

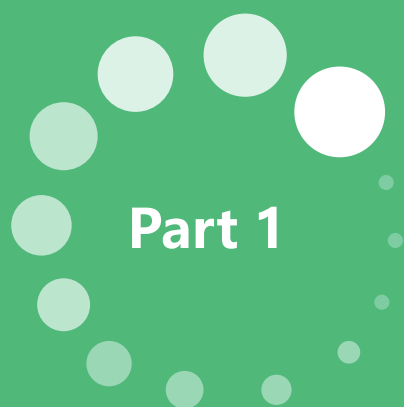


国内手机市场年中大盘点

2017年Q2手机数据报告

极光大数据

2017.07



手机保有量分析

2017年Q2国内手机保有量

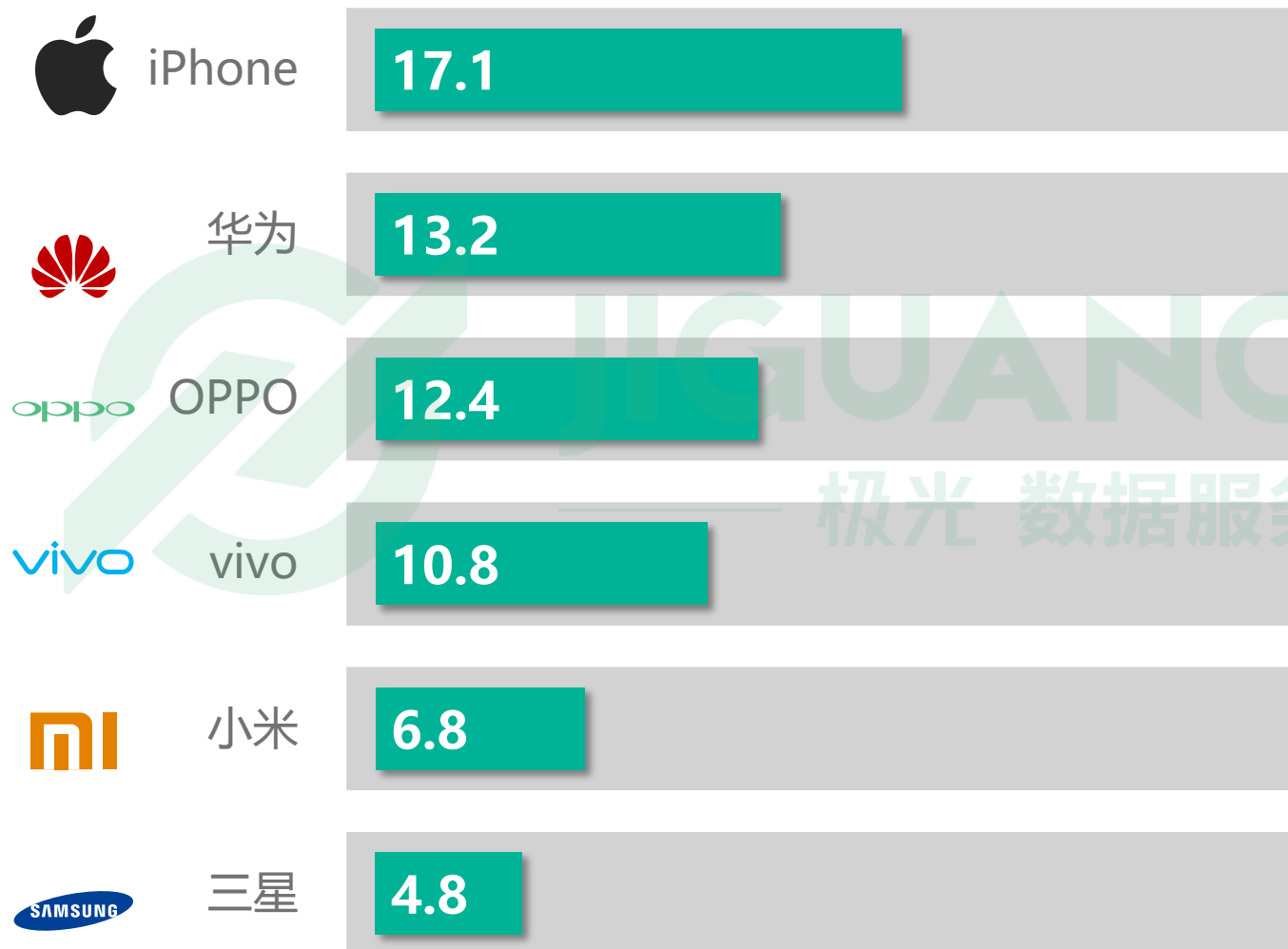
国内保有量top3手机品牌：iPhone、华为、OPPO

- 极光大数据显示，截至2017年6月，国内手机市场继续保持一超多强的状态，iPhone保有量为一亿七千万台，华为和OV均超过一亿台

2017年Q2国内手机保有量

单位：千万台

x 10000000



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.06

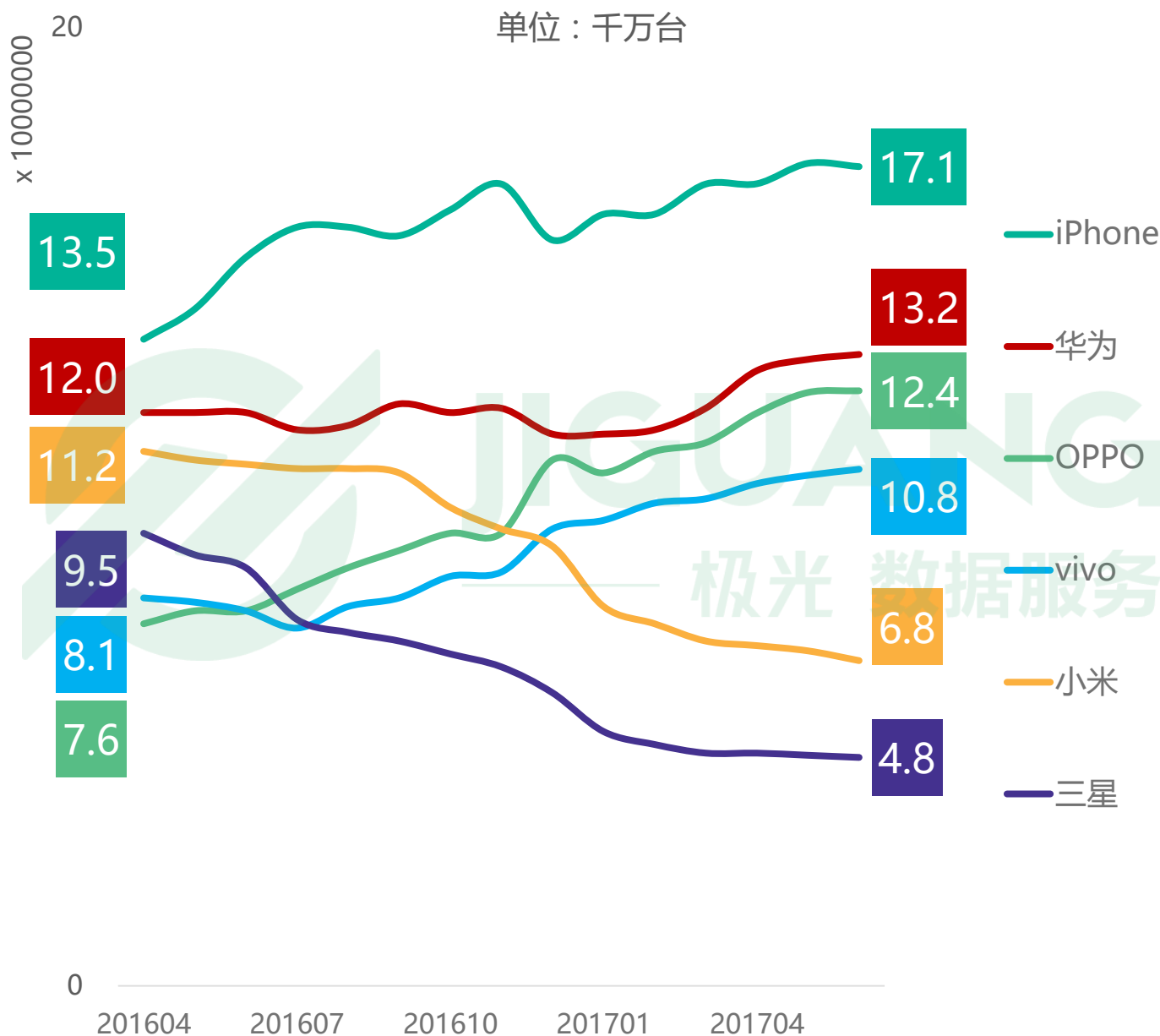
Q2主流手机品牌保有量变化趋势

iPhone保有量一骑绝尘，OV在过去一年稳健增长

- 在过去一年，iPhone保有量在波动中上升，OV保有量先后超过小米和三星并从今年年初开始逐步拉开距离，华为保有量相对保持稳定

2017年Q2市场保有量主要品牌变化趋势

单位：千万台



数据来源：极光大数据

取数周期：2016.04-2017.06

Q2各级别城市手机品牌保有率概况

在一线城市中，平均每10台手机有超过4台是iPhone

- 极光大数据显示，OV在三线及以下城市表现强势，保有率超过iPhone和华为

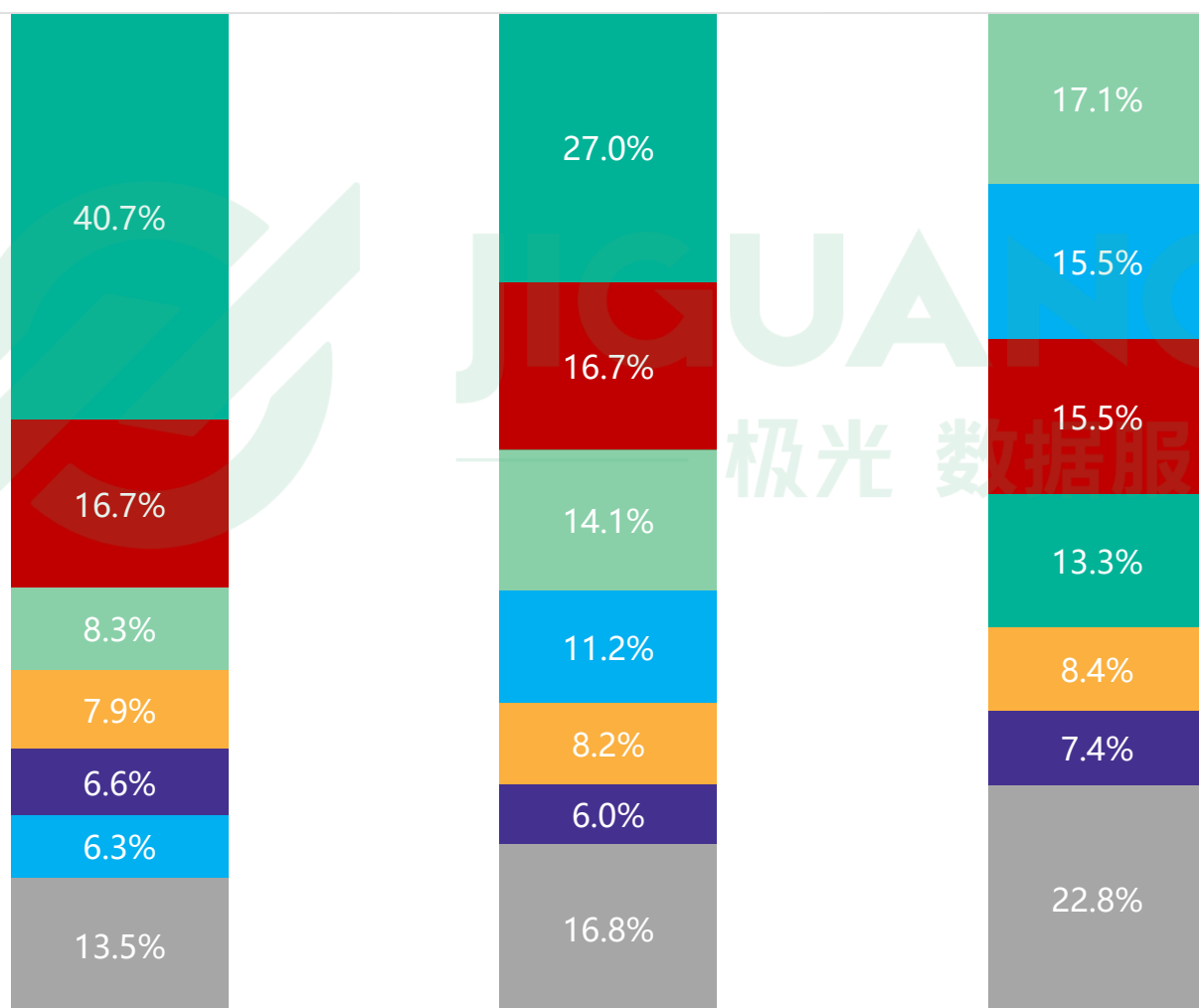
各级别城市手机品牌保有率分布

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

一线

二线城市

三线及以下城市



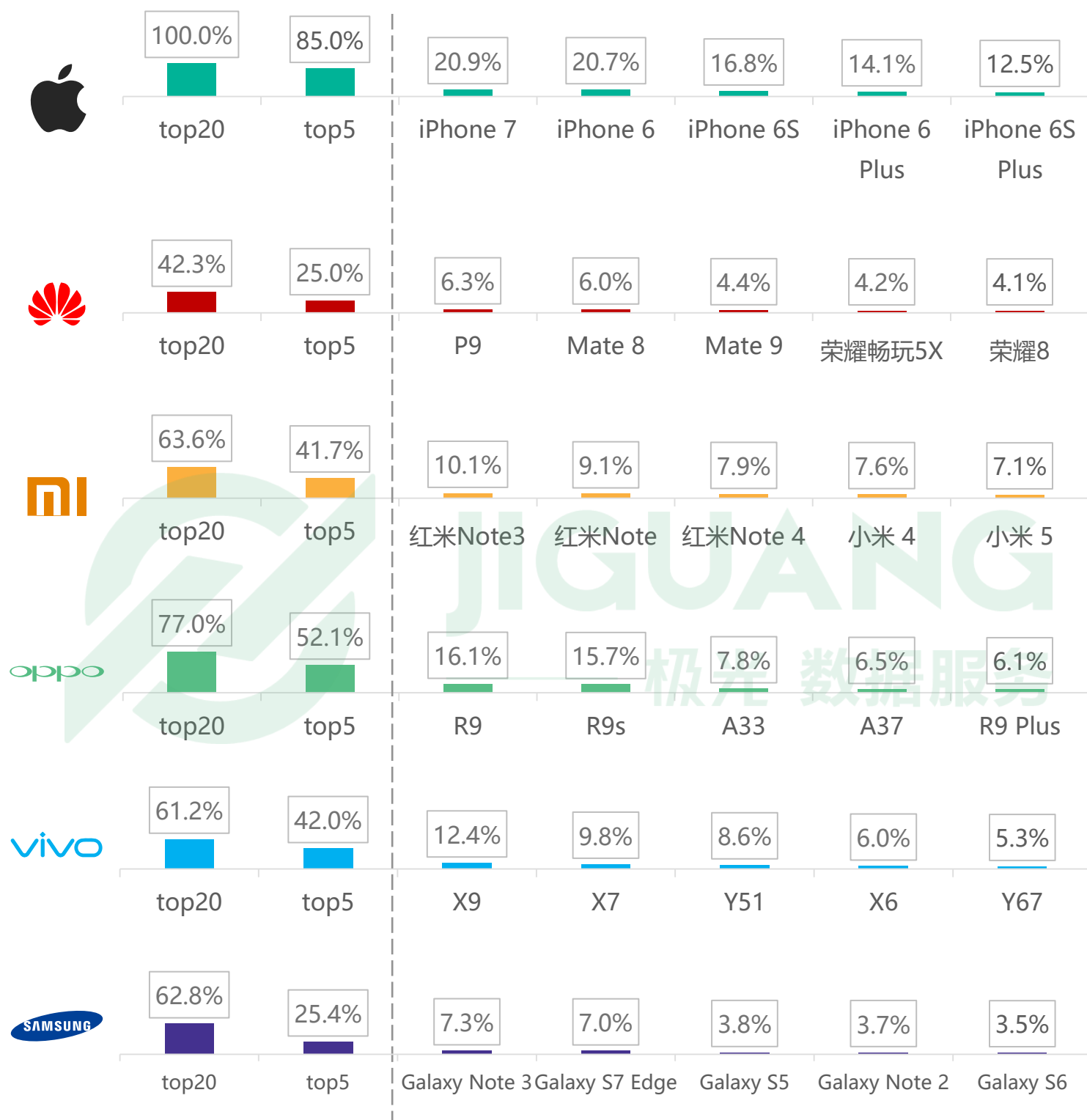
数据来源：极光大数据

取数周期：2017.06

Q2主流手机品牌型号分布

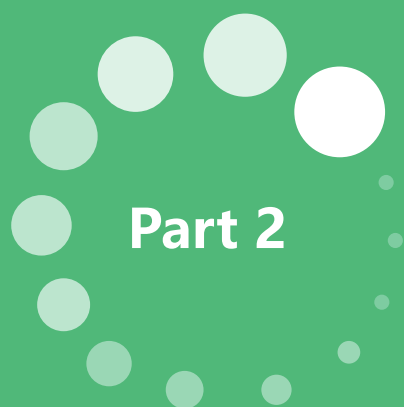
OPPO聚焦明星机型，是机型集中度最高的安卓手机品牌

主流品牌手机型号分布



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.06



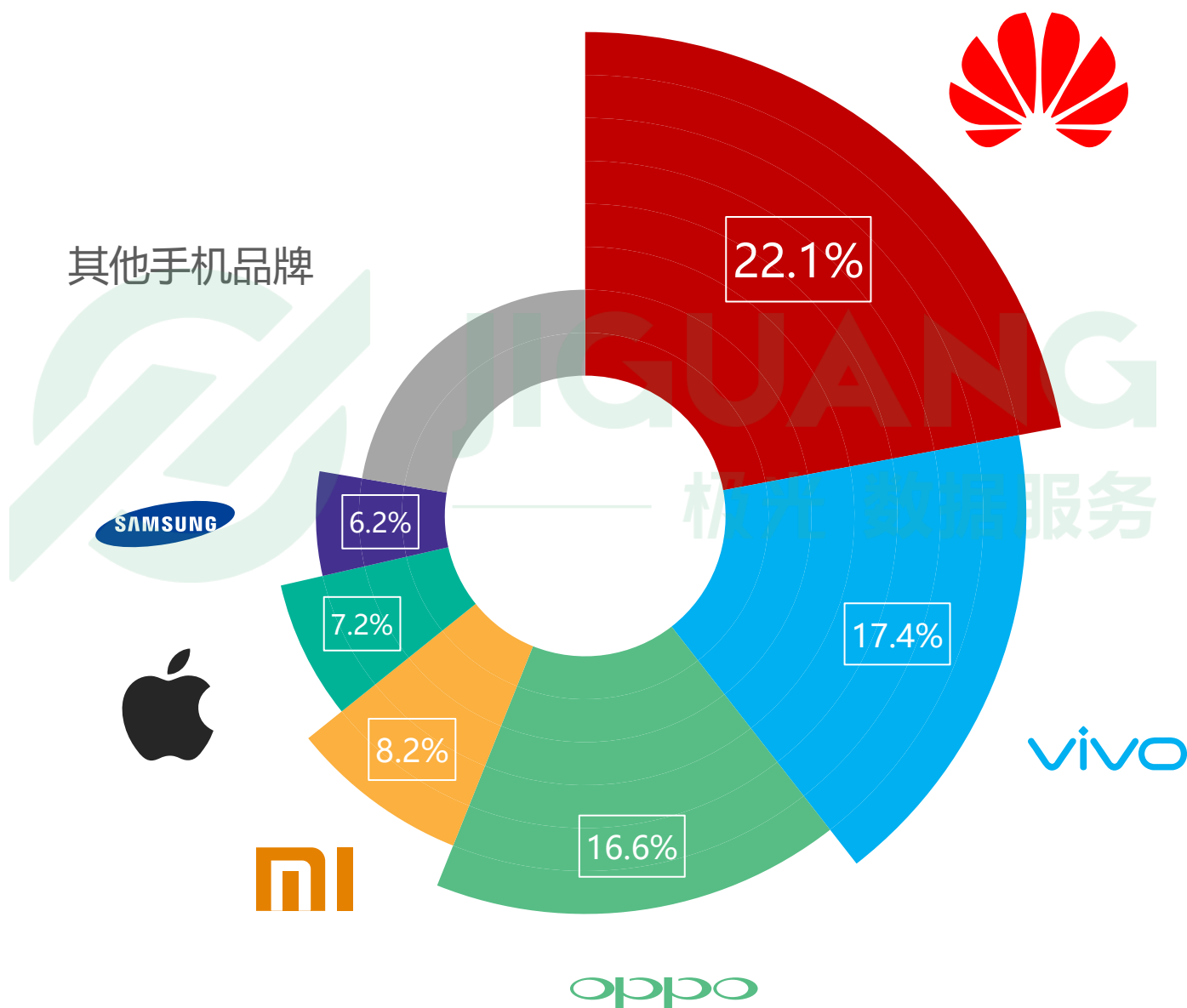
手机销量分析

2017年Q2国内手机销量份额

华为卫冕销量冠军，占Q2国内手机销售份额21.1%

- 根据极光大数据统计，vivo在Q2的销量表现优秀，占据17.4%的销售份额，超过OPPO，登上本季度销量亚军的宝座

2017年Q2手机品牌销量份额



数据来源：极光大数据

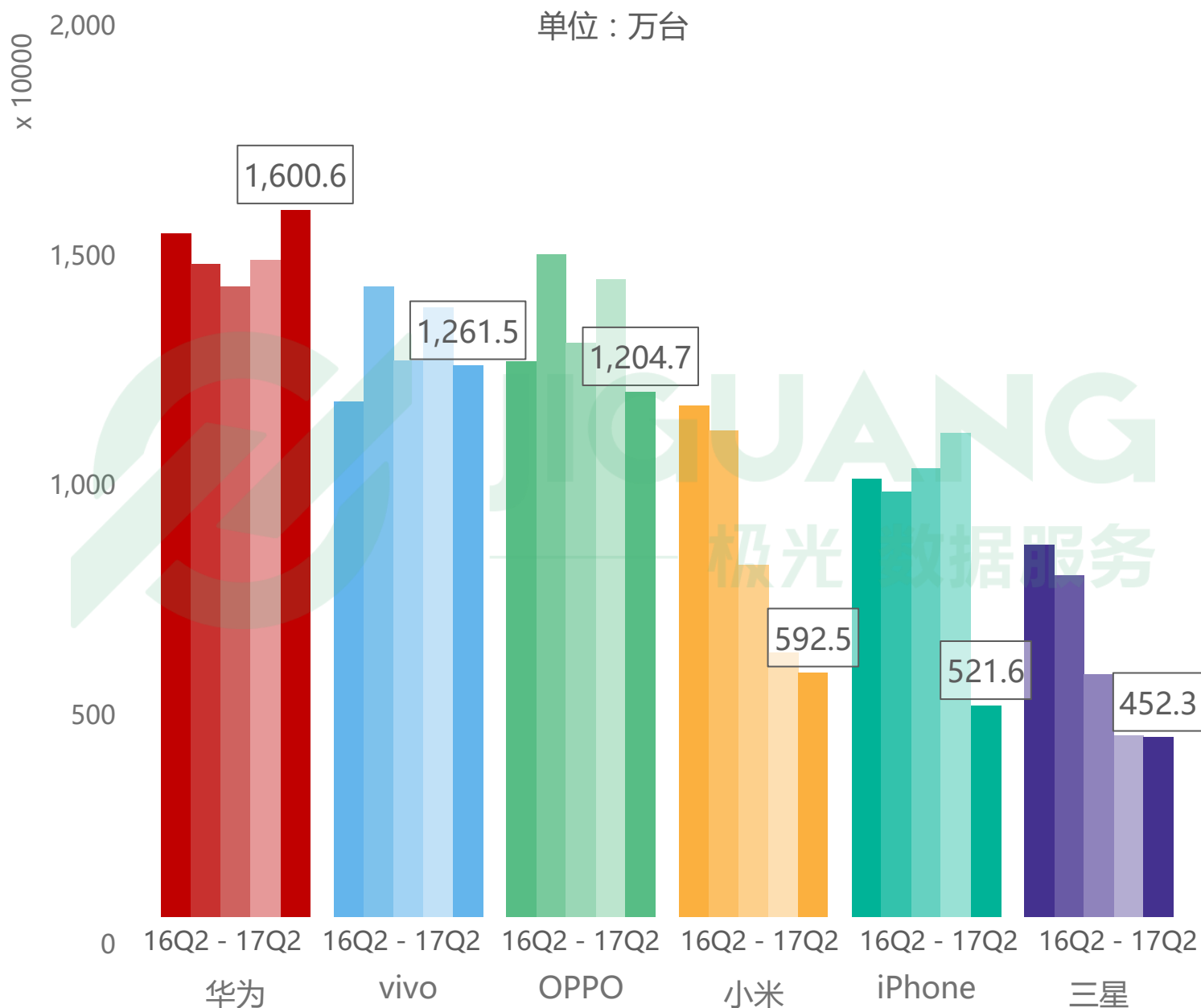
取数周期：2017.04-2017.06

Q2主流手机品牌销量变化趋势

苹果十周年，iPhone新机目标用户或持币等待

- 极光大数据显示，苹果销量与去年同期相比大幅下跌，苹果十周年推出的新机型iPhone新机将在第三季度末发布，有入手iPhone需求的用户或正在持币等待

2017年Q2主流手机品牌销量变化趋势



数据来源：极光大数据

取数周期：2016.04-2017.06

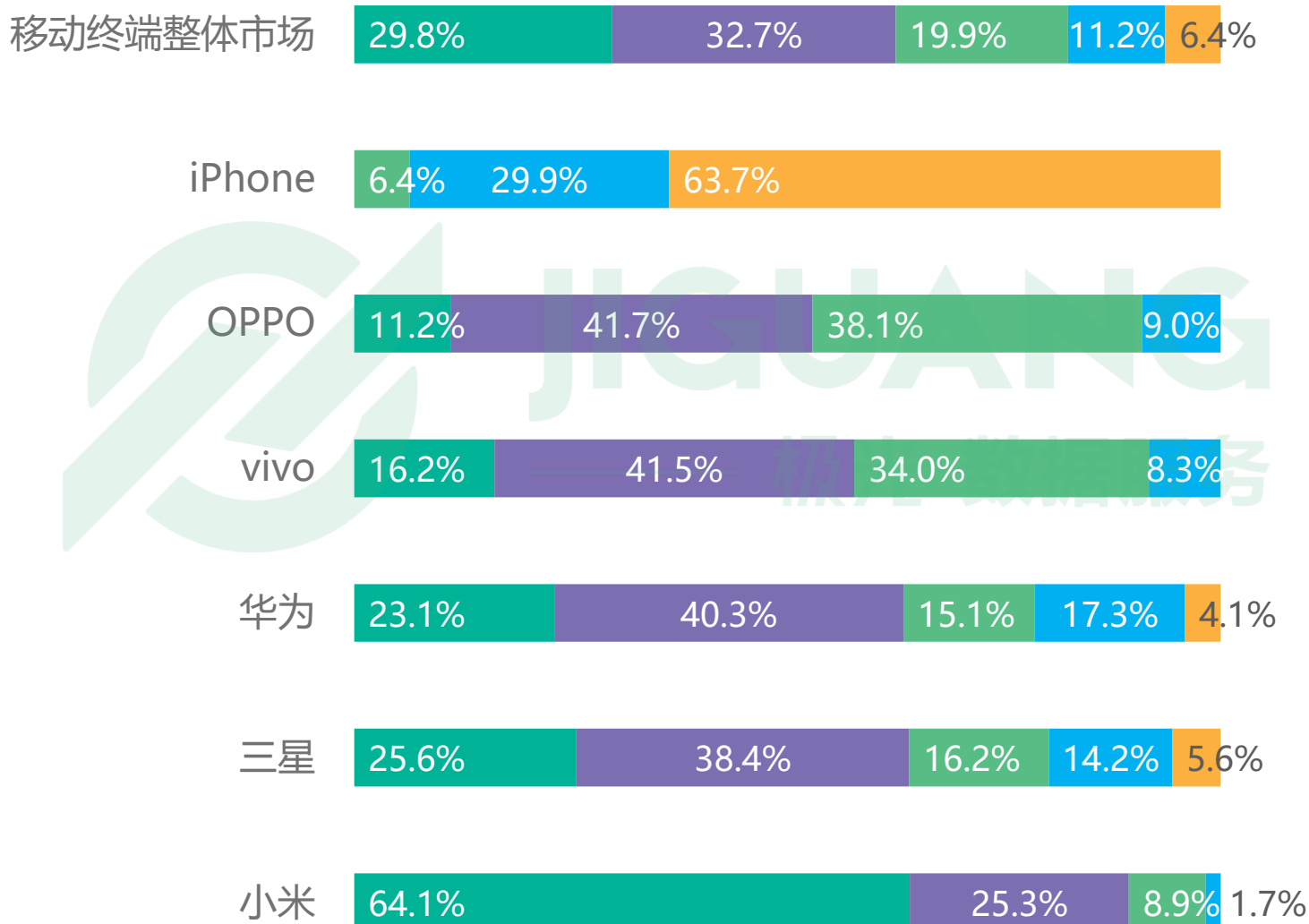
Q2主流手机品牌销量价格分布

小米千元机成为销量担当，为小米贡献逾六成销量

- 通过观察极光大数据发现，62.5%的消费者在Q2选购手机时选择了两千元以内的机型，不到10%的消费者选择了价格在四千以上的机型

2017年Q2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：2017.04-2017.06

Q2销量top10手机机型

OPPO R9s接力R9成为安卓机皇

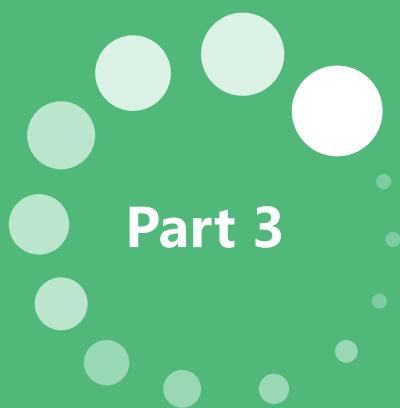
- 销量top10机型中，4款来自OPPO，4款来自vivo，其余两款分别来自苹果和华为，其中5款于去年11月发布

Q2手机型号销量top10机型

发布时间	品牌	机型	销量占比
2016年9月	OPPO	OPPO R9s	4.5%
2016年9月	Apple	iPhone 7	4.1%
2016年11月	vivo	vivo X9	3.4%
2016年11月	OPPO	OPPO A57	1.9%
2016年11月	vivo	vivo Y67	1.9%
2016年11月	OPPO	OPPO A59s	1.8%
2016年11月	Huawei	华为 Mate 9	1.6%
2016年5月	OPPO	OPPO A37	1.5%
2015年11月	vivo	vivo Y51	1.5%
2016年12月	vivo	vivo Y66	1.4%

数据来源：极光大数据

取数周期：2017.04-2017.06



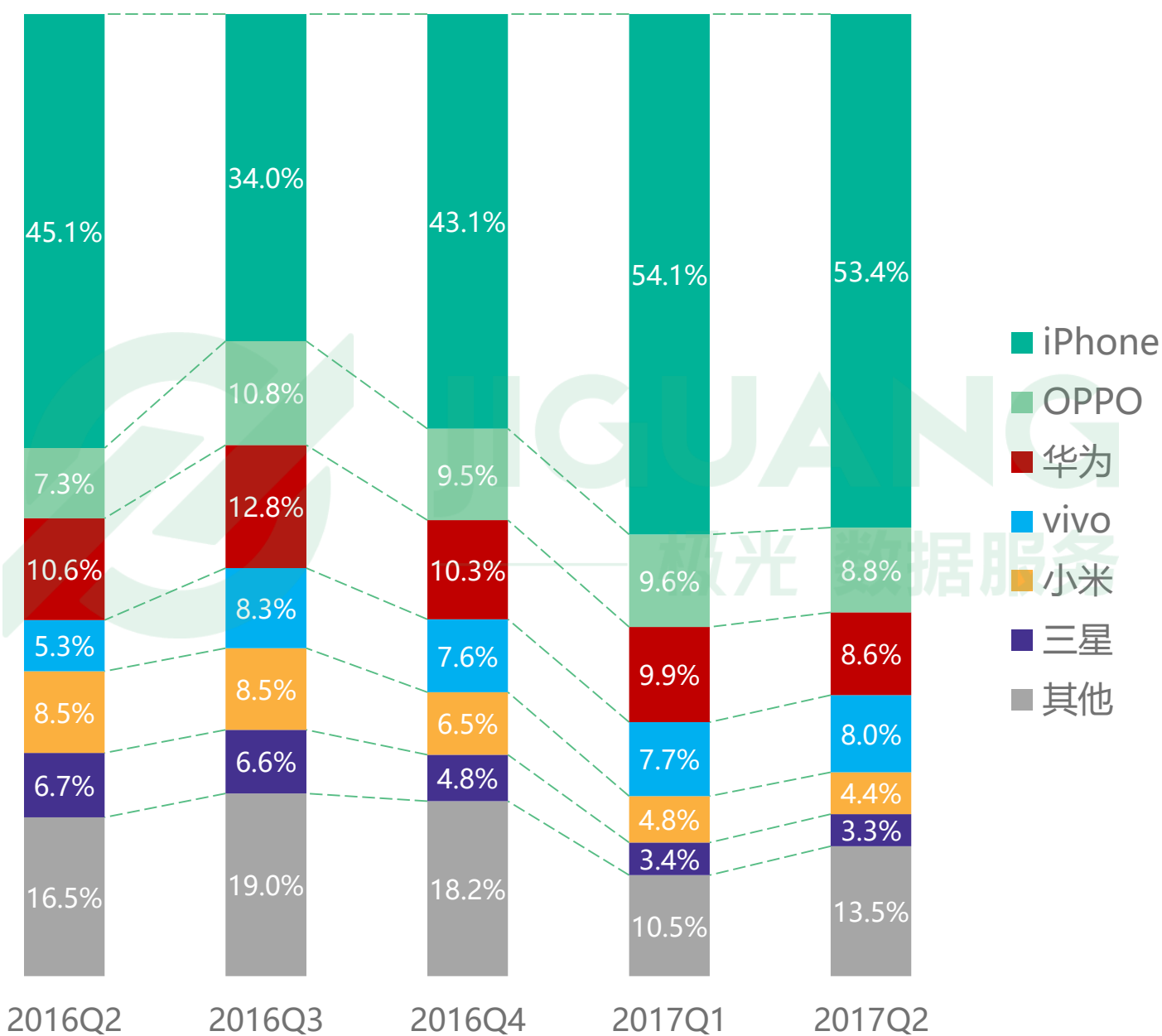
主流手机品牌用户忠诚度分析

主流手机品牌用户忠诚度—— iPhone

超过50%的iPhone换机用户选择继续使用iPhone

- 极光大数据显示，今年上半年，iPhone的用户忠诚度维持在较高水平，超过50%的iPhone换机用户选择继续购买该品牌

2017年Q2 iPhone用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

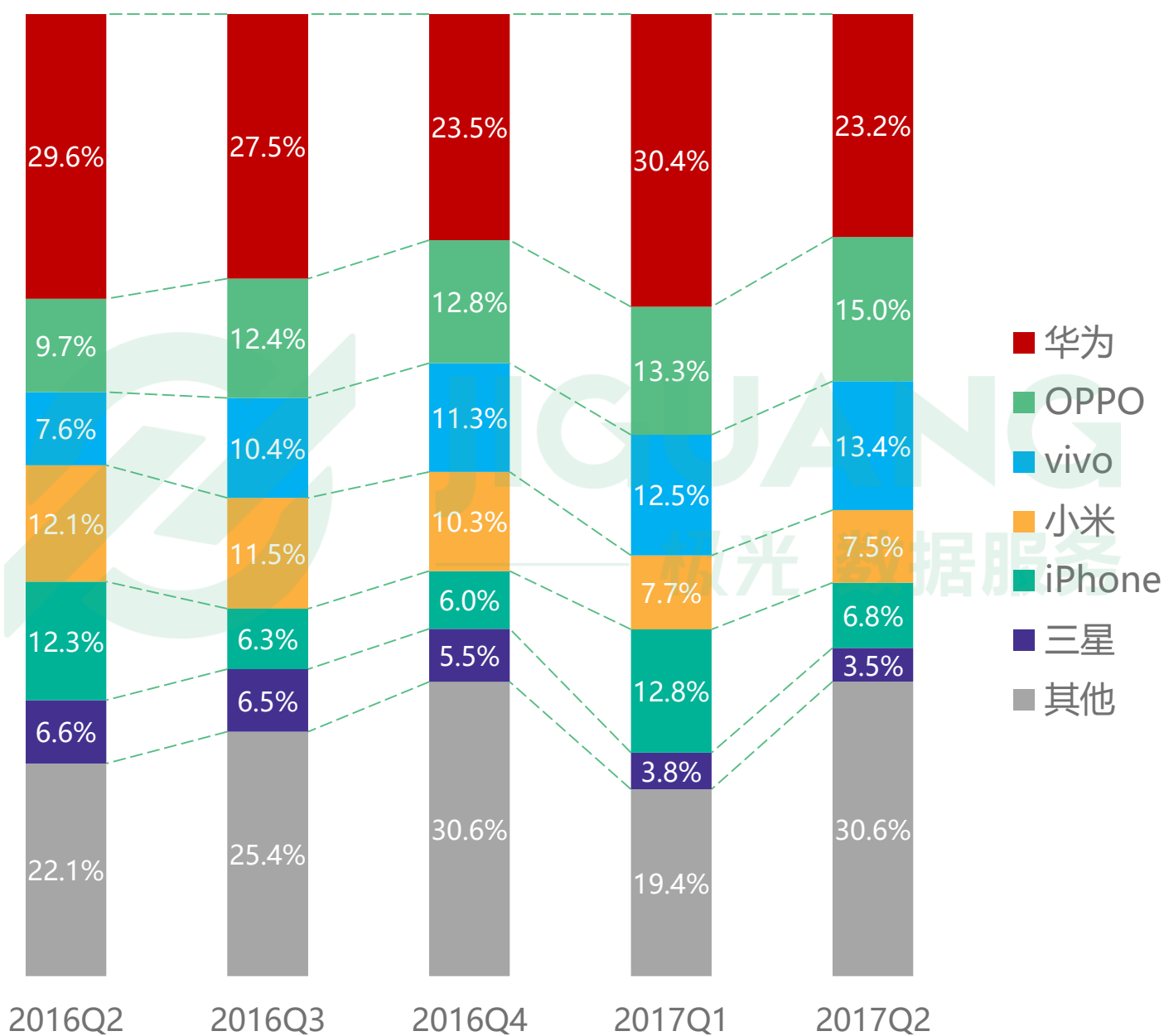
取数周期：2017.04-2017.06

主流手机品牌用户忠诚度——华为

OV持续攫取华为换机用户

- 根据极光大数据统计，选购OV的华为换机用户正在逐季增加，iPhone对华为的影响力则在削减

2017年Q2 华为用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

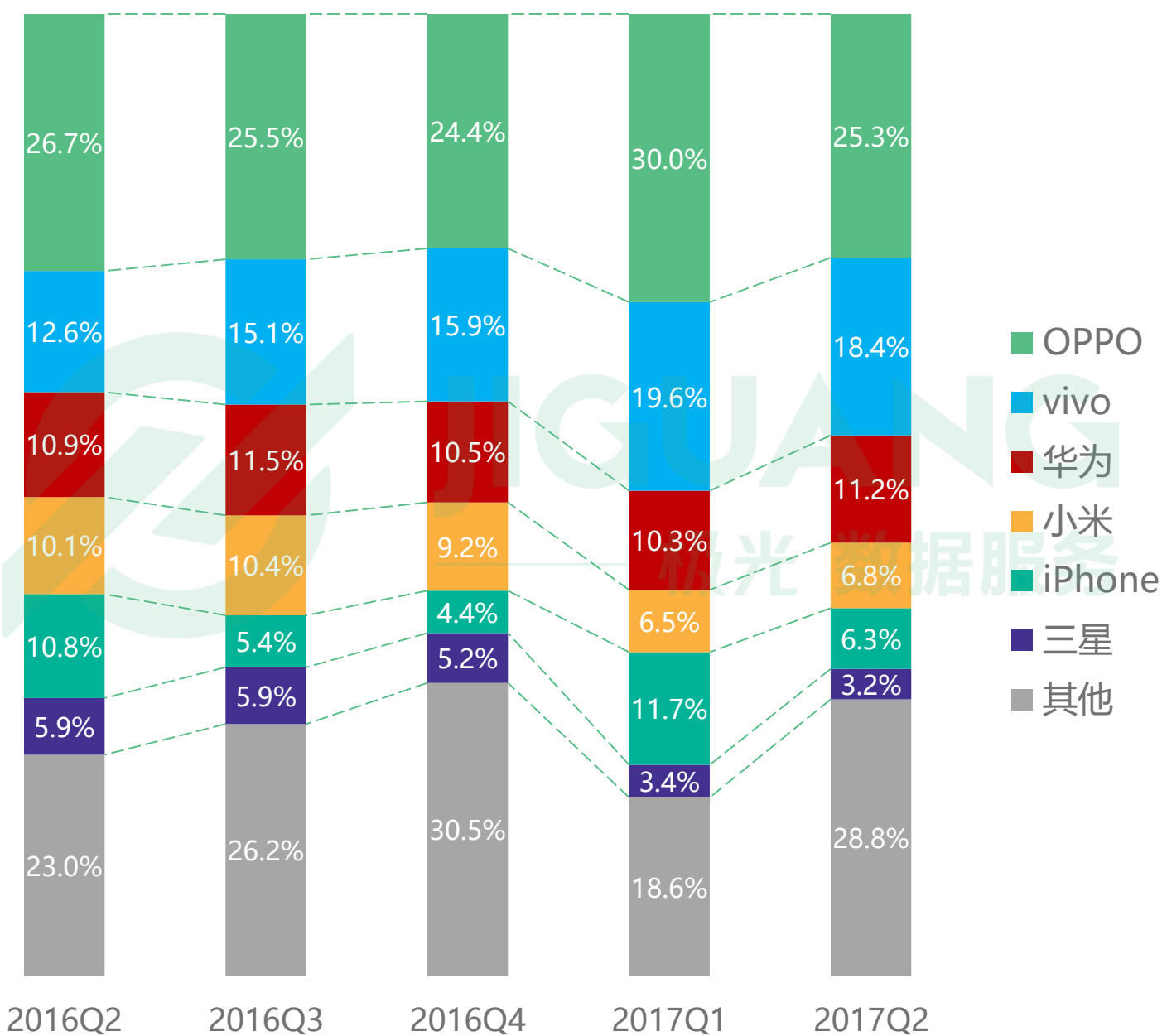
取数周期：2017.04-2017.06

主流手机品牌用户忠诚度——OPPO

长尾市场对OPPO的影响在这一季度显著加强

- OPPO用户忠诚度较Q1下降了4.7%，OPPO今年推出的主打机型R11和R11 plus分别在6月中下旬发布，有购买OPPO新款机型意向的用户或仍在持币观望，目前的选择OPPO的换机用户选购的机型主要集中在Q4发布的R9s、A57和A59s

2017年Q2 OPPO用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

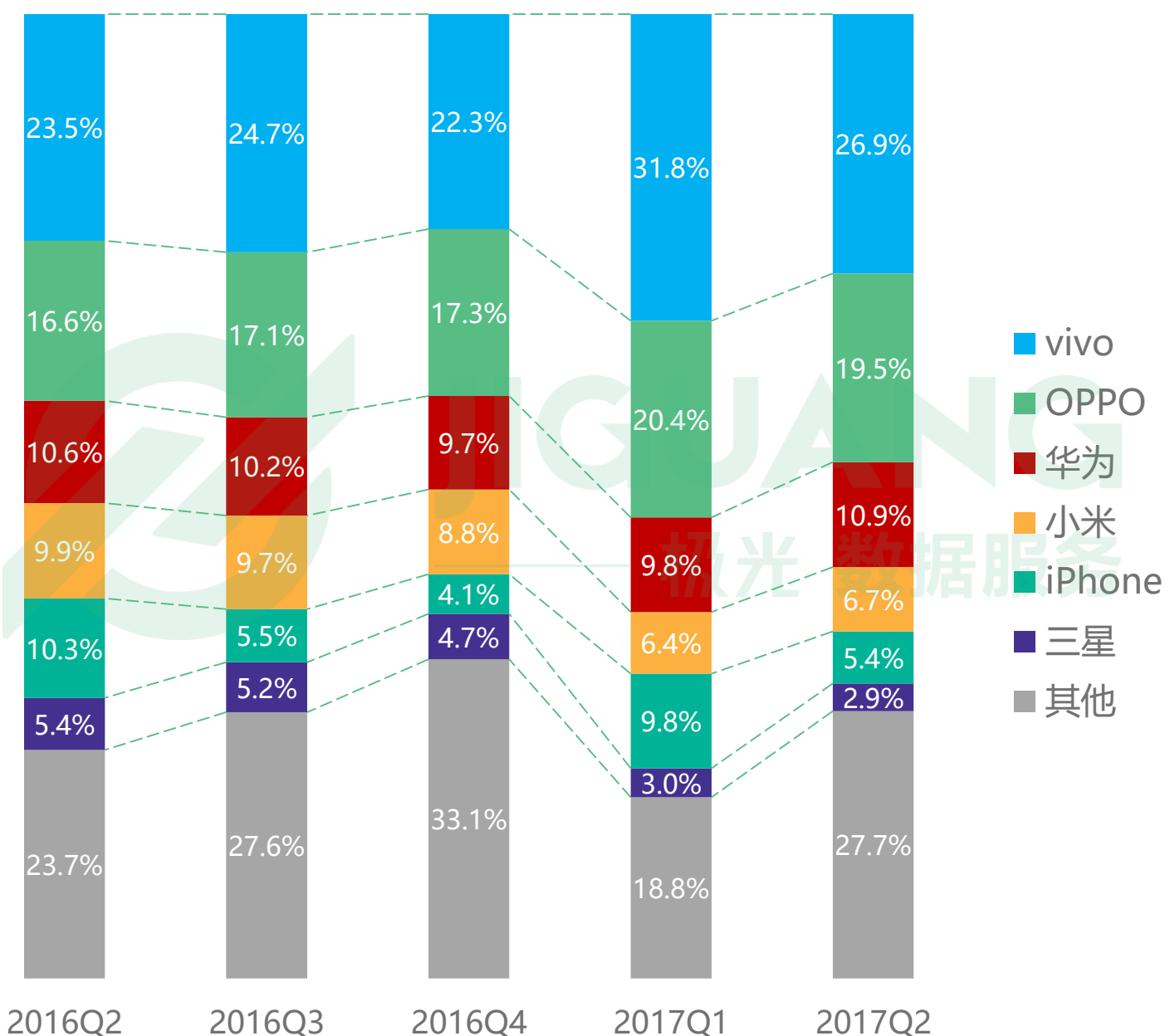
取数周期：2017.04-2017.06；长尾品牌：除iPhone、华为、OV、小米和三星以外的手机品牌

主流手机品牌用户忠诚度—— vivo

vivo用户忠诚度在Q2有所下降，但仍是过去五个季度的较高水平

- vivo换机用户这一季度的市场表现跟OPPO类似，接近三成用户选择了长尾品牌，依赖明星机型拉动销量同时维持用户忠诚度的vivo在今年仅推出了一款市场反应平淡的Y53

2017年Q2 vivo用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

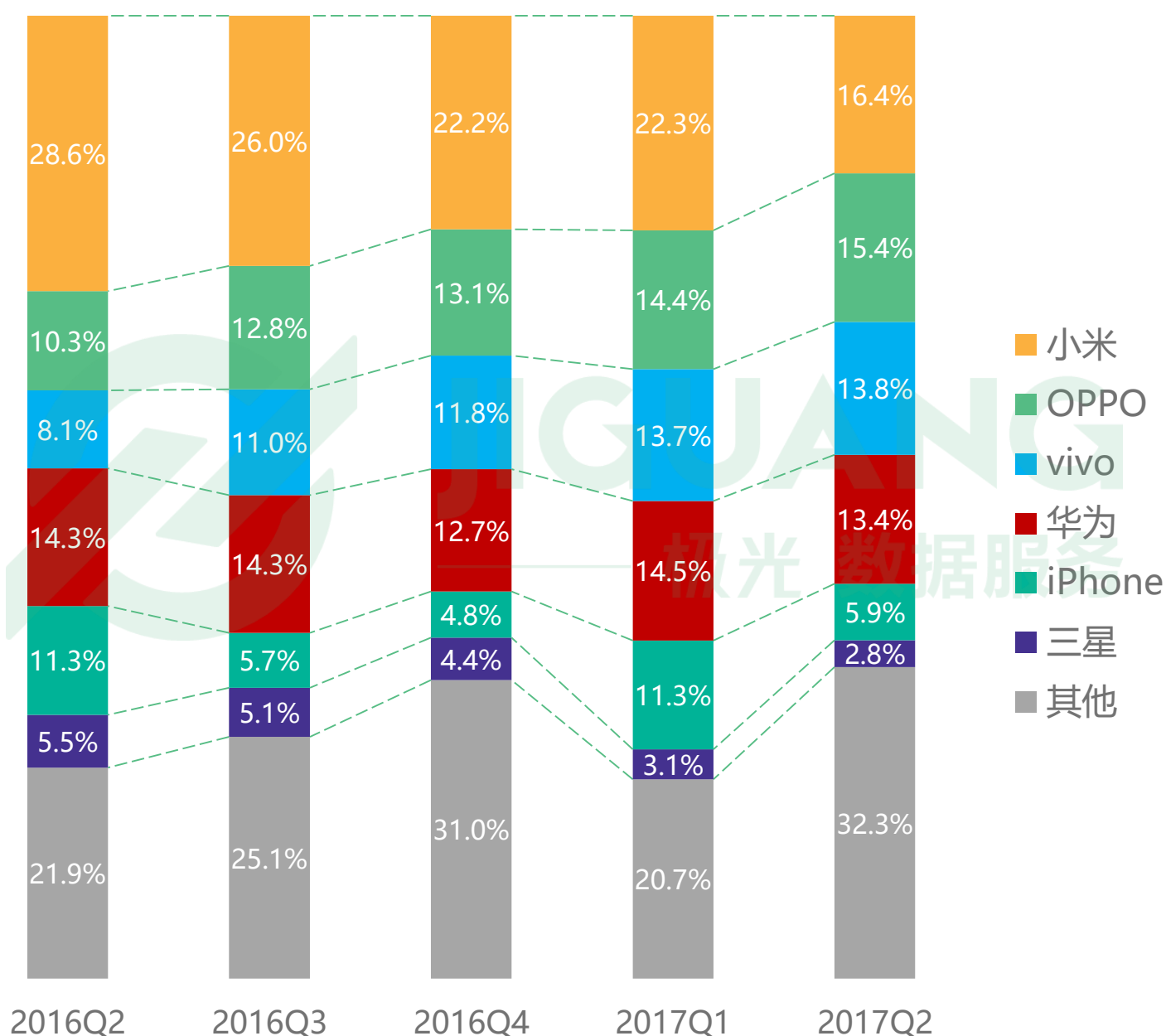
取数周期：2017.04-2017.06

主流手机品牌用户忠诚度——小米

小米用户忠诚度连续四个季度下滑

- 极光大数据显示，小米换机用户中分别有15.4%和13.8%的用户选购了OPPO和vivo

2017年Q2 小米用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

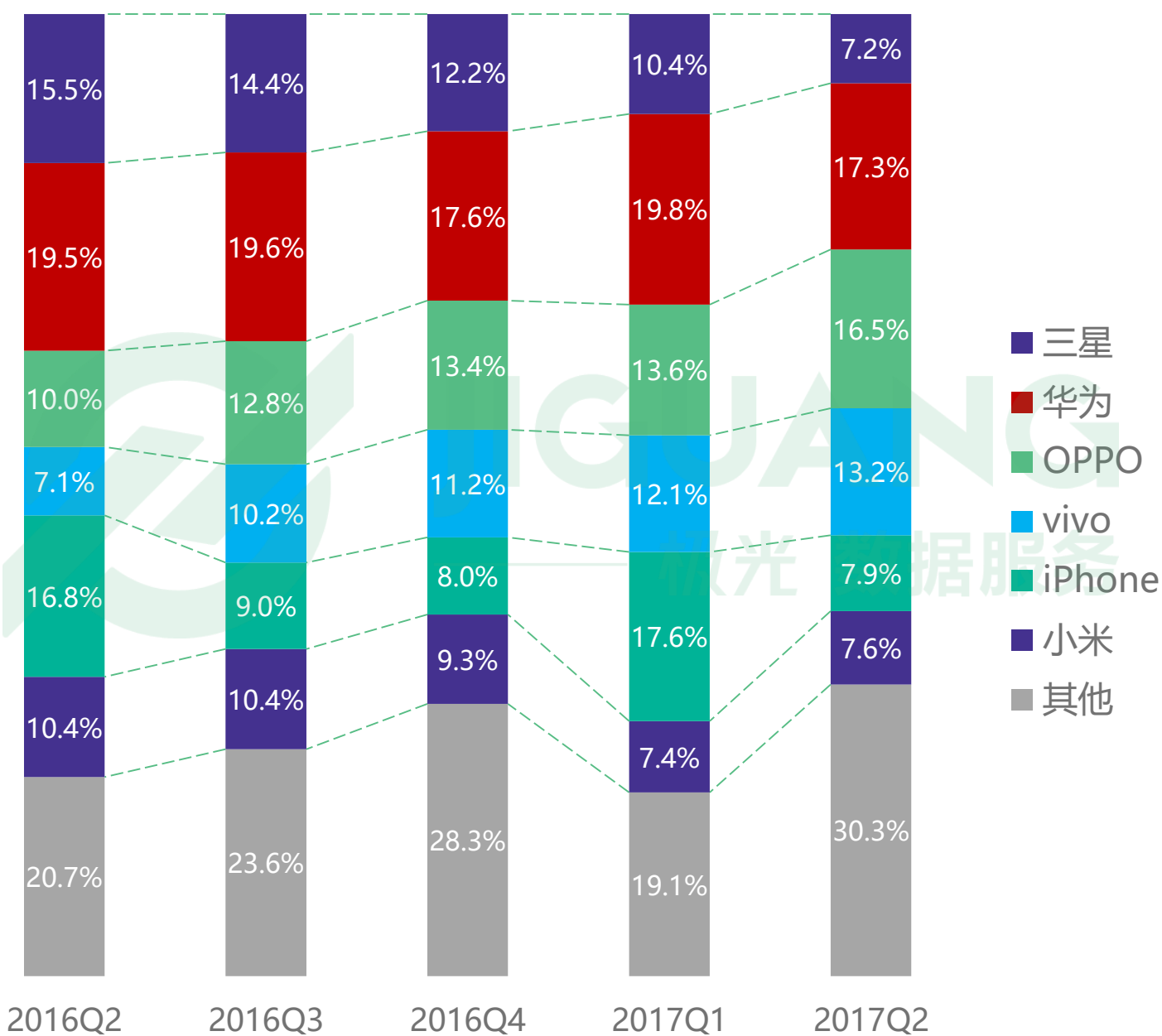
取数周期：2017.04-2017.06

主流手机品牌用户忠诚度——三星

华为是最受三星换机用户青睐的品牌

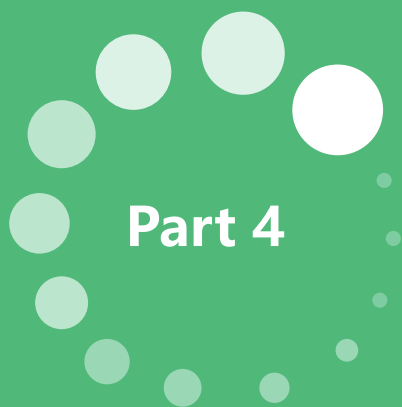
- 在过去5个季度，选购华为的三星换机用户占比始终最高，接近两成

2017年Q2 三星用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.04-2017.06



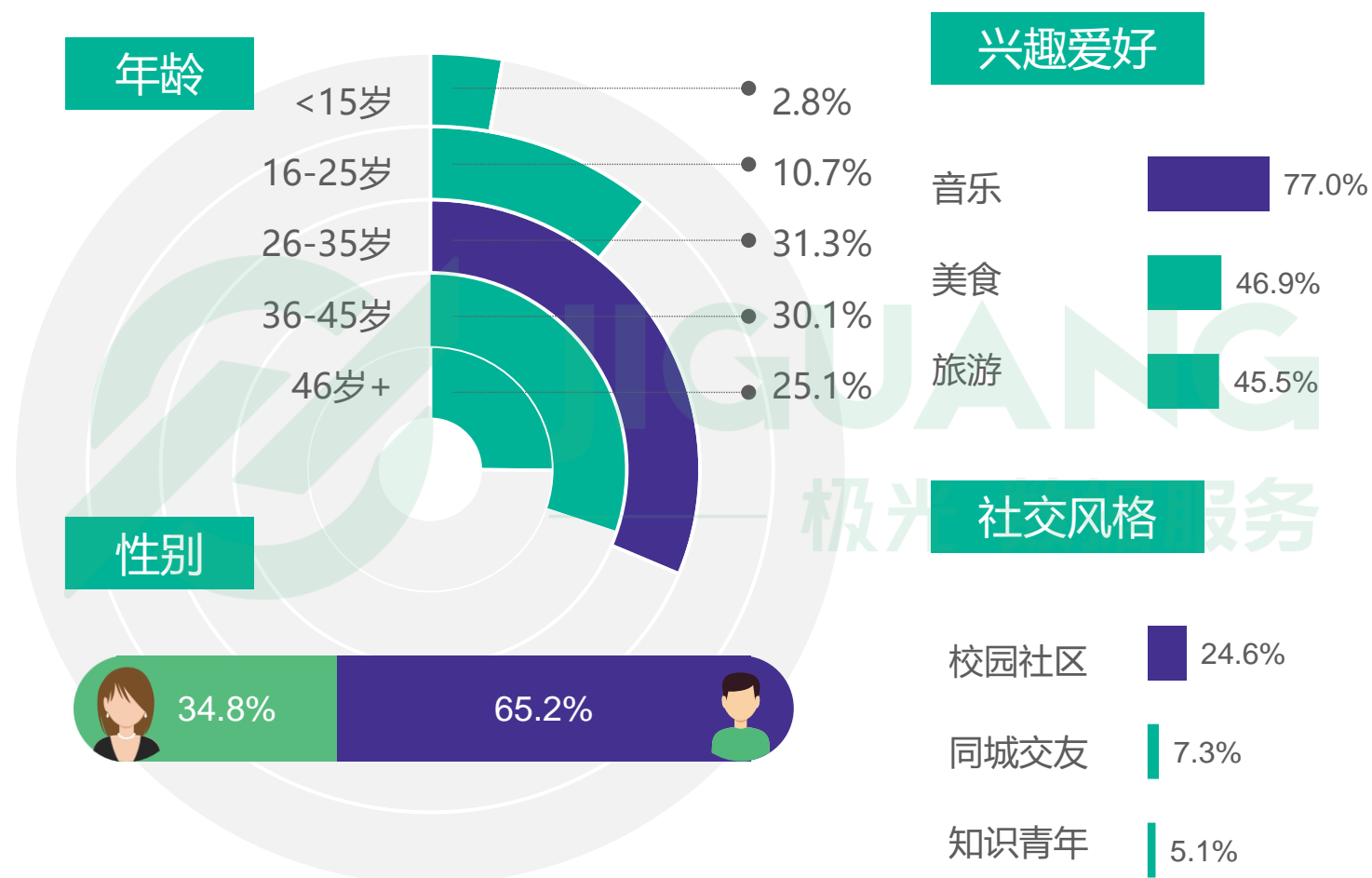
主流安卓手机品牌用户画像

主流安卓手机品牌用户画像——华为

华为用户：逾五成用户超过35岁

- 华为手机以中年用户为主，55.2%的用户年龄超过35岁，其中65.2%的用户是男性

华为用户画像



数据来源：极光大数据

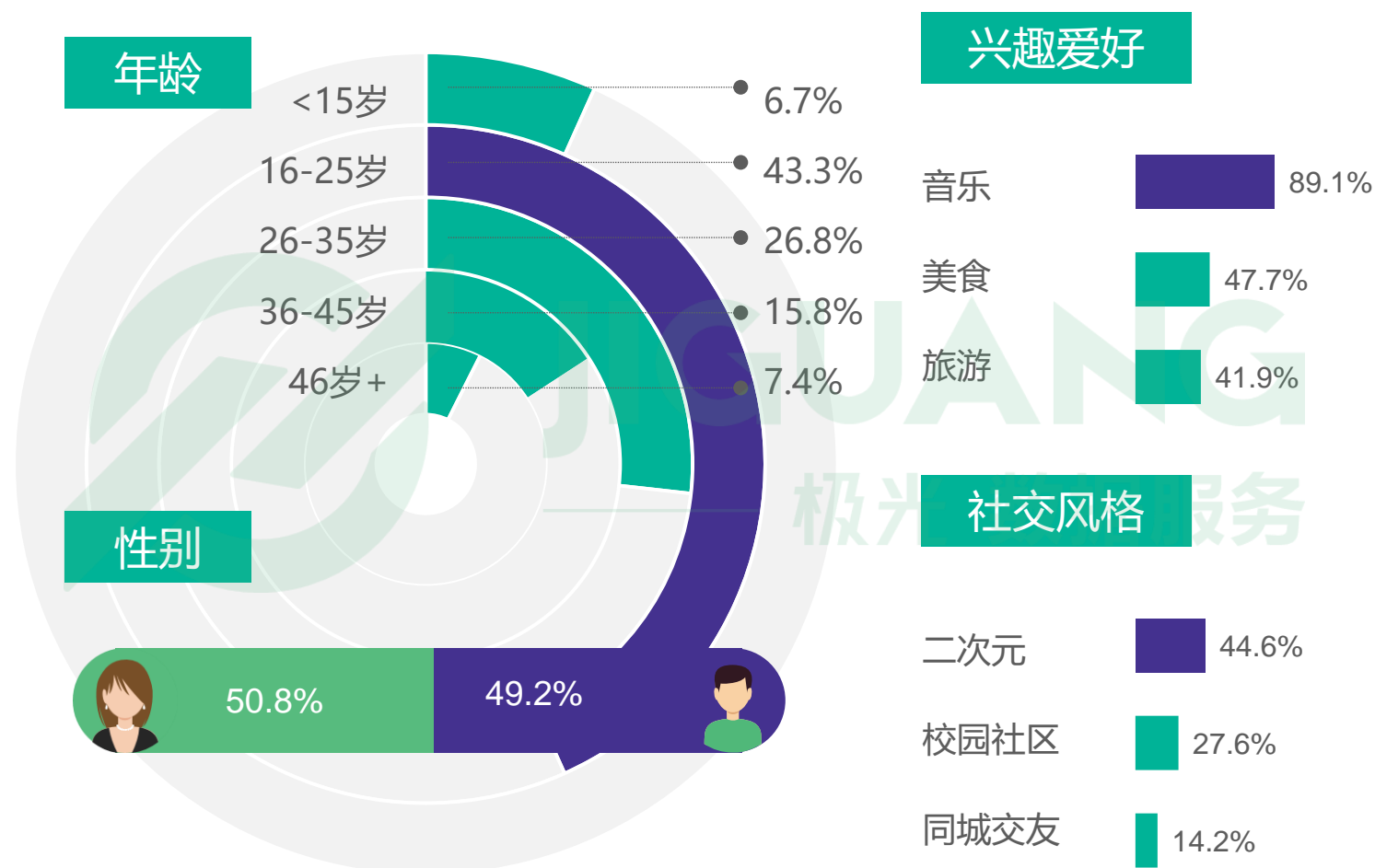
取数周期：2017.04-2017.06

主流安卓手机品牌用户画像——OPPO

OPPO：年轻人的手机

- 极光大数据显示，在OPPO手机用户中，43.3%的用户年龄在16-25岁之间

OPPO用户画像



数据来源：极光大数据

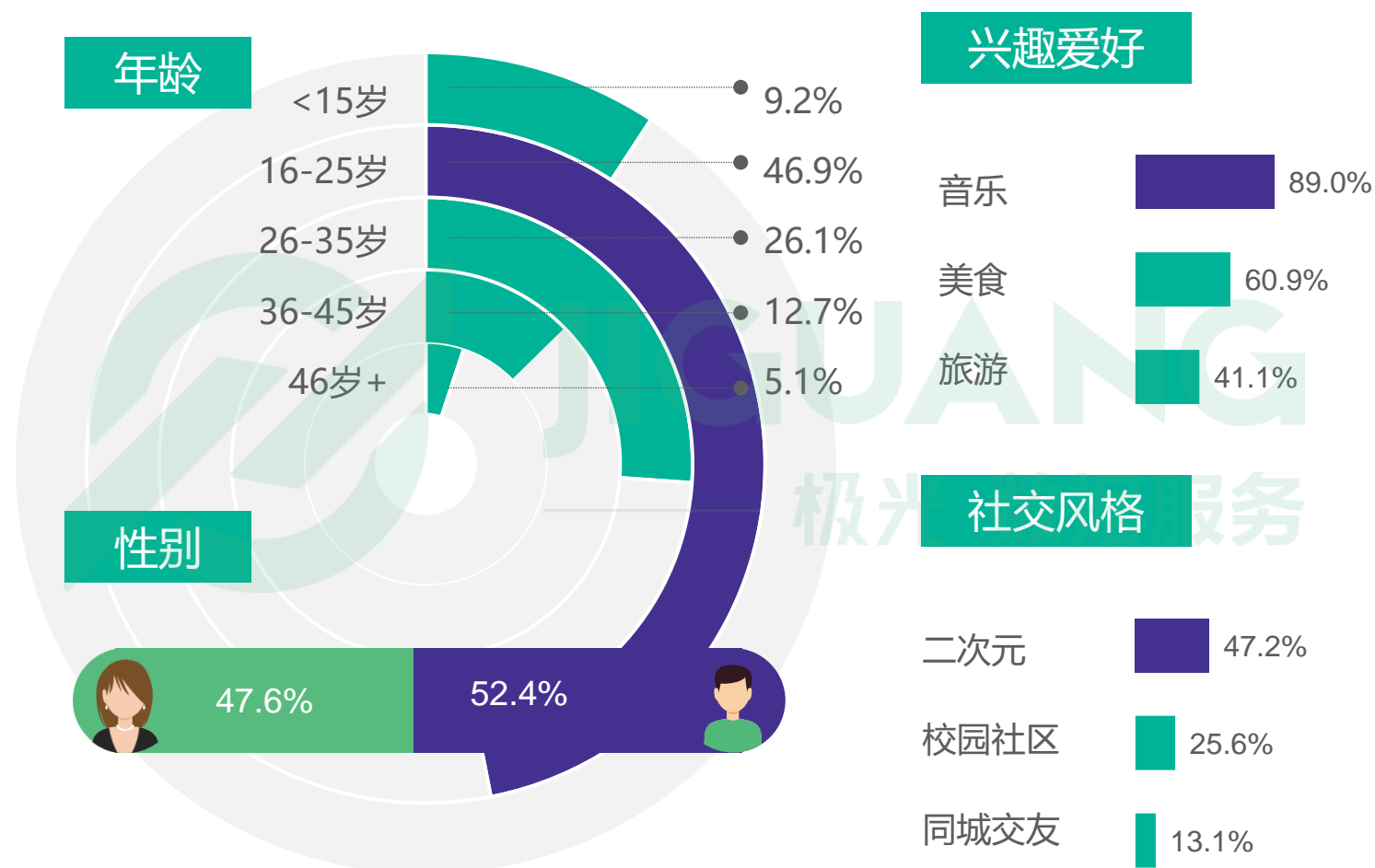
取数周期：2017.04-2017.06

主流安卓手机品牌用户画像—— vivo

vivo用户：比OPPO用户更年轻

- 56.1%的vivo用户不超过25岁，52.4%的用户是男性，他们中有接近一半的人对二次元感兴趣

vivo用户画像



数据来源：极光大数据

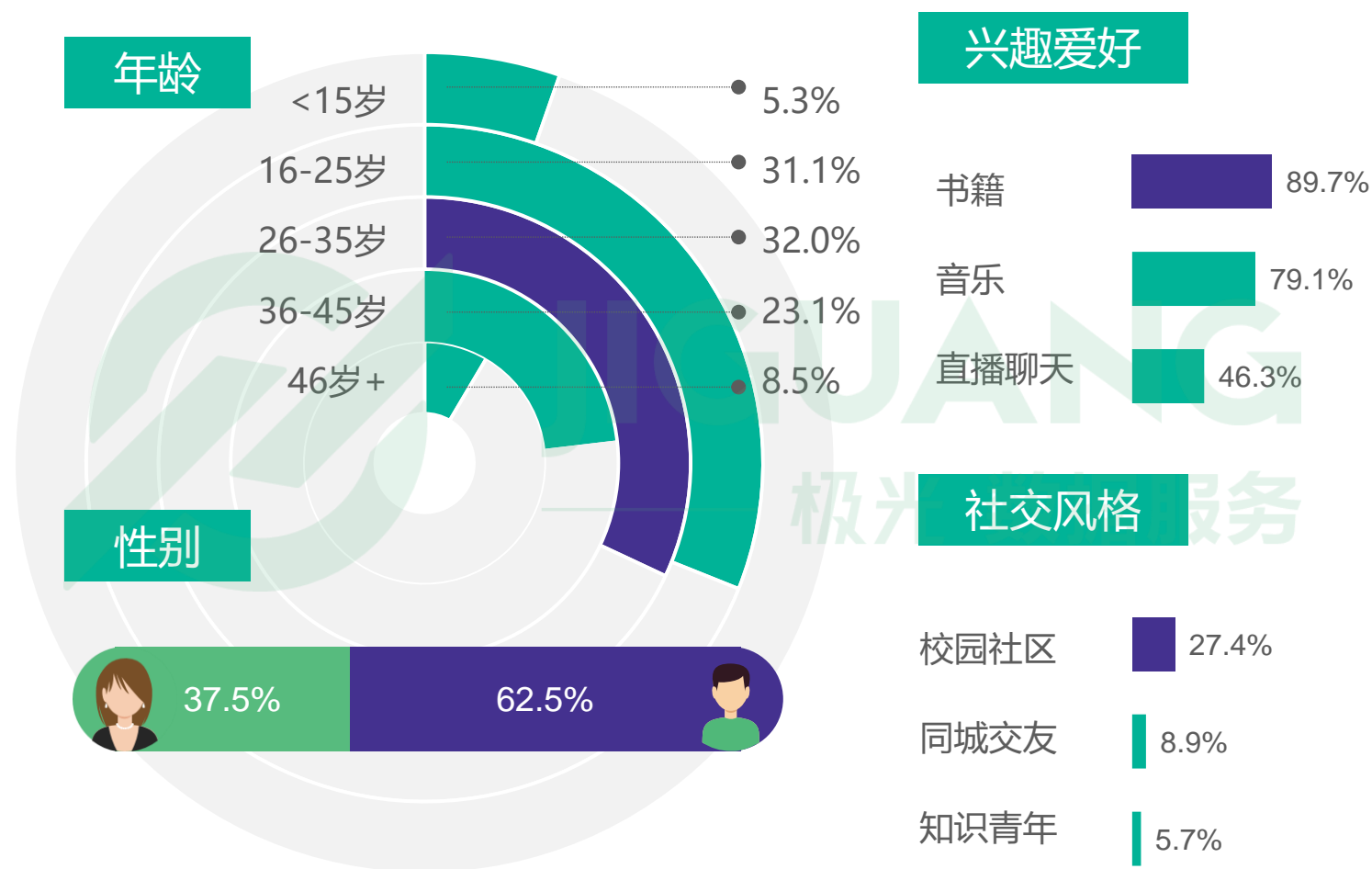
取数周期：2017.04-2017.06

主流安卓手机品牌用户画像——小米

小米用户：近四成用户不超25岁，仍比OV用户年长

- 极光大数据显示，62.5%的小米用户是男性，36.4%的用户不超过25岁

小米用户画像



数据来源：极光大数据

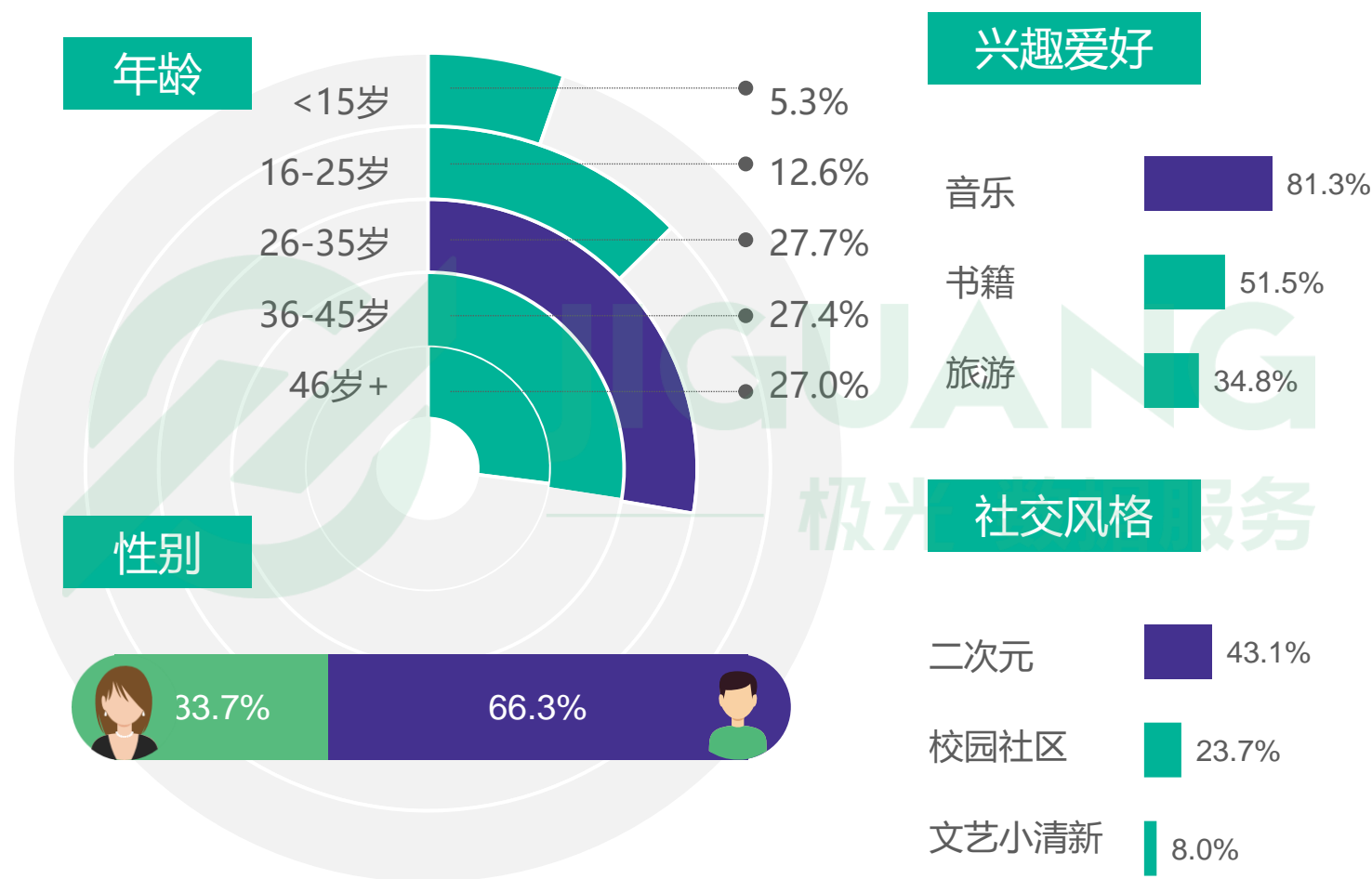
取数周期：2017.04-2017.06

主流安卓手机品牌用户画像——三星

三星用户：产品线丰富，覆盖各年龄层用户

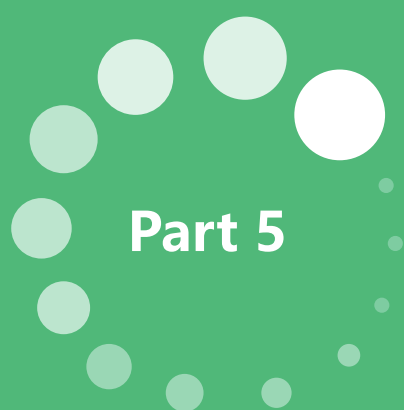
- 极光大数据显示，三星用户在各年龄段分布均匀，从一定程度上反映了三星的产品线能满足不同的目标用户群对手机的诉求

三星用户画像



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.04-2017.06



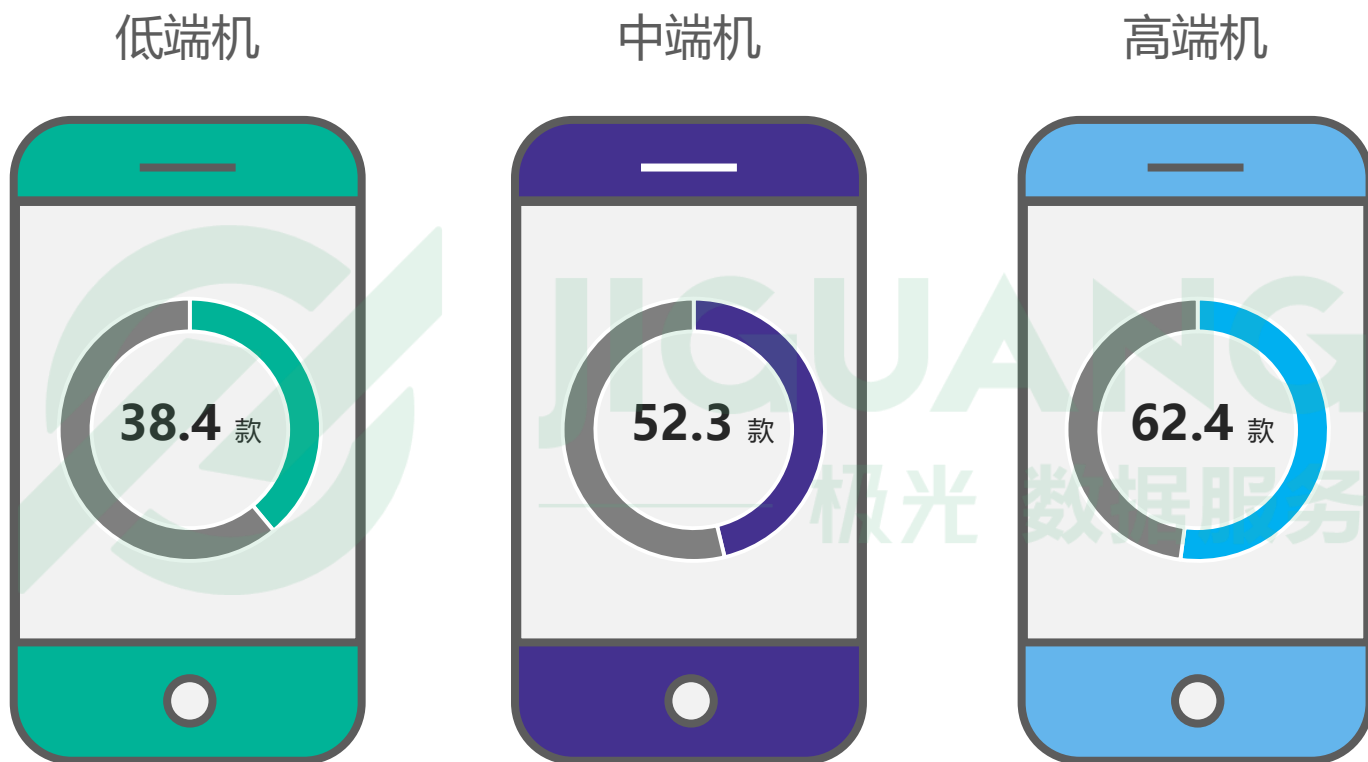
手机应用安装情况

高中低端手机应用安装概括

每台高端机平均安装62.4款app

- 高中低端手机平均安装的app数量依次递减，分别为62.4款、52.3款和38.4款，其中每台高端机平均安装的app数量较Q1的56款有所上升，或能反映高端机在内存、性能方面的提升

高中低端机型每台手机平均安装应用数量



数据来源：极光大数据

*报告中将2017年6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

高中低端手机应用类型安装偏好

中高端手机用户对吃喝玩乐类app的偏好明显高于全国平均水平

- 极光大数据显示，中高端手机用户对吃喝玩乐类app的偏好度在25%左右，远高于全国平均水平，此外，高端手机用户还喜欢下载旅行攻略综合类和办公软件类app

高中低端机型应用类型安装偏好度



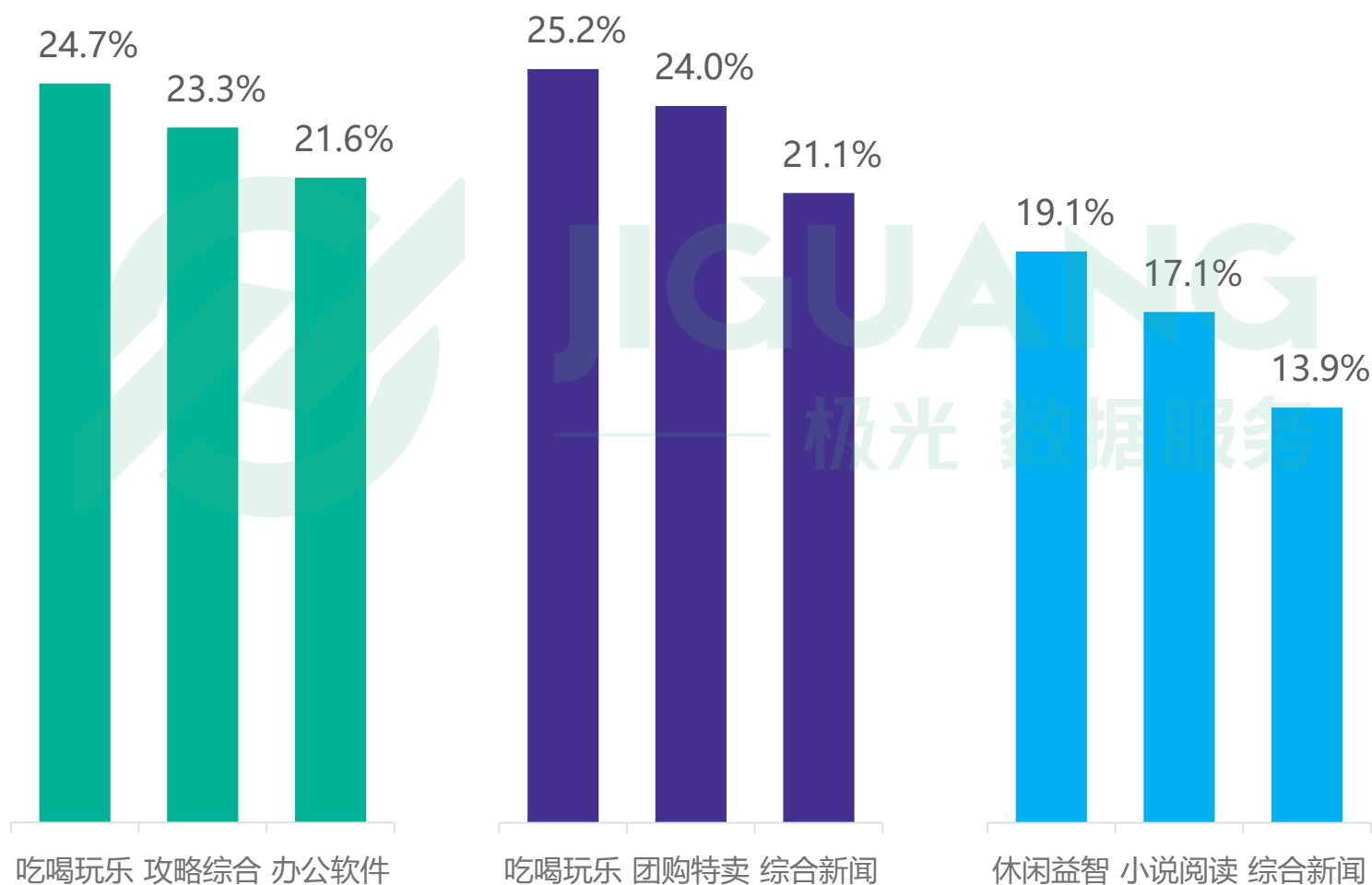
高端机



中端机



低端机



数据来源：极光大数据

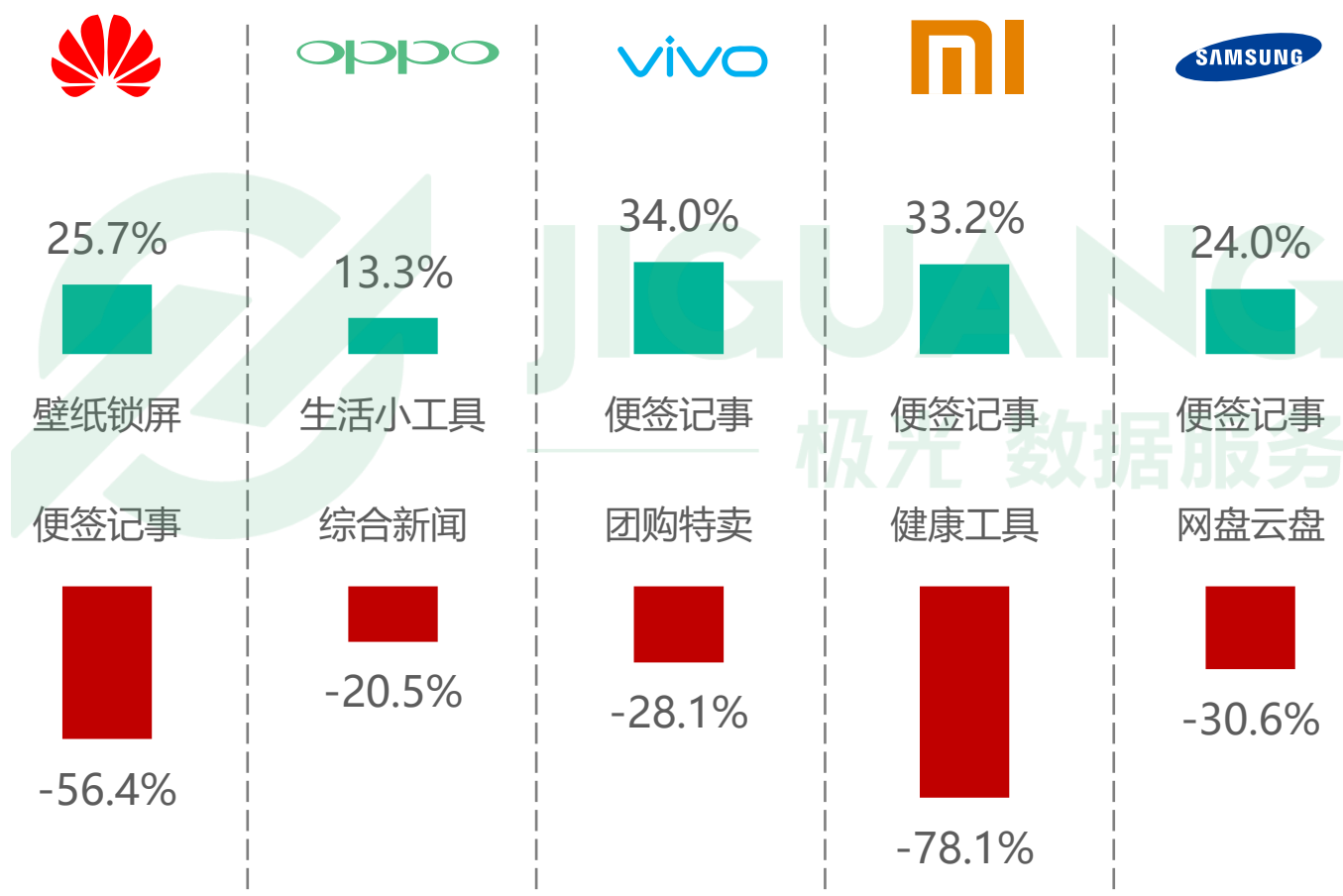
*偏好度=目标二级标签在目标机型中的渗透率-目标二级标签在全国移动网民中的渗透率

主流安卓手机应用类型安装偏好

便签记事类app受到vivo、小米和三星用户的喜爱

- 华为、OPPO、vivo、小米和三星用户分别对便签记事、综合新闻、团购特卖、健康工具和网盘云盘类型的app最不感兴趣

主流安卓手机应用类型安装偏好度



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.06

*偏好度=目标二级标签在目标机型中的渗透率-目标二级标签在全国移动网民中的渗透率

主流安卓手机应用安装偏好

手机品牌主旗下的自有应用偏好度高

- 极光大数据显示，手机品牌主旗下的自有应用偏好度名列前茅，以小米为例，在小米用户中偏好度前五的app均为小米自主研发

主流安卓手机应用安装偏好度top5



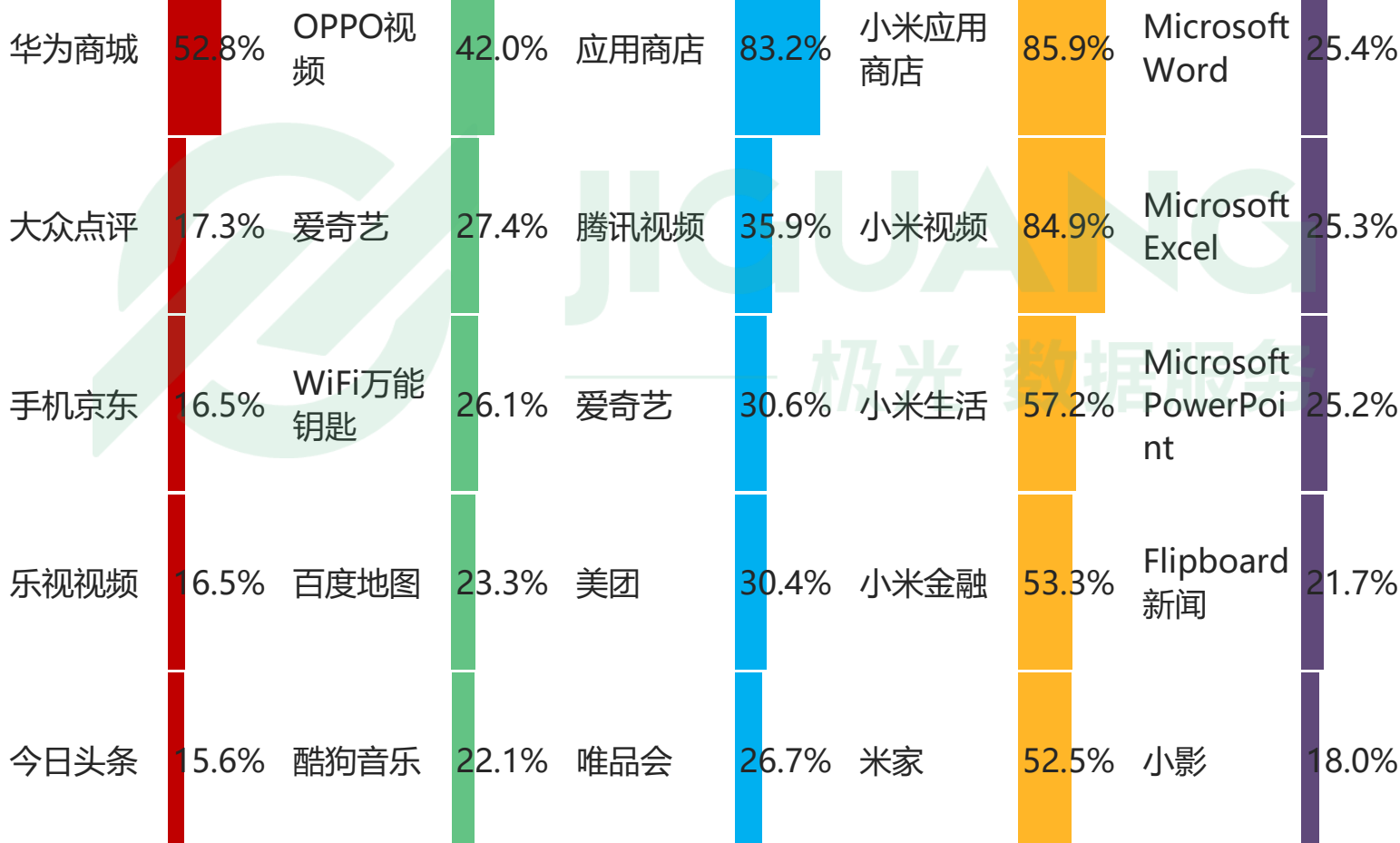
华为

OPPO

vivo

小米

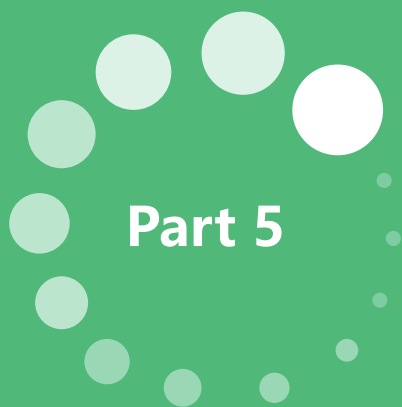
三星



数据来源：极光大数据

取数范围：在目标手机品牌中渗透率top1000且在全国移动网民中渗透率top1000的应用

*偏好度=目标应用在目标品牌中的渗透率-目标应用在全国移动网民中的渗透率



安卓全网通专题研究

安卓全网通手机保有率

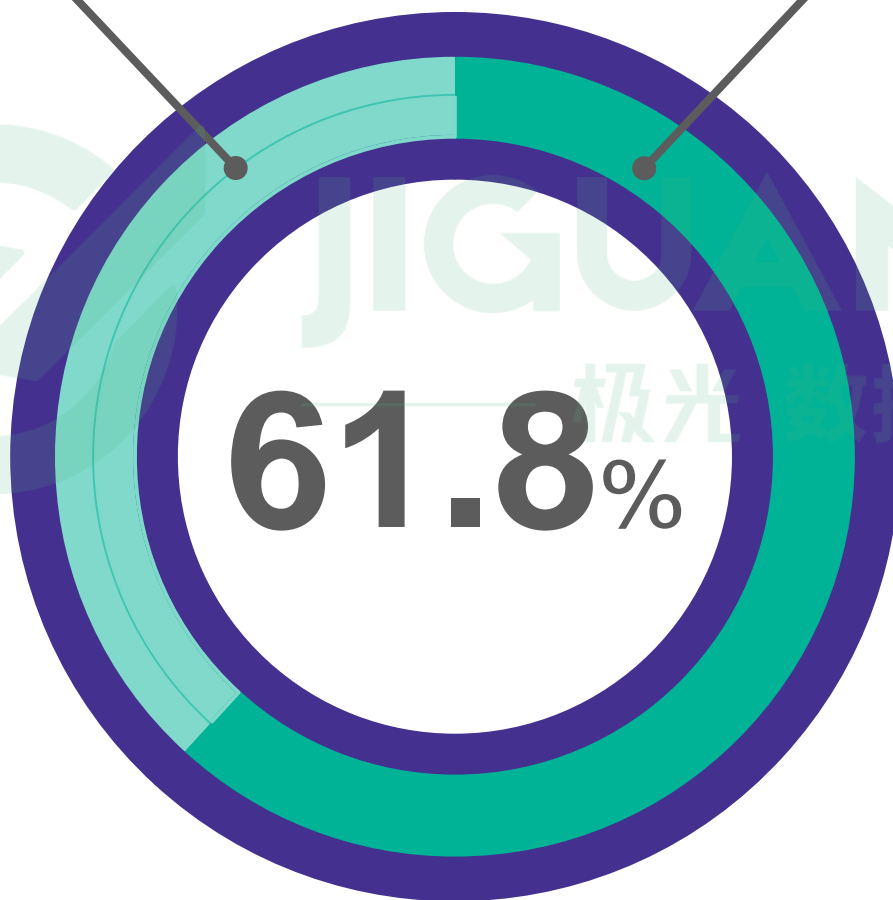
全网通手机在安卓市场的保有量为61.8%

- 极光大数据显示，全网通网络制式的手机截至今年6月最后一周在安卓市场的保有量是61.8%，平均每10个安卓手机用户中就有超过6个用户使用全网通手机

安卓全网通手机保有率

全网通手机

其他网络制式手机



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.06

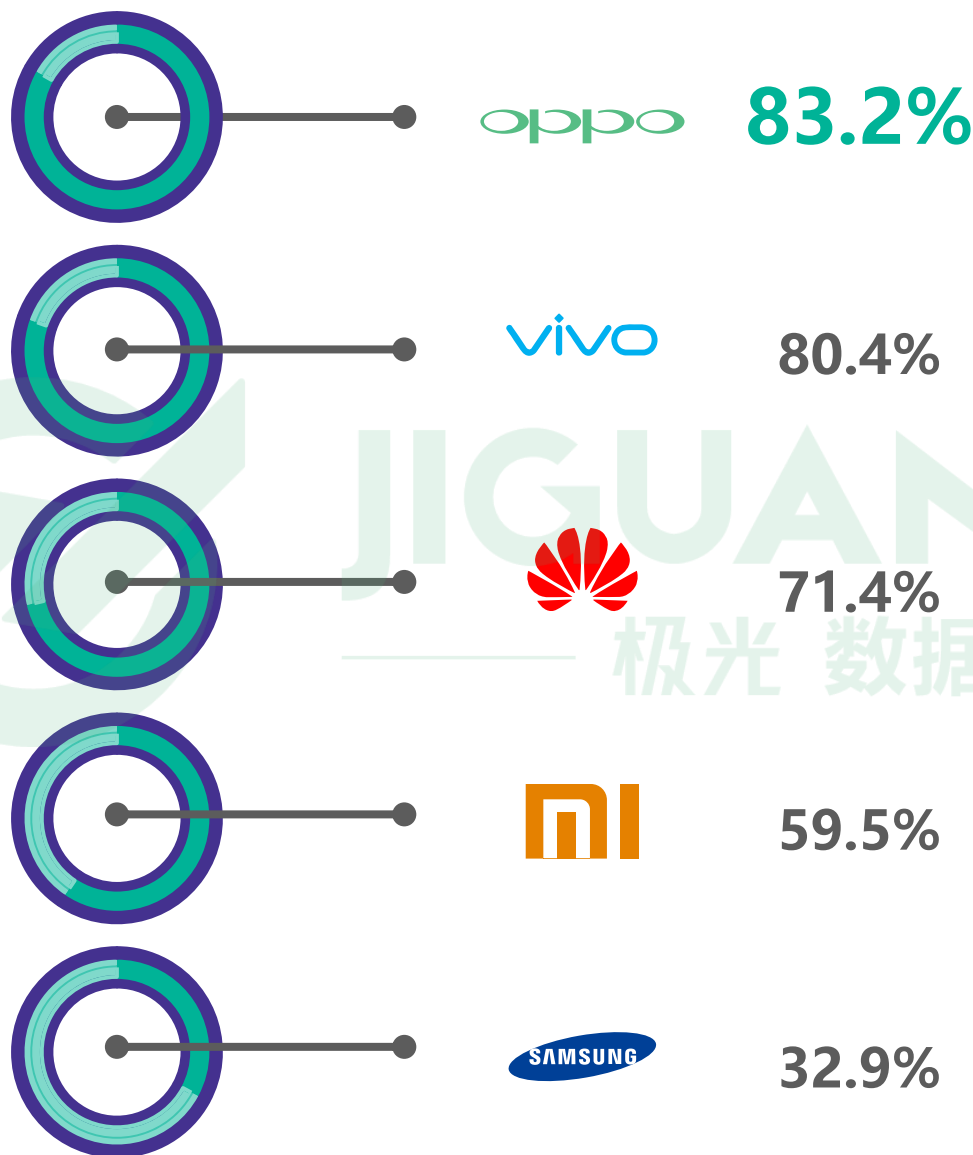
取数范围：对于某一型号同时推出了全网通及其他网络制式的机型的情况，报告中的全网通机型数据统计未剔除该型号中其他网络制式的机型

全网通手机在主流品牌中的保有率

83.2%的OPPO手机用户选择使用全网通

- 选择使用全网通的安卓用户占比从高到低的品牌依次为OPPO、vivo、华为、小米和三星，其中三星手机用户选择全网通的比例不到四成

全网通手机在主流安卓品牌中的保有率



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.06

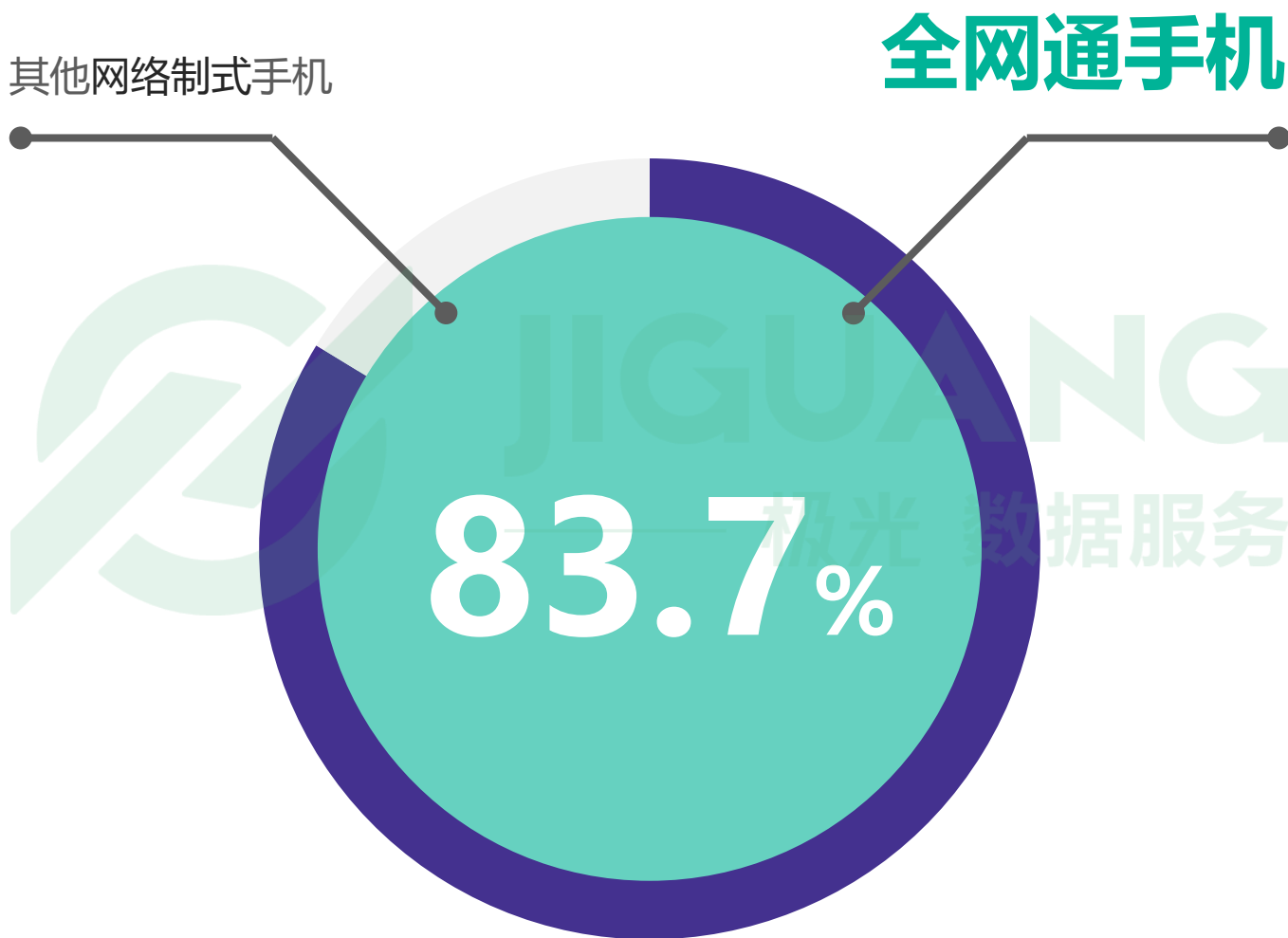
取数范围：对于某一型号同时推出了全网通及其他网络制式的机型的情况，报告中的全网通机型数据统计未剔除该型号中其他网络制式的机型

安卓全网通手机Q2销售份额

每10台卖出的安卓手机里，有8台是全网通手机

- 根据极光大数据统计，2017年Q2出售的手机中，83.7%的手机属于全网通制式

安卓全网通手机Q2销量份额



数据来源：极光大数据

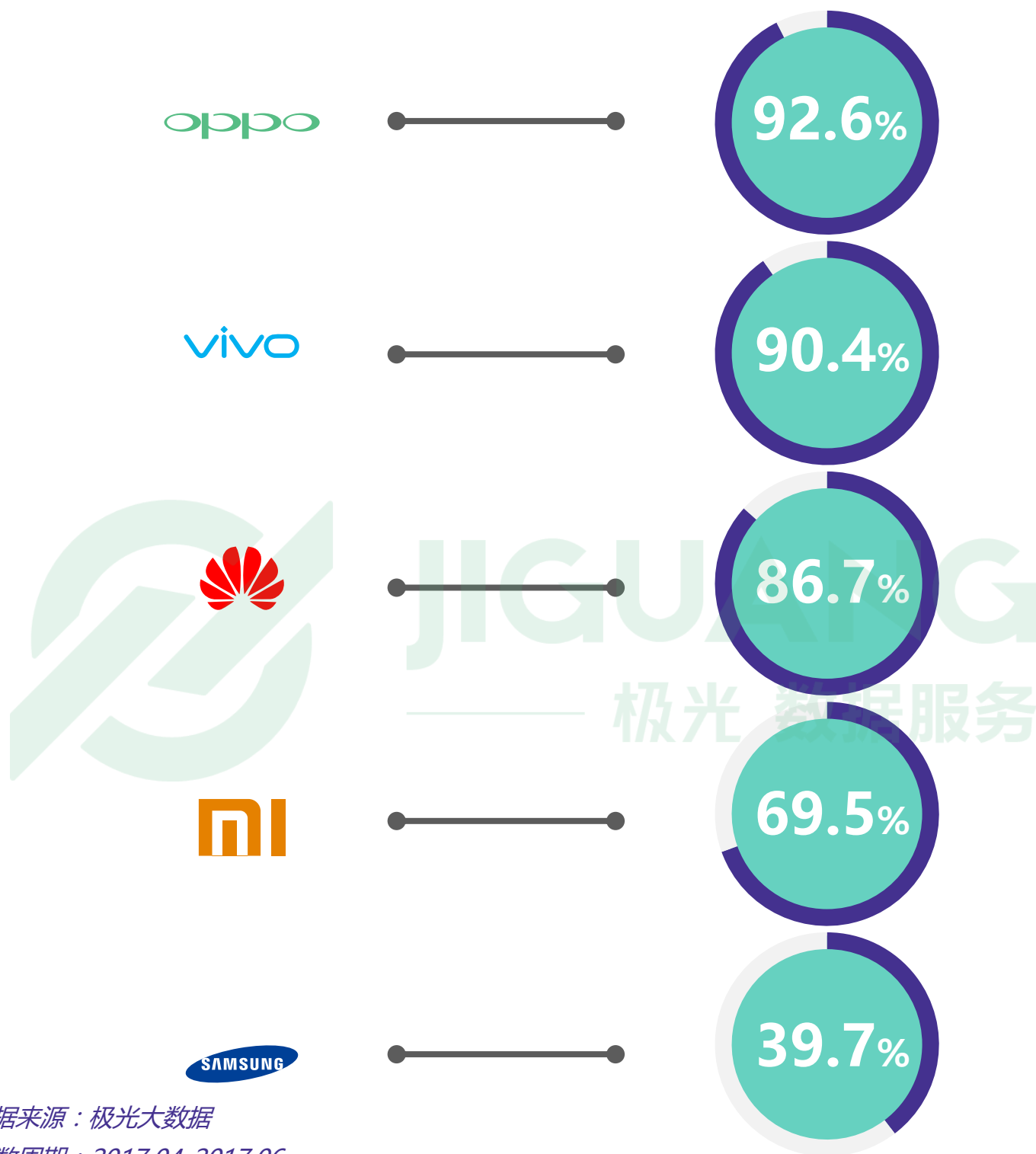
取数周期：2017.04-2017.06

取数范围：对于某一型号同时推出了全网通及其他网络制式的机型的情况，报告中的全网通机型数据统计未剔除该型号中其他网络制式的机型

全网通手机在主流品牌中的销量占比

每10个在Q2购买OV的用户都有9个选择了全网通

全网通手机在主流安卓品牌中的销量占比



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.04-2017.06

取数范围：对于某一型号同时推出了全网通及其他网络制式的机型的情况，报告中的全网通机型数据统计未剔除该型号中其他网络制式的机型

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4月-2017年6月

具体数据指标请参考各页标注

3. 数据指标说明

保有量：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、即时通讯和短信等开发者服务。至今我们已经服务了超过50万款移动应用，累计覆盖超过80亿个移动终端，月独立活跃设备超过7亿，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



极光大数据

Kenneth

Tel: +86 138-0296-0066

Email: kenneth.tang@jiguang.cn

数据改变世界