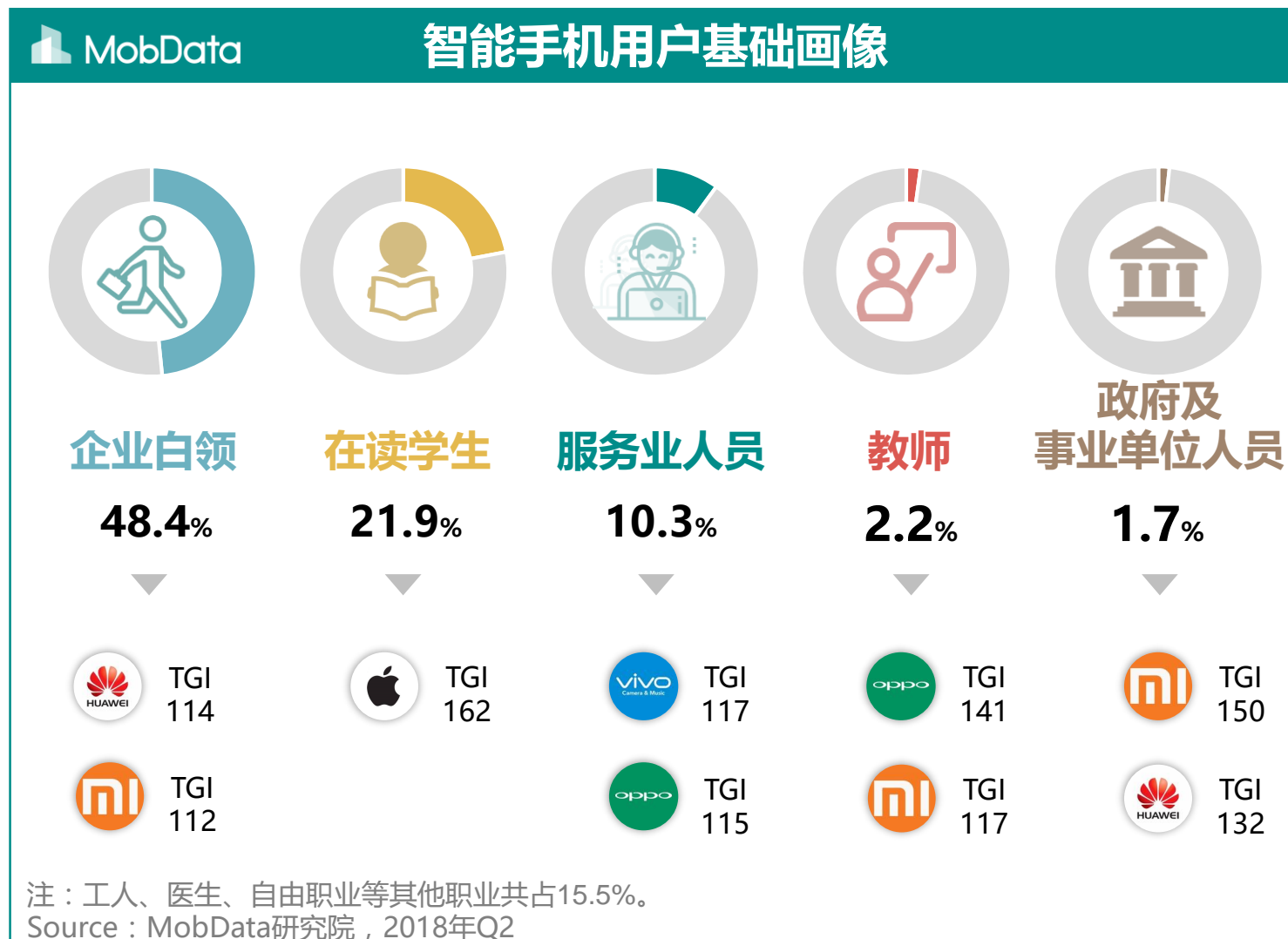


Source : MobData研究院, 2018年Q2

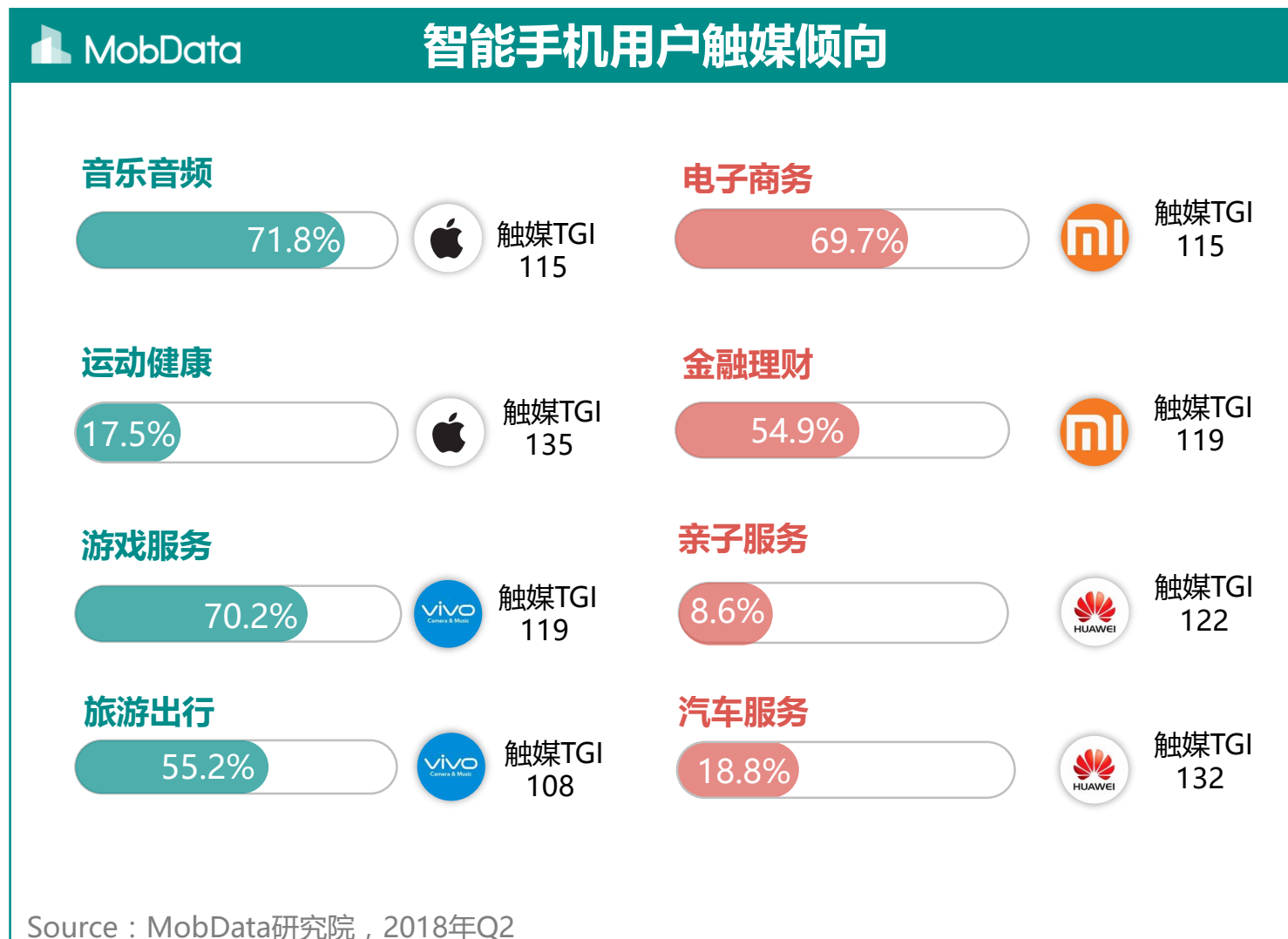
MobData 智能手机用户收入分布



白领和事业单位人员更青睐华为小米，而学生爱用苹果手机且倾向性明显



苹果用户更爱听歌运动，华为用户则倾向汽车和亲子服务

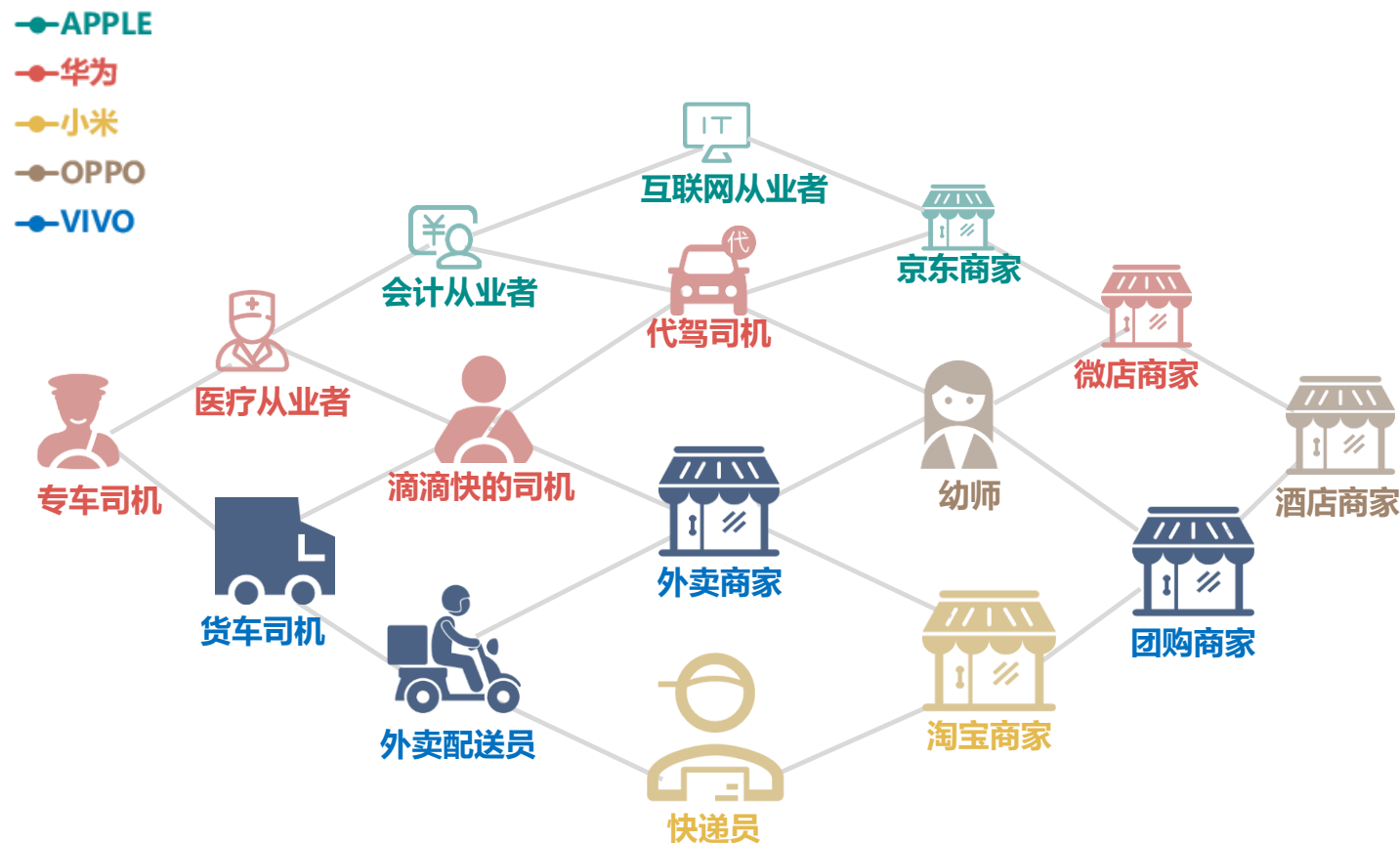


特殊身份

互联网从业者倾向用苹果手机，司机则更喜欢华为和vivo，幼师多用OPPO

MobData

智能手机用户特殊身份



Source : MobData研究院, 2018年Q2

MobData Insight



从业者

会计和互联网从业者倾向用苹果手机，护士则爱用OPPO。



商家

五大品牌各有倾向商家，其中京东、微店、淘宝商家分别爱用苹果、华为、小米手机。



司机

大多数司机使用的是华为，货车司机多用vivo。



物流

外卖配送员大多使用vivo，快递员多用小米手机。



目录



1

智能手机市场概况

2

智能手机用户画像分析

3

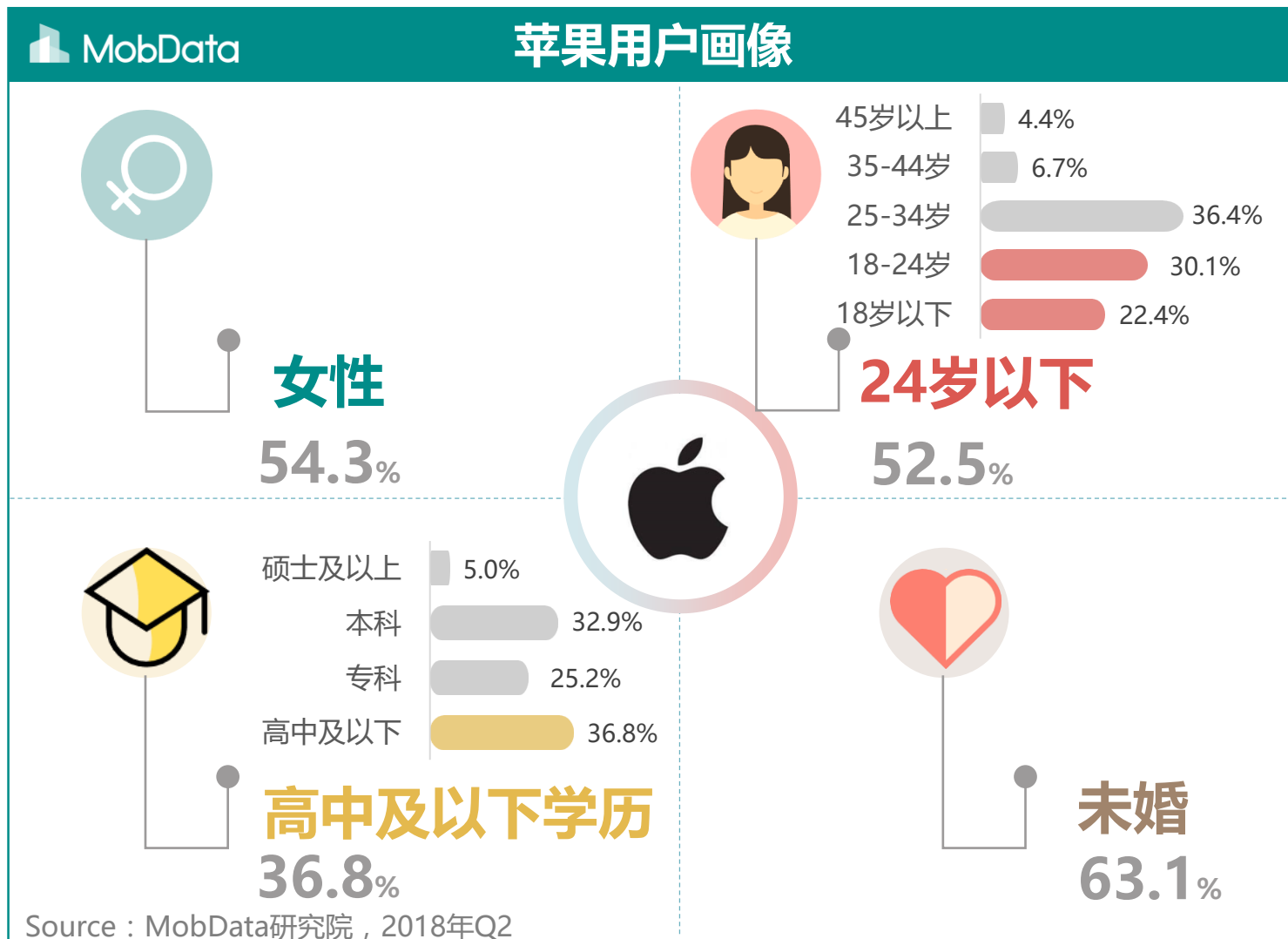
主流品牌用户画像分析

4

主流品牌换机行为分析

苹果用户画像

女性、24岁以下、高中及以下学历、未婚、偏好游戏直播类APP

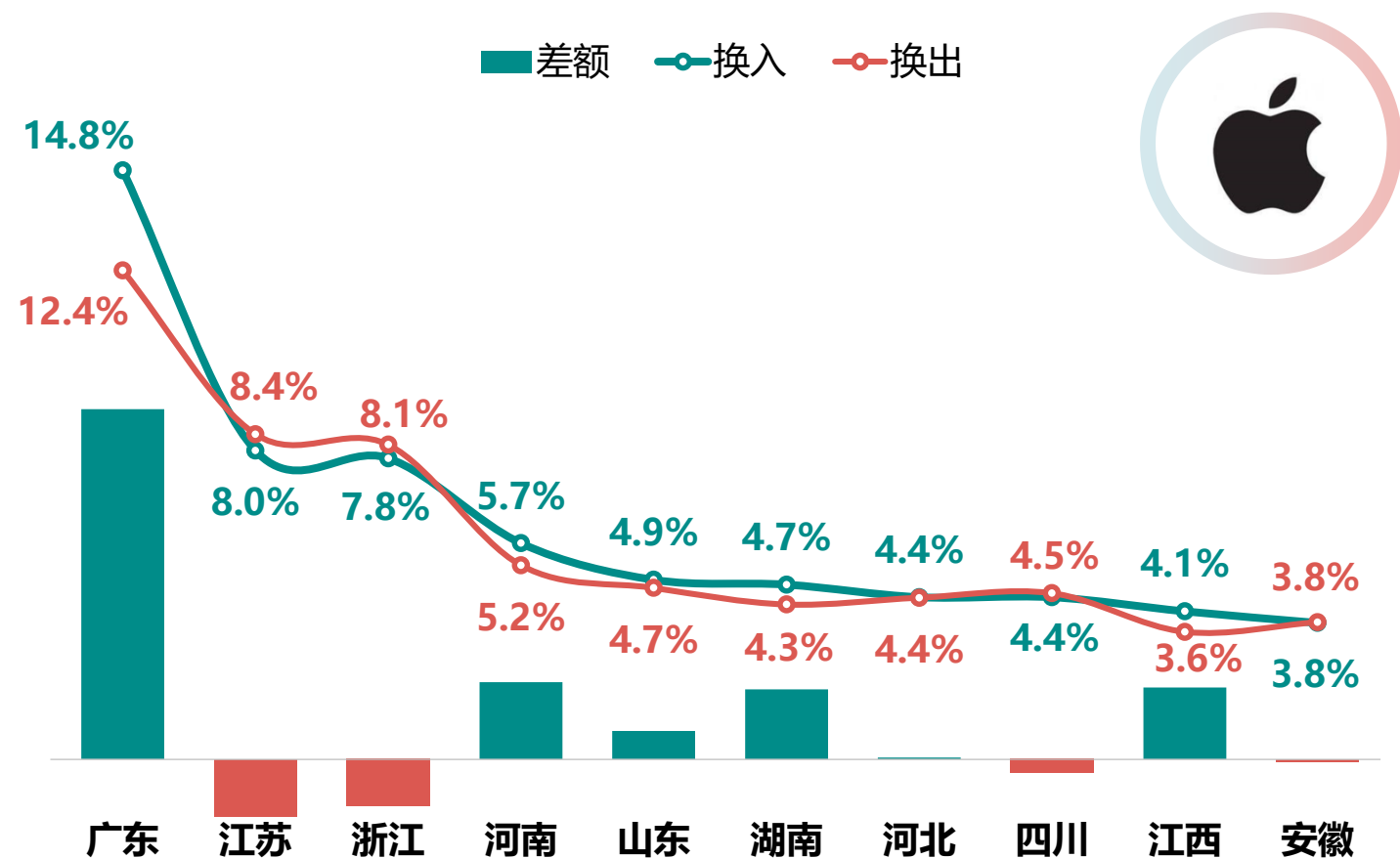


苹果换机用户画像

广东和江浙是苹果用户最多的省份，但江浙及四川出现净流出现象

MobData

苹果换机用户省份分布



Source: MobData研究院, 2018年Q2

苹果换机用户城市分布

换入城市Top 5

北京	6.0%
上海	5.2%
广州	5.0%
深圳	4.6%
成都	3.7%



iPhone x

换出城市Top5

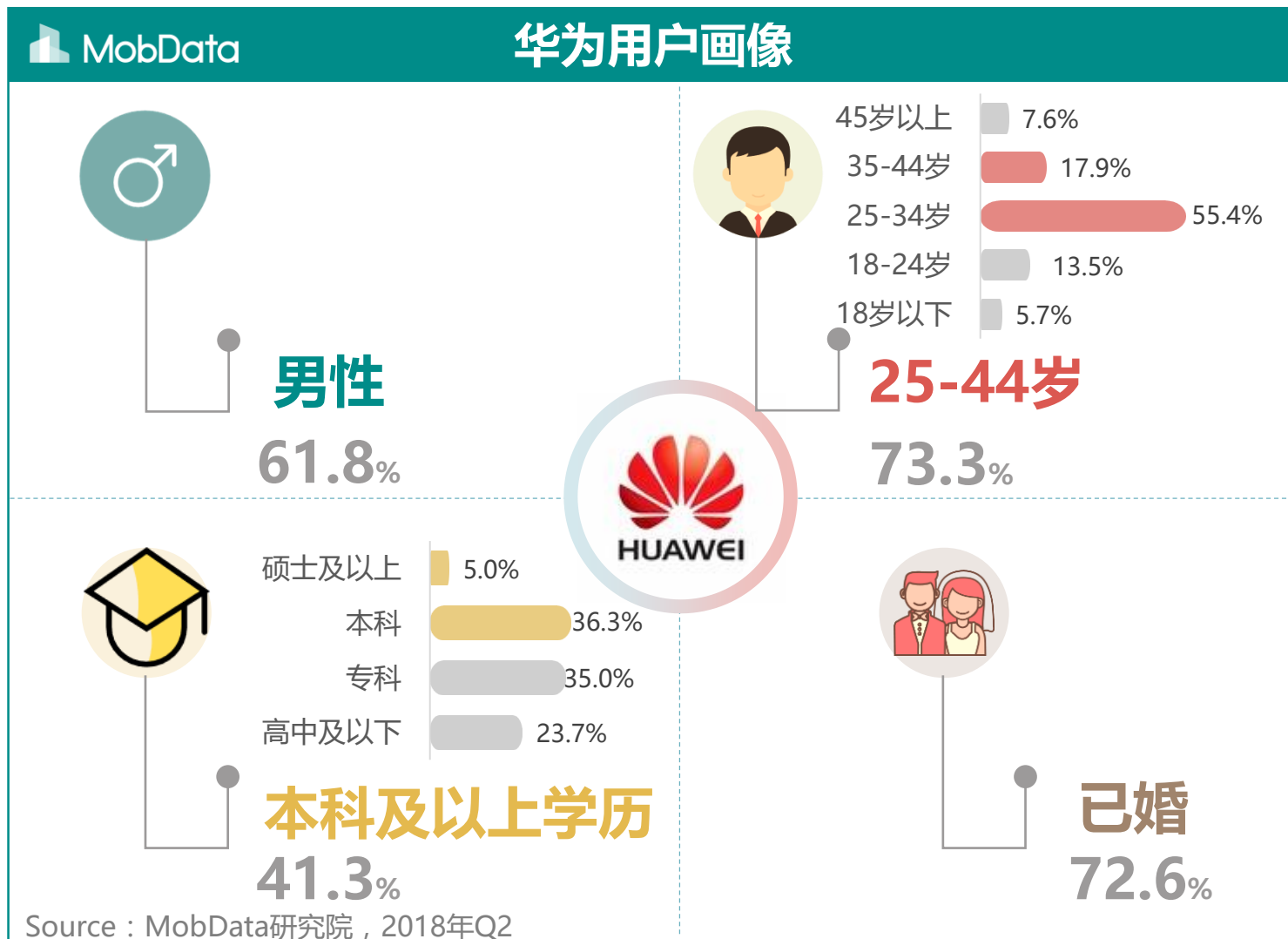


iPhone 6

成都	3.8%
广州	3.4%
深圳	3.3%
北京	3.2%
重庆	3.1%

华为用户画像

男性、25-44岁、本科及以上学历、已婚、偏好理财和汽车类APP

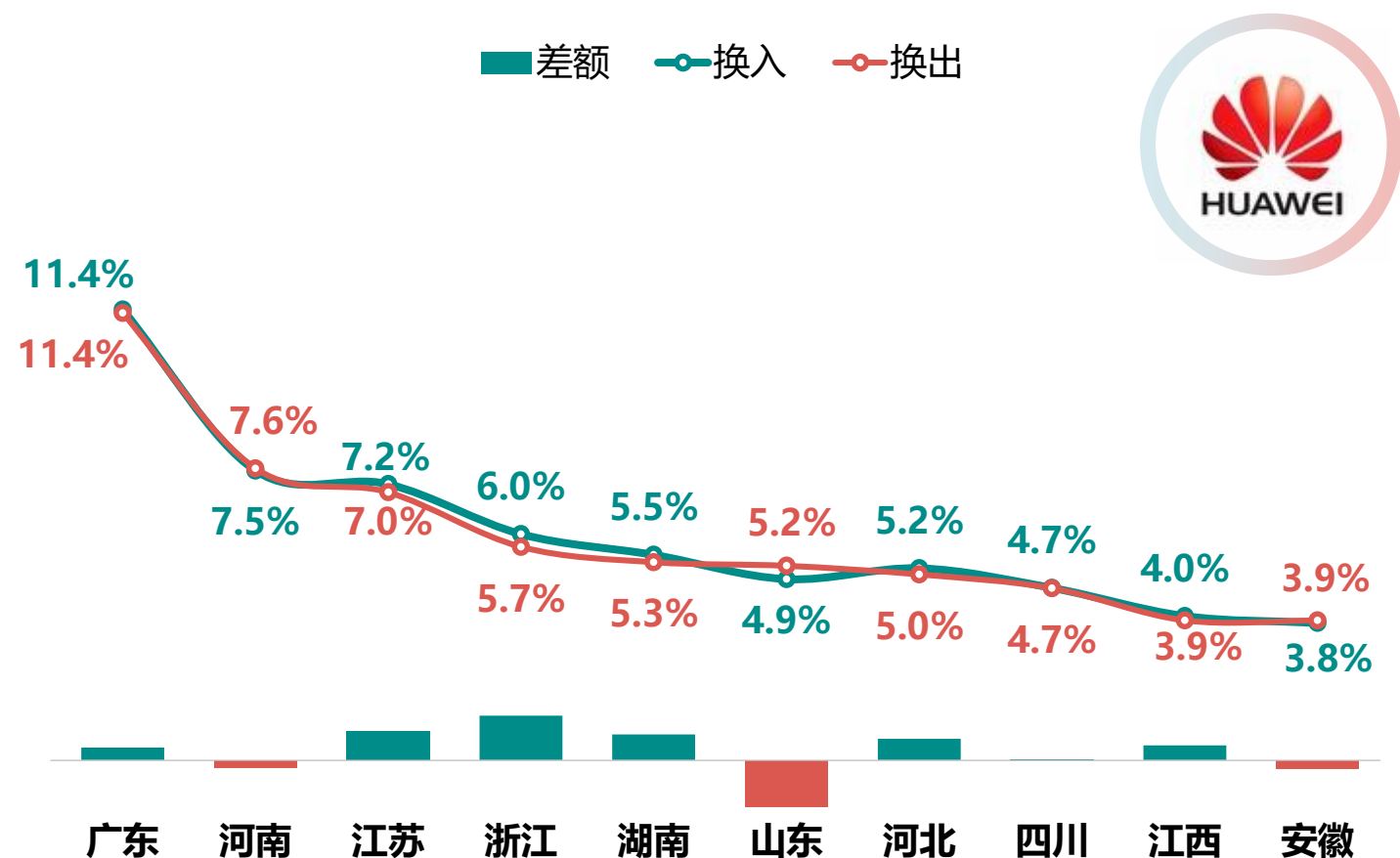


华为换机用户画像

广东和河南是华为用户最多的省份，但河南和山东出现净流出现象

MobData

华为换机用户省份分布



Source: MobData研究院, 2018年Q2

华为换机用户城市分布

换入城市Top 5

北京	7.5%
上海	5.9%
南京	4.6%
杭州	3.7%
深圳	3.6%



华为 Mate 10

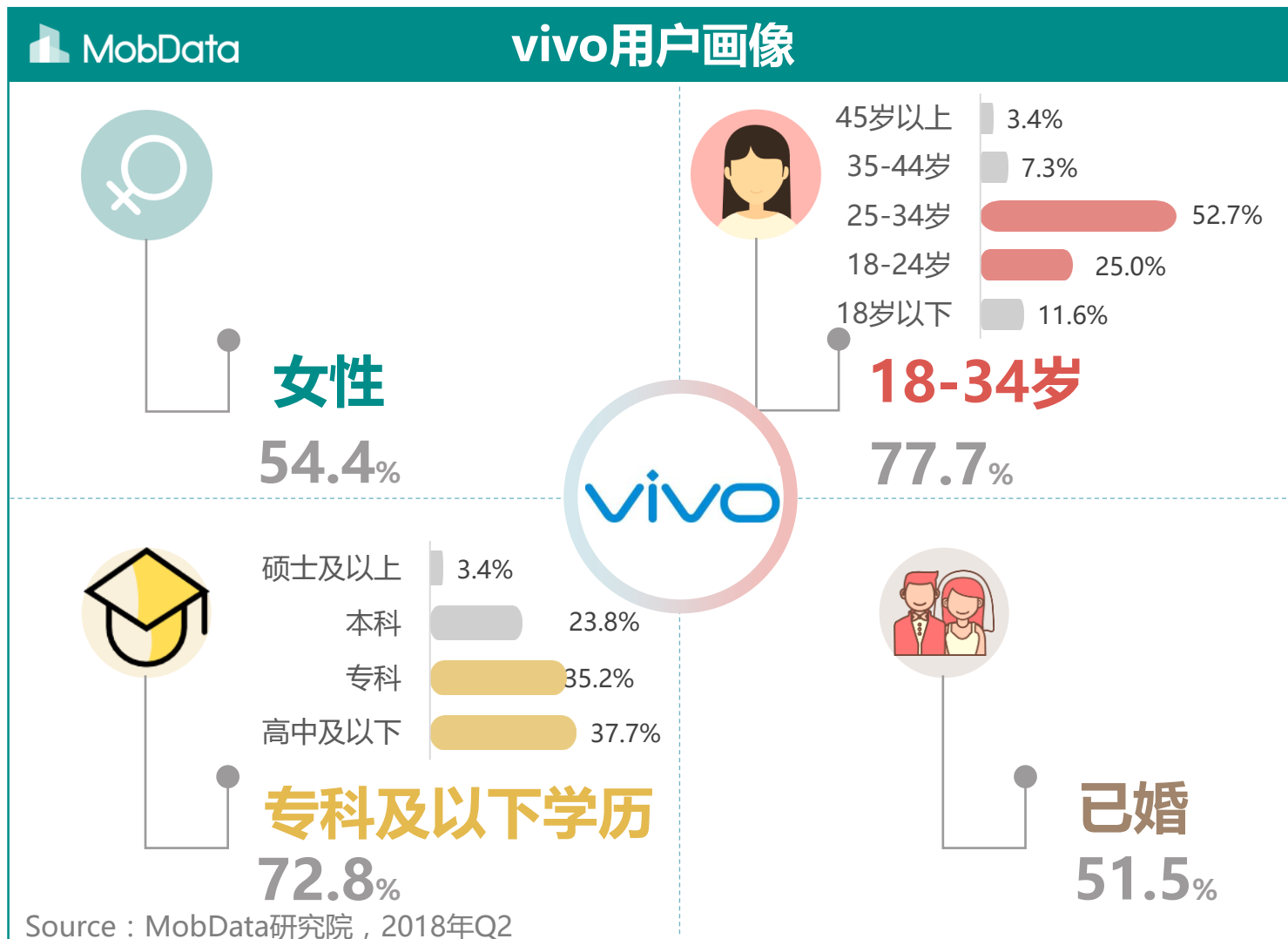
换出城市Top5



北京	6.1%
上海	4.3%
南京	3.4%
杭州	3.4%
深圳	3.0%

华为 Mate 9

女性、18-34岁、专科及以下学历、已婚、偏好短视频和旅行类APP

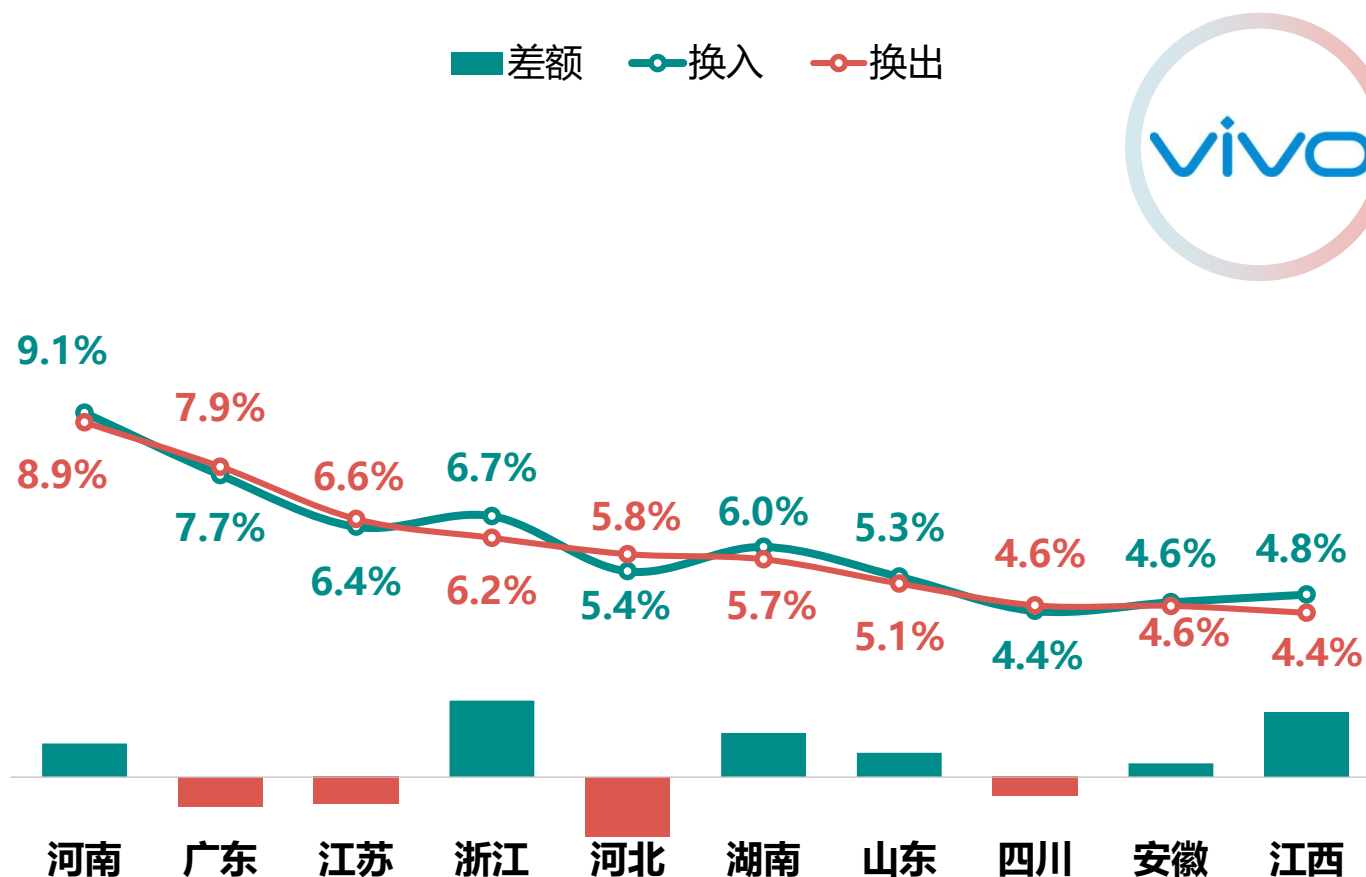


vivo换机用户画像

河南是vivo用户最多的省份，广东和江苏出现小幅净流出现象

MobData

vivo换机用户省份分布



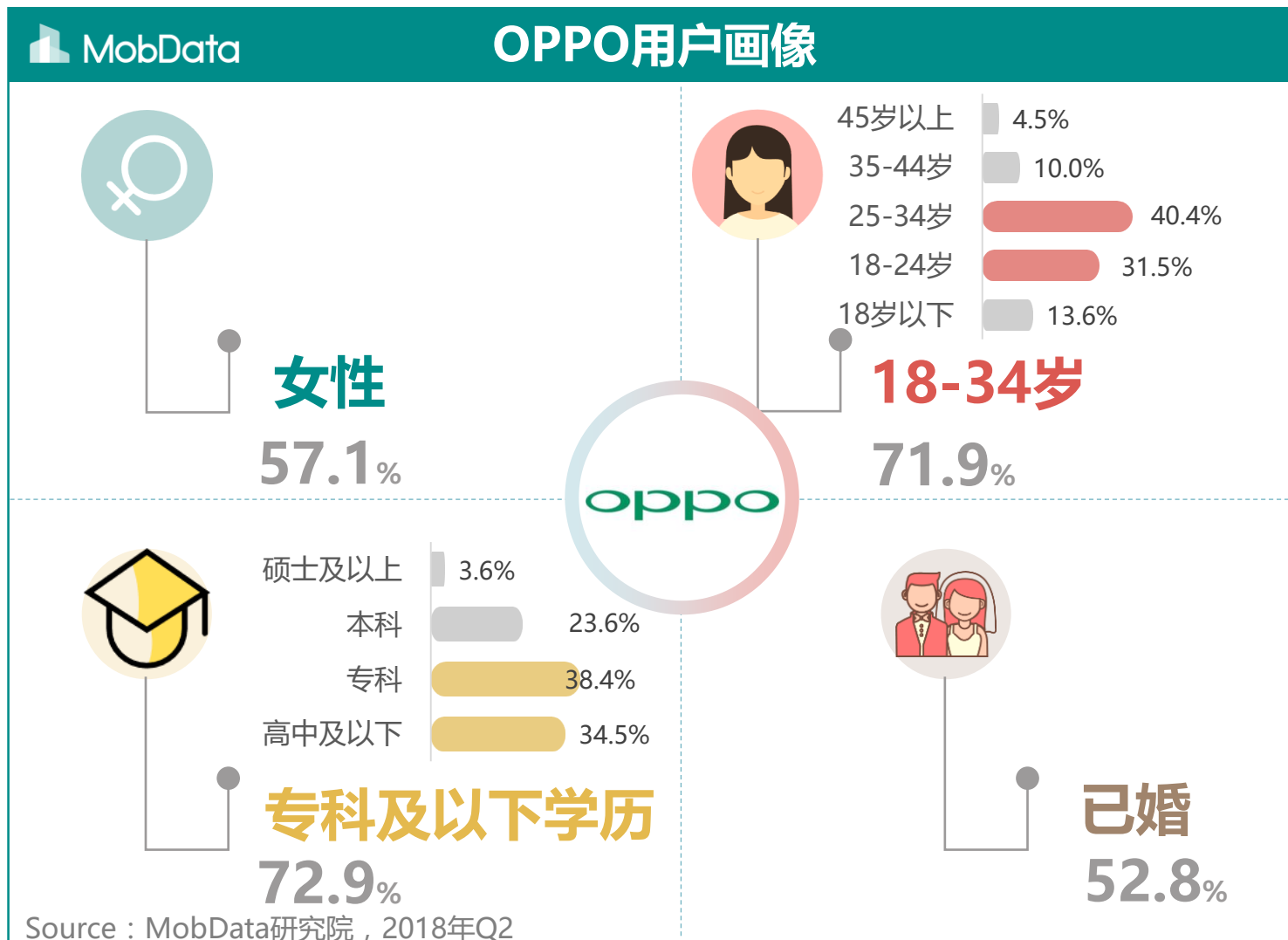
Source: MobData研究院, 2018年Q2

vivo换机用户城市分布



OPPO用户画像

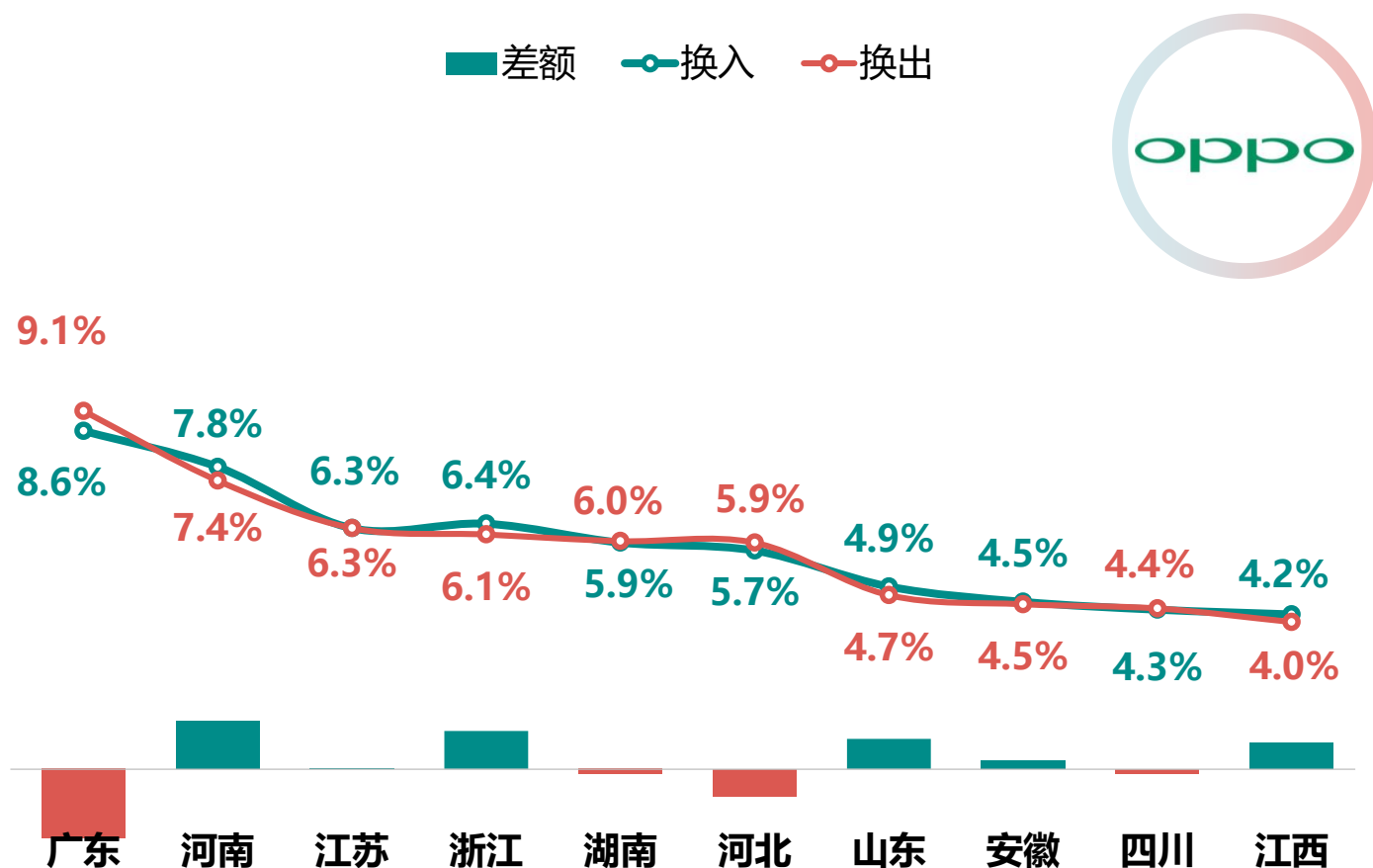
女性、18-34岁、专科及以下学历、已婚、偏好亲子类APP



OPPO换机用户画像

广东和河南是OPPO用户最多的省份，但广东出现净流出现象

OPPO换机用户省份分布



Source: MobData研究院, 2018年Q2

OPPO换机用户城市分布

换入城市Top 5

北京	3.7%
重庆	3.2%
广州	3.1%
石家庄	2.9%
深圳	2.8%



OPPO R11s

换出城市Top5

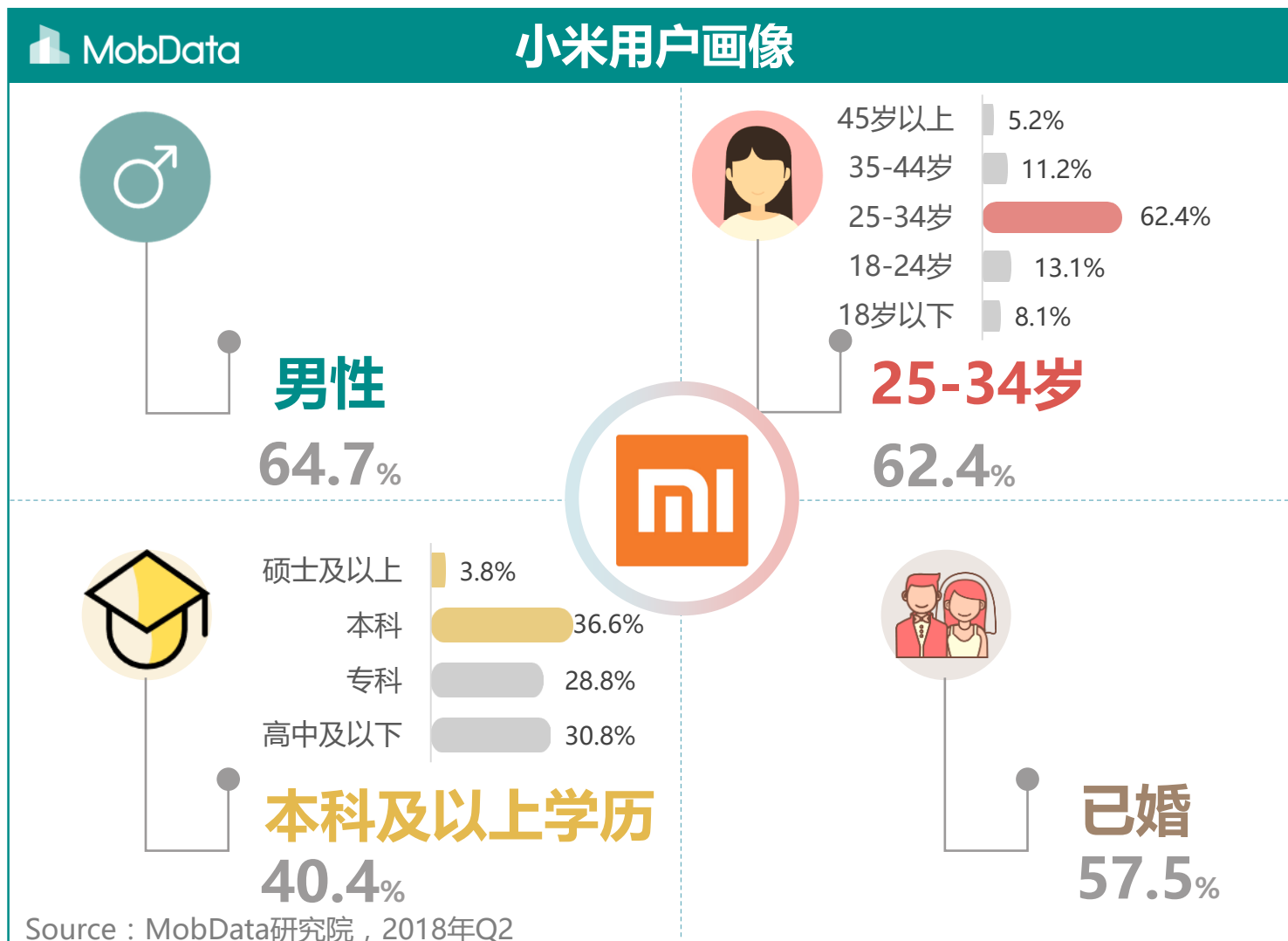


OPPO R9

重庆	2.7%
成都	2.6%
北京	2.5%
杭州	2.2%
南京	2.1%

小米用户画像

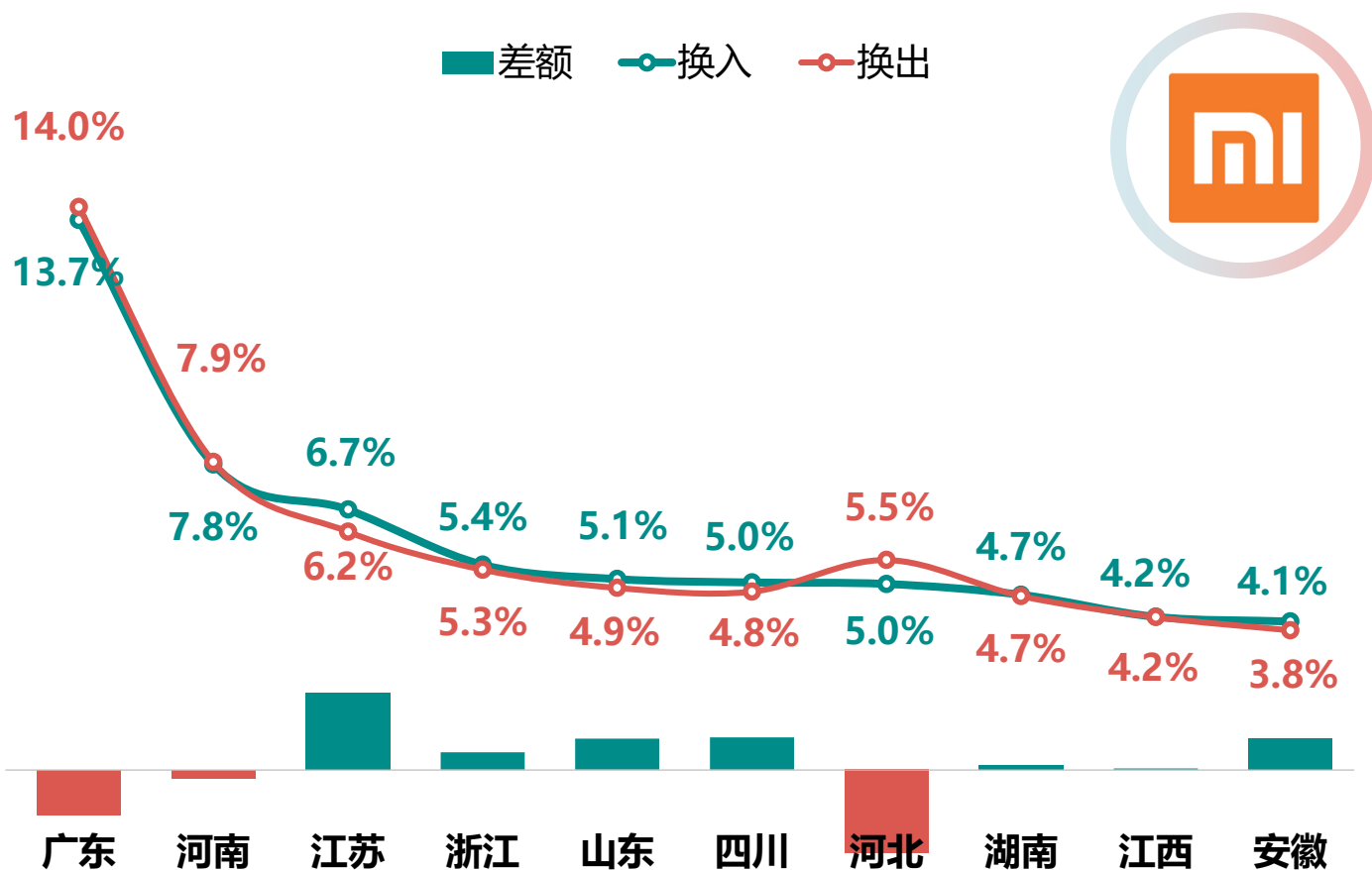
男性、25-34岁、本科及以上学历、已婚、偏好智能家居类APP



小米换机用户画像

广东和河南是小米用户最多的省份，但两省出现净流出现象

小米换机用户省份分布



Source: MobData研究院, 2018年Q2

小米换机用户城市分布

换入城市Top 5

广州	4.9%
重庆	4.8%
北京	4.6%
南京	4.3%
深圳	4.2%



小米 6

目录

1

智能手机市场概况

2

智能手机用户画像分析

3

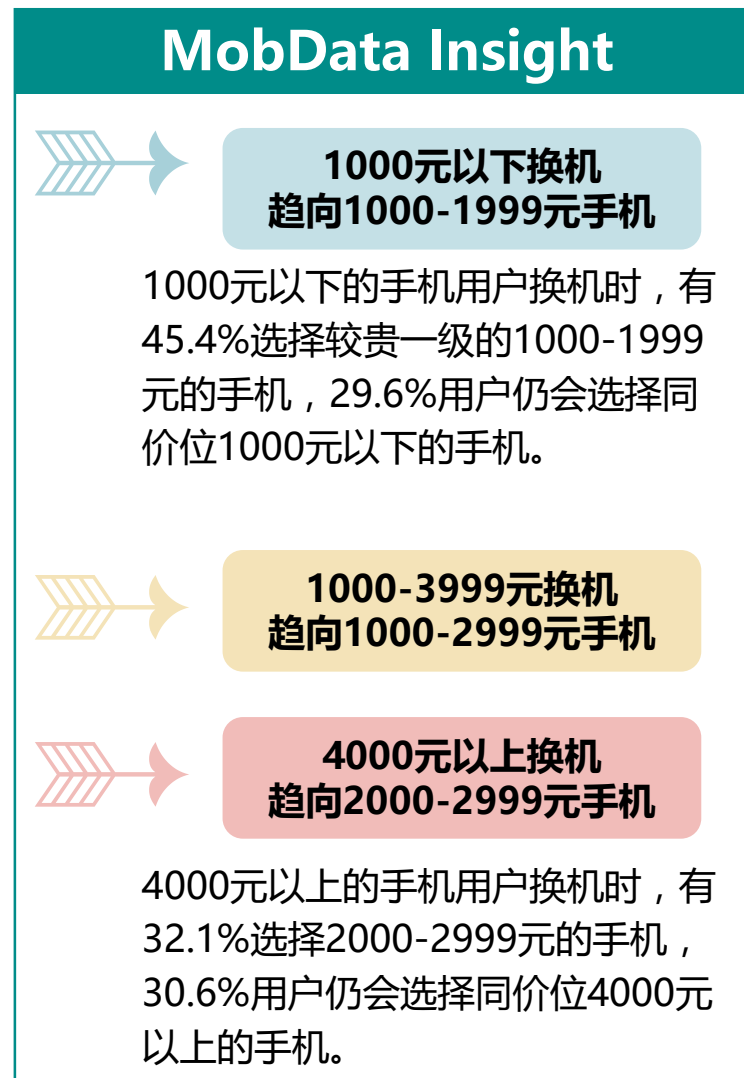
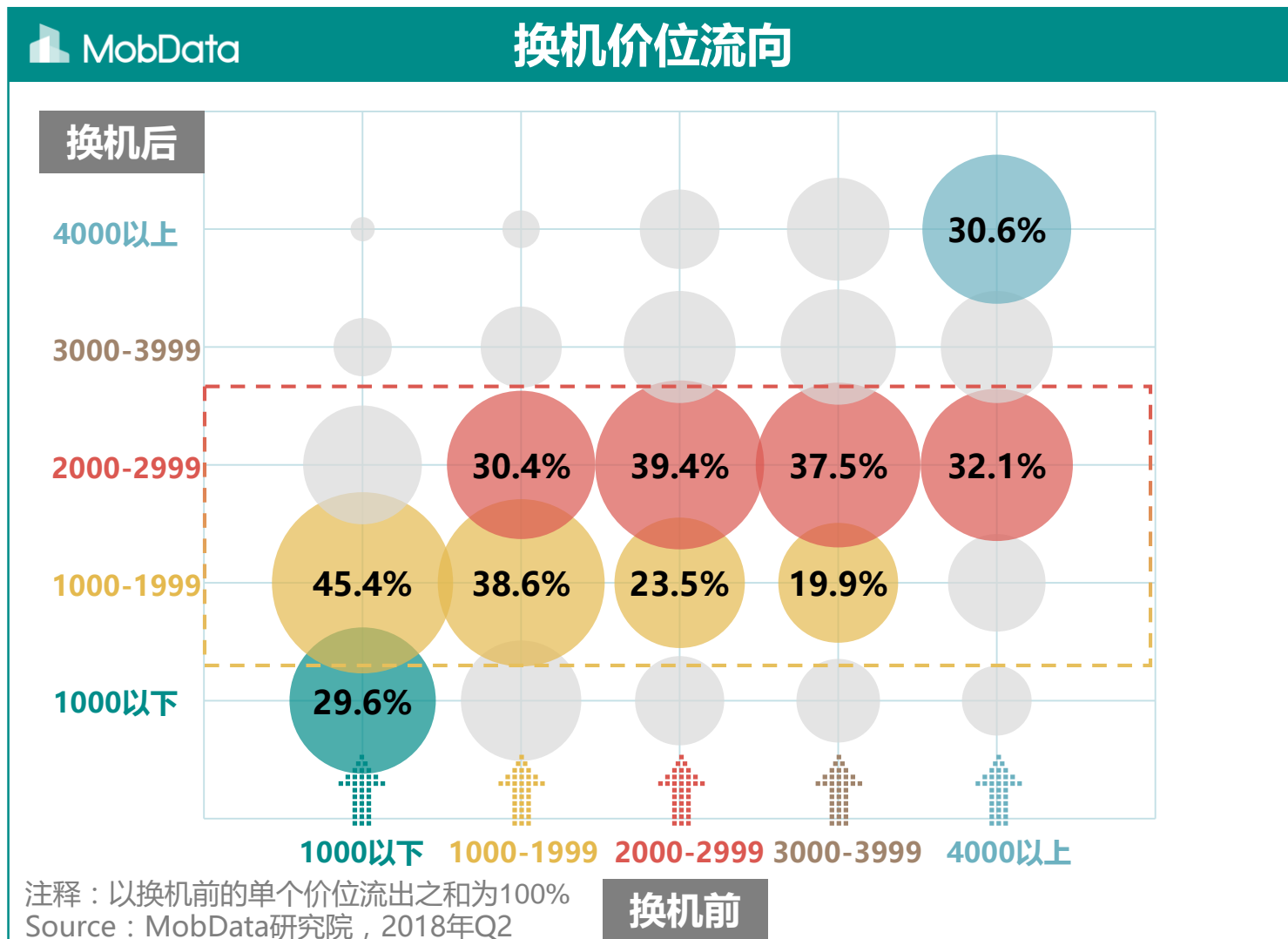
主流品牌用户画像分析

4

主流品牌换机行为分析

换机价位流向

大多数用户换机，会选择1000-2999元手机

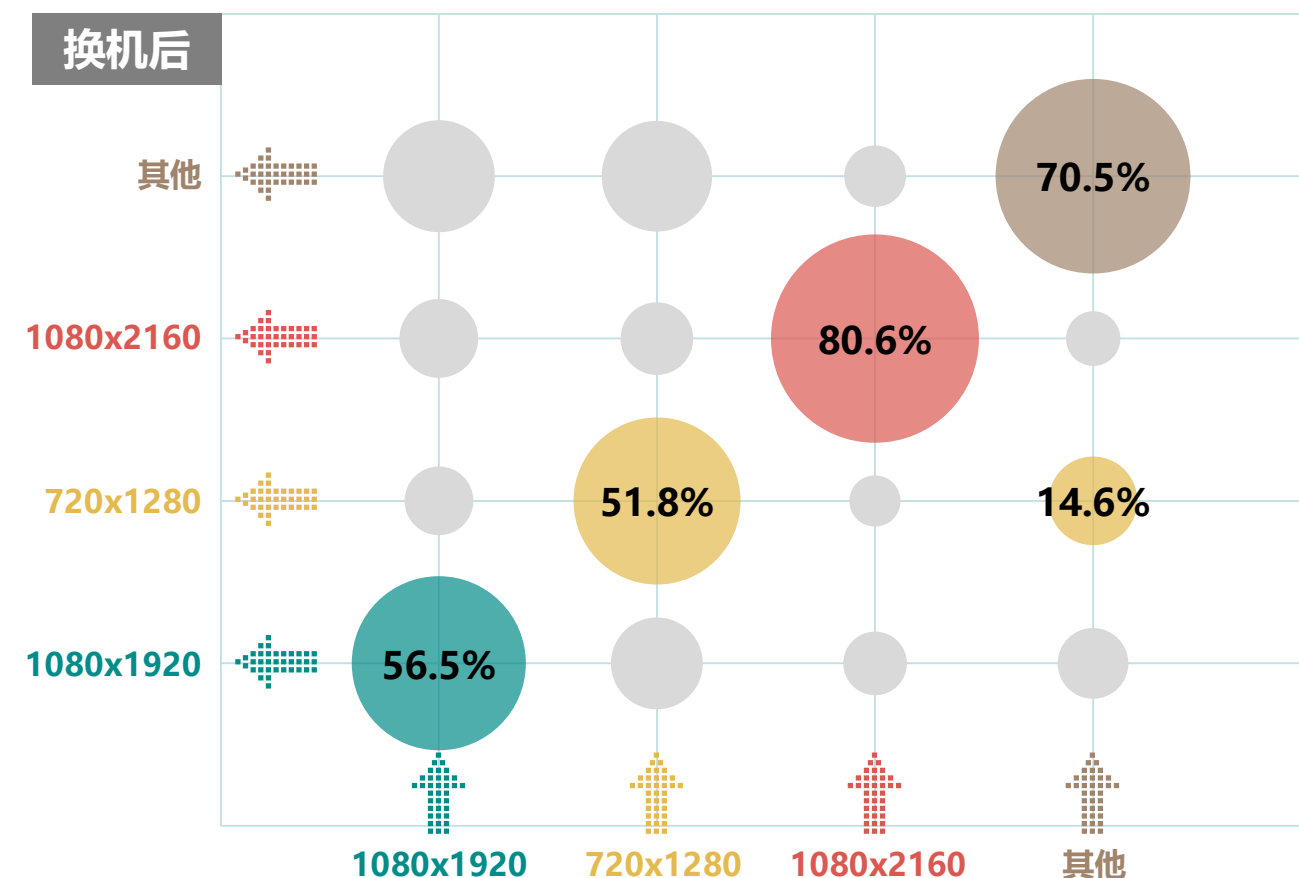


换机分辨率流向

同分辨率率为换机首选，高清分辨率为换机第二选择

MobData

换机分辨率流向



注释：以换机前的单个分辨率流出之和为100%
Source：MobData研究院，2018年Q2

换机前

MobData Insight



同分辨率换机为首选

选择相同分辨率的屏幕，是大多数人换机时的选择。尤其是1080×2160分辨率的用户换机时，有80.6%仍会选择同分辨率的手机。



高清分辨率为换机第二选择

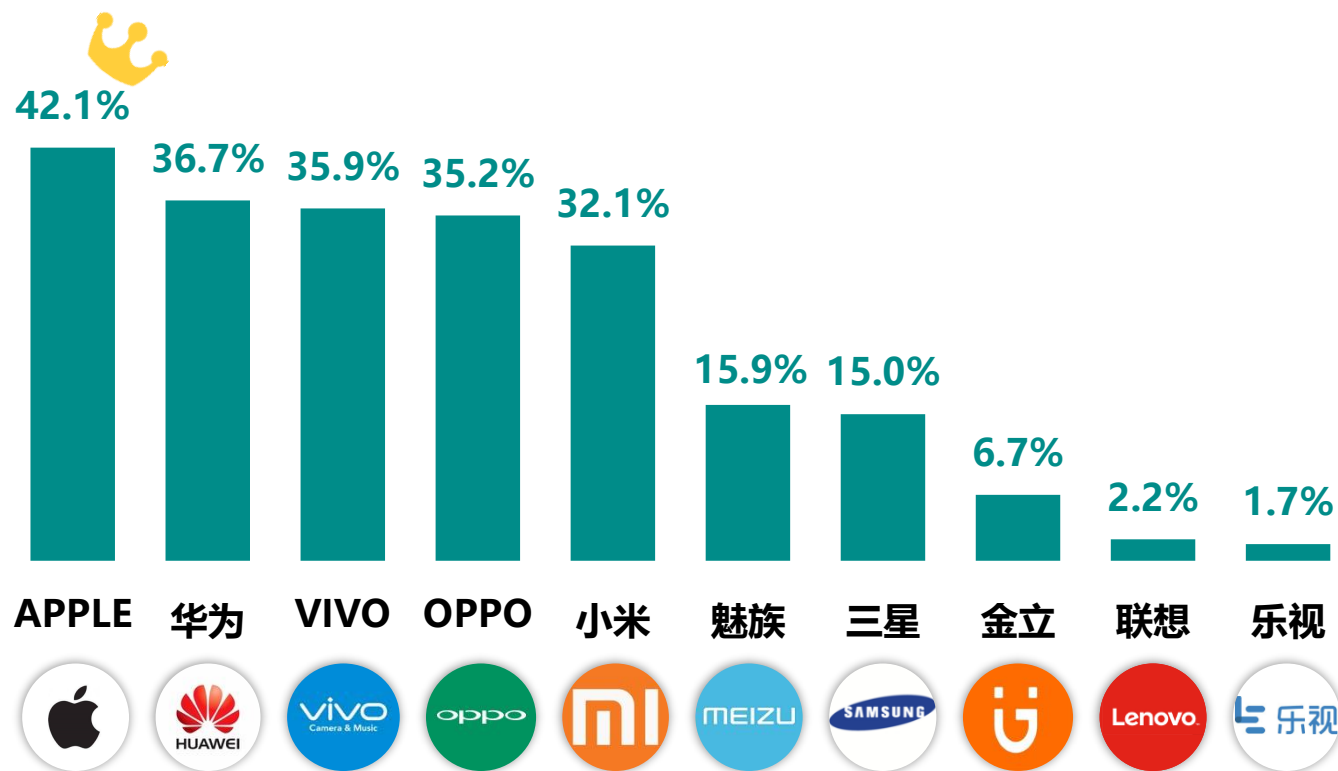
同时，选择更加高清的屏幕，是换机者的第二选择。随着科技的发展和消费者需求的演变，高清屏幕逐渐成为智能手机的标配。因此，高清屏幕渐成为手机市场的主流趋势。

主流品牌换机忠诚度

42.1%的苹果用户换机还会选择苹果，忠诚度居首位，华为紧随其后

主流品牌换机忠诚度

■ 流入同品牌比例(%)



Source : MobData研究院, 2018年Q2

MobData Insight



苹果换机忠诚度居首位

苹果用户的极高忠诚度，维持着苹果手机在中国市场的第一位置，但华为的步步紧逼，使苹果不得不考量今后的发展。



华为紧随其后

无论是市场份额，还是换机忠诚度，华为都紧随苹果之后，甚至华为的市场份额的上升幅度远超苹果。



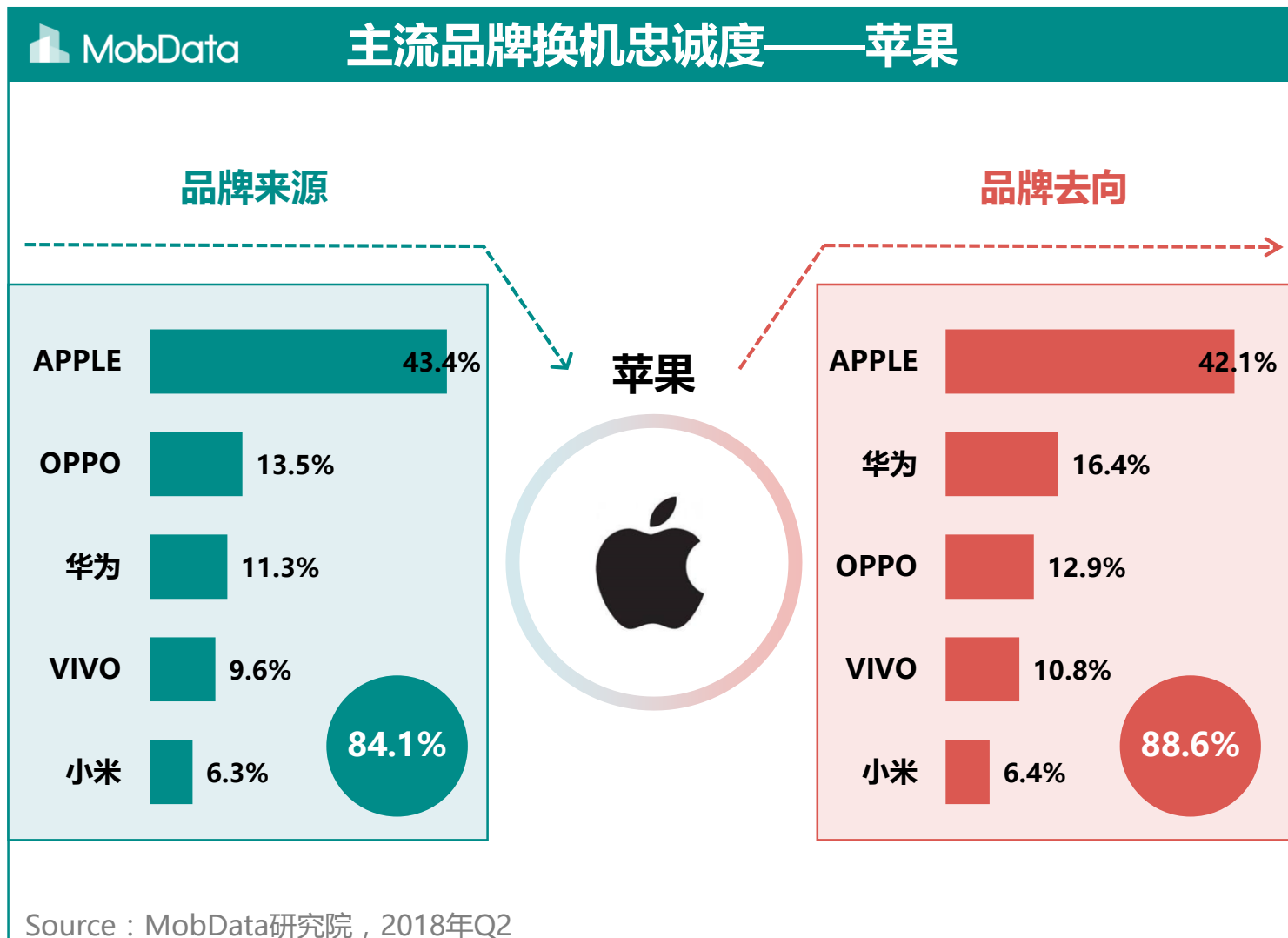
三星忠诚度待提升

在国际市场属于第一梯队的三星手机，在中国的市场份额和换机忠诚度上都只能属于第三梯队，急需调整战略方向。

主流品牌换机忠诚度



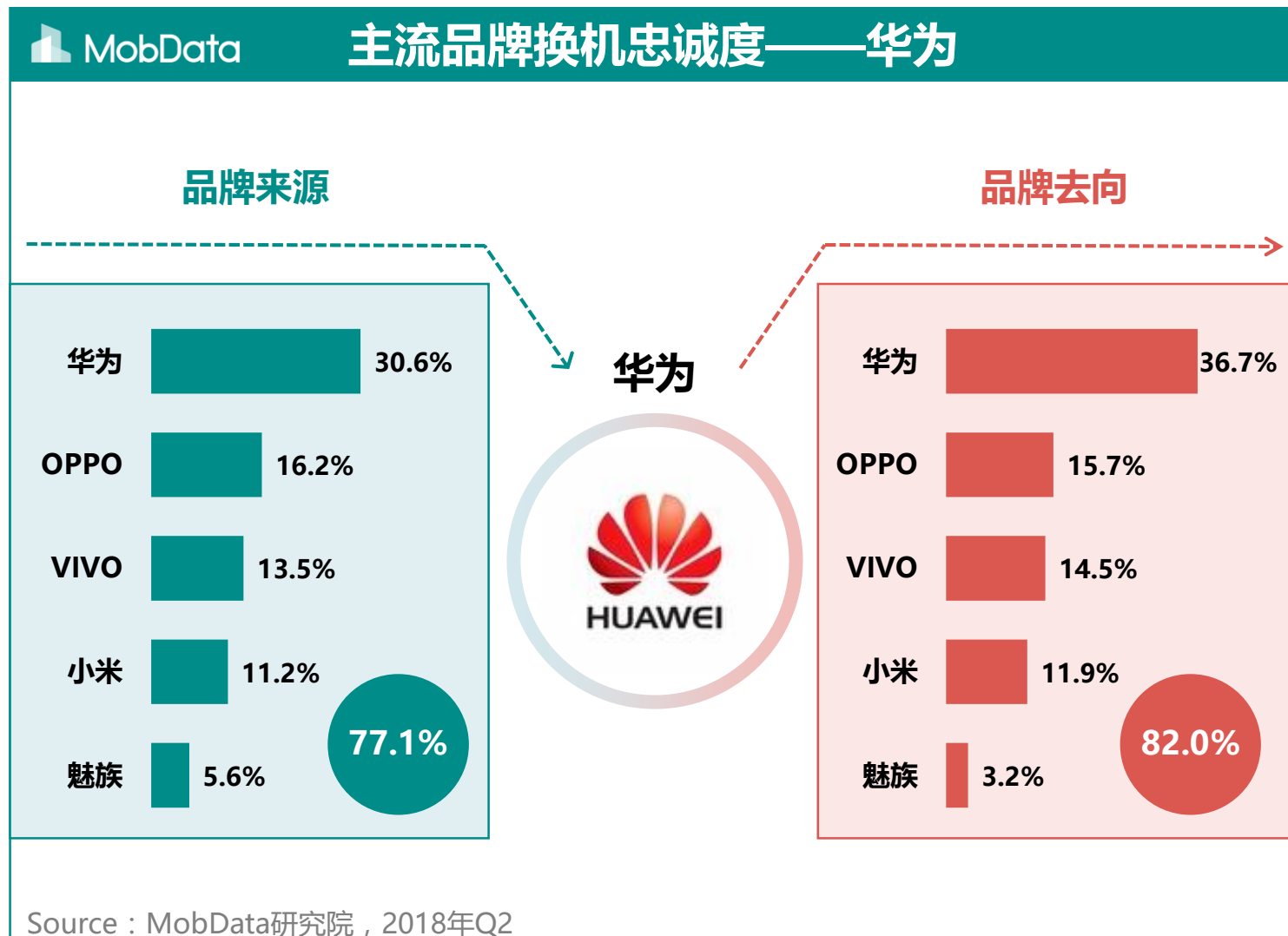
苹果品牌忠诚度较高，以iPhone 6系列换入iPhone X为主



主流品牌换机忠诚度



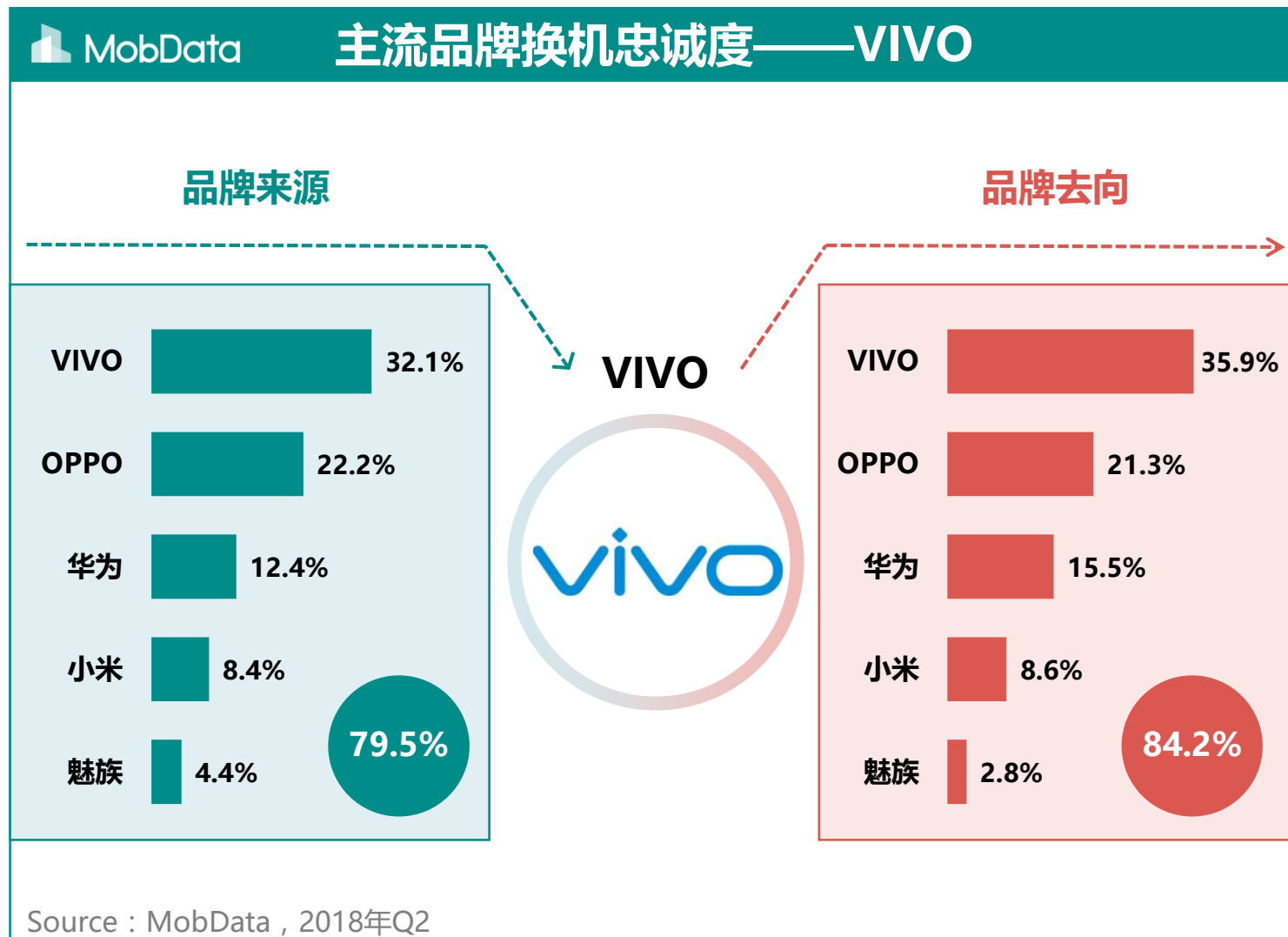
华为用户换机大多青睐国产手机，除本品牌外，OPPO、vivo是换机首选



主流品牌换机忠诚度



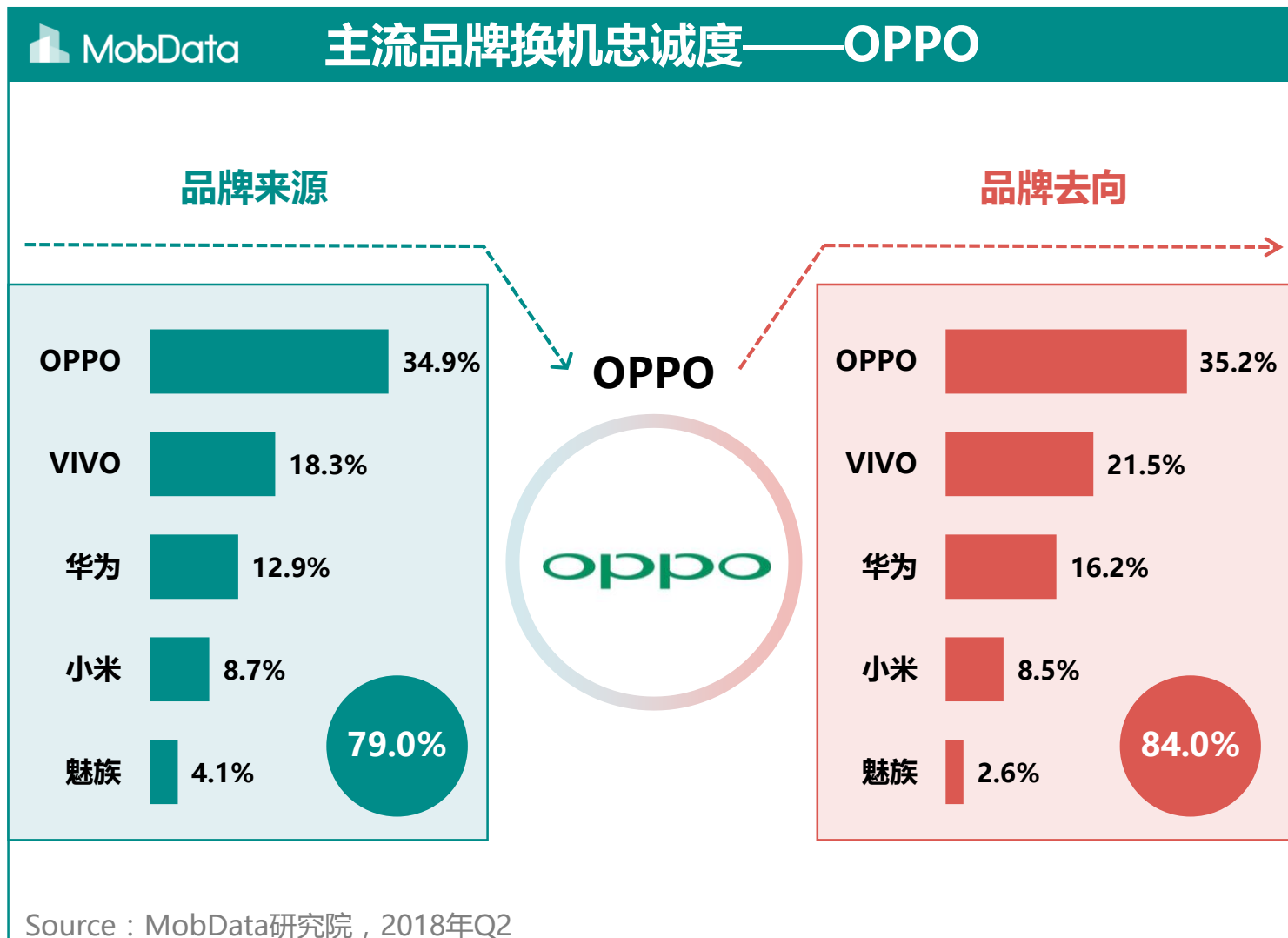
除本品牌外，vivo的流向品牌为OPPO，高达21.3%



主流品牌换机忠诚度



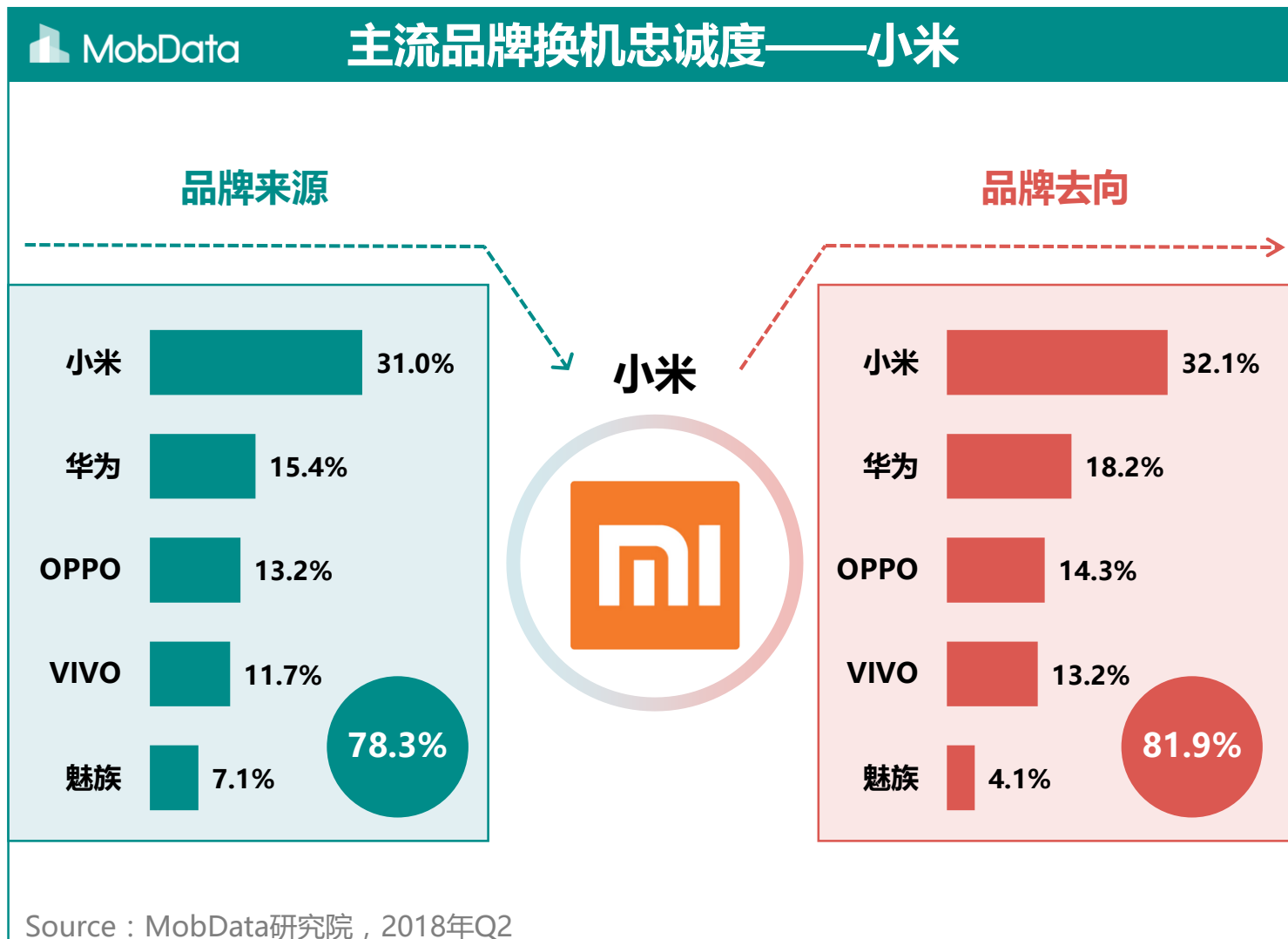
OPPO流向vivo比例较高，尤其OPPO R9的换机去向Top 1机型为vivo X21



主流品牌换机忠诚度



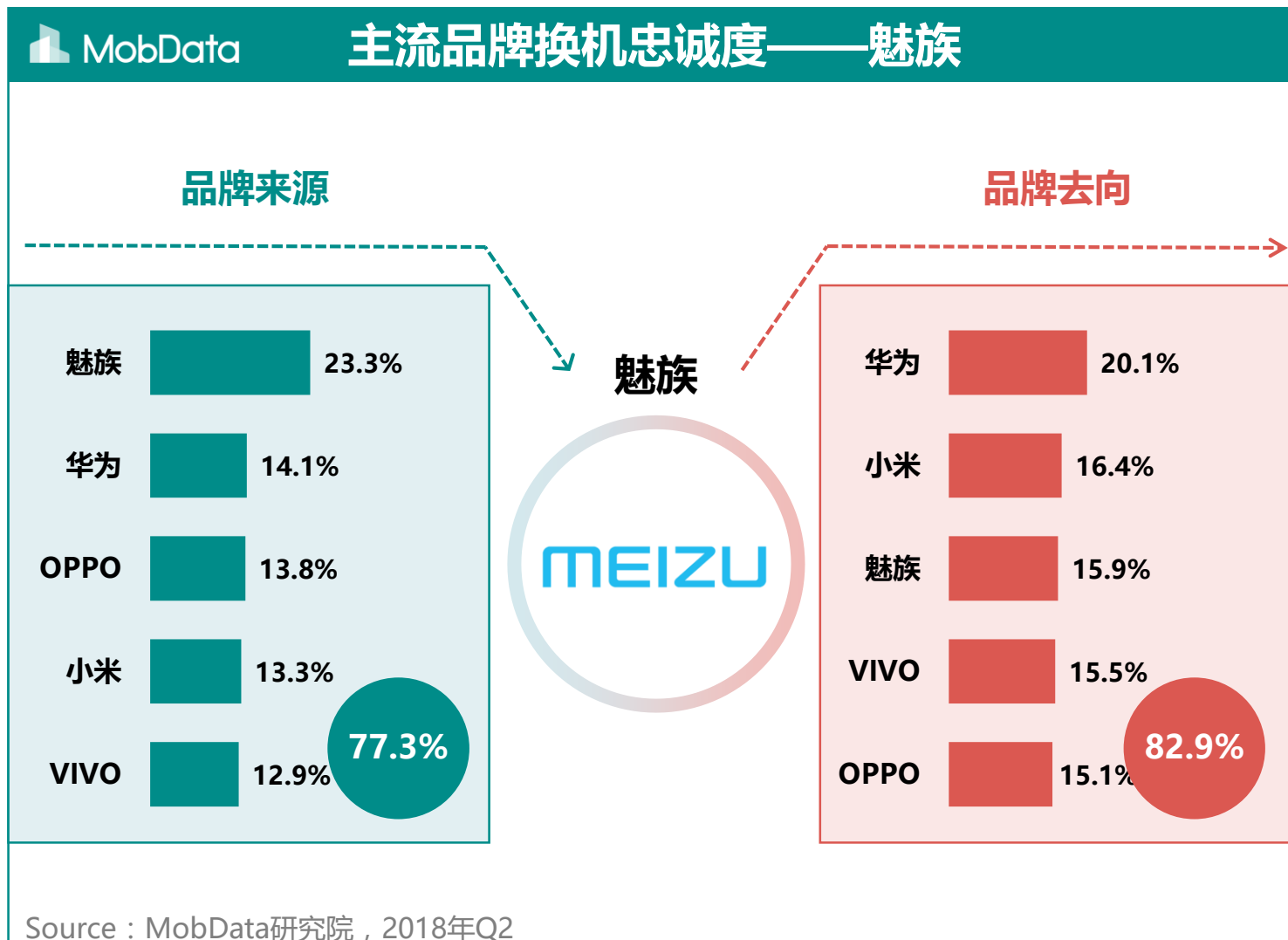
主流品牌中，忠诚度较低的小米，换机用户大多流向华为



主流品牌换机忠诚度



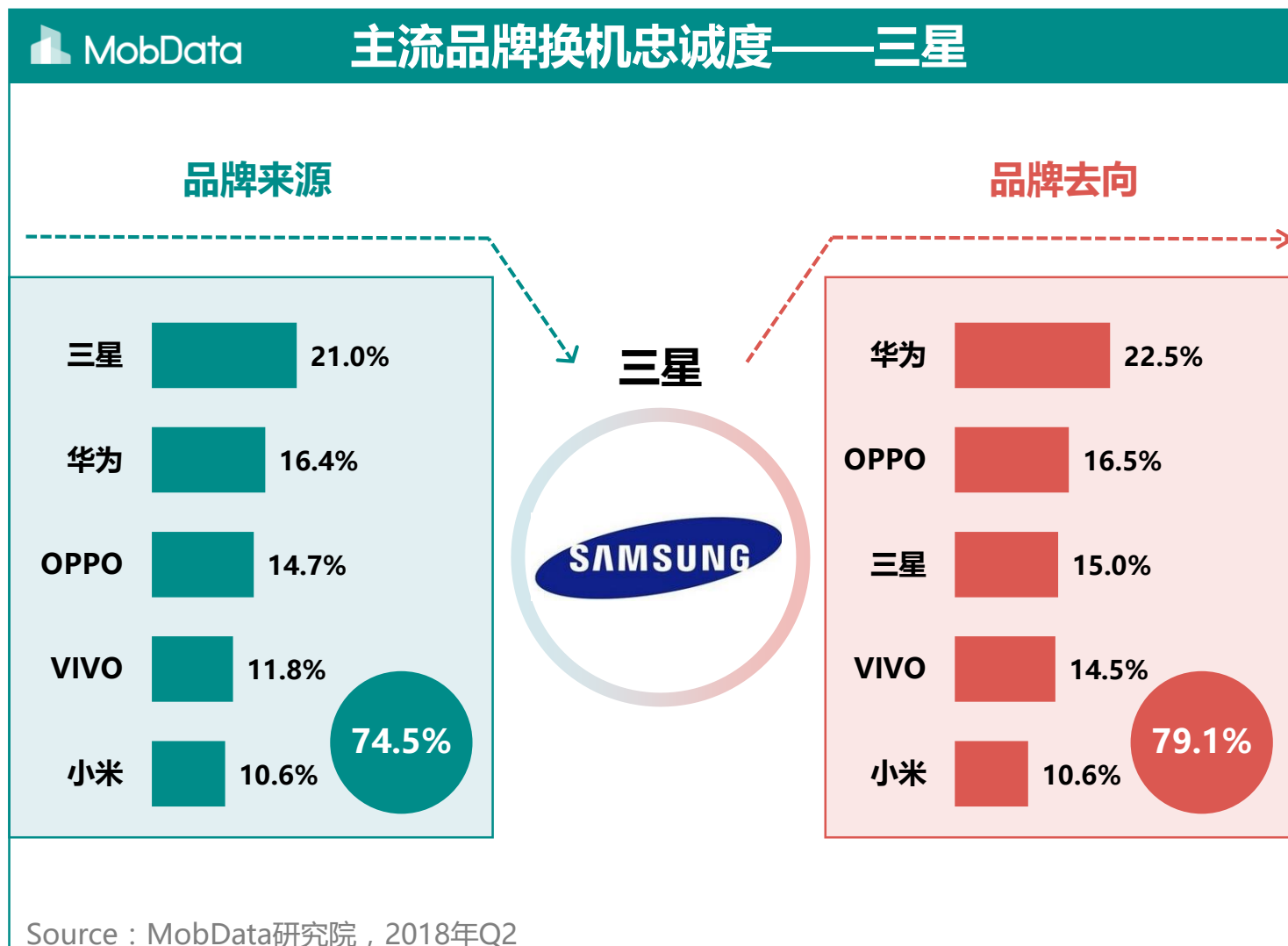
魅族的换机忠诚度相对较低，主要流向华为、小米



主流品牌换机忠诚度



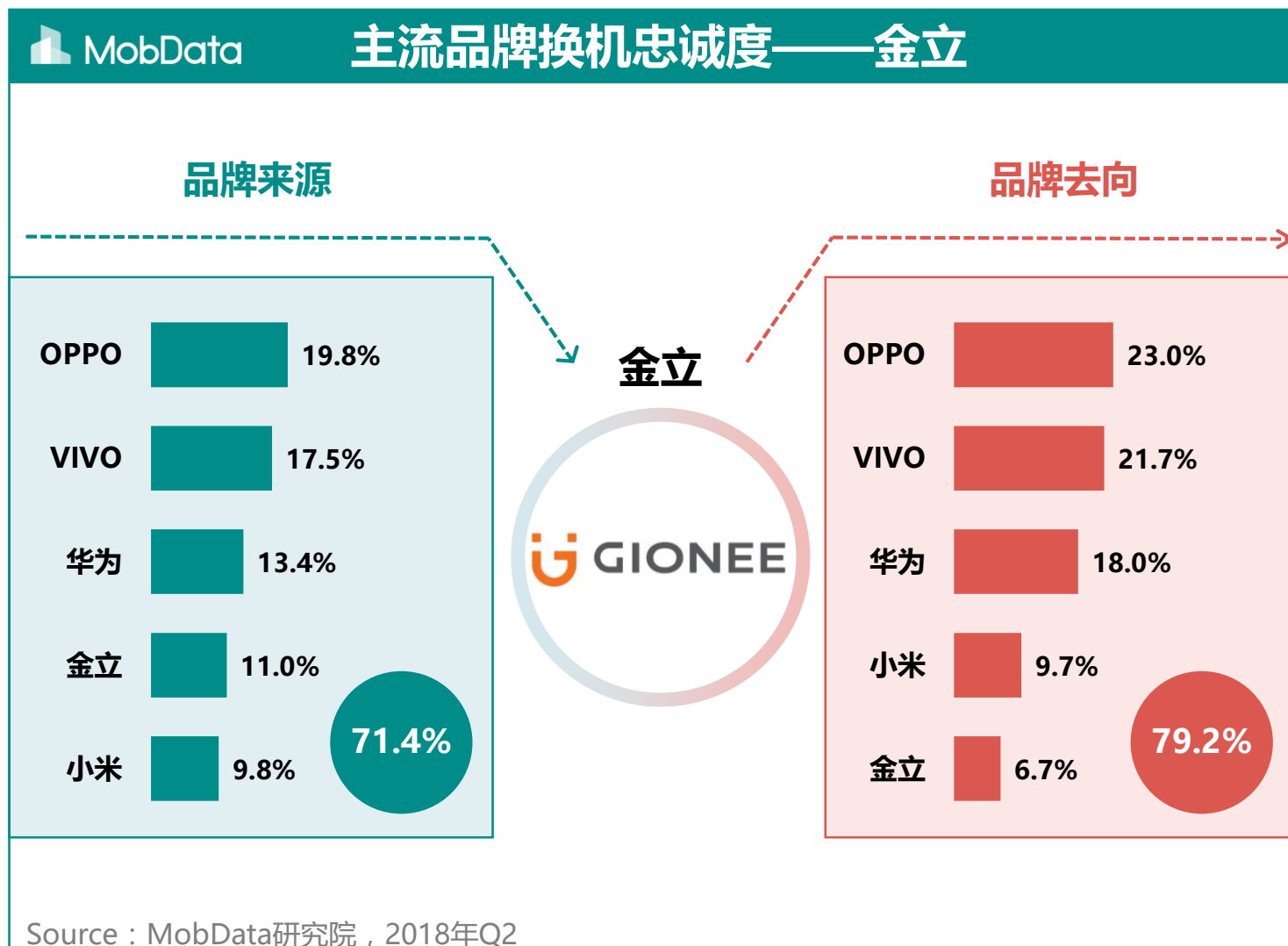
三星换机流向本品牌的有15.0%，而流向华为和OPPO分别有22.5%和16.5%



主流品牌换机忠诚度



金立用户仅6.7%换向本品牌，6成以上被OPPO、vivo、华为抢夺





谢谢观看

THANKS

关注我们

