

2016-2017年中国 智能手机市场监测报告

2016-2017 China Smartphone Market Monitoring
Report

(内部精简版)



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

iiMedia 艾媒咨询
Research



研究方法

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星统计分析系统等。

- 通过对行业专家、相关企业与智能手机用户进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星统计分析系统和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒北极星：截至2016年12月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.98亿独立装机覆盖用户行为监测。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，详情可咨询whd@iimedia.cn。

分析师速评

市场格局

2016年，中国智能手机格局发生大变动，苹果、三星销售量大幅下滑，华为高歌猛进穷追不舍，逐渐缩小与前两者的差距，OPPO、VIVO则异军突起，国内尤其在三四线城市市场占有率大幅上涨。而前两年出货量连续蝉联冠军的小米销售量骤减，市场表现令人唏嘘不已。

苹果



2016年苹果公司财报显示，苹果手机销量大幅下滑，但销售利润仍在增长，占领全球智能手机九成以上市场利润。艾媒咨询分析师认为，苹果机定位高端市场，实行最大化定价和最小化生产成本战略，高强创新能力获得大量用户期待和追捧，利润长期领先。但鉴于其受众范围受限，以及三星、华为、小米等众多手机厂商在技术和设计上升级，苹果要想通过维持技术优势保证对消费者的吸引力存在较大难度。

三星



2016年三星Note 7频频发生“爆炸门”，产品信誉度大打折扣，一度陷入信任危机，停产和召回也造成大量直接损失。据其第三季度财报显示，受Note 7风波，其三季度利润大跌17%，下滑至4.41万亿韩元（约合39亿美元）；营业利润暴跌30%，共计5.2万亿韩元，迎来两年以来最低点，严重威胁其全球市场地位。但在芯片和显示器业务上，三星仍处于供应链核心地位，对于三星手机的支撑作用明显，可见发展品牌核心竞争力是应对危机和保持可持续发展的重要策略。

分析师速评

华为



2016年华为总体销量和营收大幅增长，但是因为研发和营销成本较高，利润增幅并不大。2017年1月，华为高管对外宣称2017年华为手机的目标是冲击330亿美元，也就意味着2017年华为手机出货量至少要达到1.8亿台。艾媒咨询分析师认为，华为要在整体行业增长乏力的情况下完成目标，势必要在保持原有产品核心竞争力基础上尽可能削减研发和销售成本。

小米



2016年，小米在乐视、魅族、vivo、OPPO围攻之下，出货量大幅下滑，销售瓶颈初显。而造成小米业绩惨淡的原因，主要来自小米对于市场的误判，集中线上销售渠道忽视线下渠道，失去大量线下市场。而目前小米也开始在渠道和供应链上发力，扩张线下体验店，并且发布自主研发的芯片。艾媒咨询分析师认为，小米的战略调整在一定程度上可以补救漏洞，但线下体验店人力成本、维护成本、店面成本三高问题同样也会困扰着小米，未来小米要重回巅峰，或有可能通过游戏、应用分发来支撑其发展。

OPPO/VIVO



2016年，OPPO和vivo依靠线下渠道和明星代言，横扫二三线城市，出货量迎来年度大爆发，市场占有率达到大幅提升，品牌形象逐渐树立和传播。艾媒咨询分析师认为，国内中高端消费市场对智能手机的需求渐趋饱和，而对于三四线低消费群体而言，正值换机高峰，对于智能机的需求普遍较高，市场空间较大。OPPO和vivo正是将战略集中于三四线城市，抓住了用户需求赢得了市场。但随着低端市场的饱和，以及小米、华为等竞争对手强势发力，留给OV的市场空间逐渐被压缩，市场优势能否保持无法判定。未来或许需要将目标集中在5G上，抢先占据市场赢取主动权。

分析师速评

乐视



2016年，乐视面临资金链、裁员、版权等多重危机，投资者纷纷撤离，乐视手机也遭受重创，销量大减。乐视手机在乐视危机中不堪一击，主要原因一方面是市场竞争太过激烈，竞争对手强悍，品牌、渠道大战如火如荼。另一方面乐视手机单品利润单薄，容易产生产品积压，销售利润和过大的乐视资金链均难以支撑产品长期稳定生产出货。

联想



联想即便收购摩托罗拉，但在中国区市场表现并没有达到预期，因而联想希望切入运营商完成战略转型。2017年2月，联想招募中国移动高管虞果任副总裁，3月又宣布原中国电信终端公司总经理马道杰加入，目前联想已揽入多位有运营商背景的高管加入。艾媒咨询分析师认为，联想切入运营商，极有可能是想抢先布局5G，抢夺先机，等待在行业重新洗牌时脱颖而出。

360手机



2016年11月初，360对外宣布技术出身的祝芳浩不再担任360手机总裁一职，由前华为荣耀销售副总裁李开新统管所有工作。艾媒咨询分析师认为，人事调整或意味着360手机将实行由产品转向销售的策略调整，在产品同质化、创新难度大的背景下，渠道和软产品积累是变现的关键，也是目前各大厂商重点追逐的方向。

摩托罗拉

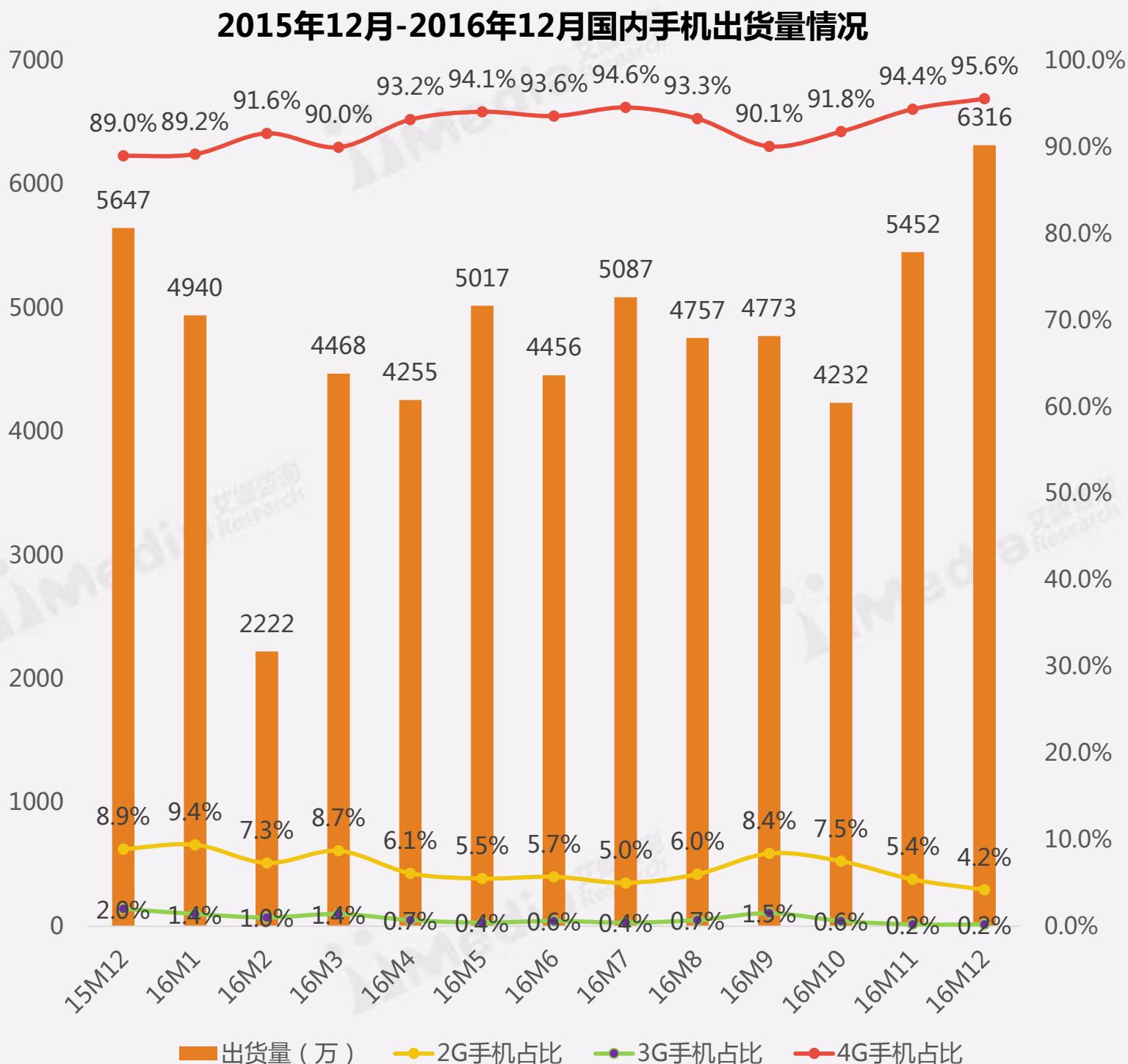


摩托罗拉于9月初面向中国市场推出Moto Z系列新品，主打轻薄与智能模块化的理念，获得媒体广泛关注，但在消费市场并未获得预期效果，产品销售量不乐观。艾媒咨询分析师认为，模块化手机，以及曲面屏、可折叠屏手机是吸睛产品，但目前只能满足小众用户的需求，要实现大规模量产可能性较小，未来重点还需要看产品的包装、推广和营销效果。

2016年国内手机出货量达5.60亿

数据显示，2016年1月至12月，国内手机市场出货量达5.60亿部。

12月，国内手机市场出货量6316.4万部，4G手机为主体，占比达95.6%。艾媒咨询分析师认为，国内手机市场增量仍在加速，4G手机普及度提高，行业更加注重手机网速和智能化水平，未来期待手机行业产能和市场需求能够同步良性增长。

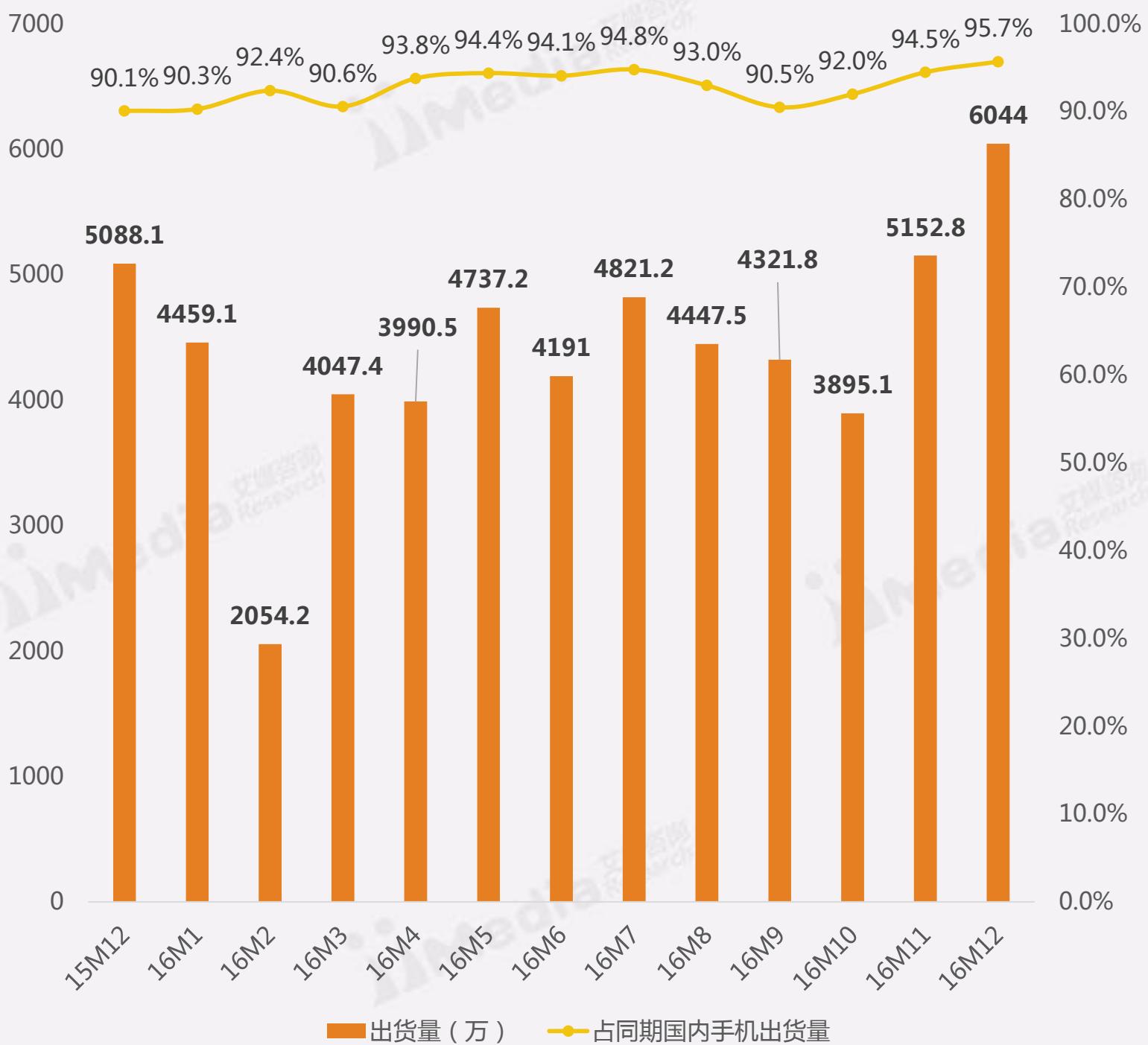


数据来源：中国信息通信研究院、iiMedia Research

智能手机出货量占比超九成

数据显示，1-12月，智能手机出货量达5.22亿部，占同期国内手机出货量的93.2%，2016年12月，智能手机出货量占比最高，占同期国内手机出货量95.7%，可见智能手机已经成为当前市场的主流产品。

2015年12月-2016年12月国内智能手机出货量情况

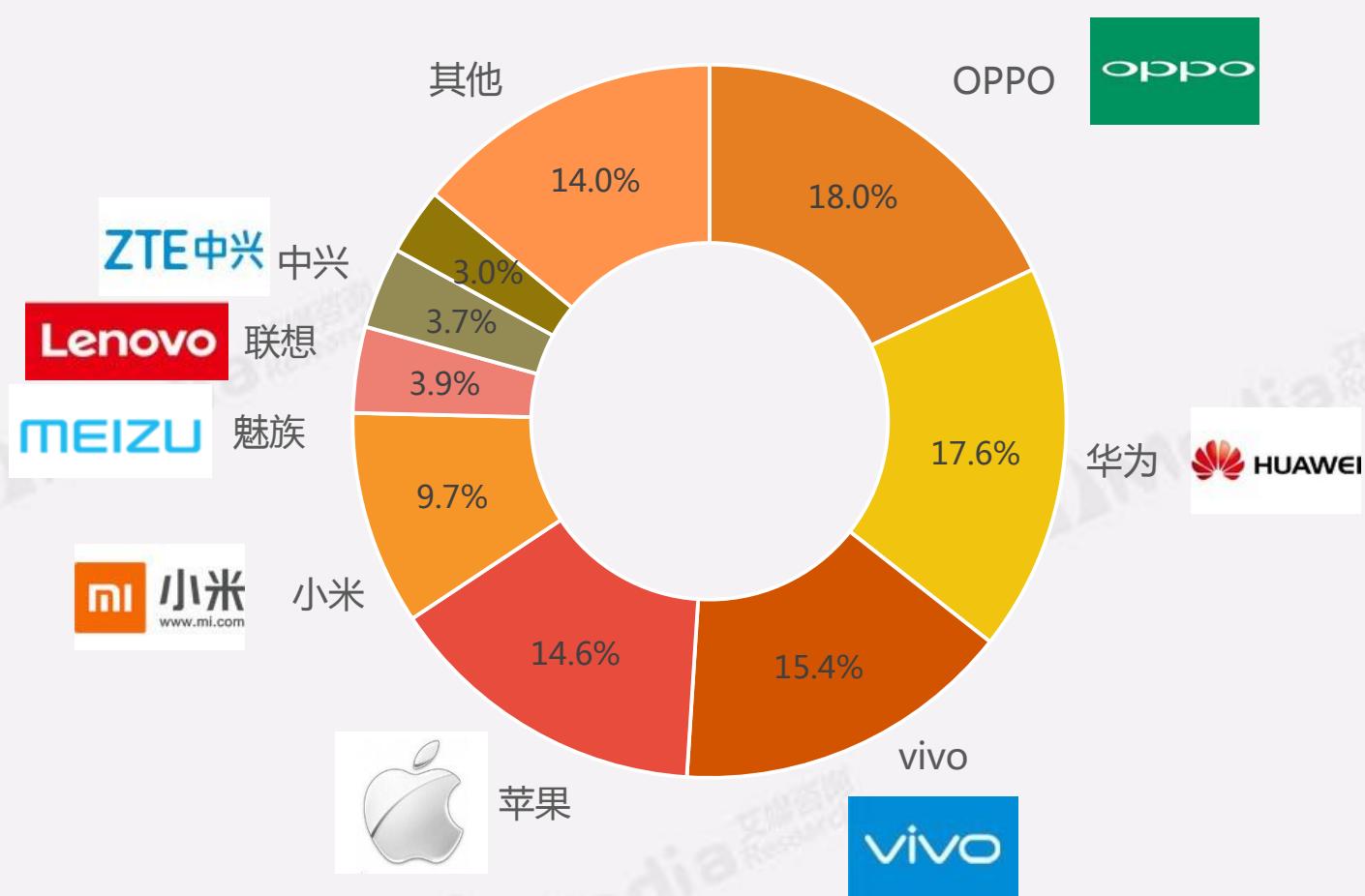


数据来源：中国信息通信研究院、iiMedia Research

OPPO销售占比居首 小米业绩惨淡

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016年中国智能手机市场格局发生大变动，OPPO深耕三四线城市，拓展线下渠道，市场占有率大幅扩增，以18.0%的销售占比领先；华为销售量跌落第二，占比17.6%；vivo则通过“轰炸式”广告投放，以及升级拍照、音质等技术，直击用户痛点，获得市场认可，市场份额异军突起，排列第三；小米手机2016年市场表现差强人意，业绩惨淡，销售占比仅为9.7%。

2016年中国智能手机销售占比



智能手机未来发展趋势预测

智能手机仍有发展空间 但高速增长红利渐无

随着移动互联网以及人工智能技术的快速发展，智能手机功能不断完善，软件和服务更到位，满足用户娱乐、生活、学习多元化需求，智能手机成为用户不可替代的工具，发展前景无限。但国内智能手机用户疯狂增长期已过，存量市场空间减少，低端用户市场对智能手机的要求不高，利润减少，高端用户市场新机更换速度比较慢，因而智能手机市场仍非常严峻，高速增长红利渐无。

智能手机厂商抢先布局5G网络 行业或将面临重新洗牌局面

2017年两会期间，“十三五”规划纲要草案明确，积极推进第五代移动通信（5G）和超宽带关键技术研究，2020年实现5G商用的目标。艾媒咨询分析师认为，网络更新换代对于手机行业来说是一个关键的转折点，也是淘汰期，抢先布局者才能获得市场主动权，5G技术的出现将会重新变革智能手机格局。

人工智能驱动手机智能化升级 成为智慧家庭控制中枢

人工智能技术蓬勃发展，图像和语音识别技术渐趋成熟，手机智能化水平提高，并且带动虚拟助理的发展，比如苹果的Siri、亚马逊公司的Alexa等语音助手，在软件和服务上进一步升级。而目前智能手机在智慧家庭中的作用渐趋明显，越来越多用户期待智能手机可以成为控制智慧家庭的中枢，比如控制智能电视、空调、洗衣机等所有智能家居产品，便捷用户生活。

智能手机未来发展趋势预测

打造品牌核心竞争力 或是品牌可持续发展的重要策略

智能手机轮回性和周期性比较强，头部厂商难以在激烈的市场竞争中长期保持领先地位，因而打造品牌核心竞争力，以及实行差异化竞争是躲避危机和保持长远发展的重要战略。当前部分厂商期待在产品创新上获得突破，有些厂商则注重打造线上线下渠道，而也有些厂商在智能操作系统和芯片上发力，通过核心优势保持市场占有率。三星通过销售显示器扭转爆炸门带来的危机、高通则做智能手机芯片供给，在市场上也保持领先地位。

核心零部件成本价格上涨 市场或将面临抬价风波

国内手机的核心元器件大多依赖进口，2016年，受汇率上调影响，内存、屏幕等主要部件成本普遍上涨，库存和供应链难以支撑市场需求，出货量大受影响。艾媒咨询分析师认为，基于不断高涨的成本价格，2017年智能手机厂商将在价格策略上作出调整，市场或面临加价风险，需要将用户的价格接受程度放在考虑范畴。

国内手机厂商出海加速 但风险加剧

国内智能手机用户红利渐触天花板，竞争加剧，用户大幅增量可能性较小，因而厂商加速出海寻求增量市场，未来期待在非洲、南美、南亚等第三世界国家有所突破。但出海风险也随之而来，本地化、专利、安全性、品牌等问题严重困扰国产厂商，国外纠纷案例明显增多。未来厂商在“走出去”过程中要强化专利意识，提高专利质量，并提高本地化能力，满足本地用户需求。

VR/AR技术应用成熟 或成智能机重要卖点

VR/AR热潮形势下，各大手机厂商将加大VR/AR领域布局，借助VR噱头升级使用体验，通过AR增强技术提高智能机智能化水平。随着用户关注度和市场认可度上升，VR/AR在智能手机领域的应用将会更加成熟。



北极星应用统计分析平台是在广东省政府省重大科技专项支持下研发的专业、独立的第三方移动应用统计分析平台，支持Android、iOS等主流平台。

北极星系统通过专业的技术手段助力开发者统计和分析流量来源、用户行为、用户习惯、进行用户画像并与运营商大数据对接，充分利用运营商精准LBS能力、用户深度透视能力、用户消费能力，帮助开发者利用数据进行产品、运营、推广策略的决策，改善产品设计，透视运营指标，提升推广效率。



ADiiMedia艾媒移动广告监测系统由全球领先第三方数据研究机构艾媒咨询独家研发，系统针对移动端广告特性，通过全流程数据记录跟踪、复合反作弊算法，结合用户大数据标签分析，实时提供公正独立的广告监测与优化服务，帮助广告主、代理公司及数字媒体有效分析提升营销效果和投资回报。目前支持微信公众号、微博、网页、APP、H5等多种媒体广告监测。

ADiiMedia系统正在为国内外的过百家知名品牌提供产品及服务，包括微软、高通、百事、华为、联想、王老吉、格力等。

服务网址：<http://bjx.iimedia.cn/> 接入咨询：mwj@iimedia.cn

艾媒 ● 大数据解决方案

围绕“互联网+”主题，依托艾媒集团的整合传播营销与互联网行业大数据挖掘的资源优势，为寻求互联网转型的传统企业以及互联网创业企业提供业务咨询，整合资源，提升客户价值。



法律声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，报告版权归艾媒咨询集团控股有限公司（中国香港）；报告中所有的文字、图片、表格均受到中国大陆及香港特别行政区知识产权法律法规的保护，任何非商业性质的报道、摘录、以及引用请务必注明版权来源；iiMedia Research（艾媒咨询）会向国家相关政府决策机构、知名新闻媒体和行业研究机构提供部分数据引用，但拒绝向一切侵犯艾媒著作权的商业研究提供免费引用。

本报告中的调研数据均采用行业深度访谈、用户调研、桌面研究得到，部分数据未经相关运营商直接认可；同时本报告中的调研数据均采用样本调研方法获得，其数据结果受到样本的影响，部分数据可能未必能够完全反映真实市场情况。因此，本报告仅供个人或单位作为市场参考资料，本公司不承担因使用本报告而产生的法律责任。在未接受本声明前，请不要阅读本报告。



因为专注，
所以专业！

Since 2010, We focus on mobile Internet!



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

全球领先的移动互联网
大数据挖掘与分析机构