





【友盟+】2016年手机生态发展报告H1

2016年9月

目录

-  手机市场概况
-  不同分辨率手机用户行为及特征
-  不同品牌手机用户行为及特征
-  附录 报告说明

研究发现

- ◆ 手机市场概况分析发现：移动设备的原生需求渐趋饱和，主要是更新换代的需求在带动增长；iOS设备市场掌控力开始下降；手机高出货量不一定带来高活跃量。
- ◆ 不同分辨率手机用户行为及用户特征对比分析发现：
 - 高分辨率手机用户粘性较强，且活跃度较高；
 - 女性对手机分辨率要求较高；25-29岁人群更青睐高、中分辨率手机；
 - 中等消费人群是高、中分辨率手机主力人群。
- ◆ 不同品牌手机用户行为及用户特征对比分析发现：
 - 三星用户使用时间更碎片化，每天使用频次较多，使用时长较短；红米手机用户粘性较强，每次使用时长较长；
 - 一二线城市用户是三星、华为手机主力人群；红米手机用户各级城市分布相对较为均衡；
 - 三星手机用户对系统工具使用较多，华为用户偏爱生活服务类应用，红米用户则最为青睐阅读资讯类应用；
 - 在汽车品牌偏好上，华为手机用户青睐大众、现代等汽车品牌；三星手机用户对日系品牌汽车相对更为青睐。

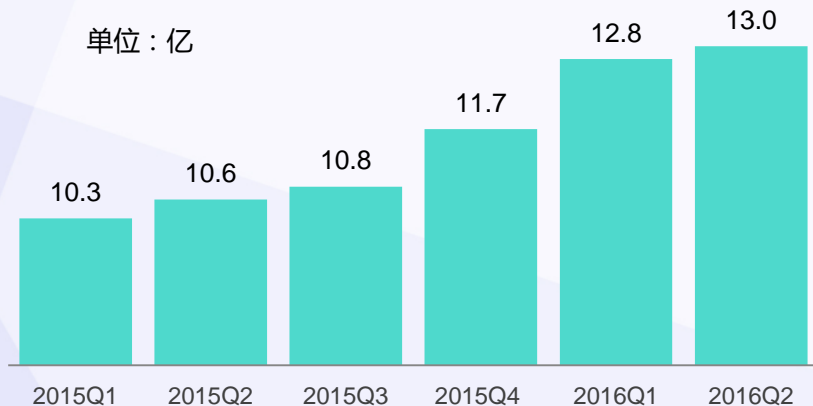


手机市场概况

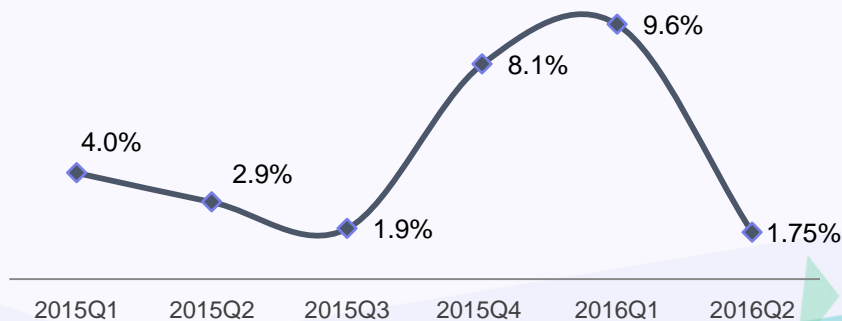
移动设备原生需求渐趋饱和

截至2016年第二季度，移动活跃设备达13亿，对比2016年第一季度增速放缓；从规模和增幅趋势可以看出，移动设备的原生需求渐趋饱和，主要是更新换代的需求在带动增长。

活跃设备增长趋势



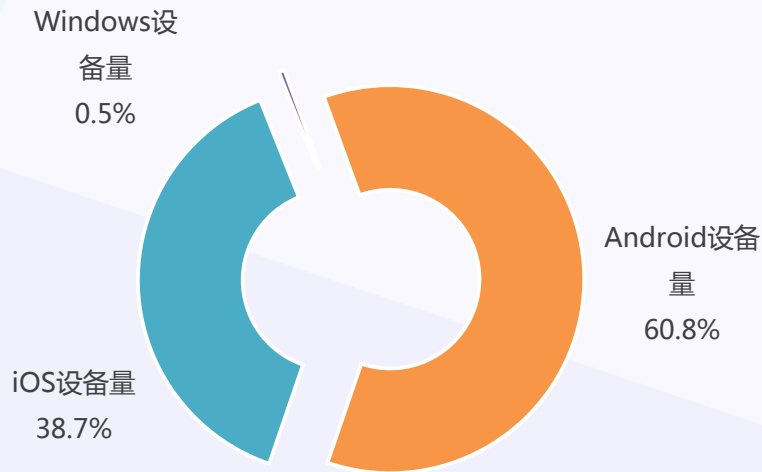
活跃设备增幅趋势



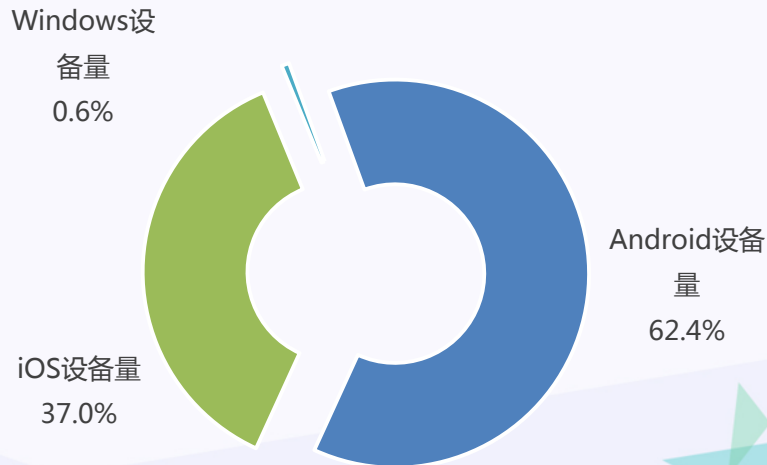
iOS市场掌控力开始下降

从活跃设备类型来看，Android和Windows设备数量占比小幅提升，iOS设备数量占比略有下降，iOS市场掌控力开始下降。

2016年Q1移动活跃用户类型占比



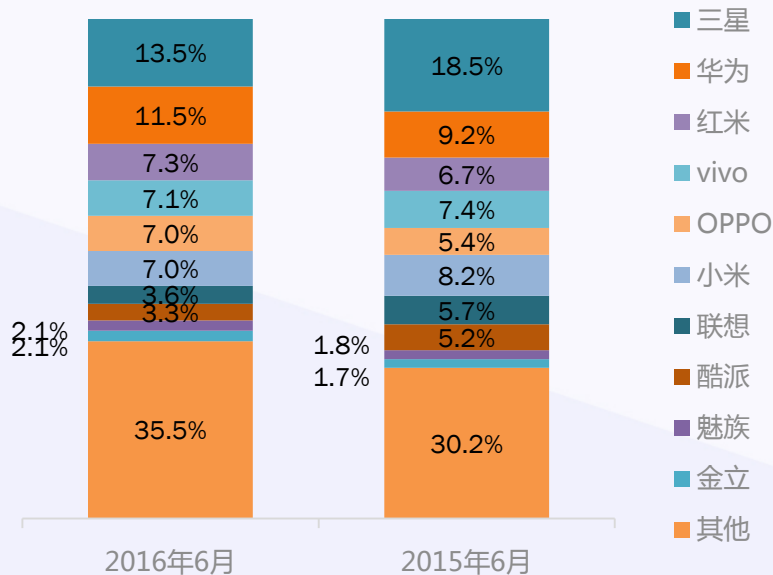
2016年Q2移动活跃用户类型占比



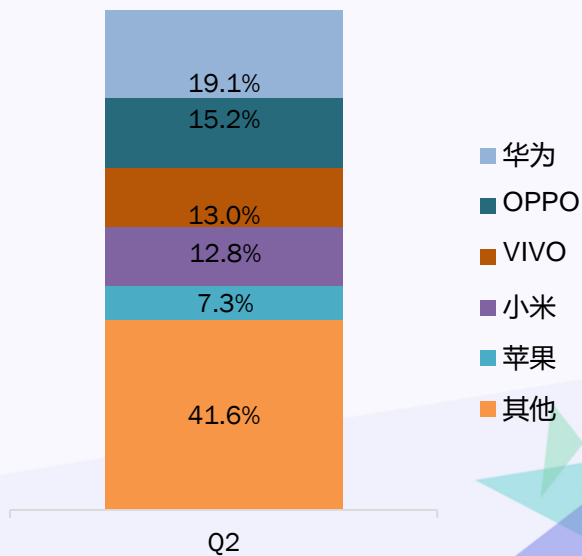
国产品牌占比呈增长趋势

Android设备品牌分布方面，较去年同期相比，国产品牌占比大多呈现增长趋势，其中华为、OPPO增幅较大；三星等外系品牌比重持续走低，较去年同期相比，三星市场占有率下降了5%；对比出货量数据来看，高出销量不一定带来高活跃量。

Android品牌份额变化



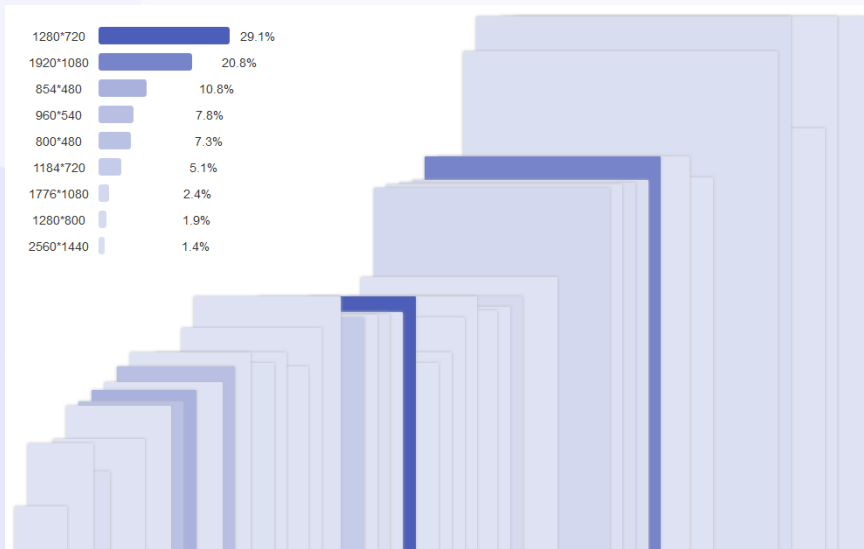
2016年Q2中国智能手机厂商出货量



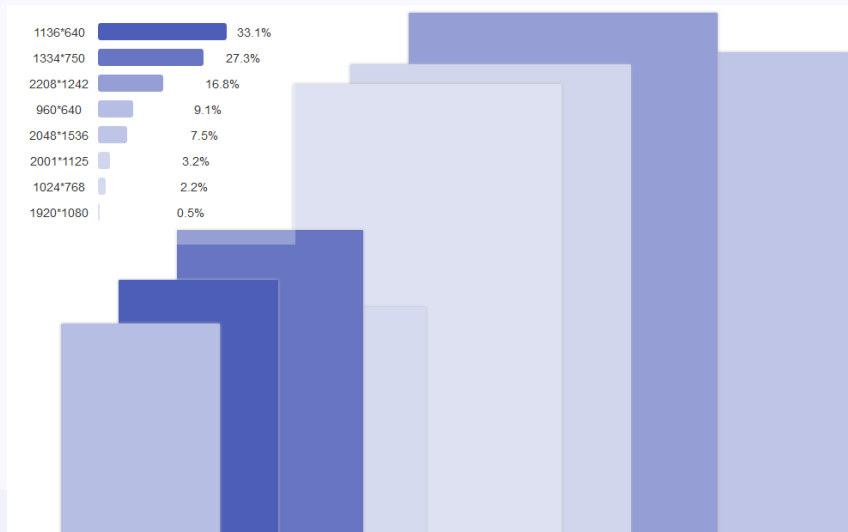
Android设备720p和1080p是主流

Android设备720p和1080p是主流，合计占比50%；
iOS设备1136*640和1334*750合计占比60%。

Android设备分辨率

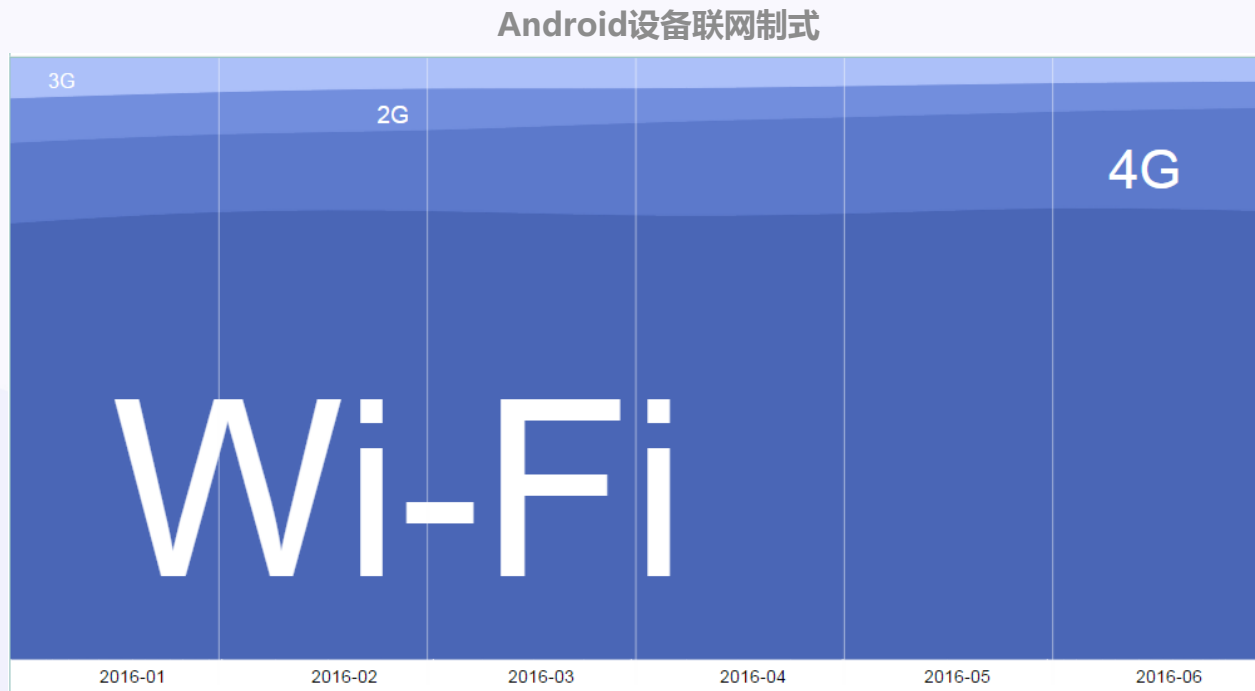


iOS设备分辨率



4G使用比例不断上升

从Android设备联网方式来看，Wi-Fi是主要的联网制式，4G使用比例呈现不断上升趋势，从年初的12.77%上升至17.13%。

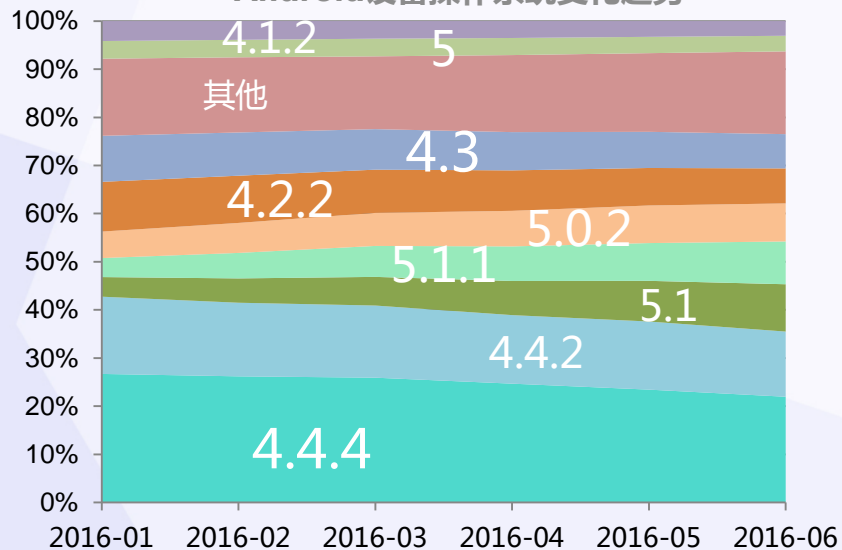


Android4.4版本市场份额较大

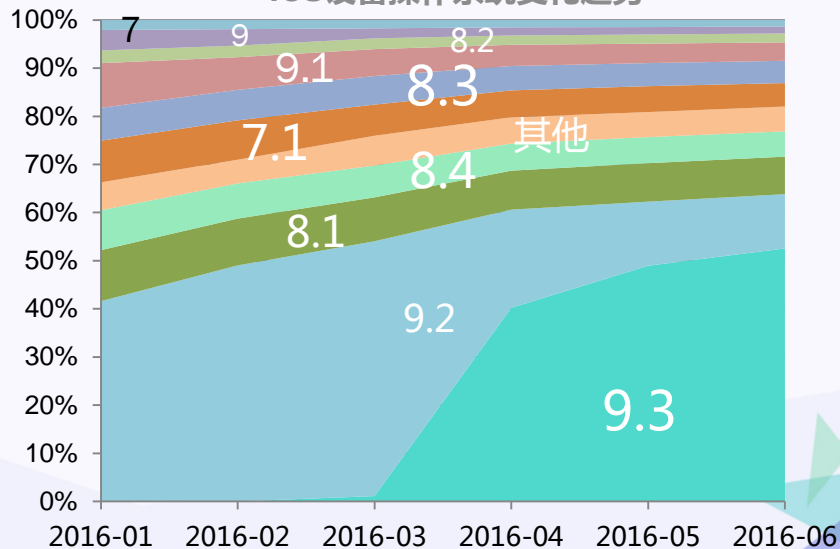
从操作系统来看，Android去年已发布了6.0版本，但目前4.4版本仍占据着较大份额，占四成左右。5.0和5.1版本呈现不断上升趋势。

发布后不到3个月的时间，iOS9.3已经成为份额最大的操作系统版本，占据一半多份额。

Android设备操作系统变化趋势



iOS设备操作系统变化趋势



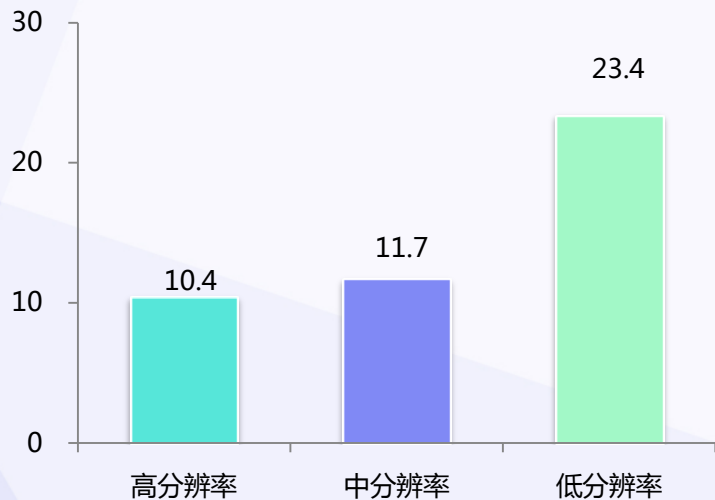


不同分辨率手机用户行为及 用户特征

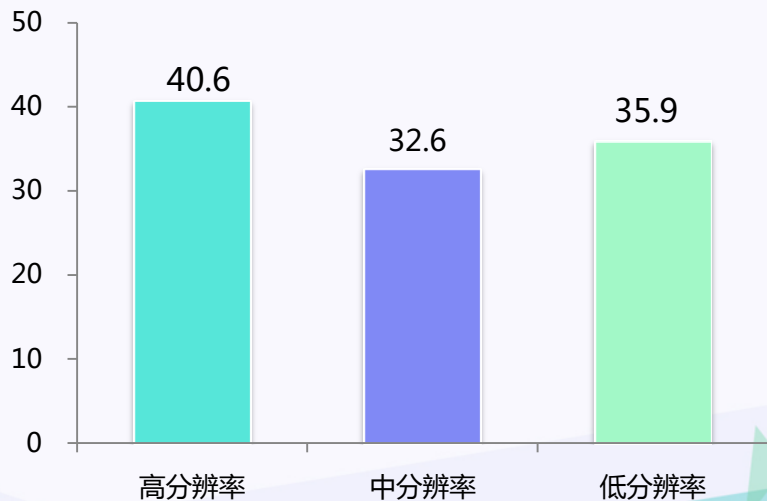
高分辨率手机用户粘性较强

人均每天使用频次和使用时长结合来看，高分辨率手机用户粘性较强，使用时长较长；低分辨率手机用户启动次数较为频繁，但每次使用时长较短。

人均每天使用频次



人均每天使用时长（分）

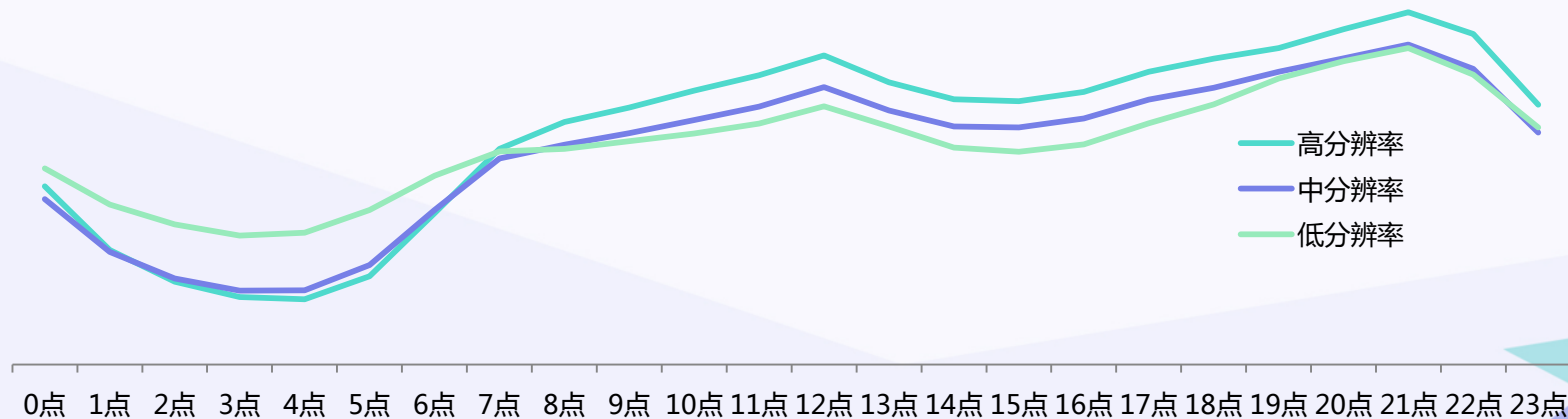


注：高分辨率是水平像素和垂直像素均高于1000，中分辨率是指水平像素低于1000，低分辨率是指水平像素和垂直像素均低于1000；下同

高分辨率手机用户活跃度高

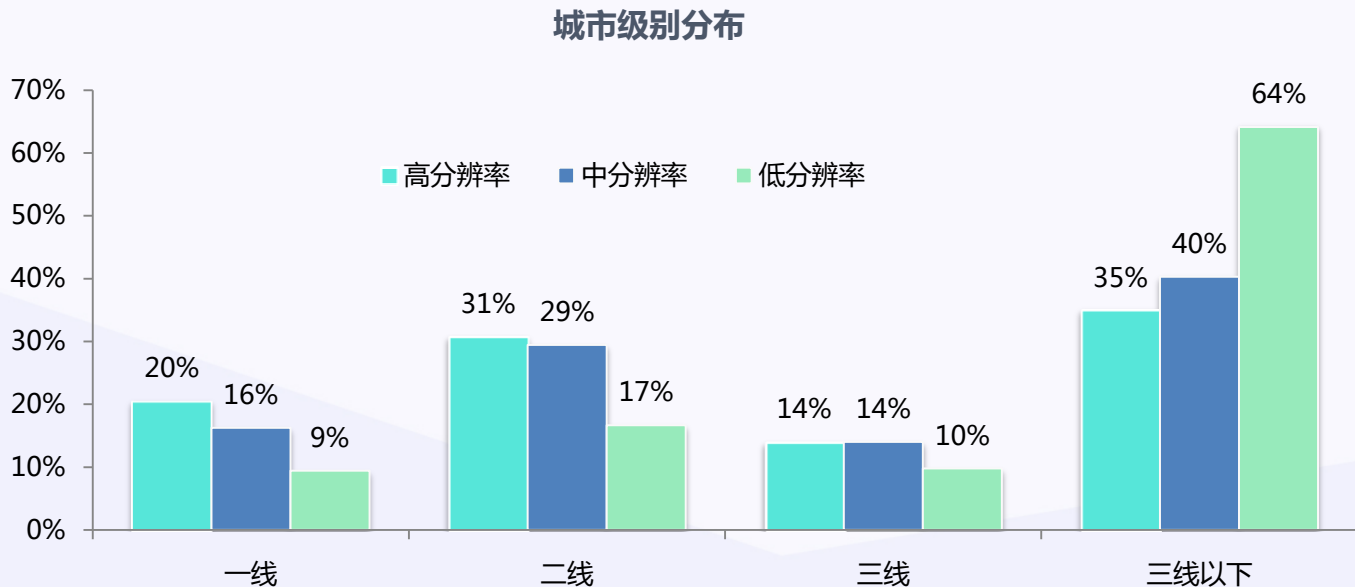
从小时趋势来看，高分辨率用户较为活跃，从早上7点到晚间11点，用户集中度均较高；低分辨率手机用户凌晨0点-早上7点活跃度相对较高。

用户访问小时变化趋势



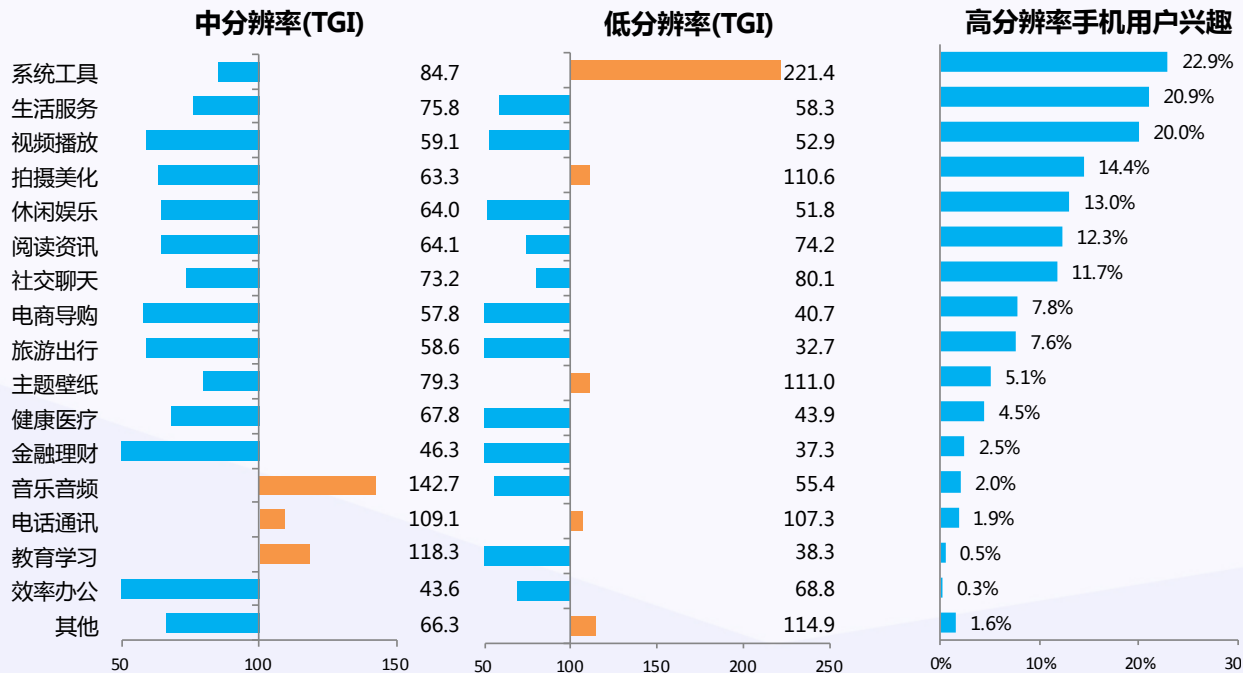
一二三线城市用户偏爱高、中分辨率手机

从城市级别分布来看，一二三线城市用户偏爱高、中分辨率手机，高、中分辨率手机一二三线城市用户集中度分别达65%、60%；低分辨率手机用户则主要集中在三线以下城市；随着用户生活水平的不断提高，未来高分辨率手机比重将越来越大。



高分辨率手机用户青睐生活服务、视频播放类应用

高分辨率手机用户除去系统工具外，对**生活服务、视频播放和拍摄美化**类应用比较青睐；中分辨率手机用户对比高分辨率，对音乐音频、电话通讯、教育学习应用更加青睐一些，低分辨率手机用户则对系统工具使用的较为频繁，青睐电话通讯等应用，同时也有拍摄美化的需求。

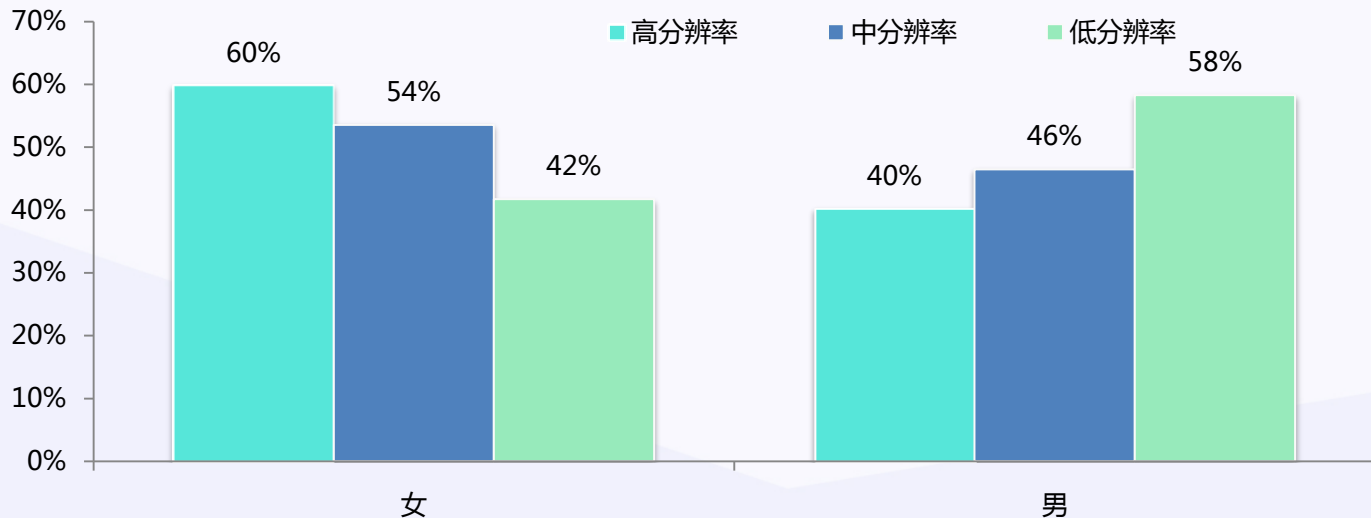


注：图中TGI值为中、低分辨率分别与高分辨率对比的TGI值

女性对手机分辨率要求高

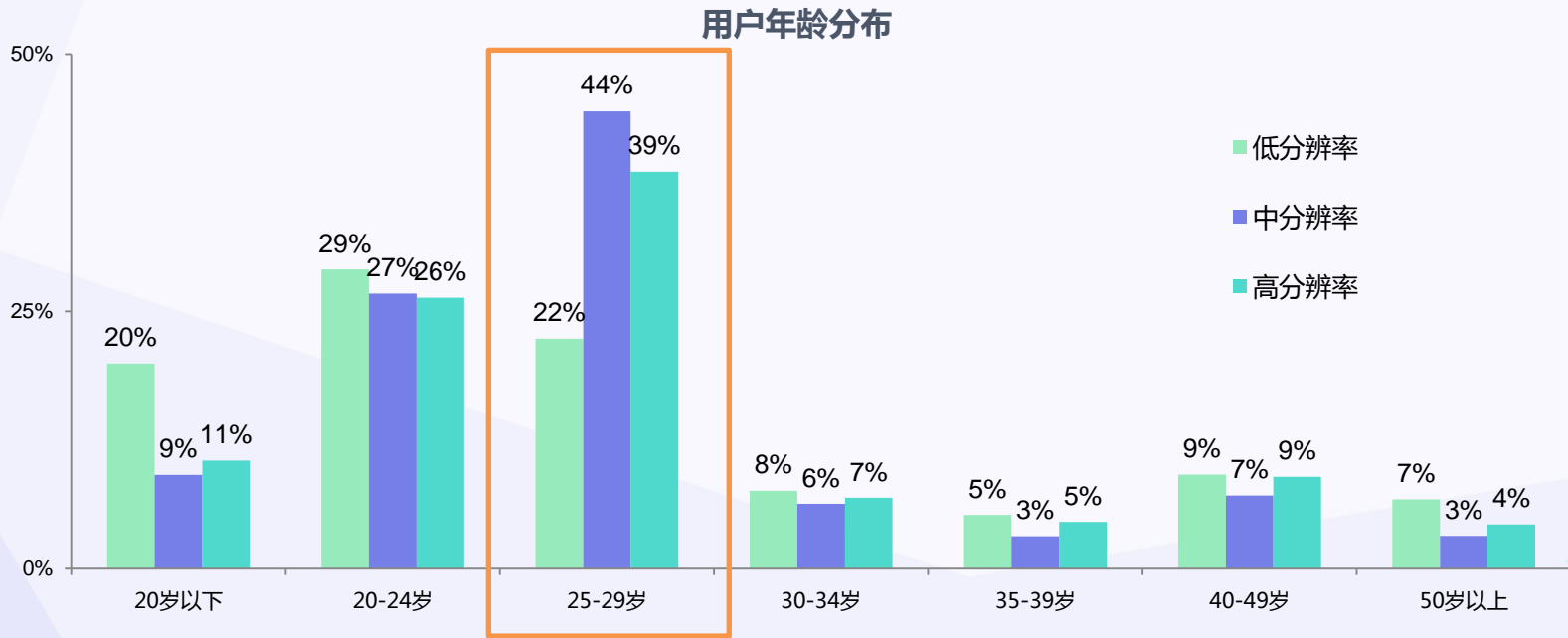
女性更爱高分辨率手机，高分辨率手机用户中女性占比60%，中分辨率手机用户女性占比54%。

用户性别分布



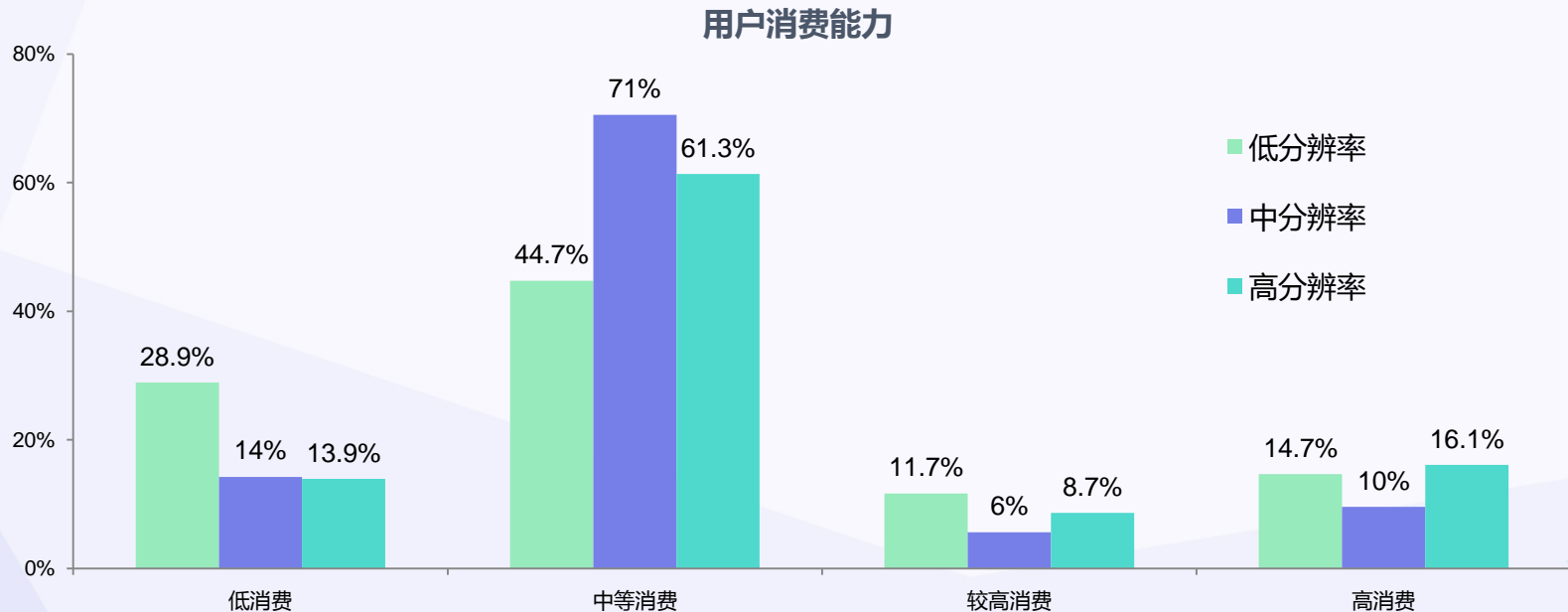
25-29岁人群青睐高、中分辨率手机

从年龄分布来看，高、中分辨率手机25-29岁人群集中度较高，低分辨率手机20岁以下和50岁以上人群集中度相对较高。



中等消费人群是高、中分辨率手机主力

从消费能力来看，中等消费人群是高、中分辨率手机主力；高消费人群对高、低分辨率手机均比较青睐，可见随着人手多部手机成为常态，呈现高消费人群爱高分辨率手机，同时也爱低分辨率手机的态势。



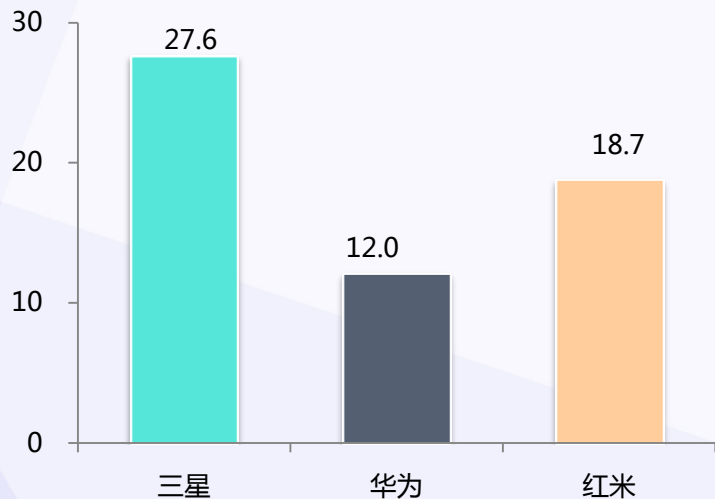


不同品牌手机用户行为及用户特征分析

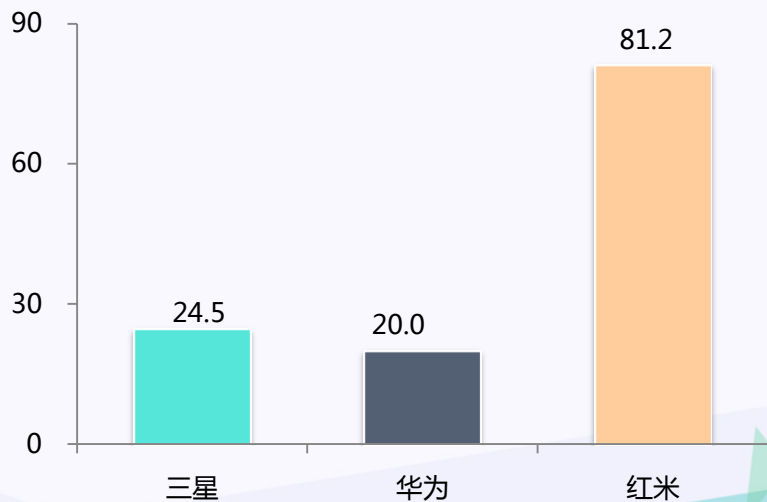
红米手机用户粘性较强

对比来看，三星手机用户的使用时间更碎片化，每天使用频次较多，而每次停留时长较短；而红米手机用户粘性较强，每次使用时长较长，华为次之。

人均每天使用频次



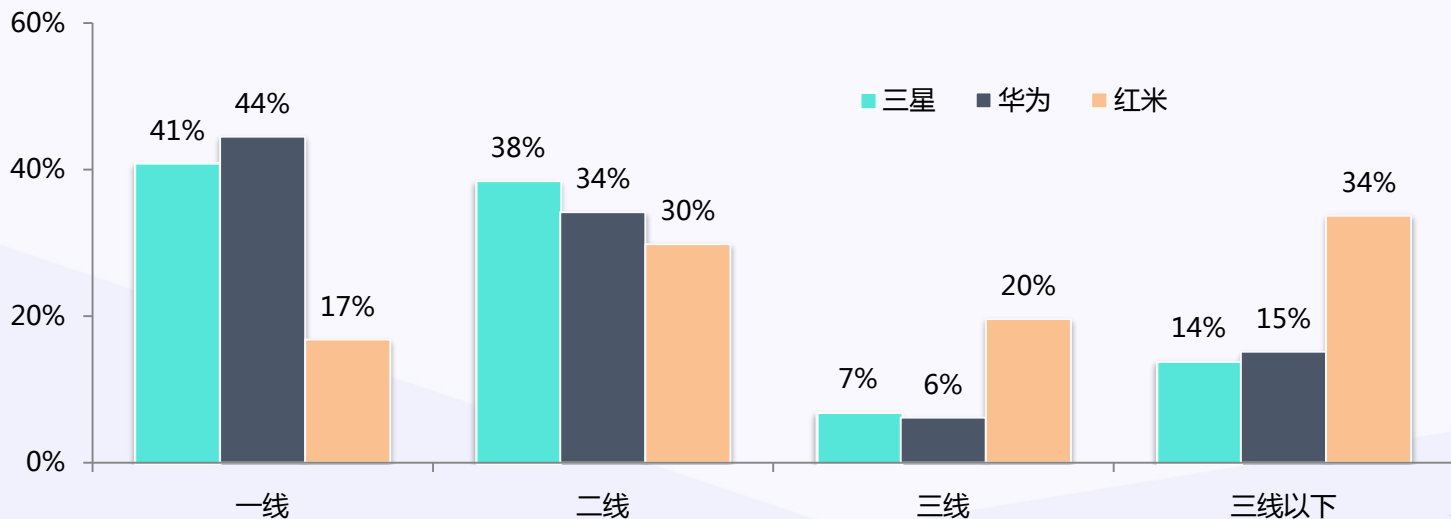
人均每天使用时长（分）



三星、华为手机用户一二线城市集中度高

从城市分布来看，三星、华为手机用户主要集中在一二线城市，三星一二线城市合计占比79%；红米手机用户各级城市分布相对较为均衡，一二三线城市合计占比66%。

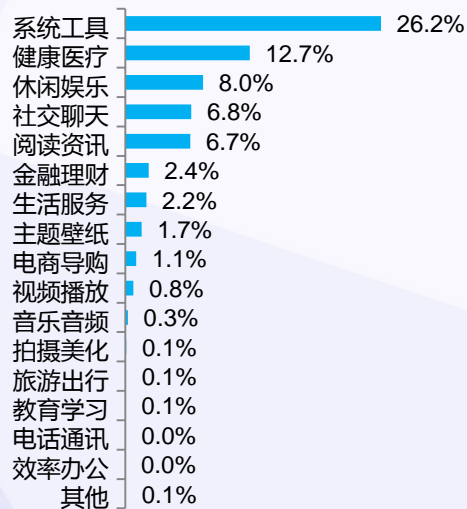
城市级别分布



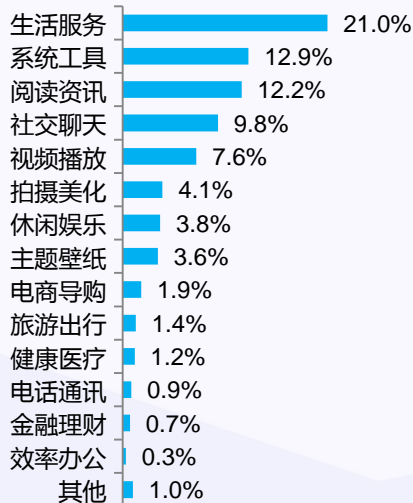
华为手机用户青睐生活服务应用，红米青睐阅读资讯

三星手机用户对系统工具使用较多，其次对健康医疗、休闲娱乐类应用比较偏爱；华为手机用户偏爱生活服务类应用，其次是系统工具、阅读资讯；红米手机用户则最为青睐阅读资讯类应用；

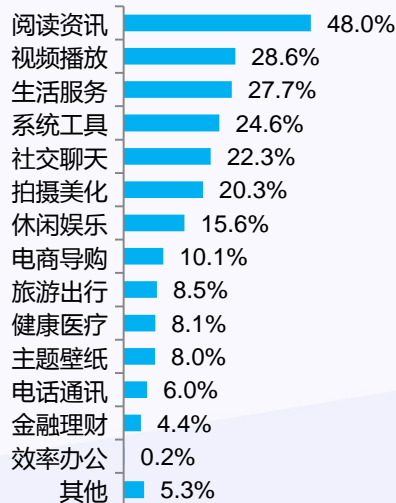
三星



华为

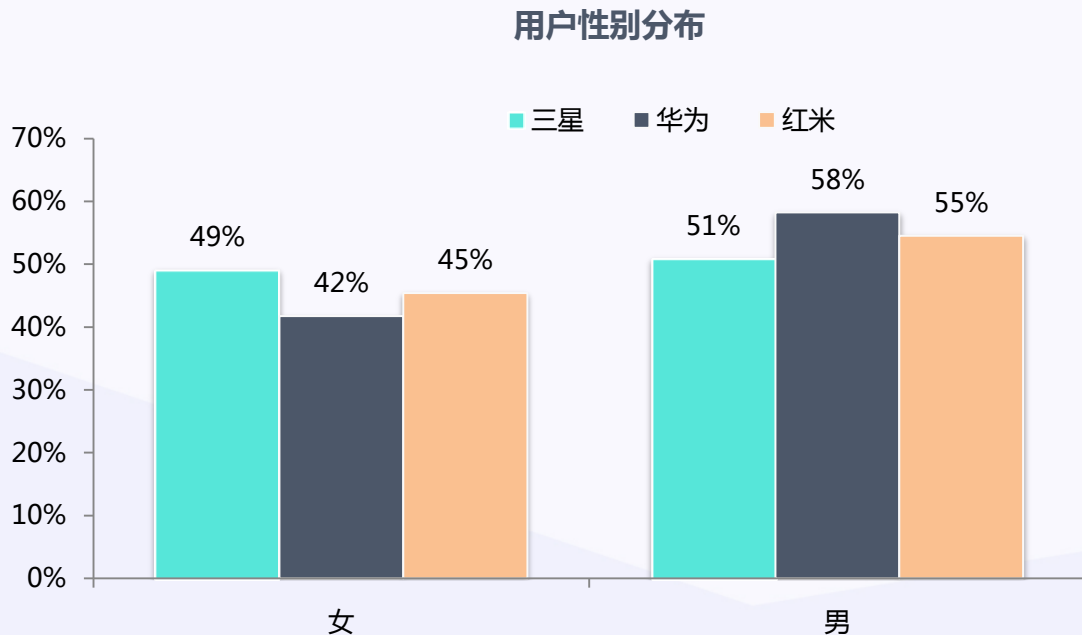


红米



男性更青睐华为、红米

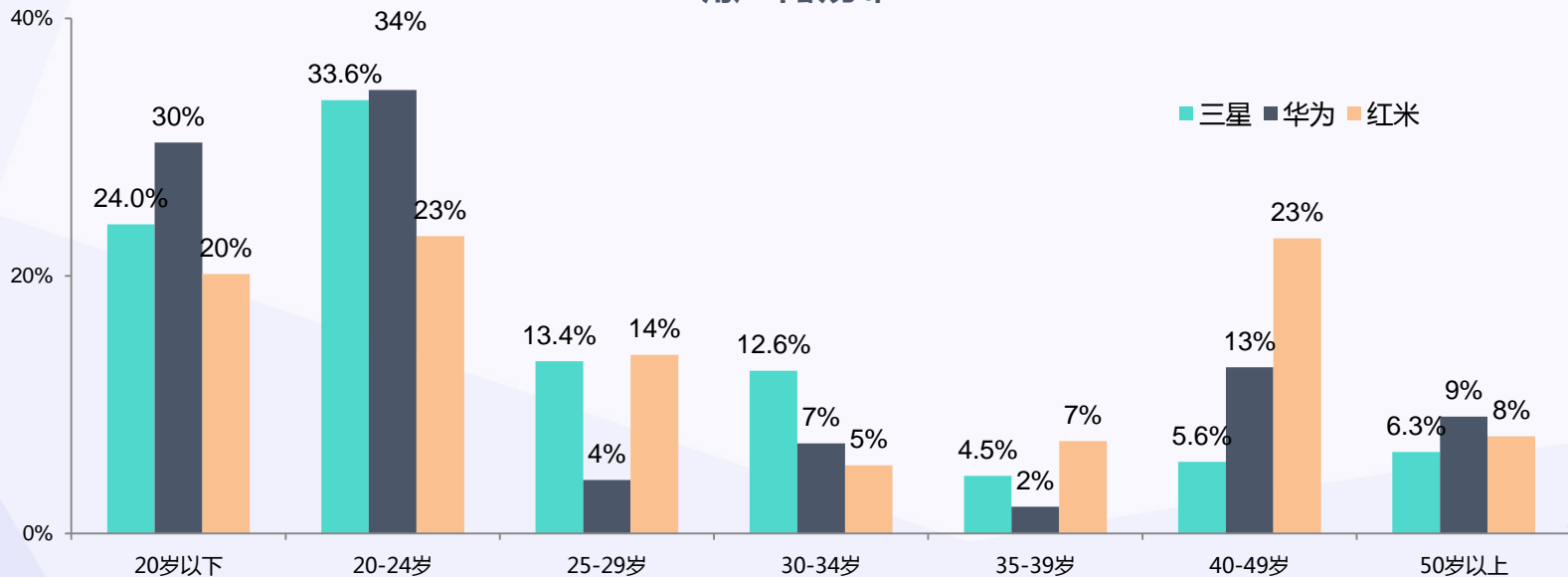
从性别分布来看，三星手机用户性别分布相当，华为、红米手机用户男性占比相对较高，尤其是华为；可见男性更青睐华为、红米手机。



90后是三星、华为主力人群

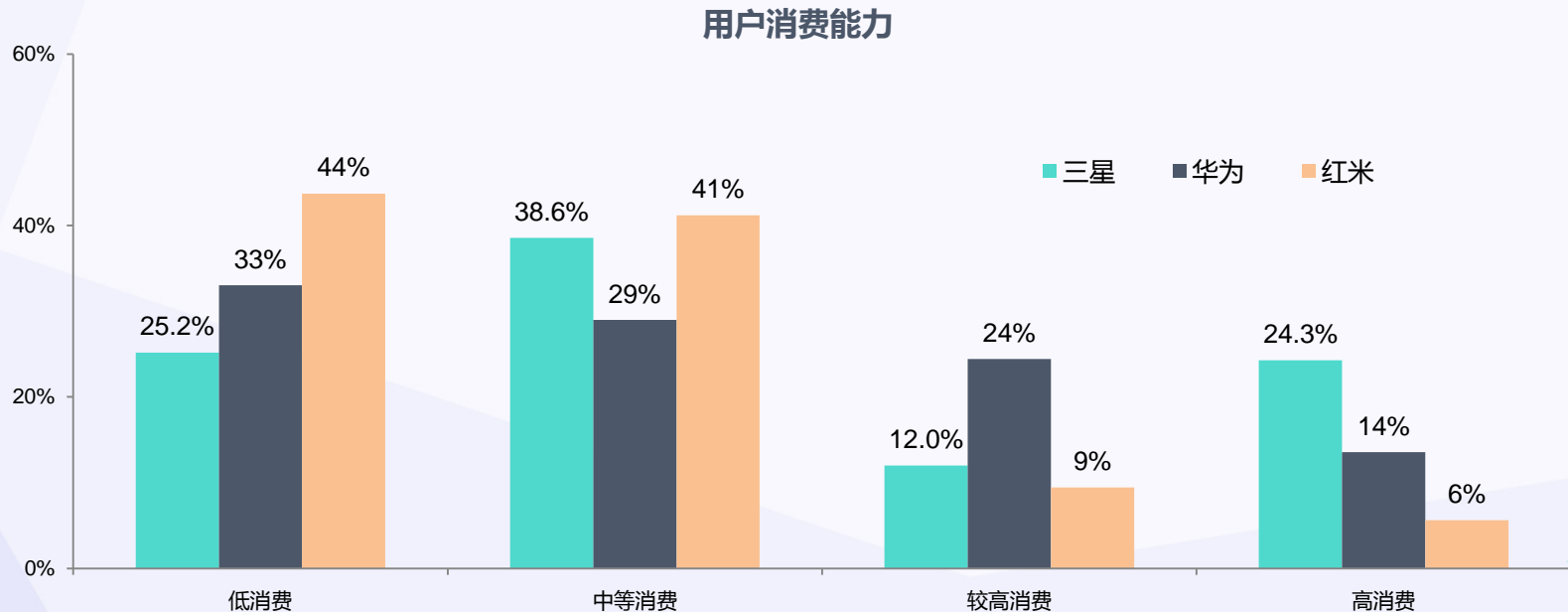
从年龄分布来看，三星、华为手机90后是主力人群，红米手机也较受90后欢迎，此外40-49岁人群比较青睐红米手机。

用户年龄分布



中低消费人群是红米主力

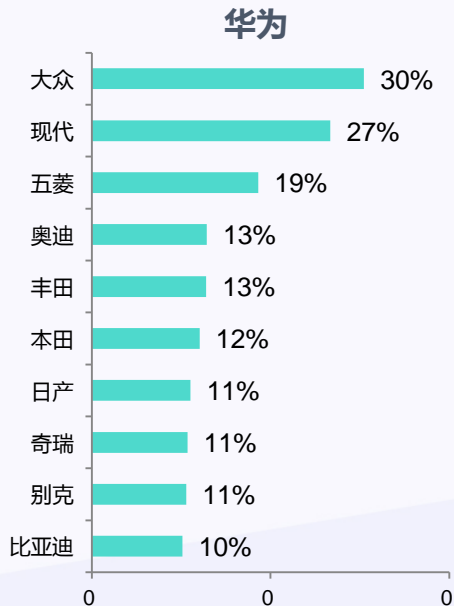
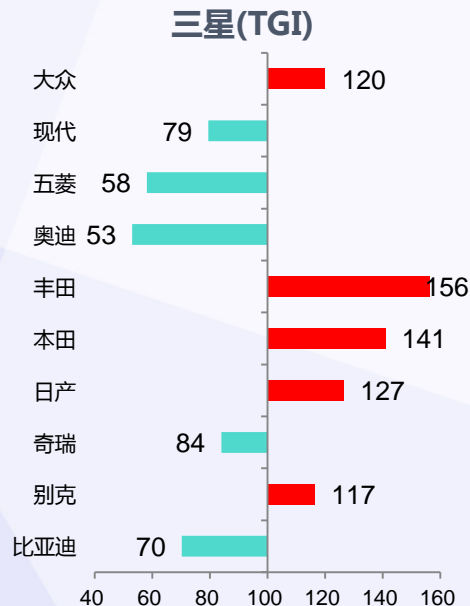
从消费能力来看，红米中等及以下消费人群是主力，三星和华为手机用户四成用户消费水平较高。



汽车品牌偏好——三星手机用户日系品牌青睐度高

从汽车品牌偏好来看，华为手机用户青睐大众、现代等品牌；

对比华为，三星手机用户对日系品牌汽车青睐度较高，红米手机用户对比华为，对大众、别克、五菱等品牌青睐度较高。

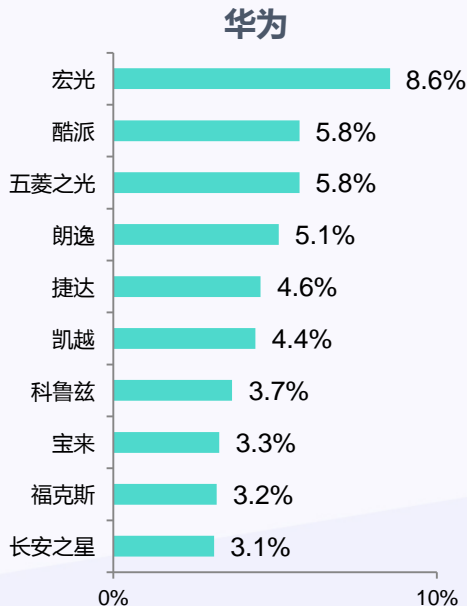
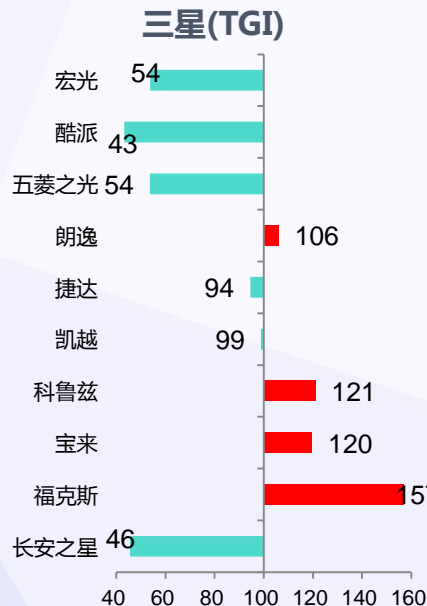


注：图中TGI值为三星、红米分别与华为对比的TGI值

汽车产品偏好——华为手机用户青睐宏光、酷派、五菱之光

从汽车产品偏好来看，华为手机用户青睐宏光、酷派、五菱之光；

对比华为，三星手机用户对福克斯、科鲁兹、宝来等青睐度较高，红米手机用户对福克斯、宝来等品牌青睐度较高。



注：图中TGI值为三星、红米分别与华为对比的TGI值



附录 报告说明

报告说明

■ 数据来源

■ 本报告数据来源于【友盟+】全域数据统计平台。

■ 研究范围

■ 【友盟+】统计平台覆盖的APP。

■ 统计时间

■ 2016年01月01日 – 06月30日

■ 版权声明

■ 除特别声明外，本报告的所有图片、表格及文字内容的版权归【友盟+】所有。

■ 部分图表在标注有数据来源的情况下，其版权归原数据公司所有。

■ 报告内容仅供内部参考，如对外使用需要得到版权方许可。

关于【友盟+】

【友盟+】，全球领先的第三方全域大数据服务提供商，2016年初由友盟、CNZZ、缔元信、网络数据三家国内顶尖的大数据公司合并而成。

【友盟+】集三家公司优势于一身，通过全面覆盖PC、手机、传感器、无线路由器等多种设备数据，打造全域数据平台。秉承独立第三方的数据服务理念，坚持诚信、公正、客观的数据信仰，为客户提供全业务链数据应用解决方案，包括基础统计、运营分析、数据决策和数据业务等，帮助企业实现数据化运营和管理。

截止到2016年第二季度，【友盟+】每天收集线上线下各类应用场景的用户行为数据约240亿条；服务APP应用近100万款，每天可触达全球独立活跃设备近13亿；服务大中小型网站共计近500万家网站。

谢谢！

