



2017年Q3智能手机行业研究报告

极光大数据

2017.10



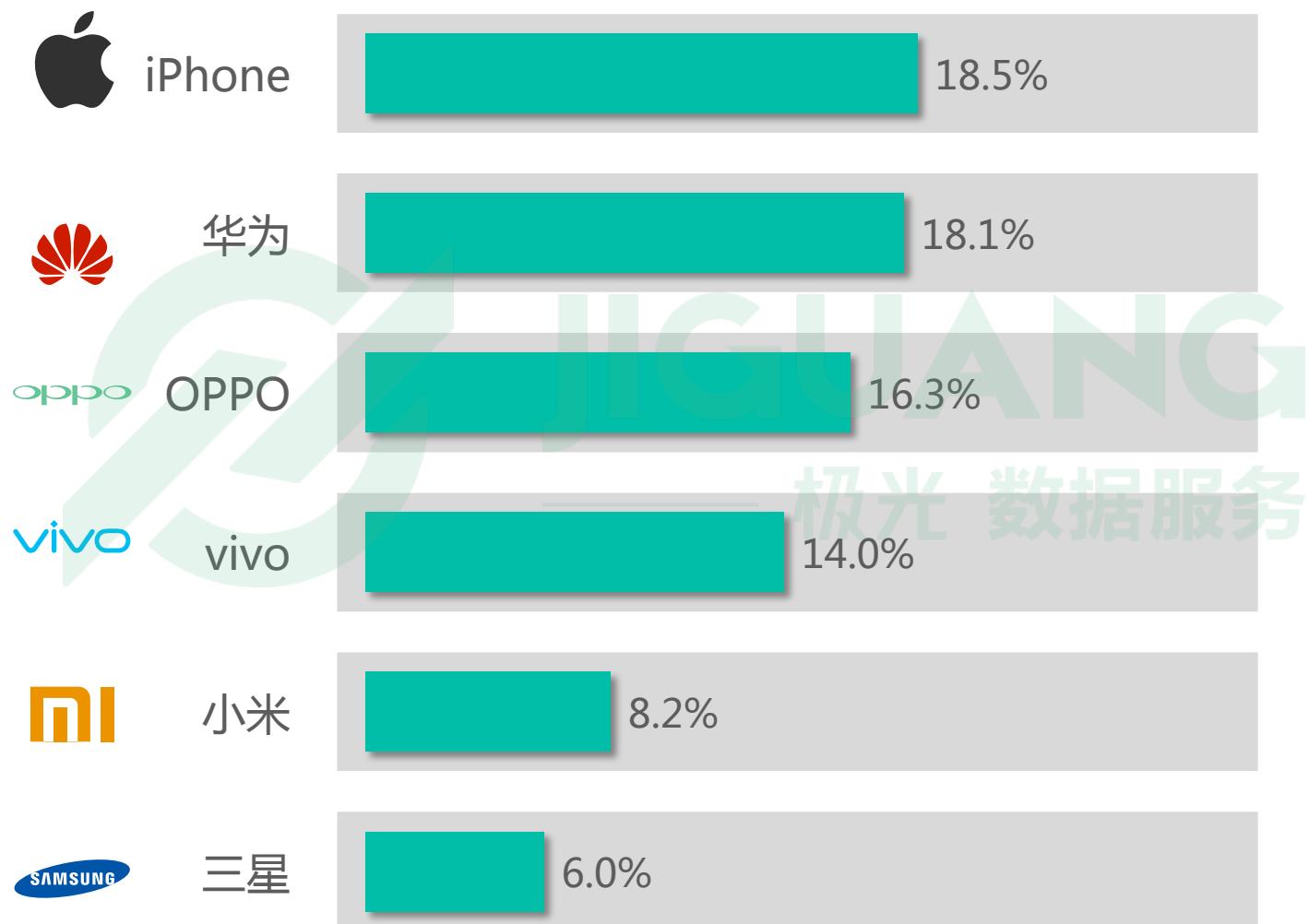
手机保有率分析

2017年Q3国内手机保有率

华为市场保有率逼近iPhone，iPhone仅领先0.4%

- 极光大数据显示，截至2017年9月，iPhone和华为的市场保有率分别为18.5%和18.1%，意味着国内每10个智能手机用户中，有接近2个人正在使用iPhone，还有2个人正在使用华为

2017年Q3国内手机保有率



数据来源：极光大数据

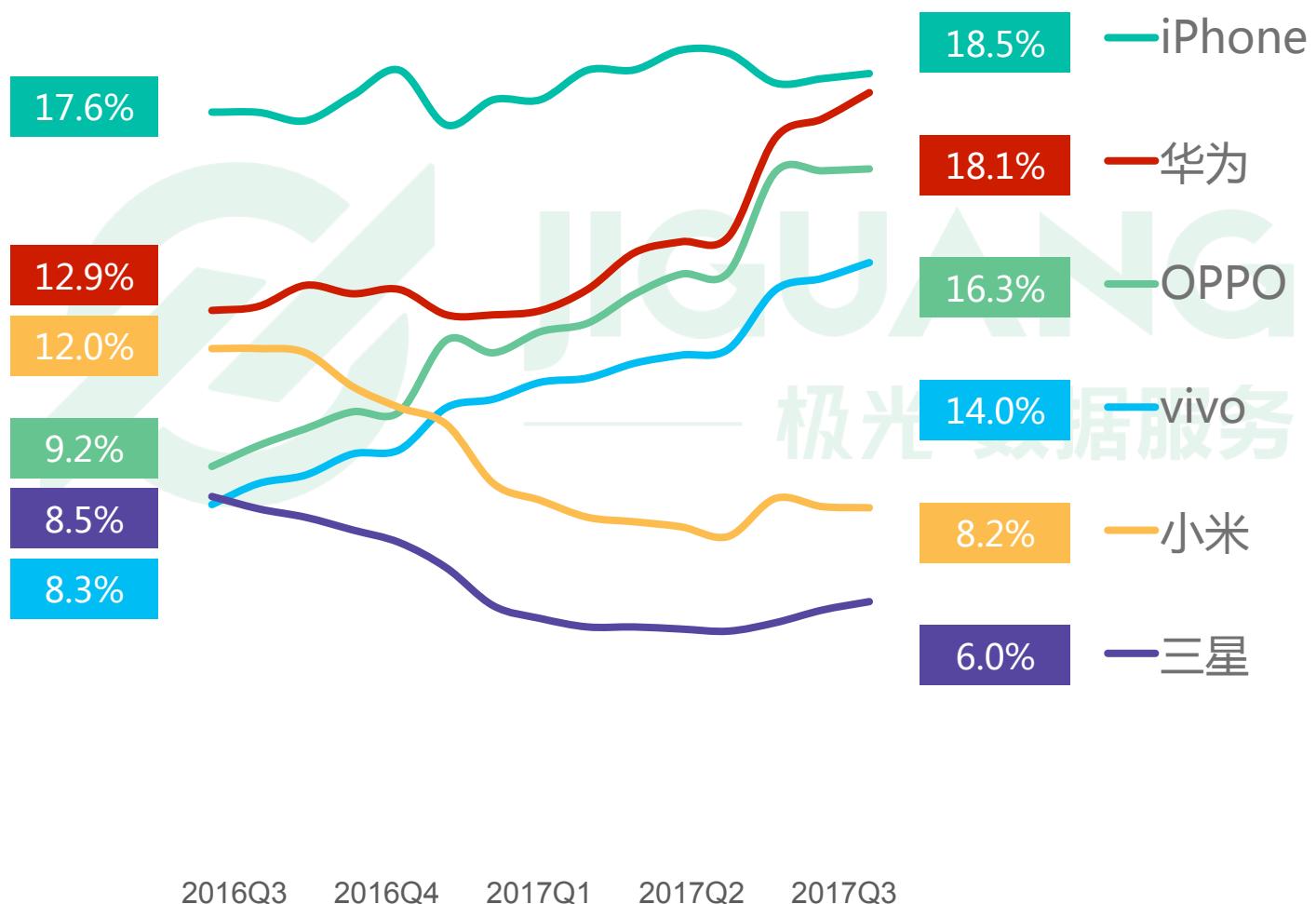
取数周期：2017.09

Q3主流手机品牌保有率变化趋势

华为、OV保有率稳健上涨，小米三星Q3回暖

- 根据极光大数据统计，华为和OPPO在Q3上旬一度非常接近，最终华为以18.1%的市场保有率获胜，继续称霸安卓市场

2017年Q3市场保有率主要品牌变化趋势



数据来源：极光大数据

取数周期：2016.07-2017.09

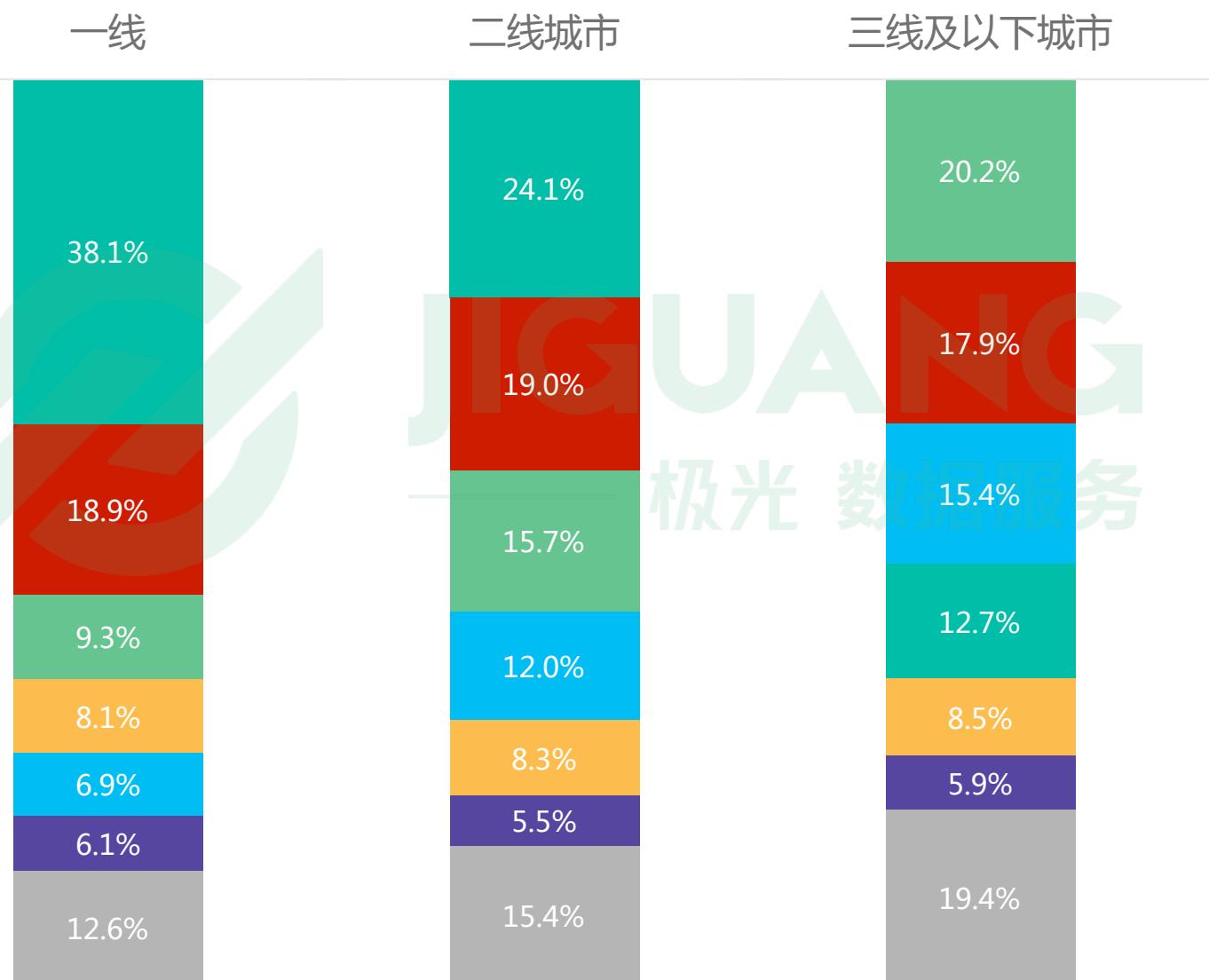
Q3各级别城市手机品牌保有率概况

OPPO “农村包围城市” 策略成功，在三线及以下城市表现出色

- 极光大数据显示，iPhone用户主要集中在一线及二线城市，每10个一线城市里的手机用户就有接近4个用户正在使用iPhone

各级别城市手机品牌保有率分布

■ iPhone ■ 华为 ■ OPPO ■ vivo ■ 小米 ■ 三星 ■ 其他



数据来源：极光大数据

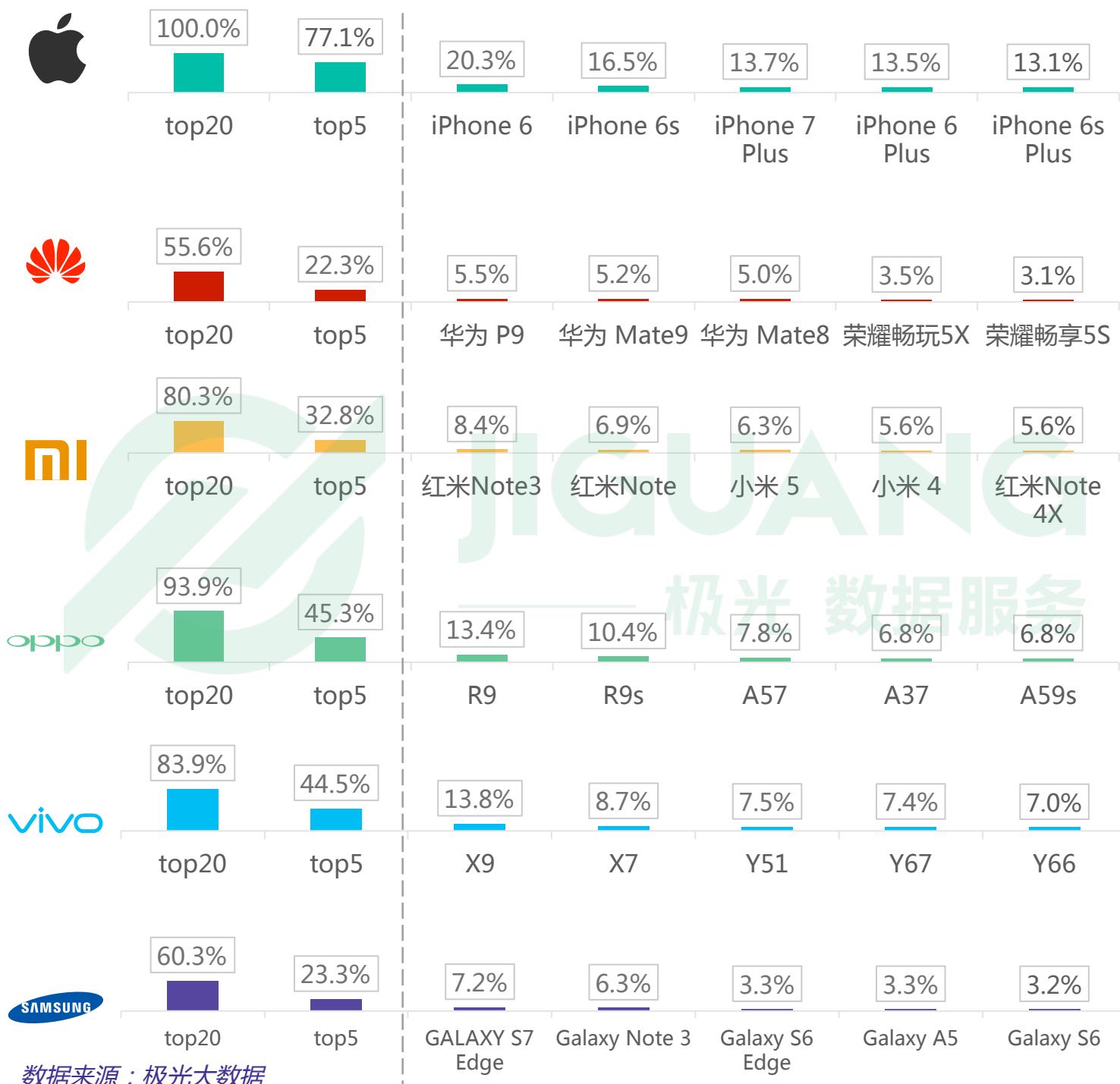
取数周期：2017.09

Q3主流手机品牌型号分布

华为、三星机型集中度较低，对明星机型的依赖程度不高

主流品牌手机型号分布

top20及top5机型总和占比



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.09



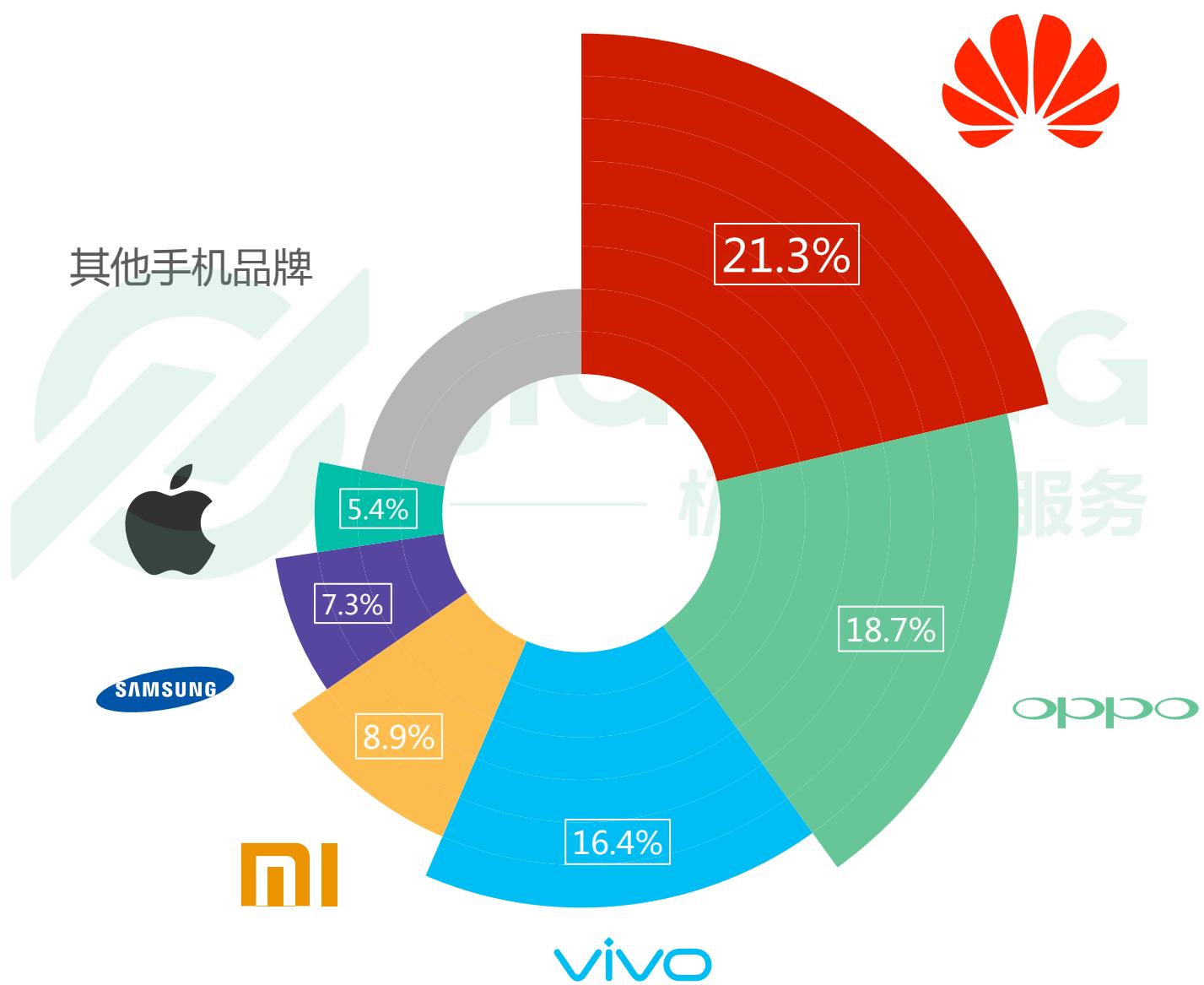
手机销量分析

2017年Q3国内手机销量份额

华为销量保持领先，OPPO销量表现优秀

- 根据极光大数据统计，2017年Q3国内手机销量市场份额排名前五的品牌依次为华为、OPPO、vivo、小米和三星，上一季度落后于vivo的OPPO在Q3扳回一城

2017年Q3手机品牌销量份额



数据来源：极光大数据

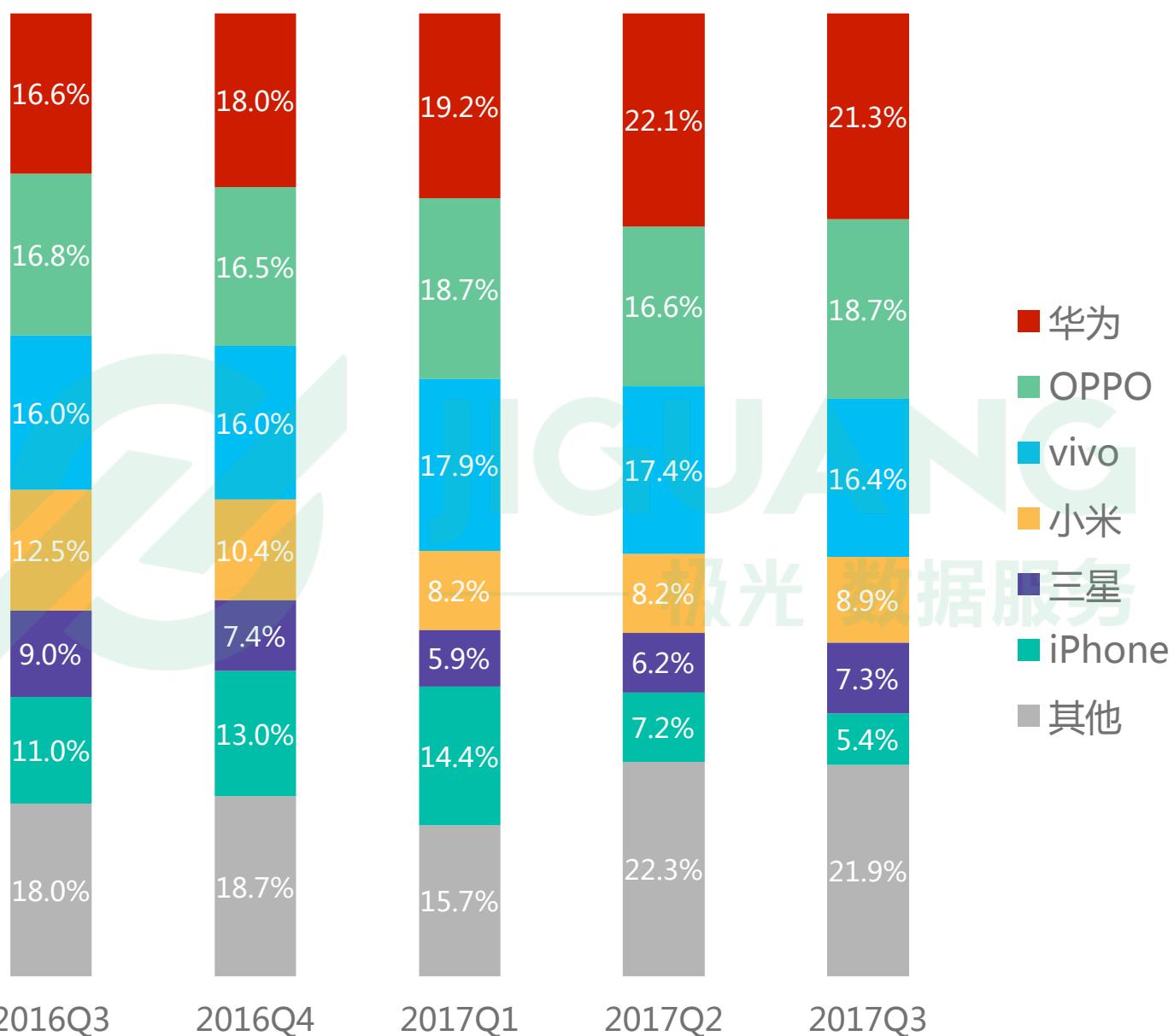
取数周期：2017.09

Q3主流手机品牌销量份额变化趋势

iPhone、vivo的销量份额连续两个季度下降

- 极光大数据显示，主流手机品牌销量份额连续两个季度受到了长尾品牌的挤压，长尾品牌销量份额超过两成

Q3主流手机品牌销量份额变化趋势



数据来源：极光大数据

取数周期：2016.07-2017.09

长尾品牌：指华为、OV、小米、三星和iPhone以外的手机品牌

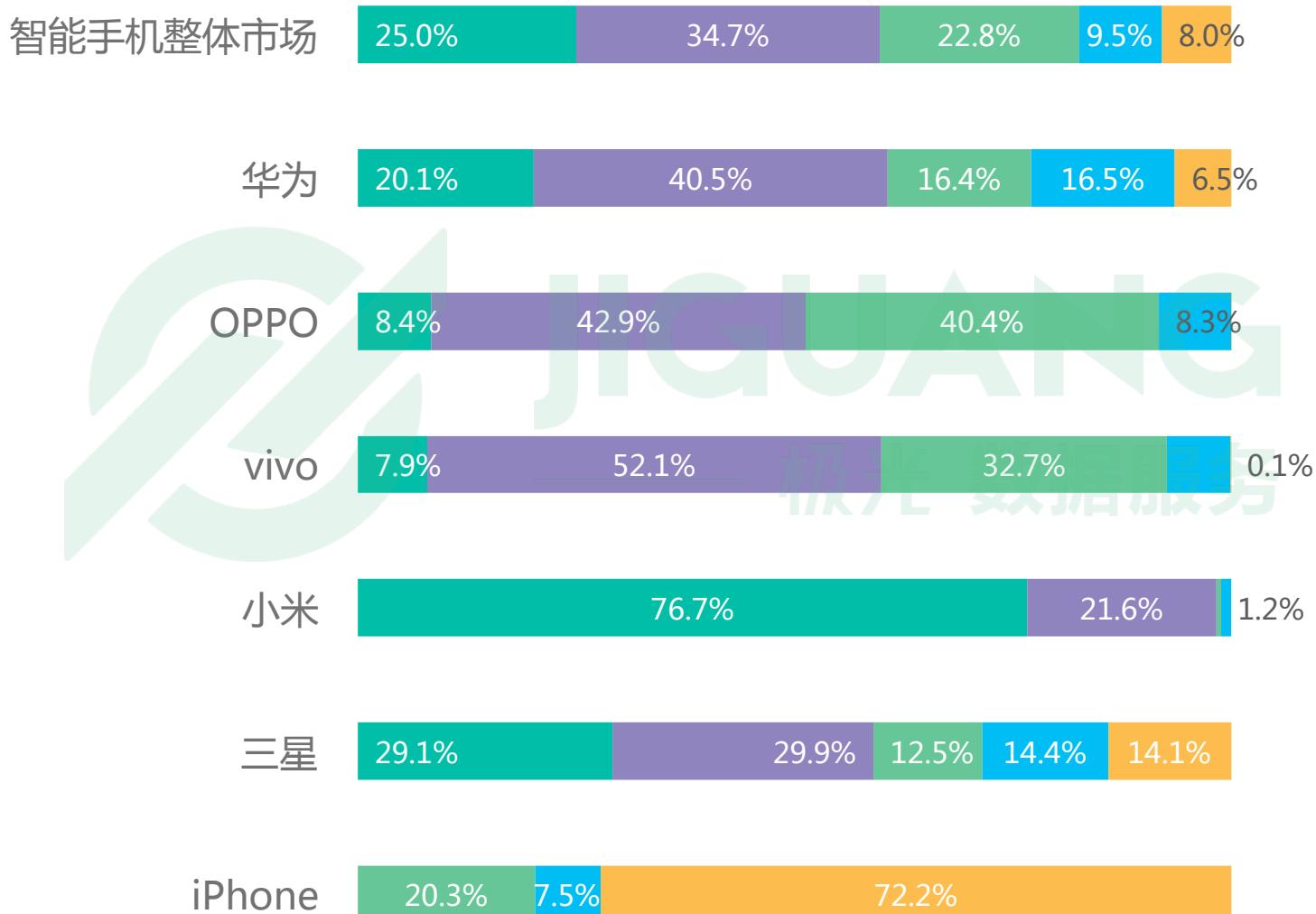
Q3主流手机品牌销量价格分布

OV聚焦中端机市场，中端机为OV贡献了超过八成的销量

- 根据极光大数据统计，华为在高中低端市场均有布局，机型销量结构在主流手机品牌中最接近智能手机整体市场，小米在这一季度则出售了更多千元机，千元机为小米贡献了超过七成的销量

2017年Q3主流手机品牌销量价格分布

■ 0-999 ■ 1000-1999 ■ 2000-2999 ■ 3000-4000 ■ >4000



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.09

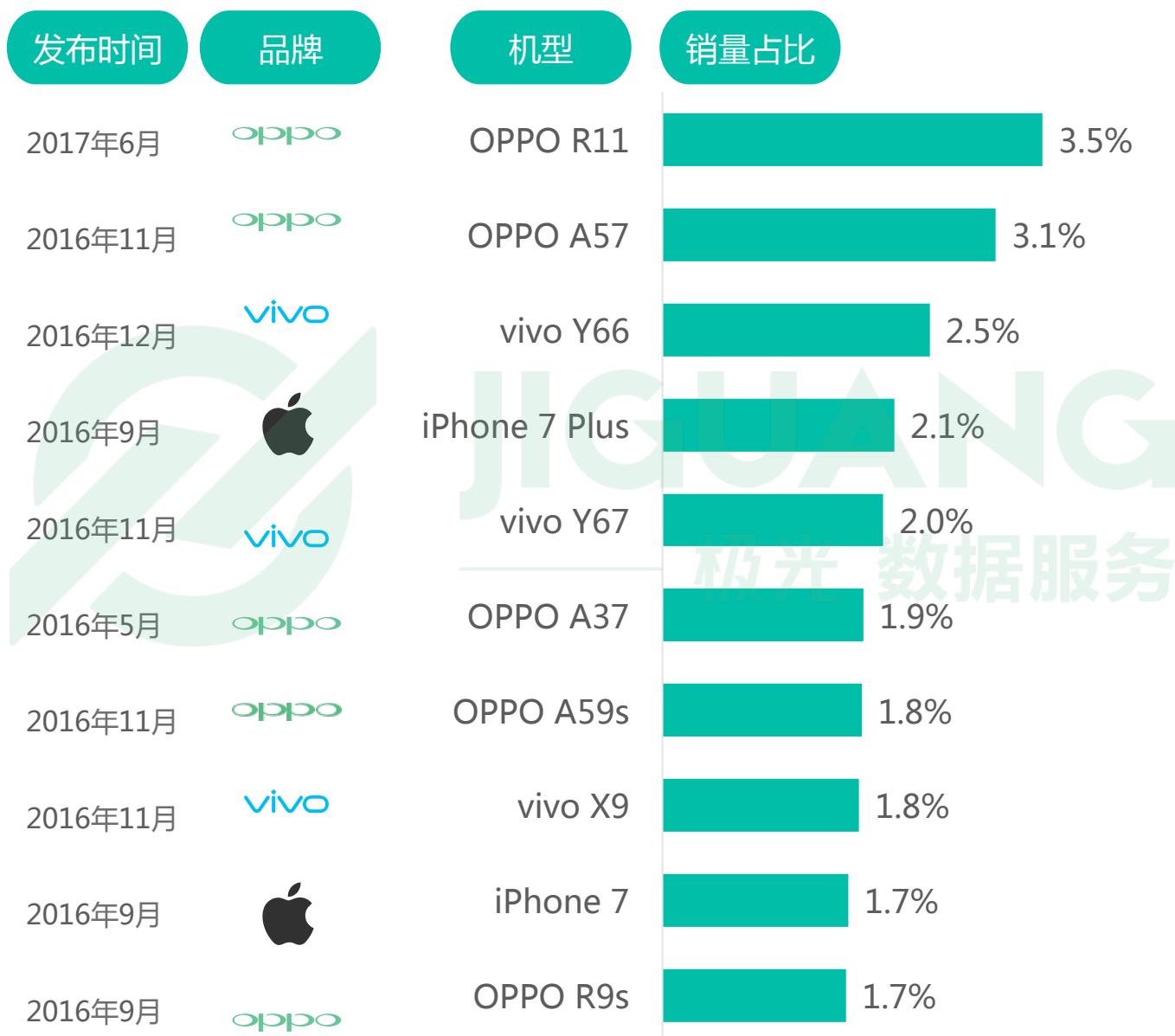
*报告中将2017年9月市场报价低于1K的机型定义为低端机，市场价在1K-3K之间的机型定义为中端机，市场价高于3K的机型定义为高端机

Q3销量top10手机机型

销量top10机型中，OPPO占五席

- 今年6月发布的OPPO R11以3.5%的销量份额问鼎Q3销量冠军，OPPO A57和vivo Y66则分别以3.1%和2.5%的销量份额名列第二和第三

Q3销量top10手机机型



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.09



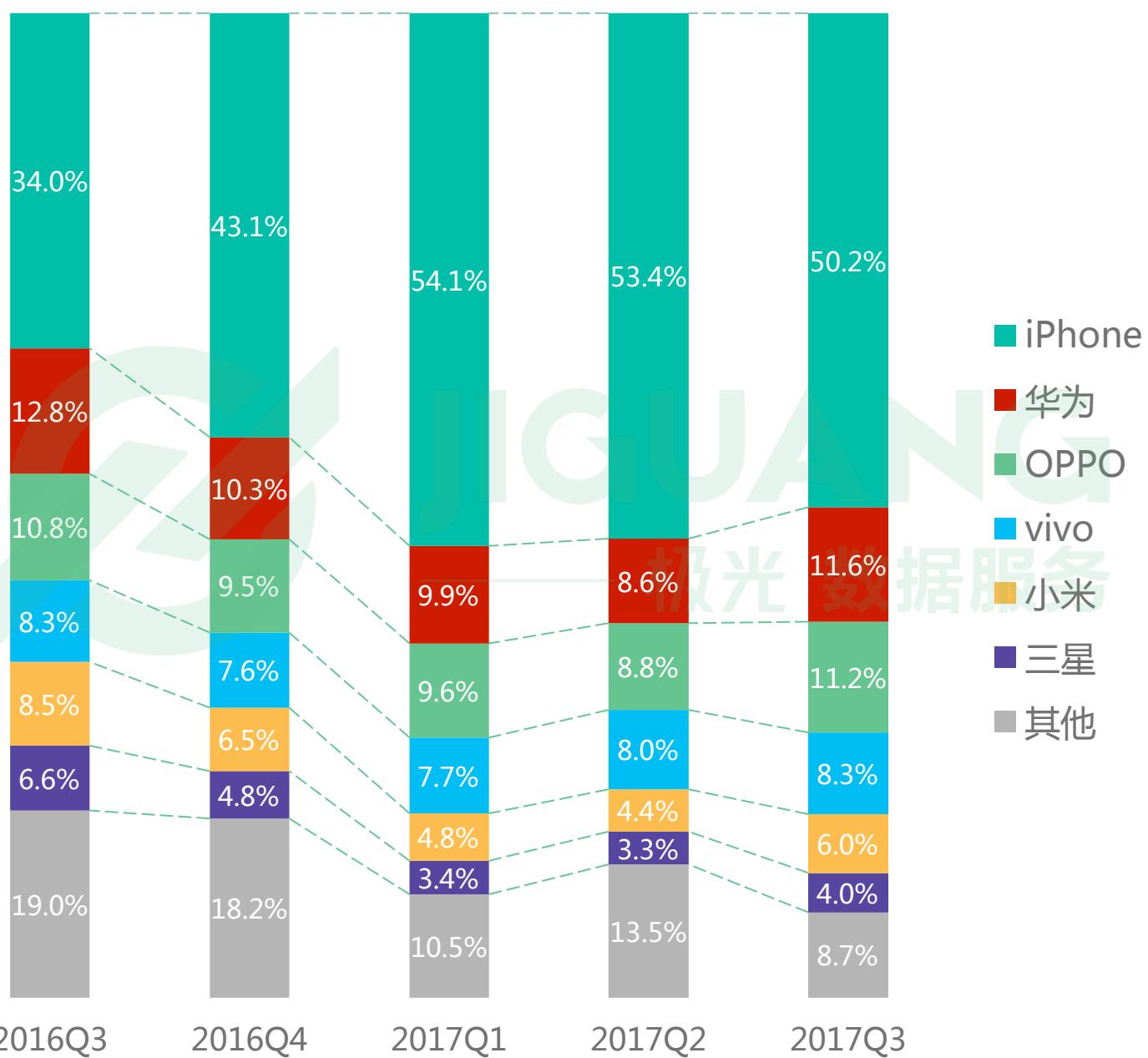
主流手机品牌用户忠诚度分析

主流手机品牌用户忠诚度——iPhone

iPhone用户忠诚度连续三个季度在50%以上

- 根据极光大数据统计，超过一半的本季度iPhone换机用户选择继续使用iPhone，华为和OPPO对iPhone用户的吸引力也不容小觑，分别有11.6%和11.2%的iPhone换机用户选择了这两个品牌

2017年Q3 iPhone用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

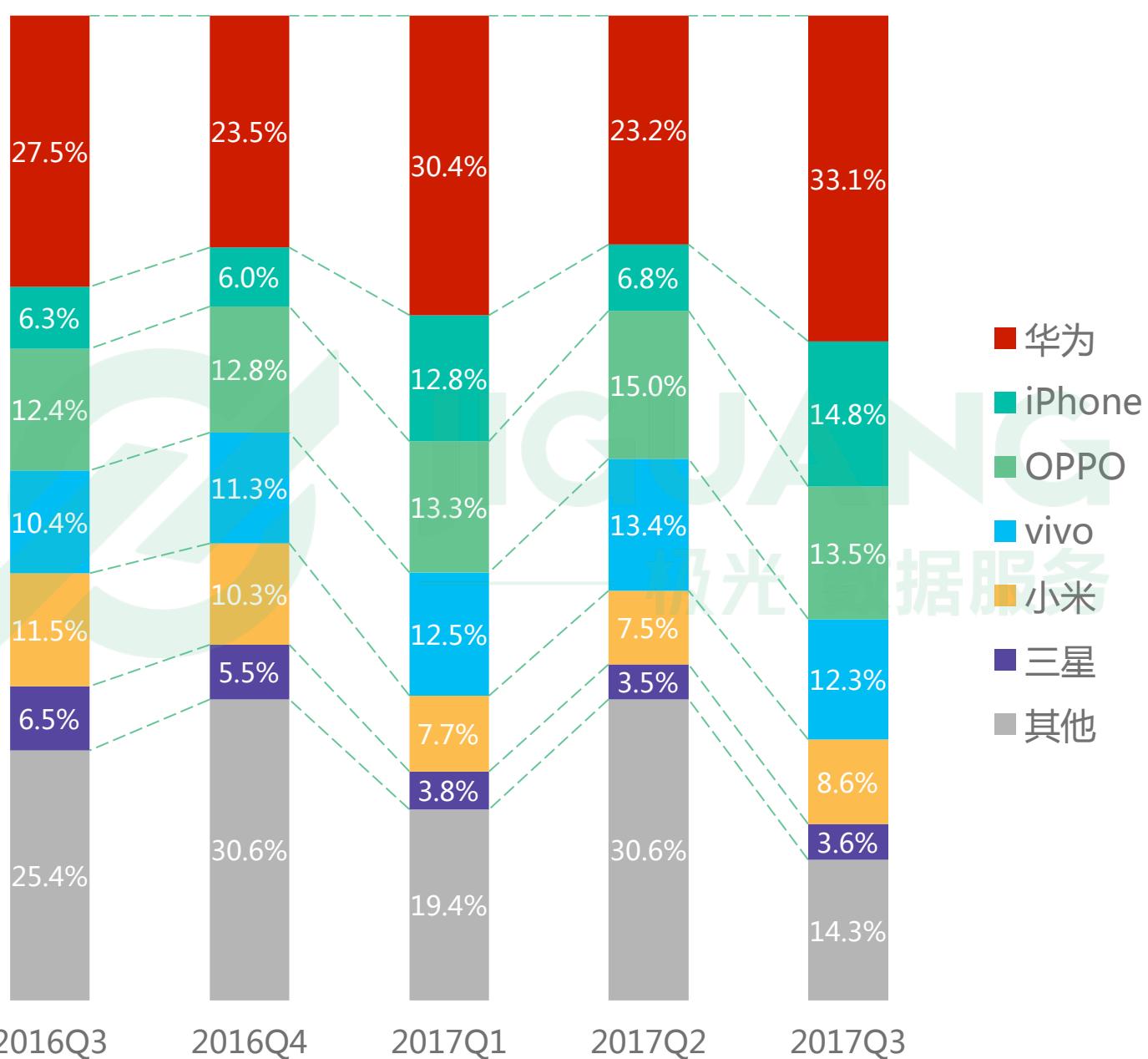
取数周期：2017.03-2017.09

主流手机品牌用户忠诚度——华为

华为用户忠诚度在Q3达到过去一年的最高点

- 极光大数据显示，华为在本季度的用户忠诚度为33.1%，每100个在Q3购买了新手机的原华为用户有超过33人选择了继续使用华为

2017年Q3 华为用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

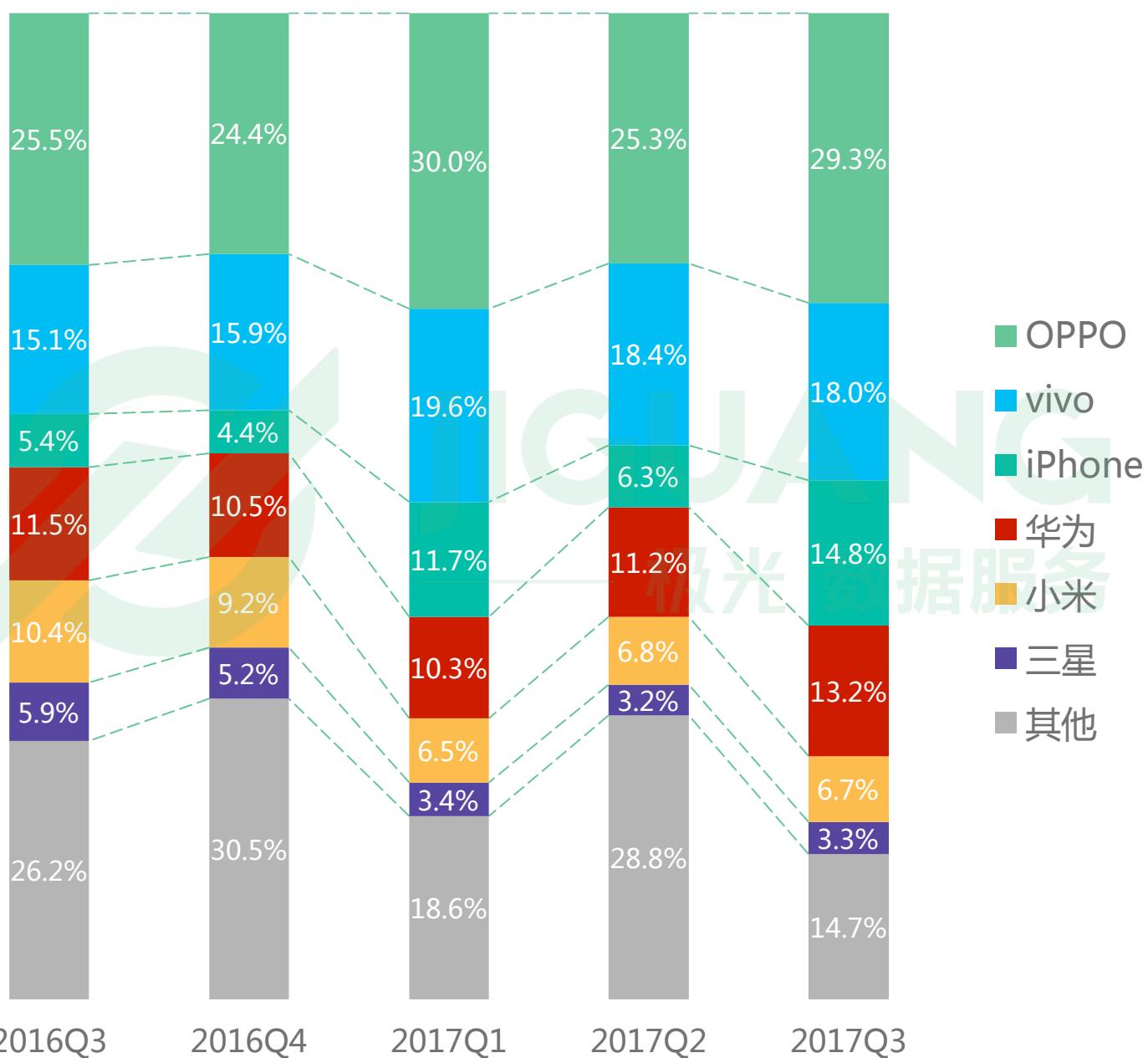
取数周期：2017.03-2017.09

主流手机品牌用户忠诚度——OPPO

接近两成的OPPO换机用户转向使用兄弟品牌vivo

- 可能是由于新机型的推出和旧机型的降价，iPhone在Q3重新获得OPPO换机用户的关注，14.8%的OPPO换机用户入手了iPhone

2017年Q3 OPPO用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

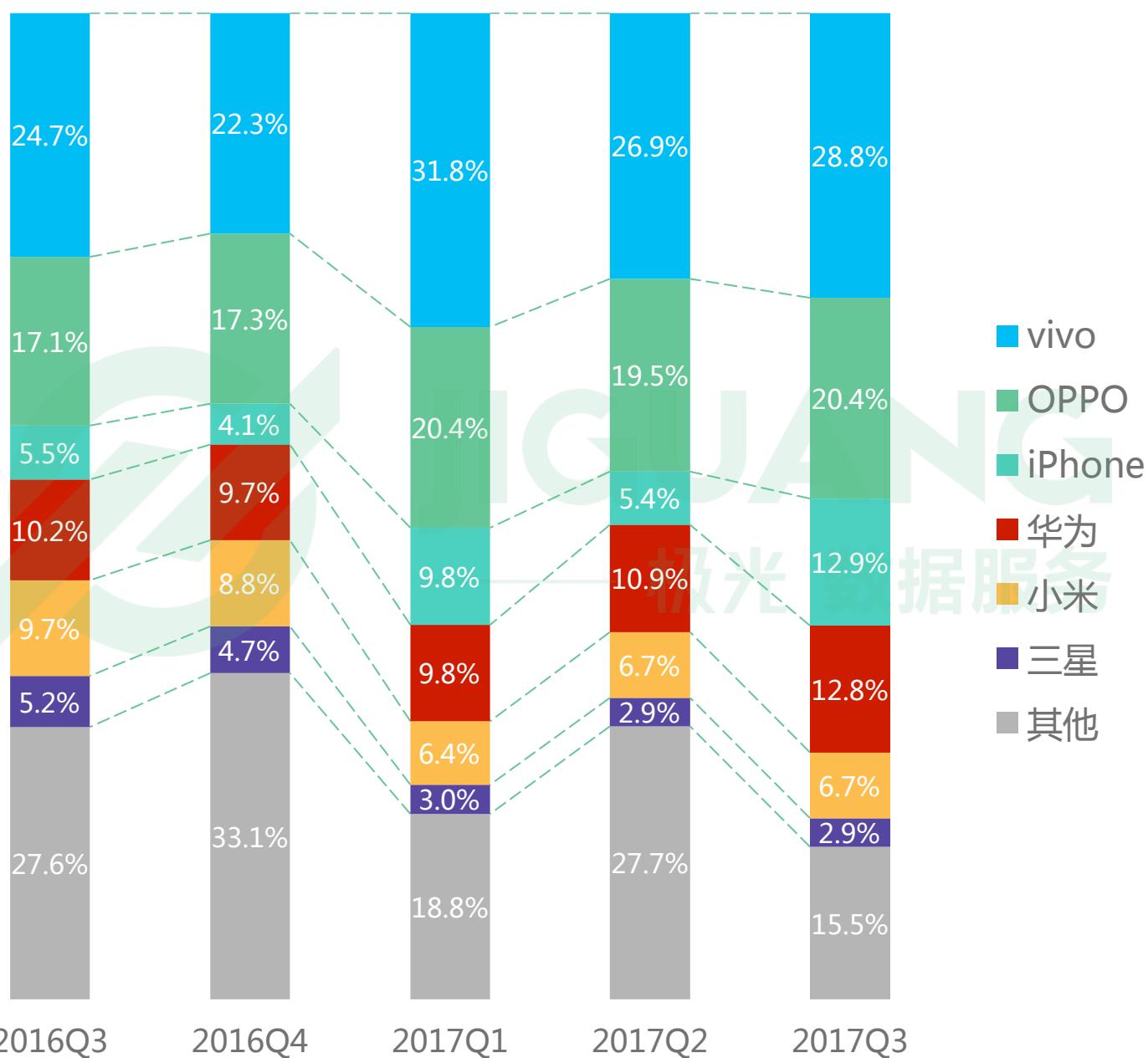
取数周期：2017.03-2017.09

主流手机品牌用户忠诚度——vivo

vivo用户忠诚度较兄弟品牌OPPO弱势

- vivo的用户忠诚度相对上一季度有所提升，28.8%的vivo换机用户选择继续支持vivo，20.4%的换机用户则转向使用OPPO

2017年Q3 vivo用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

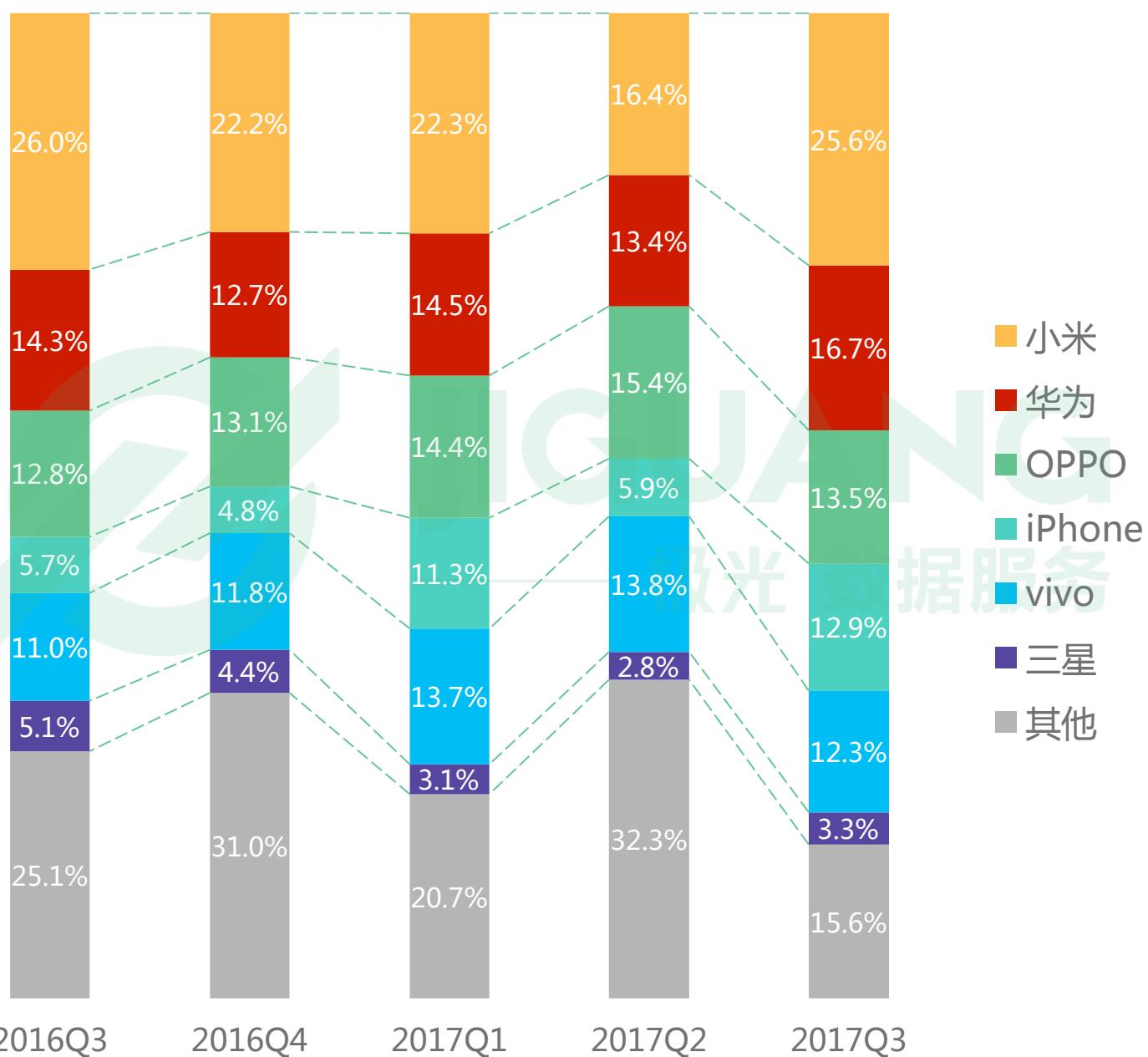
取数周期：2017.03-2017.09

主流手机品牌用户忠诚度——小米

小米用户忠诚度几乎回到去年同期水平

- 小米本季度的用户忠诚度为25.6%，另外分别有16.7%和13.5%的小米换机用户选择了同是安卓阵营的华为和OPPO

2017年Q3 小米用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

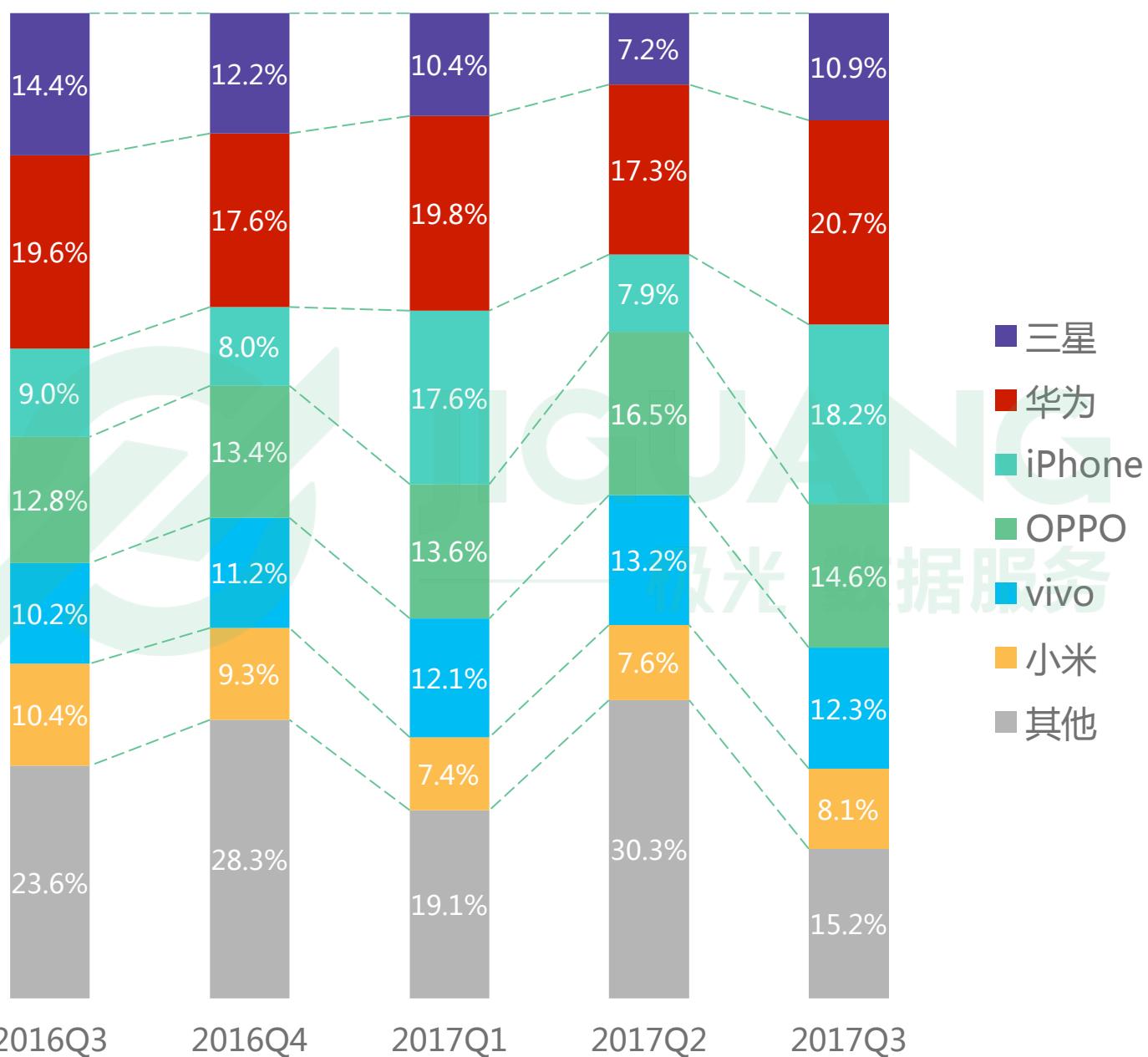
取数周期：2017.03-2017.09

主流手机品牌用户忠诚度——三星

华为是最多三星换机用户选择的品牌

- 三星用户忠诚度从去年Q3开始一路走低，直到本季度才出现回升，但选择华为、iPhone和OV的换机用户占比仍高于选择三星的用户

2017年Q3 三星用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.03-2017.09



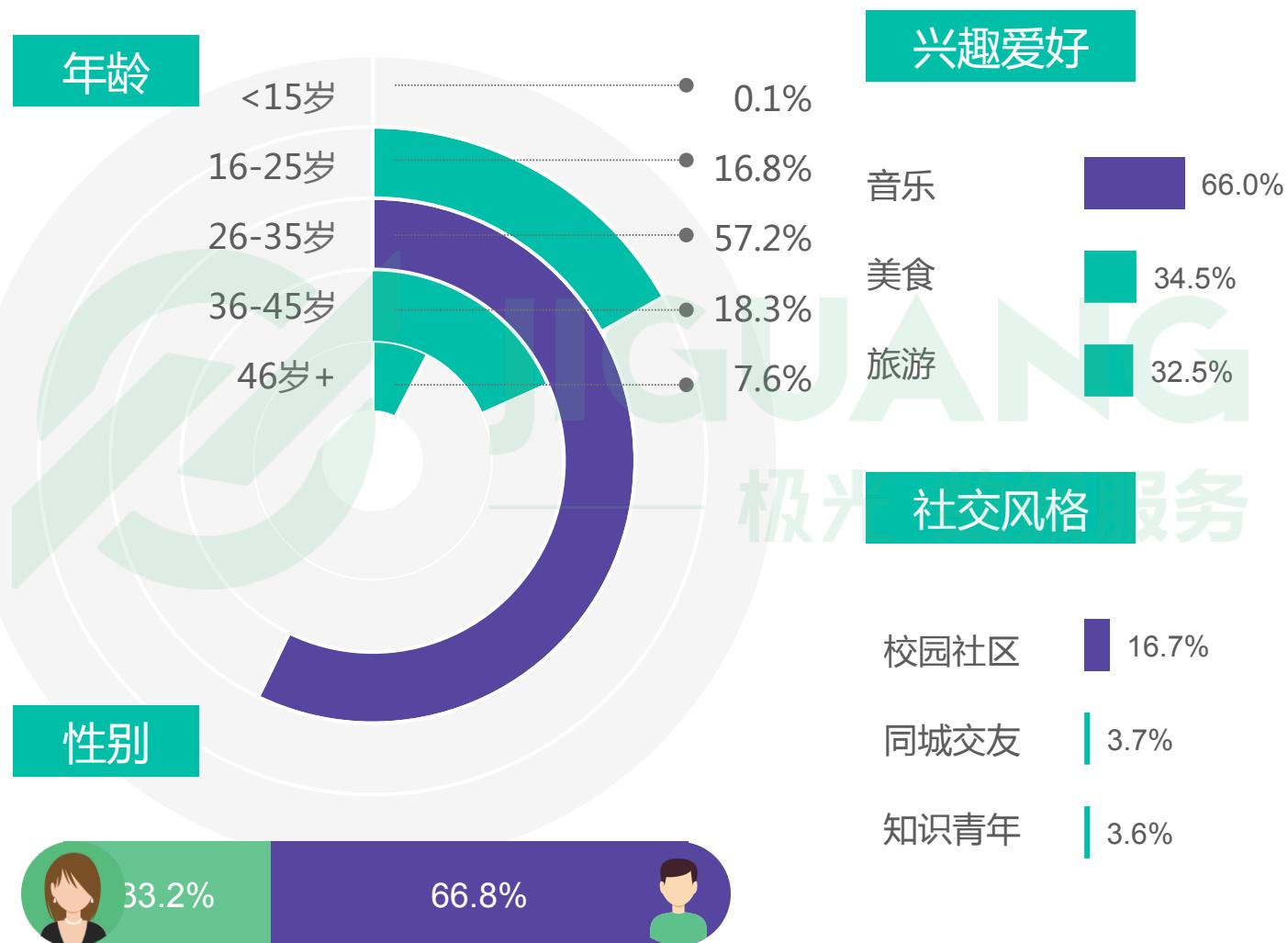
主流安卓手机品牌用户画像

主流安卓手机品牌用户画像——华为

华为用户：男性用户为主，25岁以下用户不足两成

- 根据极光大数据统计，66.8%的华为用户为男性，接近六成的华为用户年龄在26-35岁之间

华为用户画像



数据来源：极光大数据

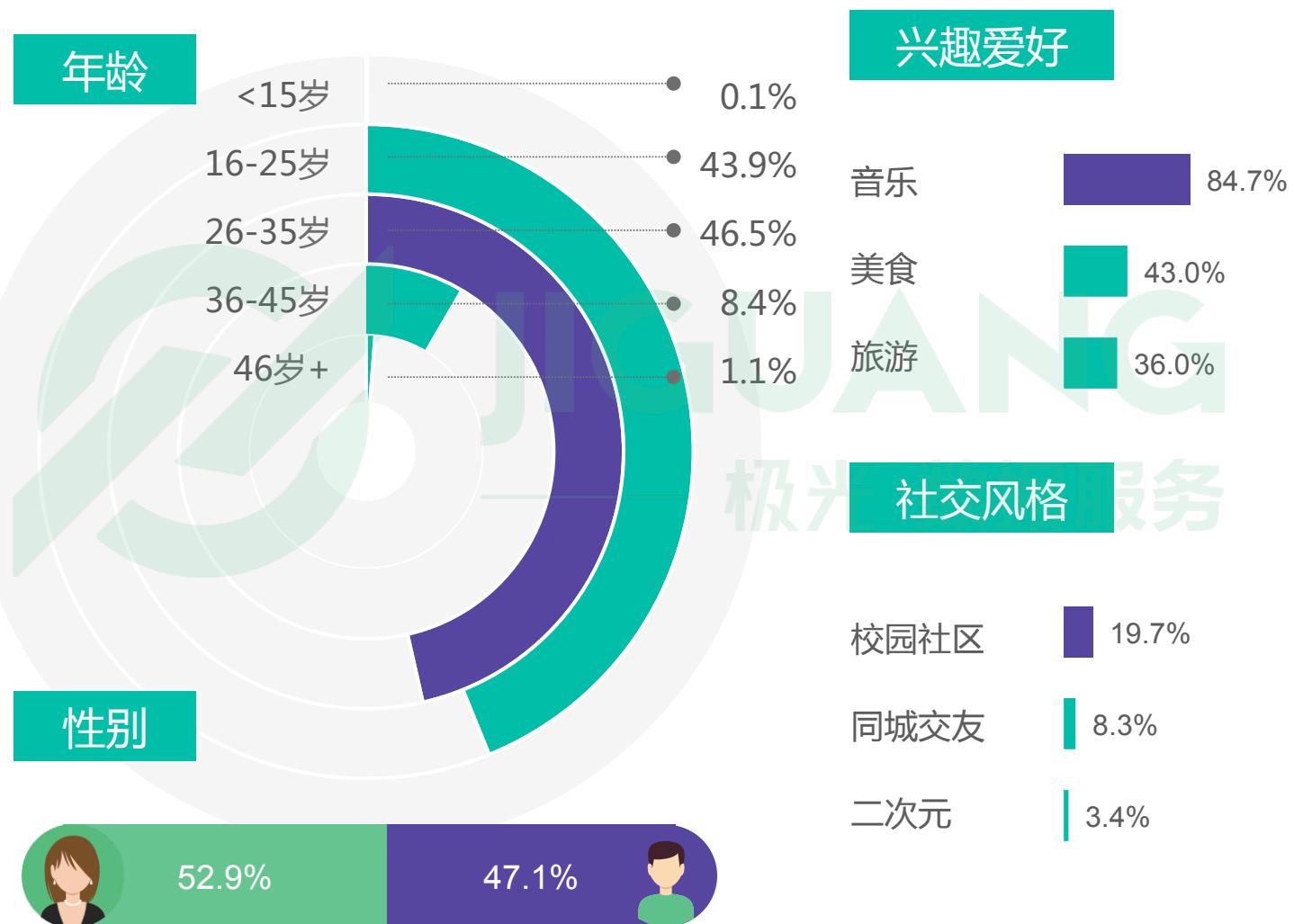
取数周期：2017.09

主流安卓手机品牌用户画像——OPPO

OPPO：年轻人的手机，逾九成用户不到35岁

- OPPO用户女性偏多，52.9%的用户为女性

OPPO用户画像



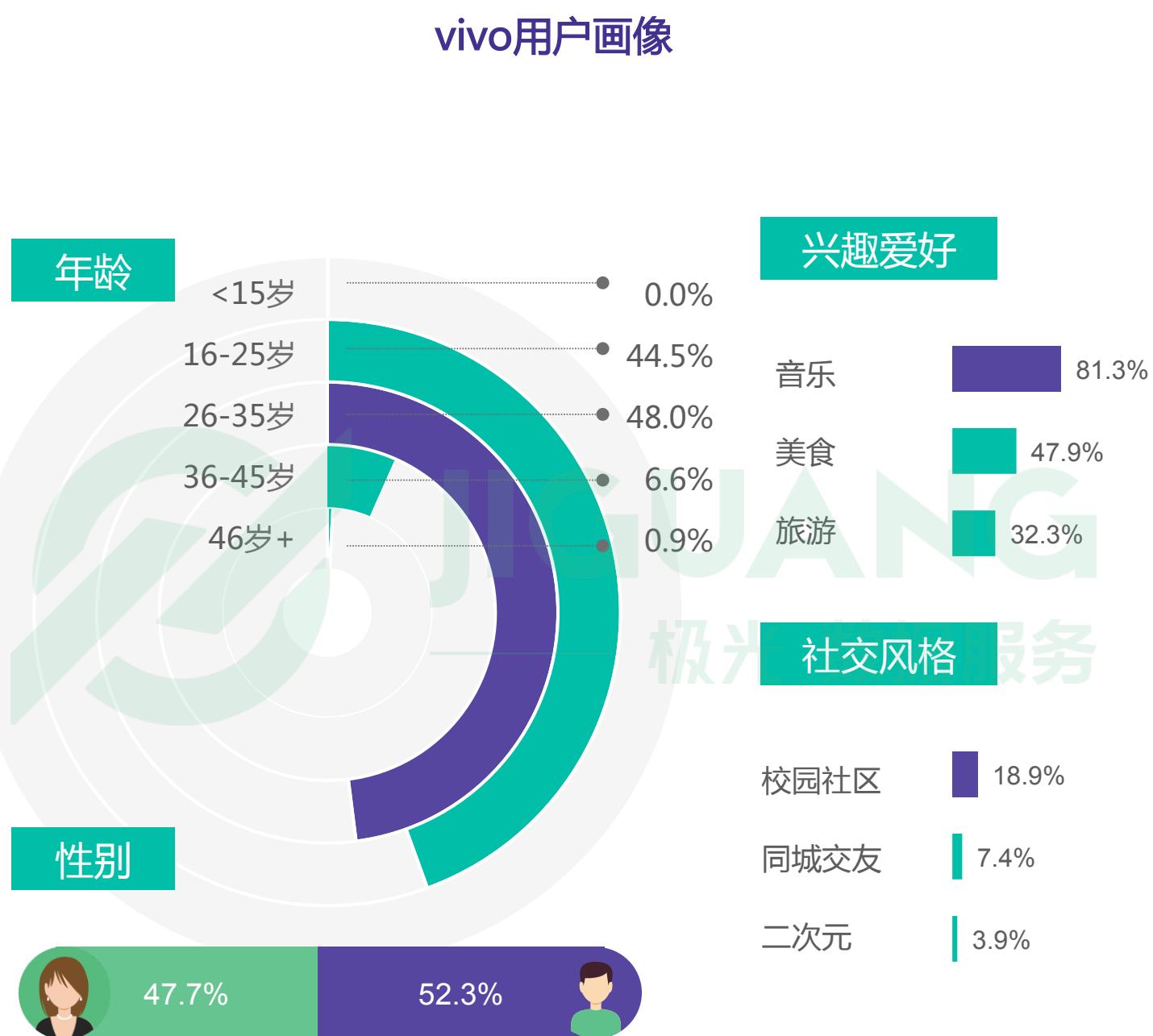
数据来源：极光大数据

取数周期：2017.09

主流安卓手机品牌用户画像——vivo

vivo用户：年轻男孩用户力捧vivo

- 92.5%的vivo用户不到35岁，超过五成用户是男性



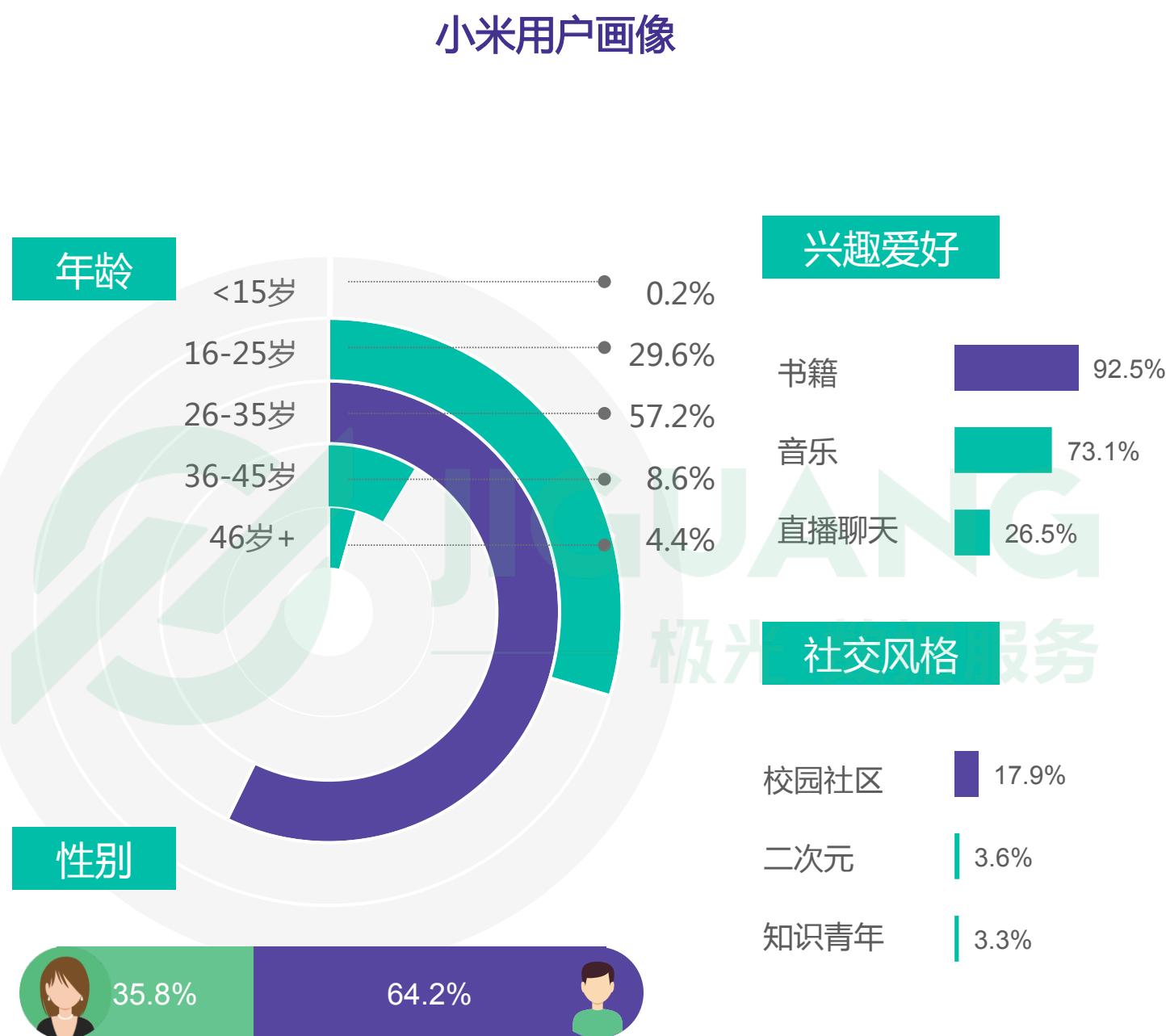
数据来源：极光大数据

取数周期：2017.09

主流安卓手机品牌用户画像——小米

小米用户：男性用户占六成以上

- 根据极光大数据统计，小米用户中有64.2%的男性，接近九成用户不到35岁



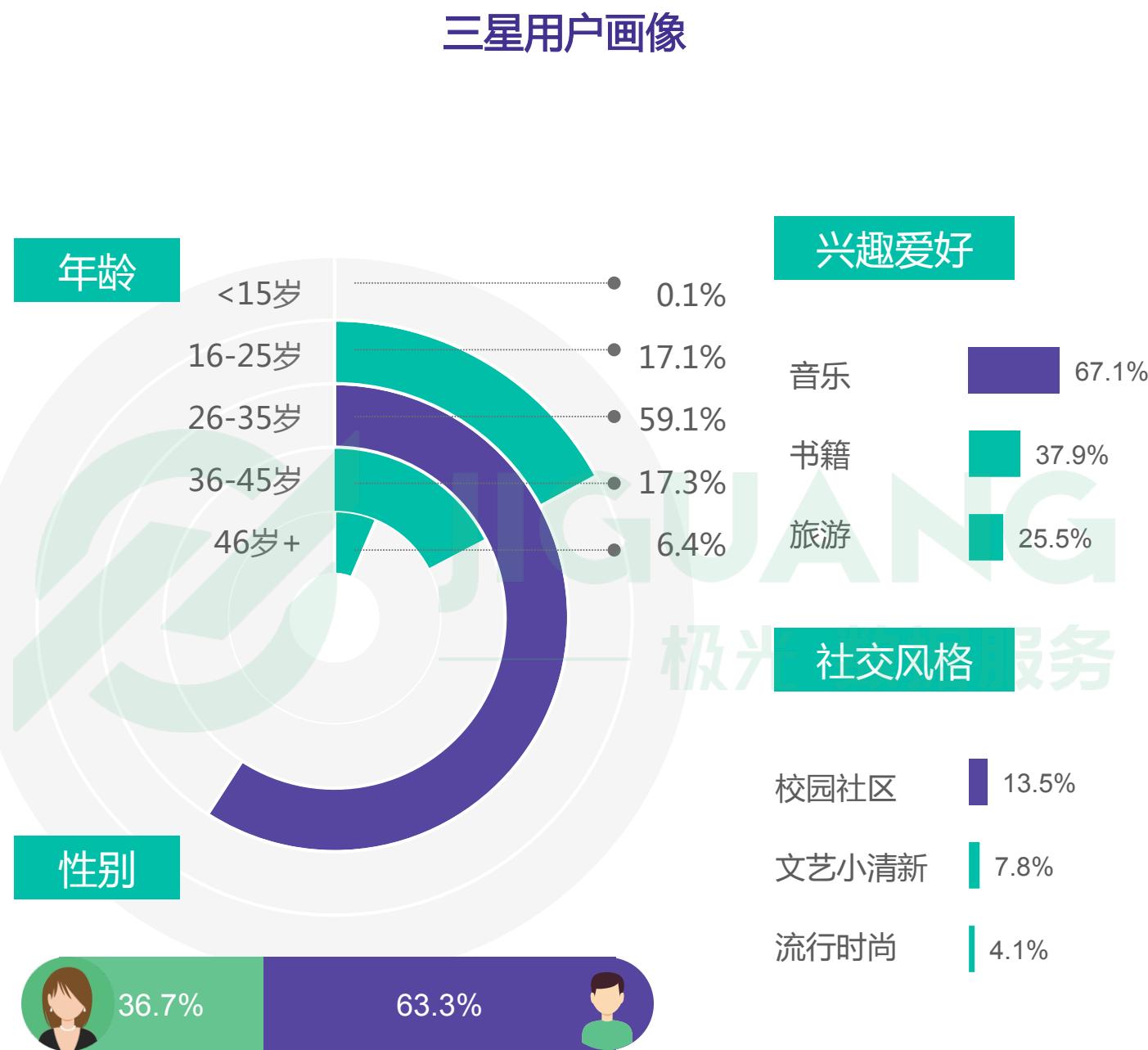
数据来源：极光大数据

取数周期：2017.09

主流安卓手机品牌用户画像——三星

三星用户：近六成用户年龄在26-35岁之间

- 67.1%的三星用户表现出对音乐感兴趣，37.9%和25.5%的三星用户则爱好书籍和旅游



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.09



手机应用安装情况

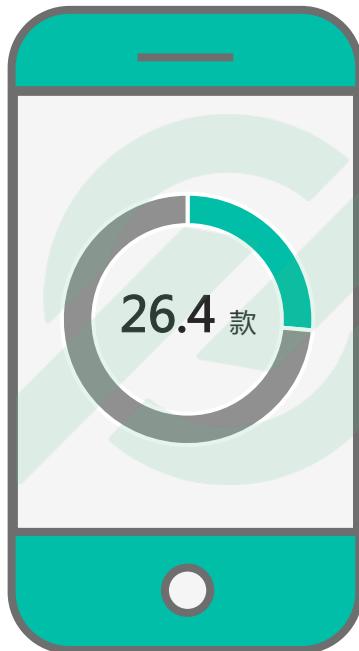
高中低端手机应用安装概况

高中低端手机平均安装应用数量依次递减

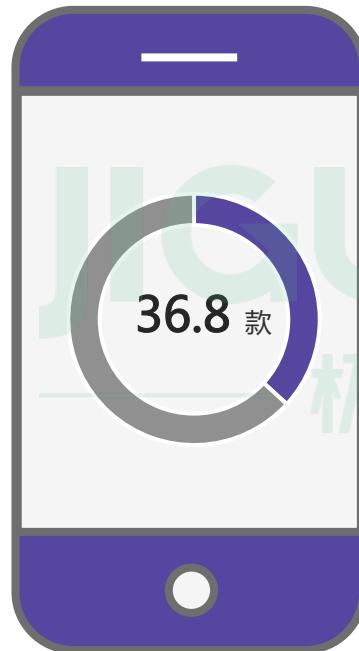
- 高中低端手机平均安装的app数量分别为42.7款、36.8款和26.4款，高价位的手机安装的app数量普遍较中低端手机多

高中低端机型每台手机平均安装应用数量

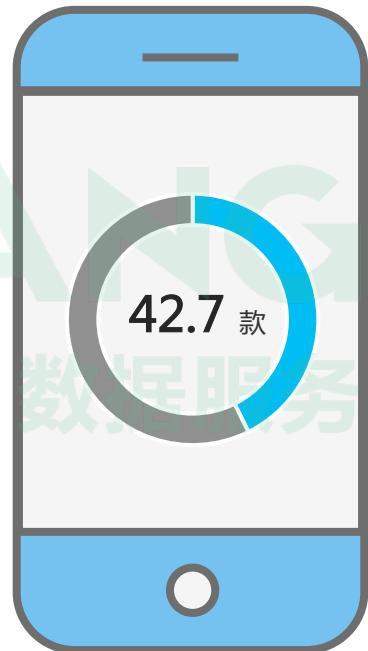
低端机



中端机



高端机



数据来源：极光大数据

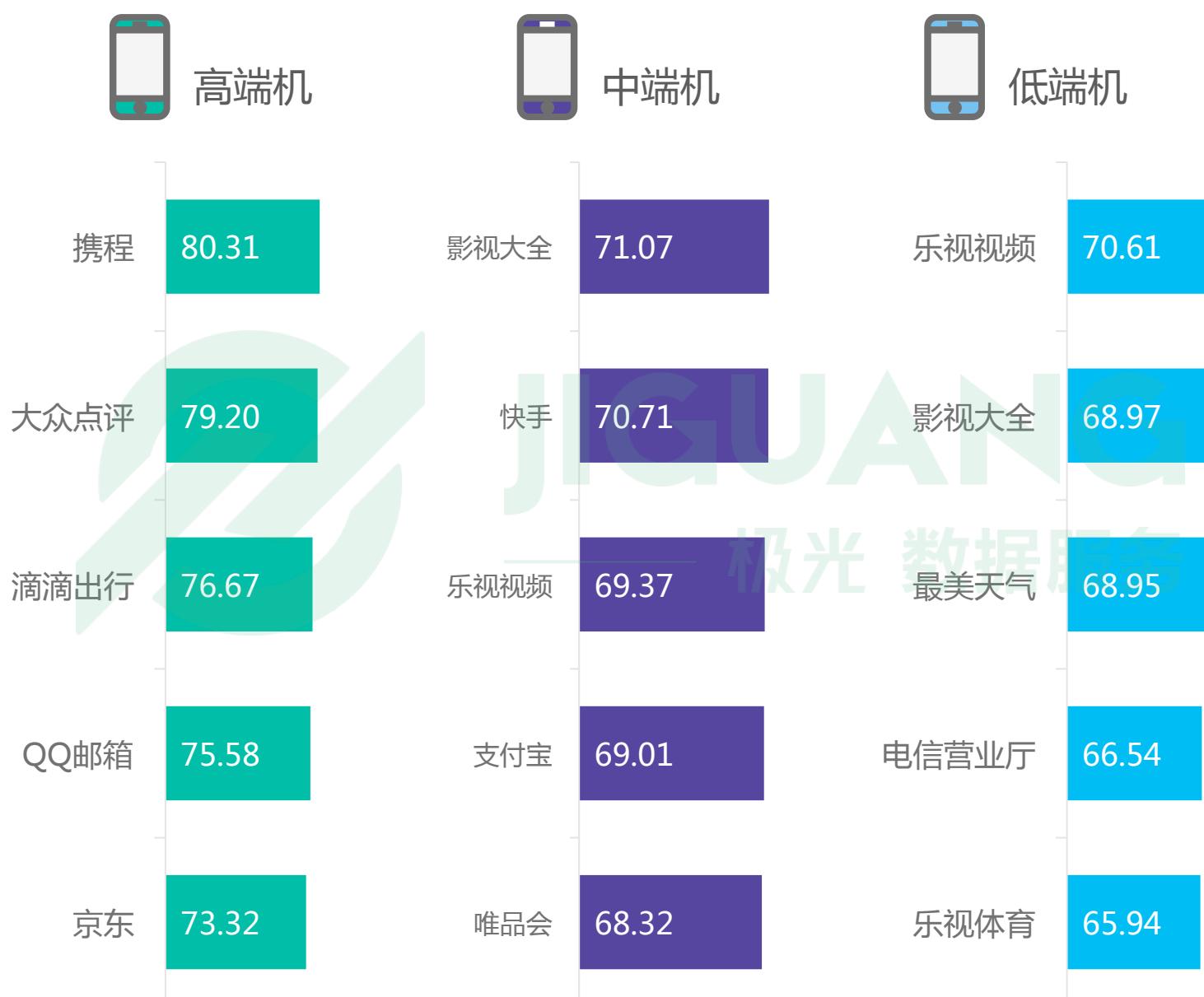
*报告中将2017年9月市场报价低于1K的机型定义为低端机，市场价在1K-3K之间的机型定义为中端机，市场价高于3K的机型定义为高端机

高中低端手机应用偏好指数

高端机用户偏好使用携程，中端和低端机用户则分别偏爱影视大全和乐视视频

- 极光大数据显示，在高端机用户中偏好指数top5的app分别是携程、大众点评、滴滴出行、QQ邮箱和京东

高中低端机型应用类型安装偏好指数top5



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.09

*统计模型：极光偏好指数

主流安卓手机应用偏好指数

快手、WiFi万能钥匙进入OV应用安装偏好指数top5

- 极光大数据显示，华为、OPPO、vivo、小米和三星偏好度指数最高的app依次是电信营业厅、唯品会、腾讯视频、百度输入法小米版和百度三星版

主流安卓手机应用安装偏好指数top5



OPPO

vivo



SAMSUNG



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.09

*统计模型：极光偏好指数



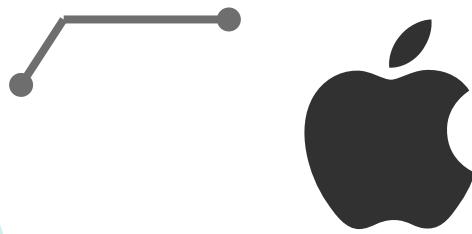
iPhone新机型及iOS11专题研究

iPhone新机型市场保有率

iPhone新机型的市场保有率为0.04%

- 苹果公司于9月13日发布了iPhone 8和iPhone 8 Plus，截至今年第三季度末，这两款新机型在国内手机用户中的保有率为0.04%

iPhone新机型保有率



JIGUANG
iPhone的市场保有率为：
18.5 % 数据服务



iPhone 8和iPhone 8 Plus
的市场保有率为：

0.04 %

数据来源：极光大数据

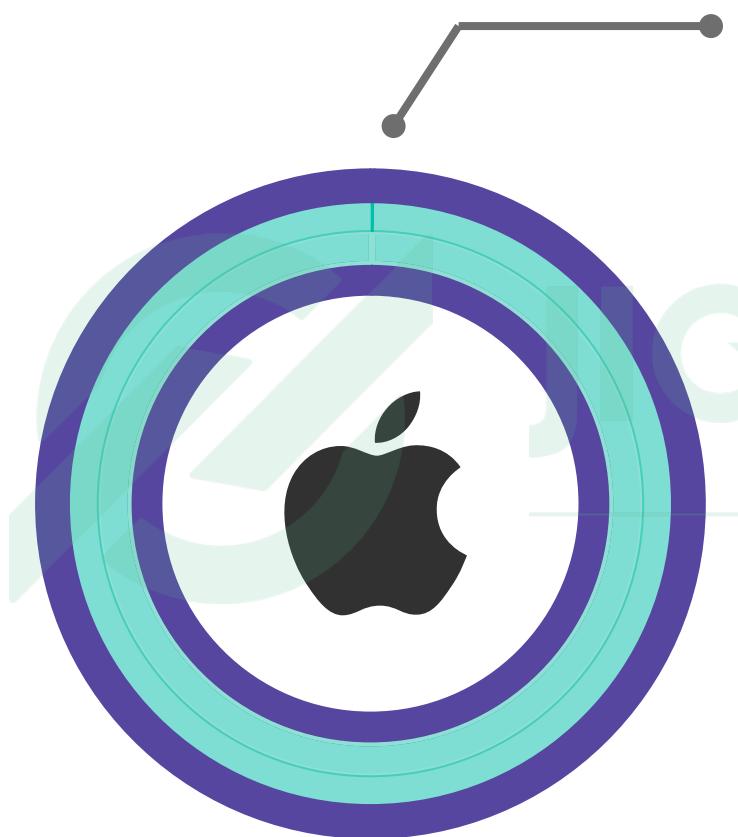
取数周期：2017.09

iPhone新机型在iPhone用户中的占比

每10000名国内苹果手机用户中有24人正在使用iPhone新机型

- 截至今年第三季度末，iPhone新机型在国内苹果手机用户中的占比为0.24%，其中iPhone8占比0.07%，iPhone 8 Plus占比0.16%

iPhone新机型在iPhone用户中的占比



iPhone 8 + iPhone 8 Plus
在iPhone用户中的占比：

0.24 %

数据来源：极光大数据

取数周期：2017.09

iOS 11升级概况

10.2%的iPhone用户已将系统升级至iOS 11

- 根据极光大数据统计，大约一成的iPhone用户已将系统升级至iOS 11

iOS 11用户在iPhone用户中的占比



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.09

报告说明

1. 数据来源

极光大数据，源于极光云服务平台的行业数据采集及极光iAPP平台针对各类移动应用的长期监测，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3月-2017年9月

具体数据指标请参考各页标注

3. 数据指标说明

保有率：根据极光大数据在指定时间段内监测到的至少有一次数据上报的活跃手机数量推算的全国活跃手机总量

销量：根据极光大数据在指定时间段内监测到的手机数量增量推算的全国手机销量

用户忠诚度：某手机品牌的用户在更换手机时选择原品牌所占的比例，比例越高，则认为用户忠诚度越高

4. 报告其他说明

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

关于极光

极光 (www.jiguang.cn) 是中国领先的移动大数据服务商。其团队核心成员来自腾讯、摩根士丹利、豆瓣、Teradata和中国移动等公司。公司自2011年成立以来专注于为app开发者提供稳定高效的消息推送、统计分析、即时通讯、短信和社会化分享组件等开发者服务。**至今我们已经服务了超过60万款移动应用，累计覆盖超过100亿个移动终端，月独立活跃设备超过7.5亿，日发送消息30亿，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，包括极光效果通和极光数据服务。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

极光效果通：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

业务咨询请联系



数据改变世界



极光大数据

华北地区数据咨询

胡畅达 : 15101510721

华东、华南地区数据咨询

Oliver : 18320141359

全国商务咨询

sales@jiguang.cn