



2017年Q4智能手机行业研究报告

极光大数据

2018.02



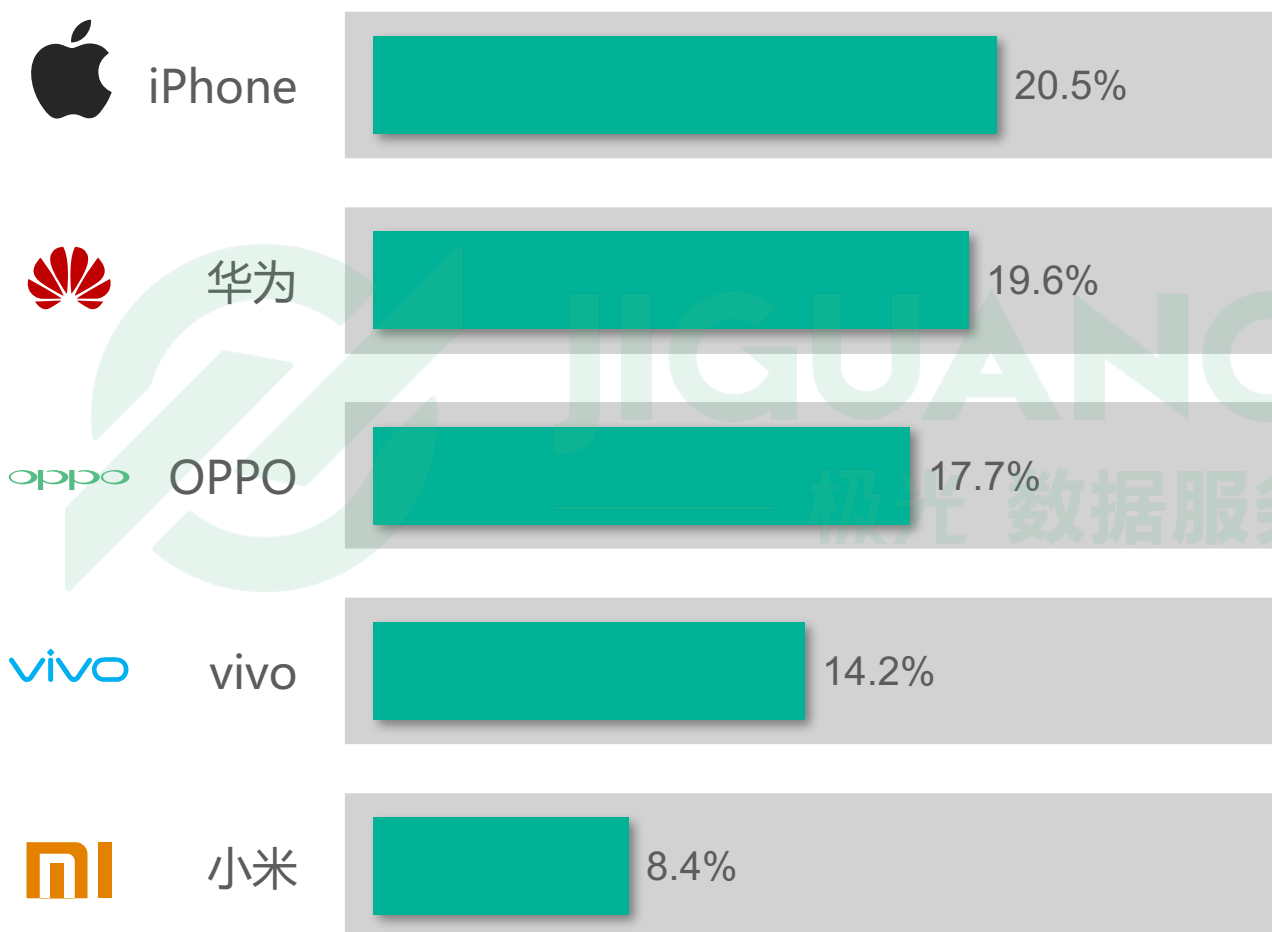
智能手机保有率分析

2017年Q4国内主流手机品牌保有率

每五个中国移动网民就有一个iPhone用户

- 根据极光大数据统计，截至2017年12月最后一周，国内保有率top3的手机品牌分别为iPhone、华为和OPPO，其中iPhone的保有率为20.5%，意味着每100个中国移动网民中至少20个人是iPhone用户

2017年Q4国内主流手机品牌保有率



数据来源：极光大数据

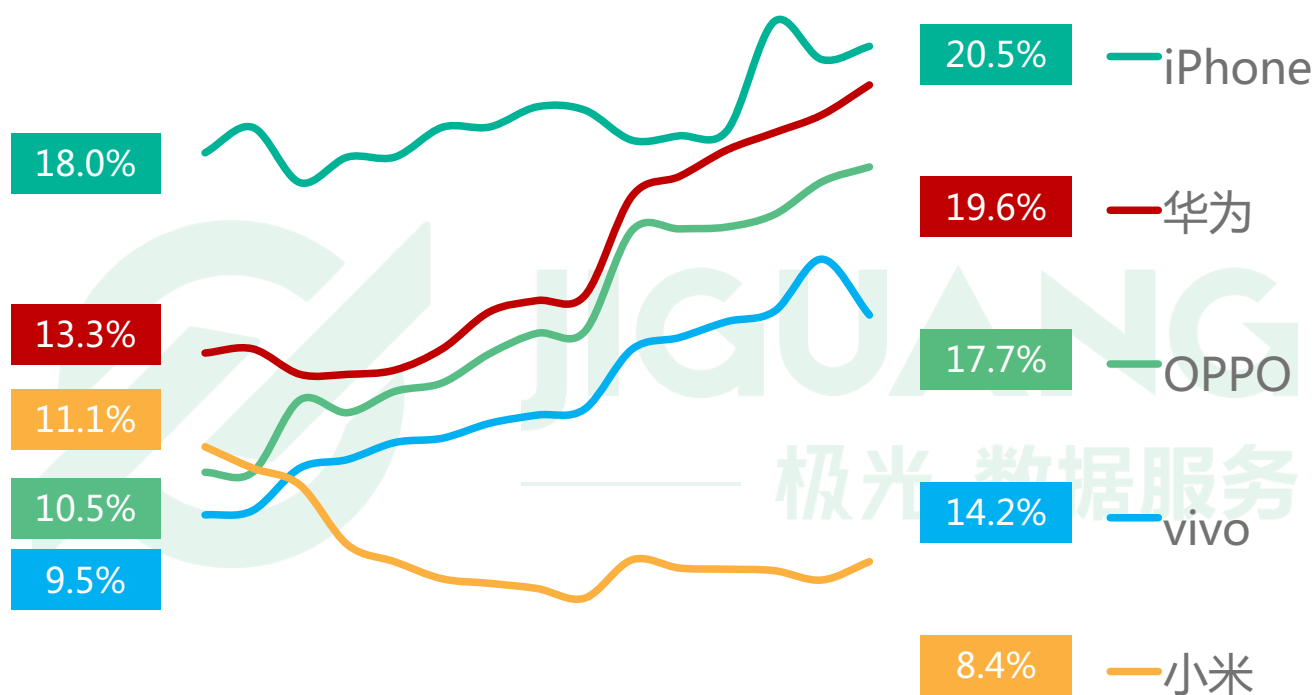
取数周期：2017.12

Q4主流手机品牌保有率变化趋势

得益于新品的拉动，iPhone Q4保有率突破20%

- 通过观察极光大数据发现，得益于iPhone 8系列和iPhone X的拉动，iPhone 10月保有量达到了过去一年的巅峰，首次突破20%，华为和OV的保有率在过去一年整体则处于在轻微波动中上升的状态

2017年Q4主流手机品牌保有率变化趋势



2016Q4 2017Q1 2017Q2 2017Q3 2017Q4

数据来源：极光大数据

取数周期：2016.10-2017.12

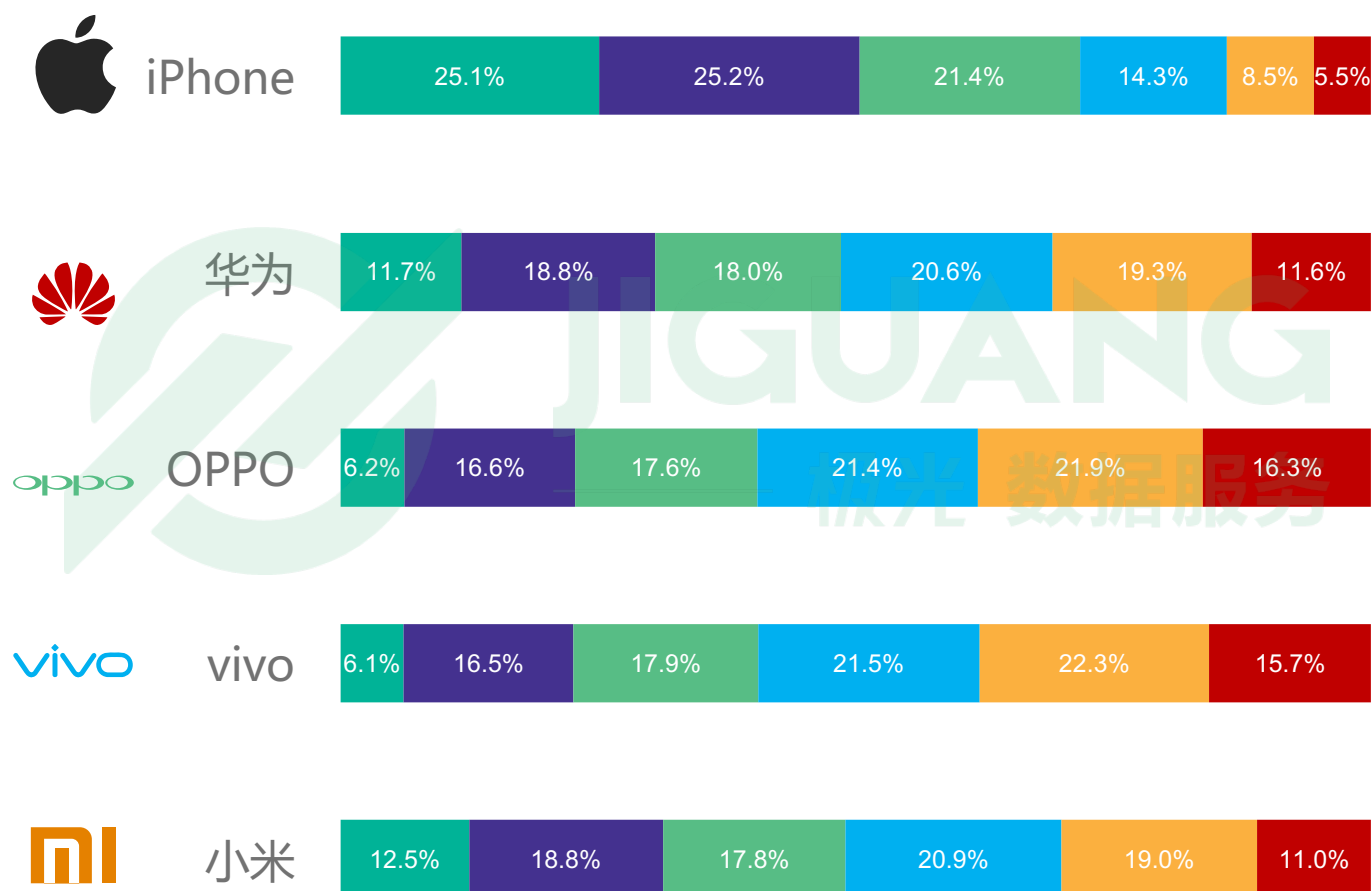
Q4各主流手机品牌城市等级分布

新一线城市为各主流手机品牌贡献两成左右用户

- 根据极光大数据统计，新一线城市为各家主流手机品牌贡献了两成左右的用户，其中iPhone的新一线城市用户占比超过一线城市，注重三线及以下城市布局的OV在新一线城市用户占比也双双超过16%，新一线城市的布局对各家手机品牌主具有重要的战略意义

2017年Q4各主流手机品牌城市等级分布

■ 一线城市 ■ 新一线城市 ■ 二线城市 ■ 三线城市 ■ 四线城市 ■ 五线及以下城市



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.12

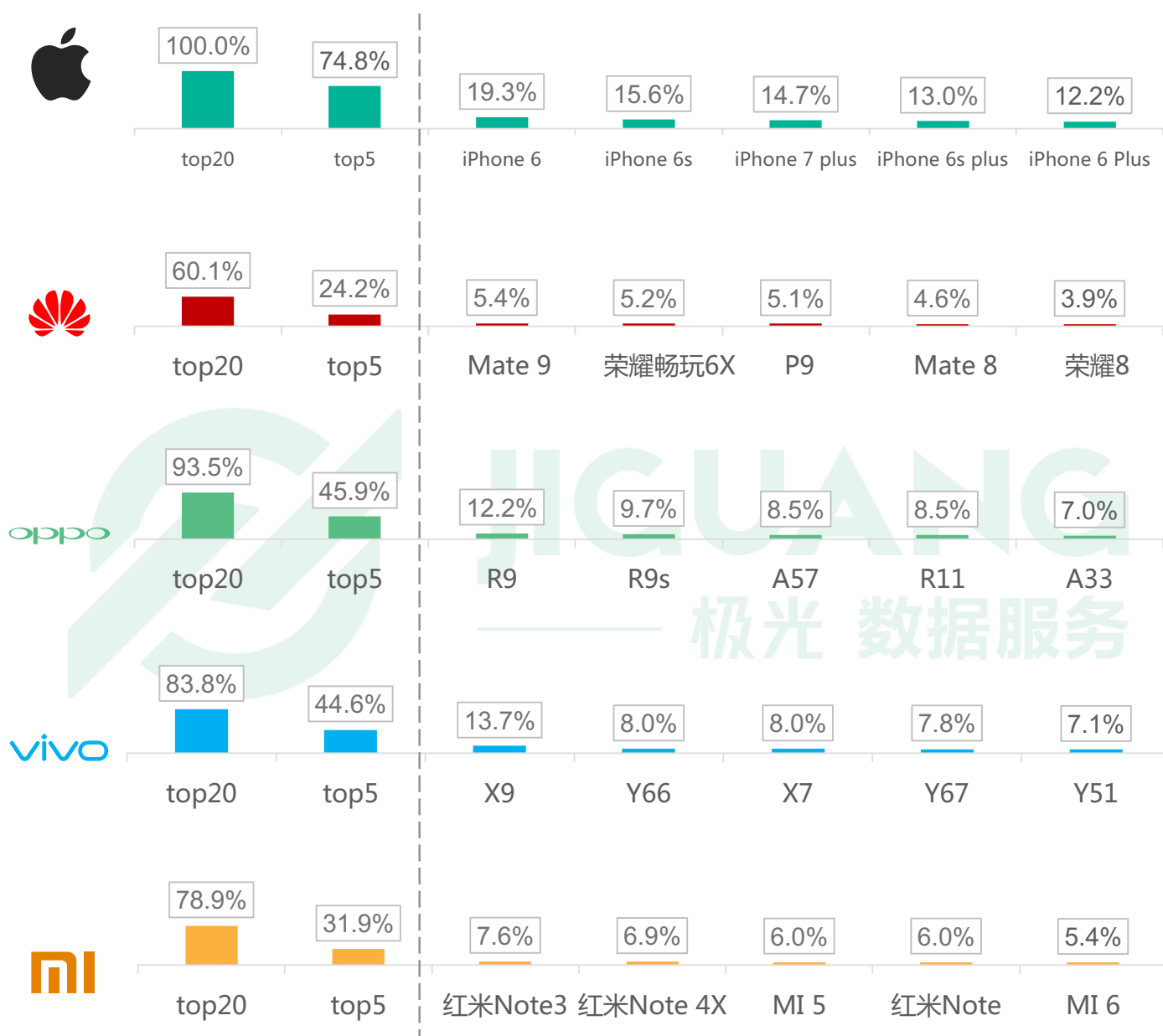
城市等级分布：一线城市包括北上广深；新一线城市包括成都等15个城市；二线城市包括厦门等30个城市；三线城市包括潍坊等70个城市；四线城市包括乐山等90个城市；五线及以下城市包括永州等129个城市以及港澳台地区

Q4主流手机品牌型号分布

OPPO是最依赖明星机型的安卓品牌，其次是vivo

2017年Q4主流手机品牌型号分布

top20及top5机型总和占比



数据来源：极光大数据

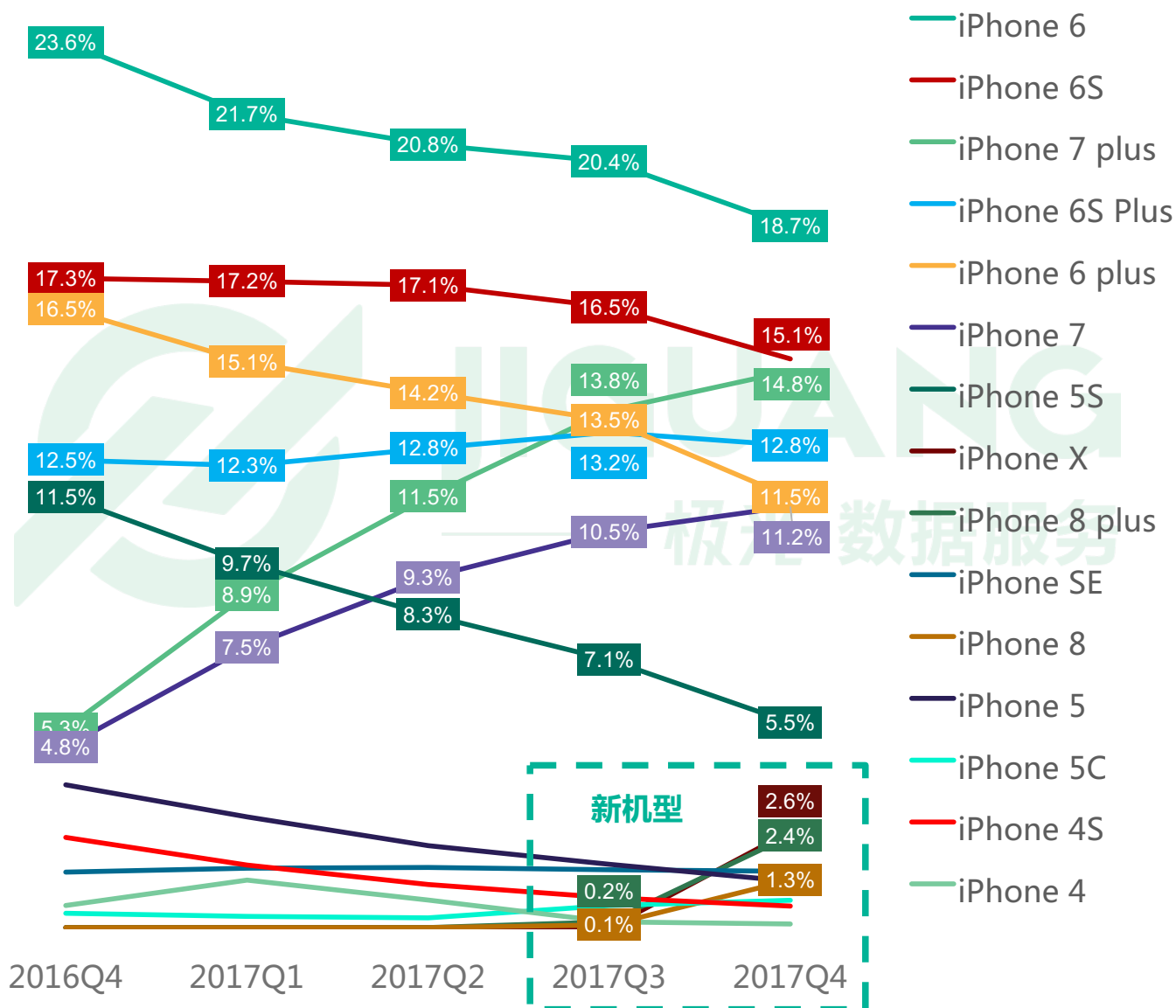
取数周期：2017.12

iPhone机型分布变化趋势

截至17年12月，iPhone用户中占比最高的机型还是14年9月发布的iPhone 6

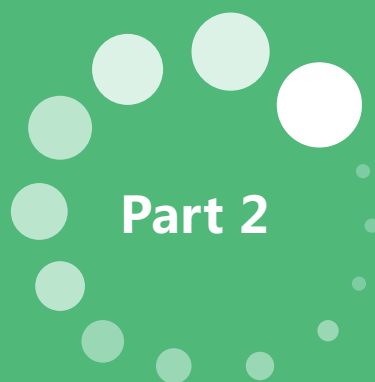
- 极光大数据显示，目前iPhone用户中占比最高的机型分别是iPhone 6、iPhone 6S和iPhone 7 plus，今年发布的新机型iPhone X、iPhone 8和iPhone 8 plus在iPhone用户中的占比分别为2.6%、2.4%和1.3%

iPhone机型分布变化趋势



数据来源：极光大数据

取数周期：2016.10-2017.12



Part 2

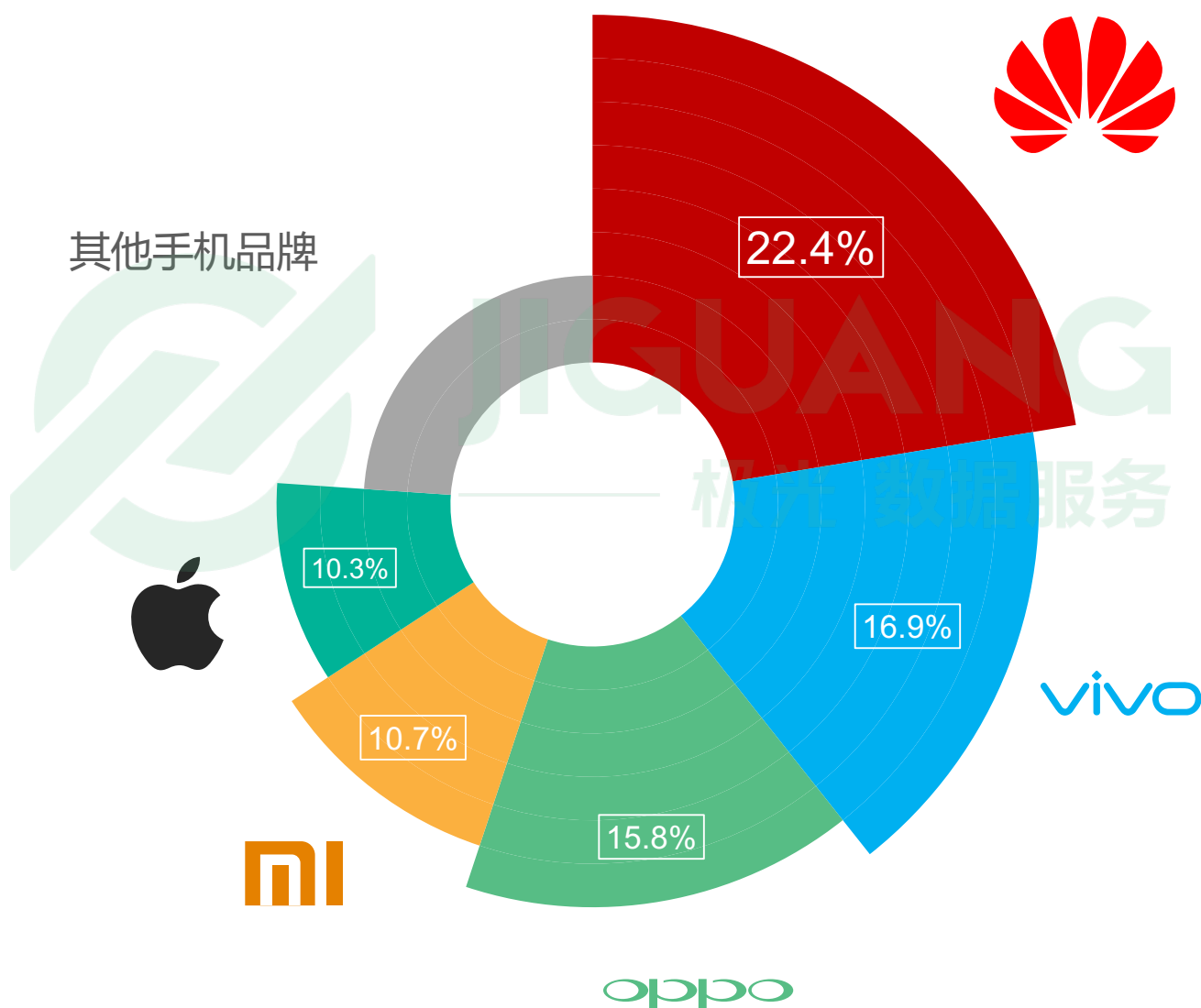
智能手机销量分析

2017年Q4国内手机品牌销量份额

Q4每五台售出的手机中，就有超过一台是华为手机

- 根据极光大数据统计，2017年Q4的销量份额top3品牌分别为华为、vivo和OPPO，其中华为连续5个季度保持销量领先，vivo在本季度的销量份额超过OPPO

2017年Q4国内手机品牌销量份额



数据来源：极光大数据

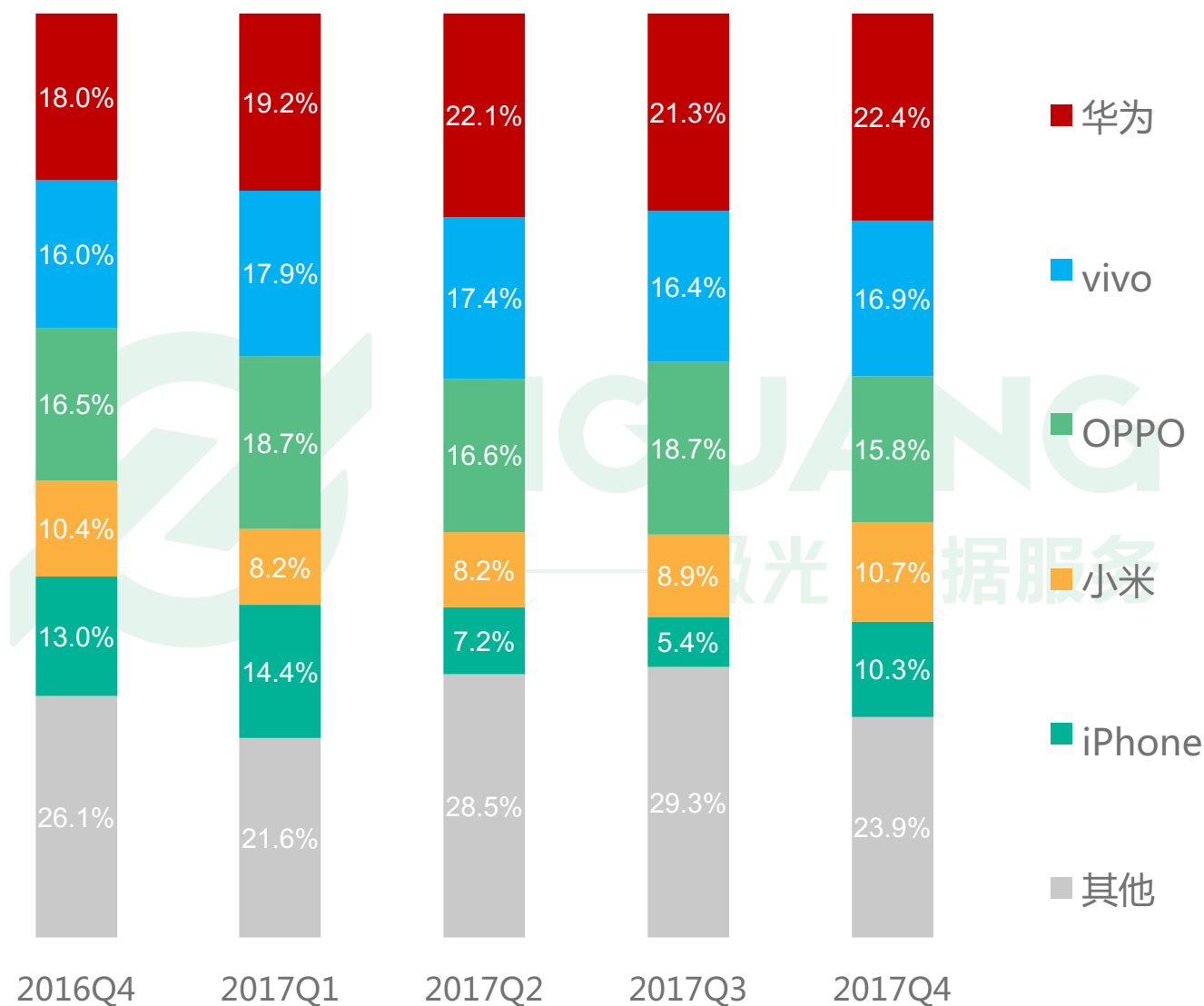
取数周期：2017.12

Q4主流手机品牌销量份额变化趋势

OV销量份额你追我赶，vivo Q4暂时领先

- 在过去五个季度中，vivo的销量份额曾经在17年Q2和Q4两次超过OPPO
- 得益于新品上市，iPhone销量份额在Q4有所回升

2017年Q4主流手机品牌销量份额变化趋势



数据来源：极光大数据

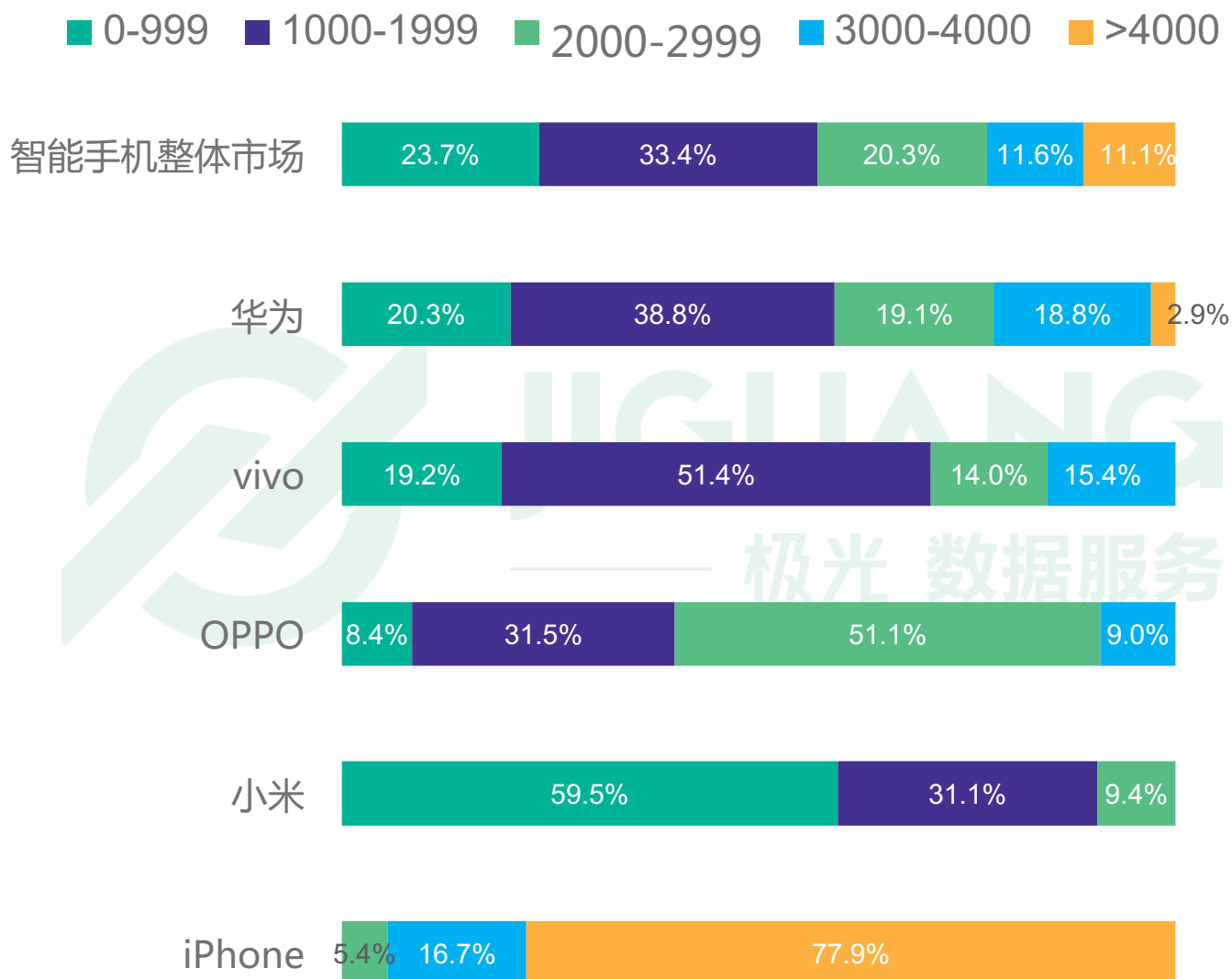
取数周期：2016.10-2017.12

Q4主流手机品牌销量价格分布

千元机为小米Q4贡献了接近六成的销量

- 在每100台17年Q4售出的手机中，有近24台是低端机，不到54台中端机，接近23台高端机，33.4%的消费者在Q4选择了价位在1000-1999之间的手机

2017年Q4主流手机品牌销量价格分布



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.12

*报告中将2017年12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

Q4销量top10手机机型

vivo旗下4款机型进入Q4销量top10手机型号

- 极光大数据显示，在Q4销量top10的手机机型中，有7款机型发布于16年Q4，能拉动销量的不仅是当季发布的明星机型，还有积累了一定用户口碑，价格相对优惠的经典机型

2017年Q4销量top10手机机型

发布时间	品牌	机型	销量占比
2017年6月	OPPO	OPPO R11	3.8%
2016年9月	Apple	iPhone 7 Plus	3.5%
2016年9月	Apple	iPhone 7	2.8%
2016年12月	vivo	vivo Y66	2.6%
2016年11月	OPPO	OPPO A57	2.4%
2017年9月	vivo	vivo X20 Plus	2.1%
2016年11月	vivo	vivo Y67	1.8%
2016年11月	vivo	vivo X9	1.8%
2017年11月	OPPO	OPPO R11s	1.4%
2016年10月	Huawei	华为荣耀畅玩6X	1.3%

数据来源：极光大数据

取数周期：2017.12



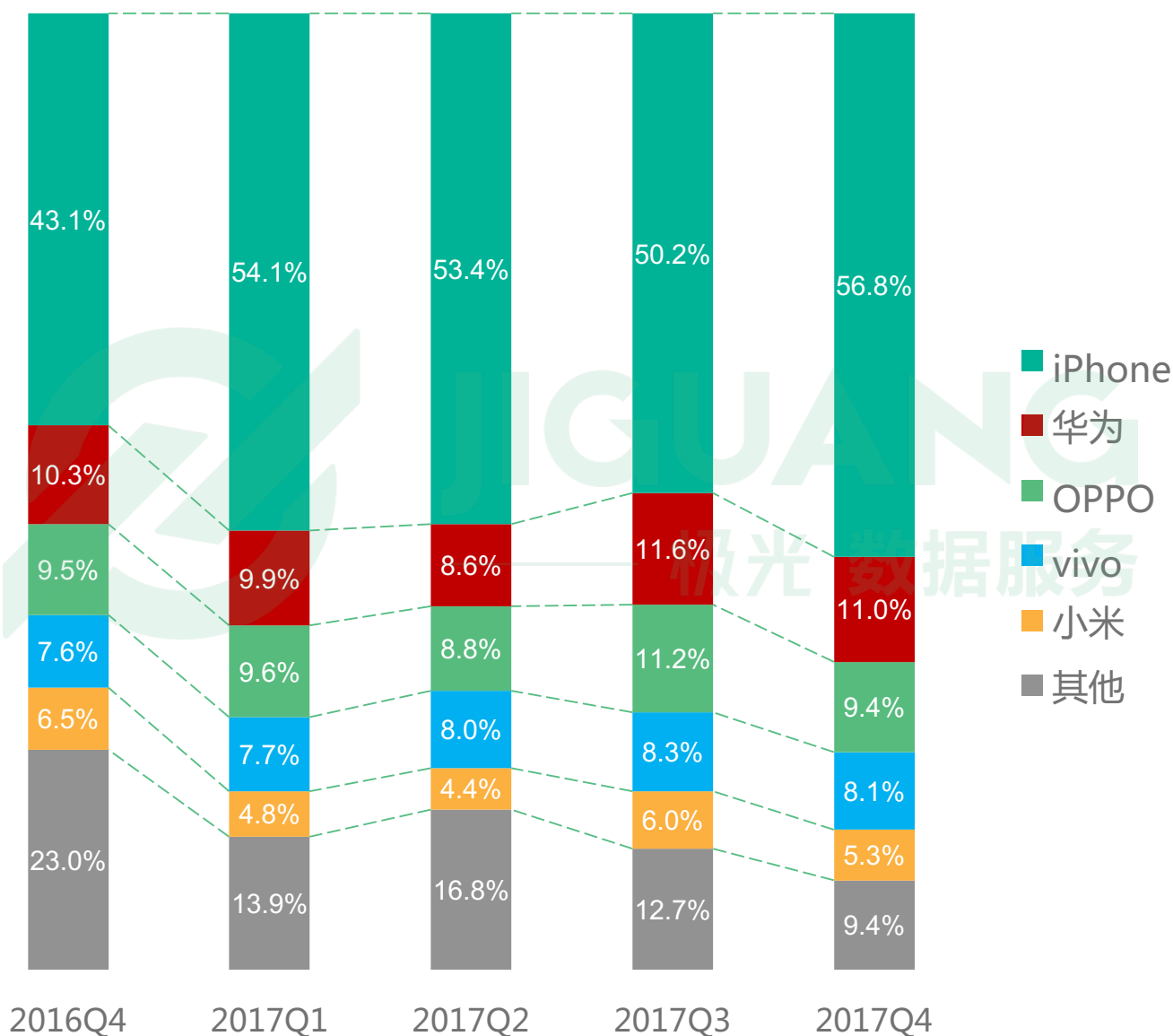
主流手机品牌用户忠诚度分析

主流手机品牌用户忠诚度—— iPhone

iPhone用户忠诚度在本季达到了历史新高

- 根据极光大数据统计，2017年Q4有56.8%的iPhone换机用户选择继续使用iPhone，选择其他主流手机品牌及长尾品牌的换机用户比例均受到不同程度的挤压

2017年Q4 iPhone用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

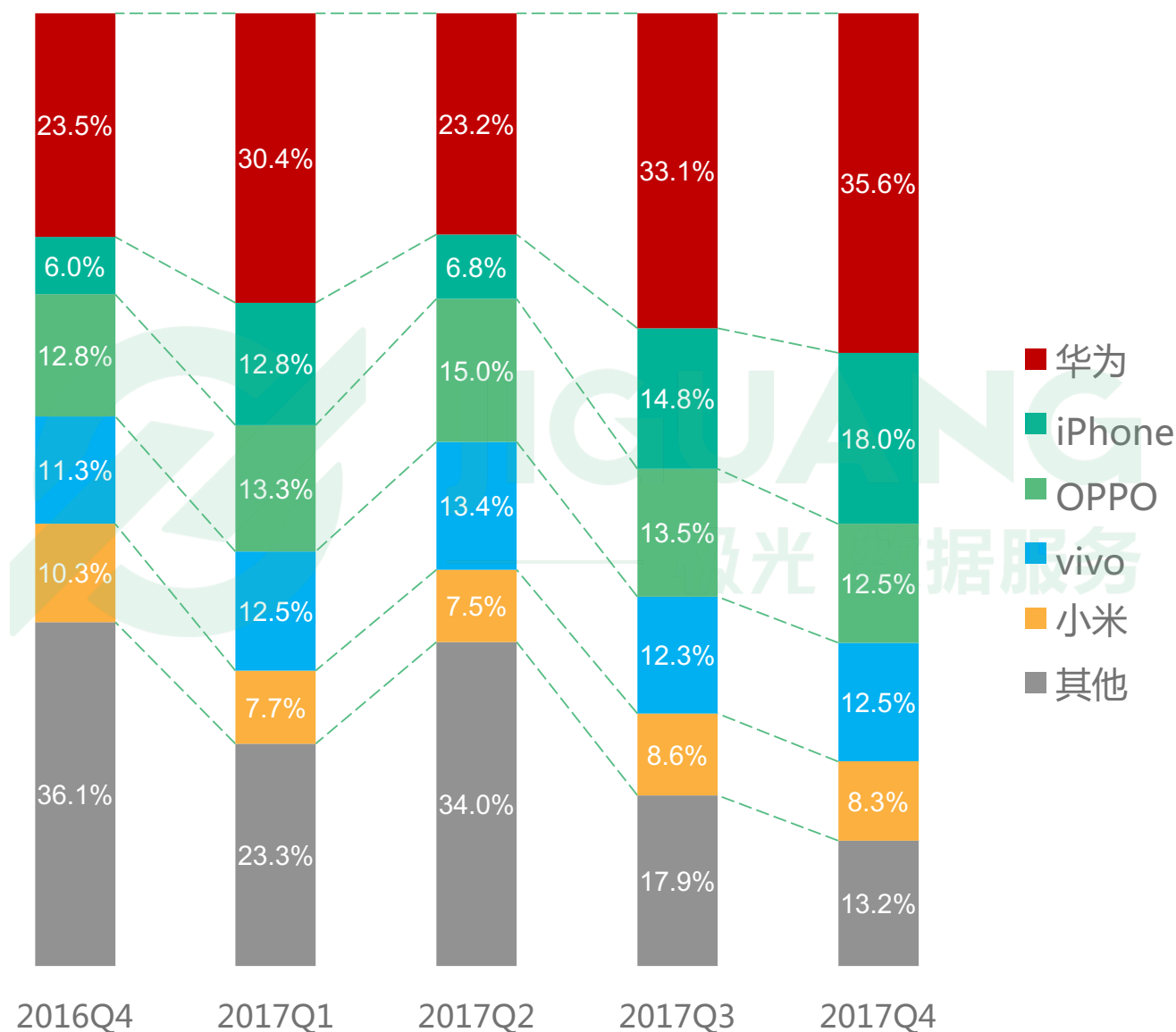
取数周期：2016.10-2017.12

主流手机品牌用户忠诚度——华为

华为用户忠诚度保持稳定，与Q3持平

- 极光大数据显示，35.6%的华为换机用户在Q4选择再次入手华为，这一比例与Q3的33.1%几乎持平，在Q4选择入手iPhone和vivo的华为换机用户较Q3有所增加

2017年Q4 华为用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

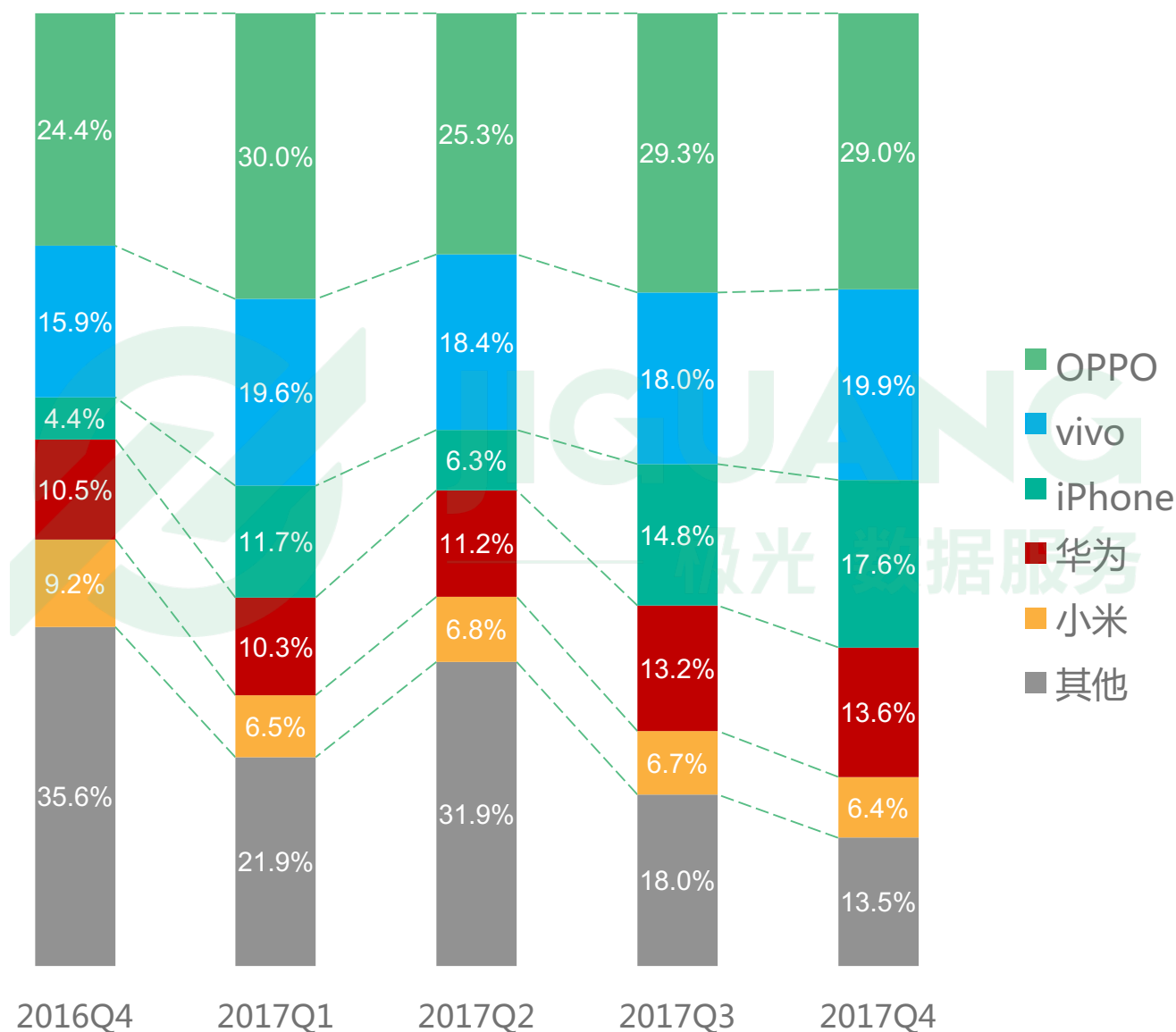
取数周期：2016.10-2017.12

主流手机品牌用户忠诚度——OPPO

OPPO用户忠诚度出现轻度下行，选择兄弟品牌vivo的换机用户较Q3上升了1.9%

- 根据极光大数据统计，在Q4的OPPO换机用户中，流向vivo、iPhone和华为的用户较Q3均有不同程度的增加，其中选择vivo的用户增加了1.9%，选择iPhone的用户增加了2.8%

2017年Q4 OPPO用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

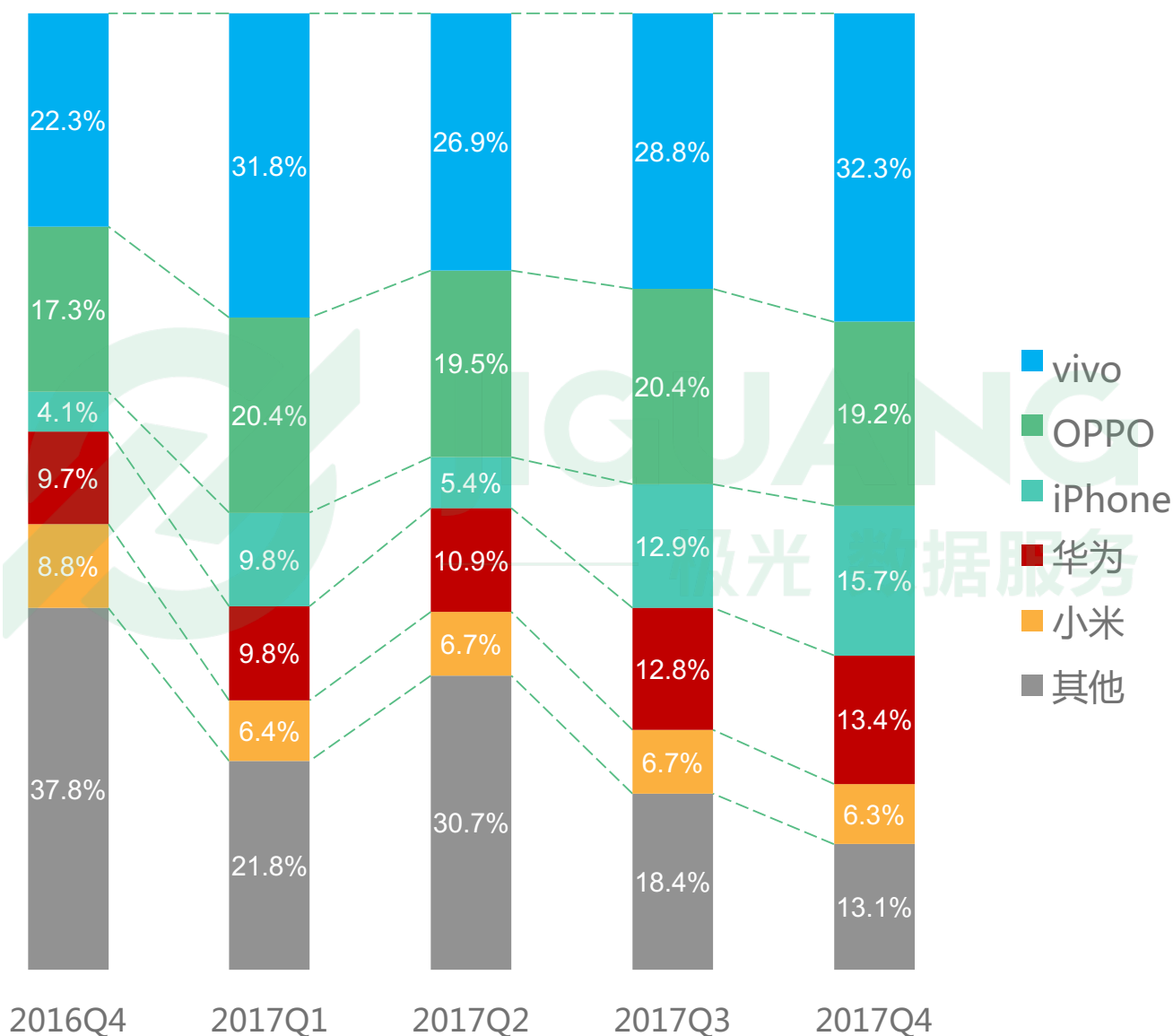
取数周期：2016.10-2017.12

主流手机品牌用户忠诚度—— vivo

vivo用户忠诚度达到五个季度以来的最高点

- 极光大数据显示，vivo Q4用户忠诚度为32.3%，达到五个季度以来的最高点，较16年Q4上升了十个百分点

2017年Q4 vivo用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

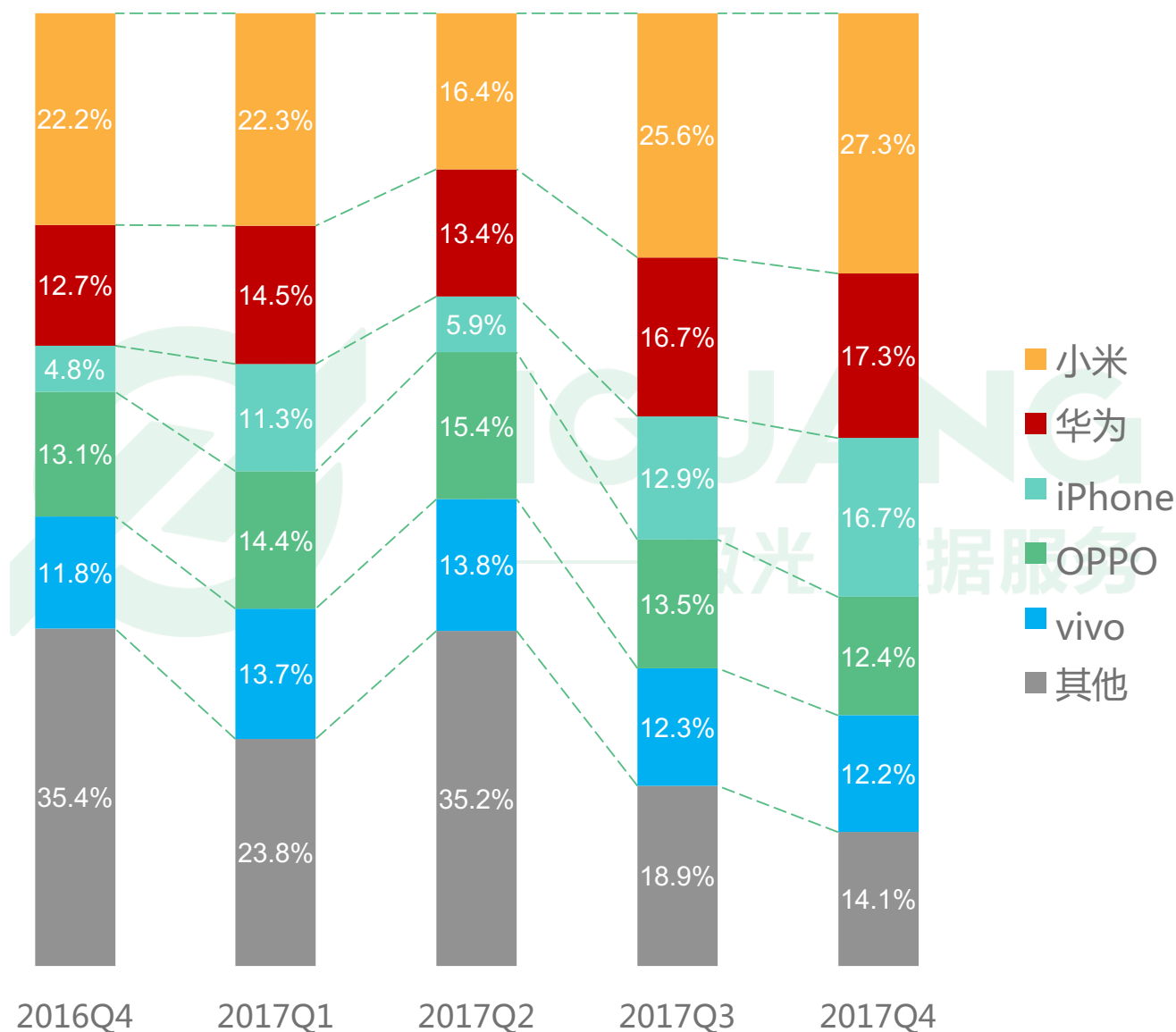
取数周期：2016.10-2017.12

主流手机品牌用户忠诚度——小米

小米用户忠诚度回暖，OV对小米的影响正在削弱

- 极光大数据显示，小米17年下半年的用户忠诚度维持在25%以上，较上半年表现良好，OV对小米的影响也在削弱

2017年Q4 小米用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

取数周期：2016.10-2017.12



主流安卓手机品牌用户画像

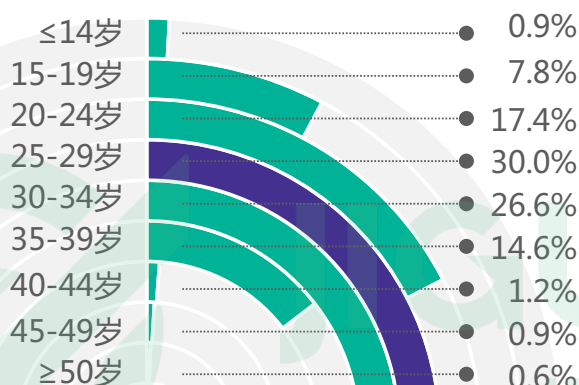
主流安卓手机品牌用户画像——华为

华为用户：65.6%男性，爱看电影，通过运动健美结识朋友

- 通过观察极光大数据发现，华为用户男性居多，主要用户群集中在25-34岁之间，对电影、运动和旅游感兴趣，通过运动健美等话题交友

华为用户画像

年龄



兴趣爱好TGI



性别



社交风格TGI



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.12

某标签 TGI = 应用人群某标签占比值 / 市场总人群某标签占比值

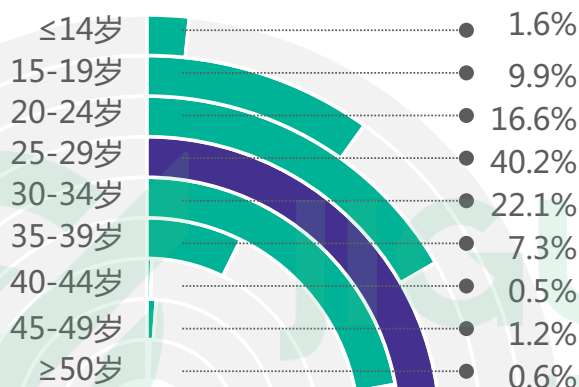
主流安卓手机品牌用户画像——OPPO

OPPO用户：女性用户更多，近七成用户不到30岁

- 在OPPO用户中，女性用户占比为52.4%，68.3%的用户年龄在30岁以内，他们表现出对服装饰品、美食和直播聊天的兴趣，社交活动与同城交友、爱宠社区和二次元有较强相关性

OPPO用户画像

年龄



兴趣爱好TGI



性别



社交风格TGI



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.12

某标签 TGI = 应用人群某标签占比值 / 市场总人群某标签占比值

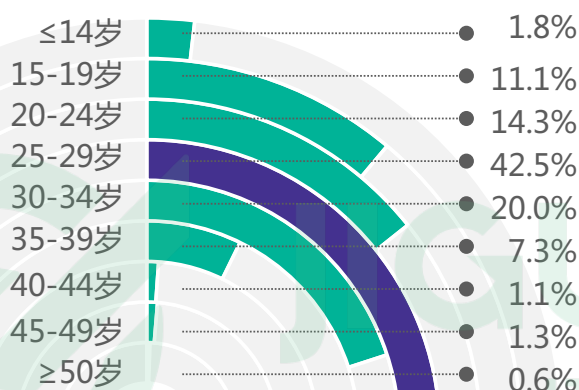
主流安卓手机品牌用户画像—— vivo

vivo用户：男性用户偏多，年龄结构比OPPO更年轻

- vivo用户以年轻的男性用户居多，他们中69.7%的用户不到30岁，男性用户超过五成

vivo用户画像

年龄



兴趣爱好TGI



性别



社交风格TGI



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.12

某标签 TGI = 应用人群某标签占比值 / 市场总人群某标签占比值

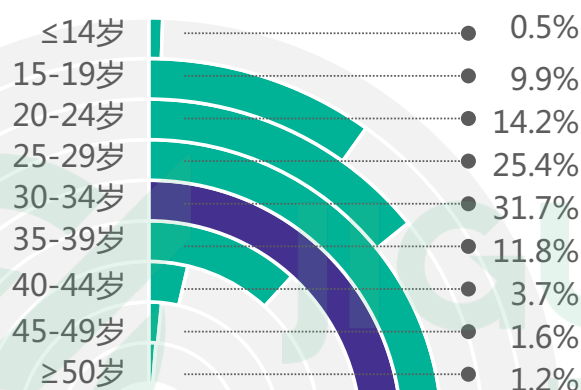
主流安卓手机品牌用户画像——小米

小米用户：也许是文艺男青年最喜爱的手机品牌

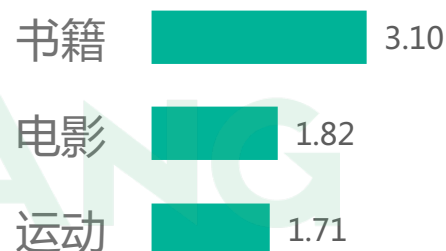
- 接近七成的小米用户是男性，他们表现出了对书籍强烈的兴趣，对电影也有一定的研究，同时会通过知识青年相关话题交友

小米用户画像

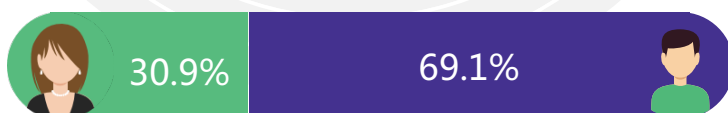
年龄



兴趣爱好TGI



性别



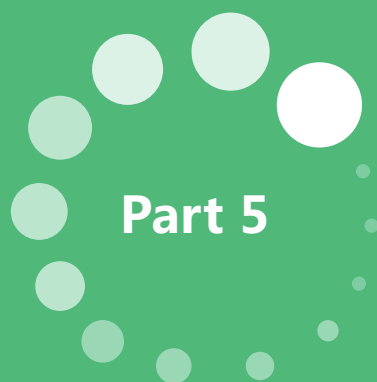
社交风格TGI



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.12

某标签 TGI = 应用人群某标签占比值 / 市场总人群某标签占比值



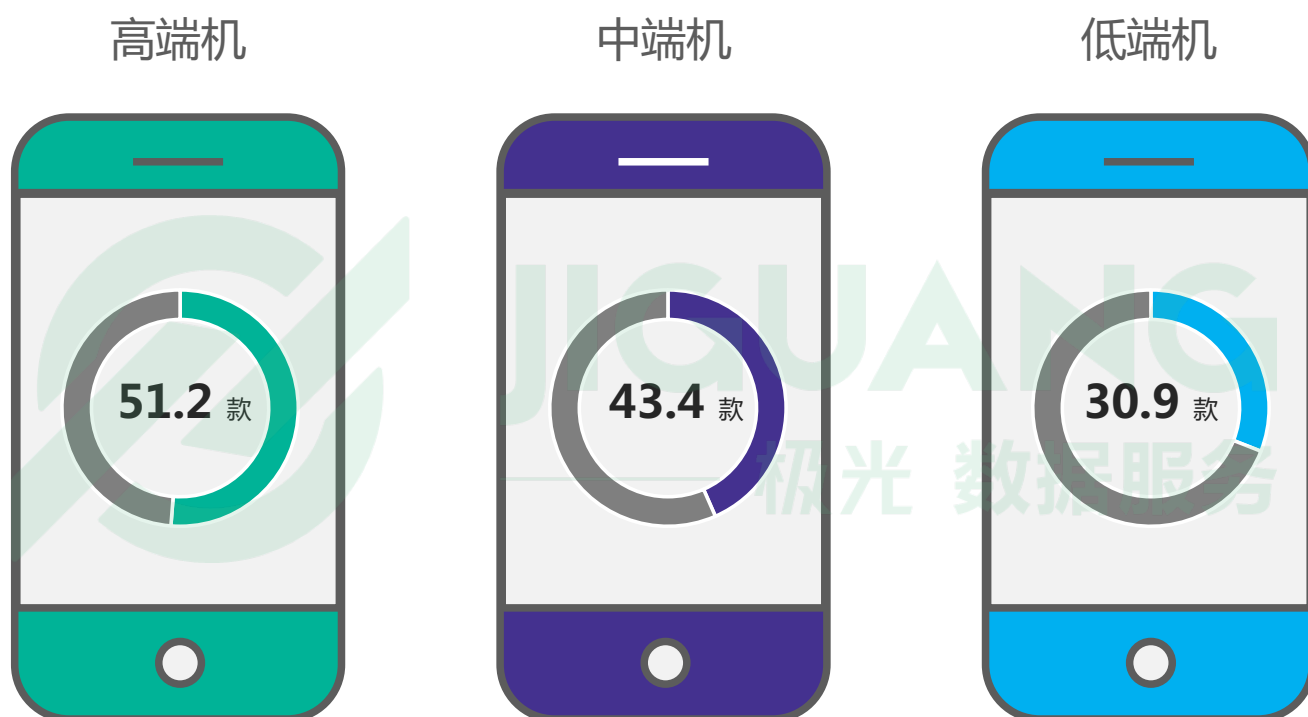
手机应用安装情况

高中低端手机应用安装概况

平均每台高端机安装51.2款app

- 根据极光大数据统计，平均每台高中低端手机分别安装51.2款、43.4款和30.9款app

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12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

高中低端手机偏好指数

高中低端手机用户对手机app的偏好差异明显

- 根据极光大数据显示，高端机用户对携程旅行的偏好度最高，其次是大众点评和滴滴出行，中端机和低端机用户分别最喜爱支付宝和最美天气

高中低端手机偏好指数top5



高端机



中端机



低端机

携程旅行

81.74

支付宝

70.34

最美天气

69.45

大众点评

80.54

手机淘宝

69.05

百度输入法

67.13

滴滴出行

77.48

QQ邮箱

68.82

讯飞输入法

65.96

QQ邮箱

76.75

美图秀秀

67.78

乐视体育

65.29

凤凰新闻

76.68

美团

67.55

乐看搜索

64.82

数据来源：极光大数据

取数周期：2017.12

*统计模型：极光app偏好指数

主流安卓手机偏好指数

快手受到OV用户的青睐

- 在进入主流安卓手机安装应用偏好指数top5的app中，快手同时在OV上榜

主流安卓手机偏好指数top5



华为	OPPO	vivo	小米
百度输入法 91.67	讯飞语音+ 91.90	腾讯视频 79.76	百度输入法 83.68
大众点评 71.69	搜狗输入法 90.29	58同城 76.45	喜马拉雅 83.12
京东 71.07	唯品会 77.83	美团 76.04	一点资讯 82.14
凤凰新闻 70.98	WiFi万能钥匙 77.83	快手 74.44	猎豹清理大师 80.21
今日头条 70.97	快手 77.37	手机淘宝 74.04	小米直播 78.85

数据来源：极光大数据

取数周期：2017.12

*统计模型：极光app偏好指数





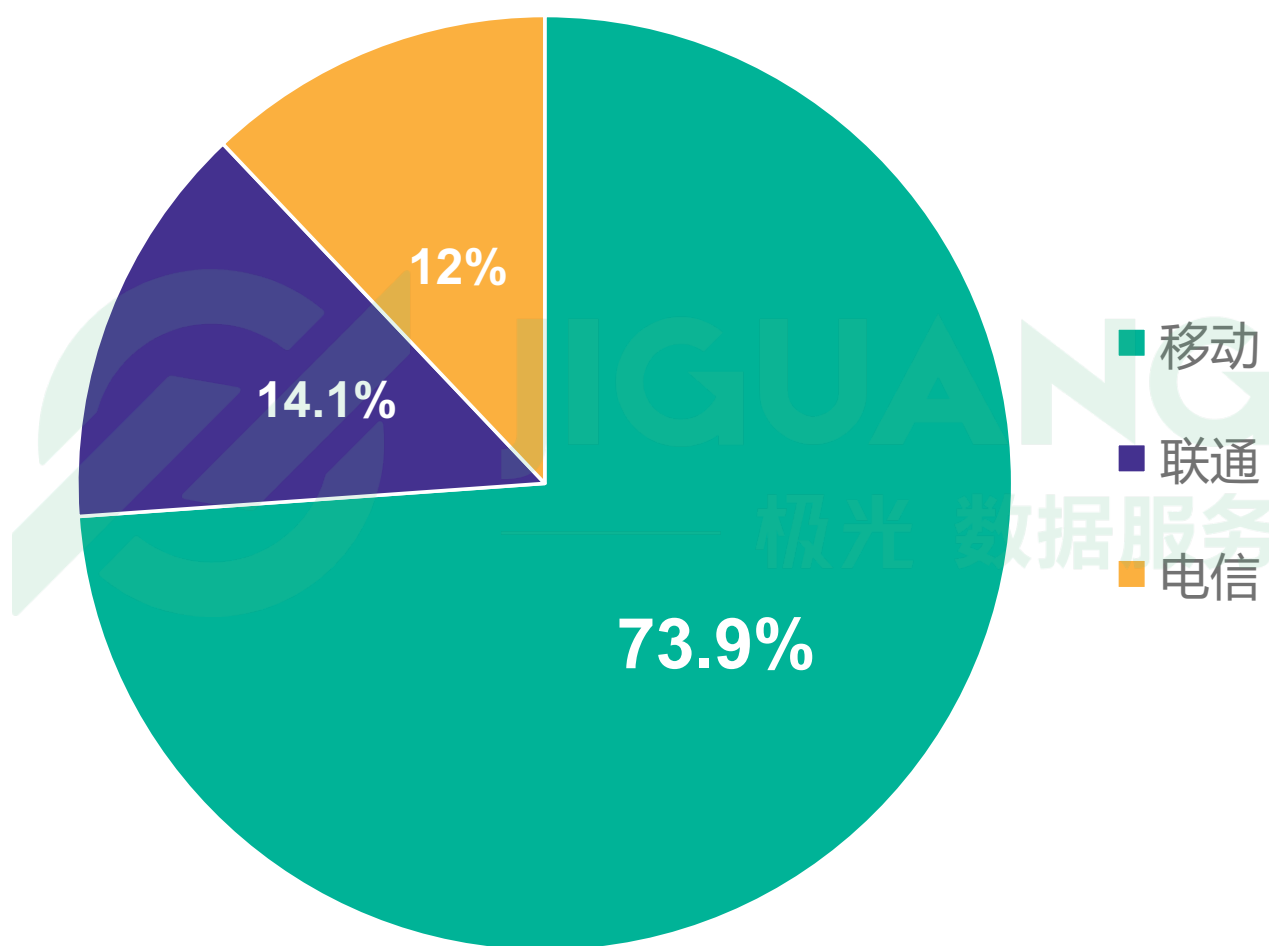
运营商app专题研究

三大运营商市场份额

73.9%的中国移动网民是移动用户

- 根据极光大数据统计，移动在三大运营商中的市场份额优势明显，73.9%的中国移动网民是移动用户，剩下不到30%的市场份额由联通和电信瓜分，他们的市场份额分别是14.1%和12%

三大运营商市场份额



数据来源：极光大数据

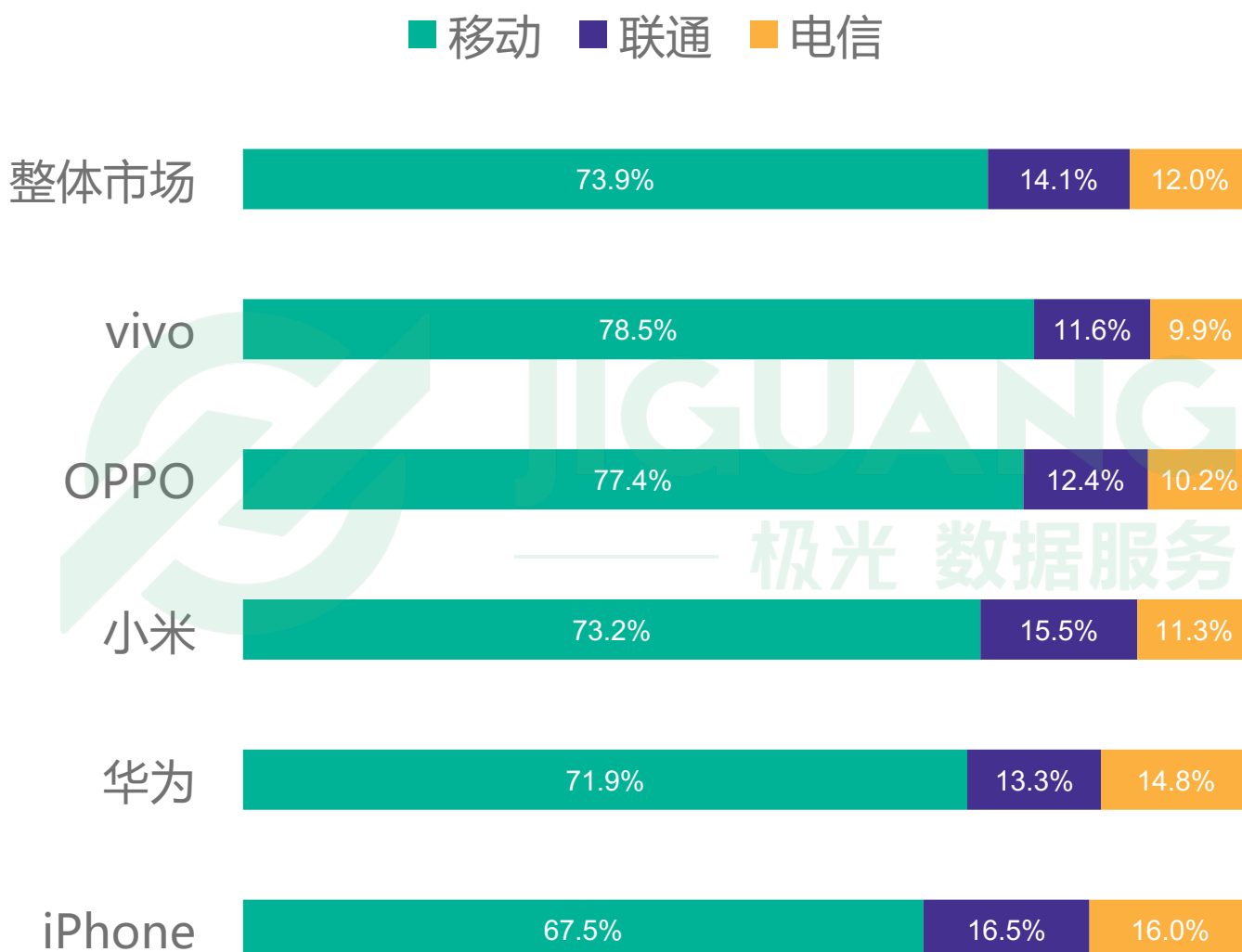
取数周期：2017.12

三大运营商在主流手机品牌中的市场份额

移动在OV中的市场份额占比高于整体市场水平

- 根据极光大数据统计，移动在OV中的市场份额分别为77.4%和78.5%，高于移动在整体市场中73.9%的市场份额
- iPhone用户中则有相对其他主流手机品牌较多的用户选择了联通和电信

三大运营商在主流手机品牌中的市场份额



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.12

三大运营商市场份额变化趋势

过去五个季度，三大运营商的市场份额无明显变化，移动始终保持领先

三大运营商市场份额变化趋势

■ 移动 ■ 联通 ■ 电信



数据来源：极光大数据

取数周期：2016.12-2017.12

运营商手机营业厅app在主流安卓手机品牌中的渗透率

联通手机营业厅在华为小米中的渗透率较其他两家更高

- 根据极光大数据统计，在三大运营商的全国性营业厅app中，联通手机营业厅app在华为、小米中的渗透率最高，中国移动手机营业厅app则在OV中展现了优势

运营商手机营业厅app在主流安卓手机品牌中的渗透率



中国移动手机营业厅

联通手机营业厅

电信营业厅

华为

6.8%

7.8%

7.1%

OPPO

9.6%

7.7%

5.3%

vivo

9.8%

8.1%

4.6%

小米

7.6%

10.8%

6.8%

数据来源：极光大数据

取数周期：2017.12

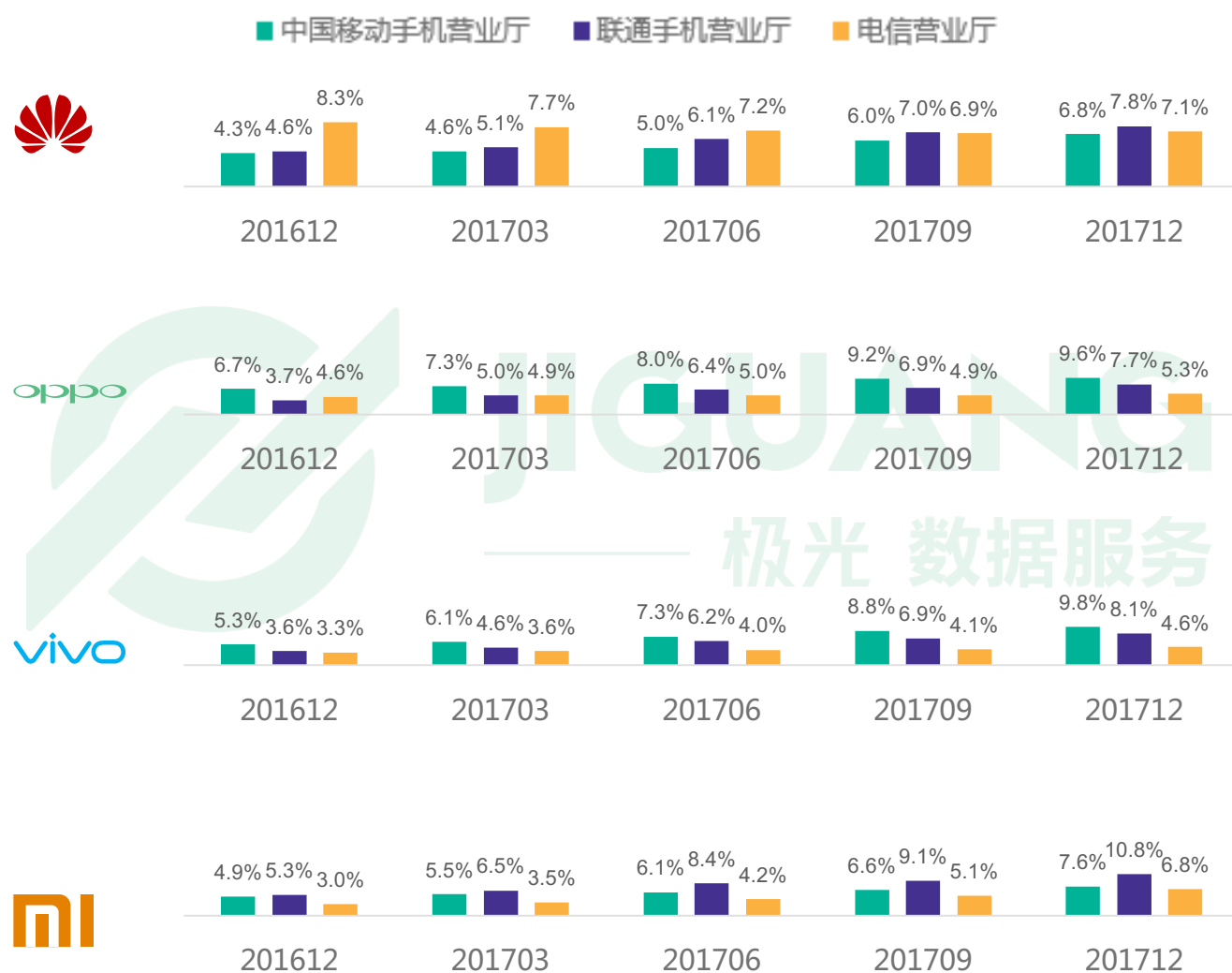
运营商手机营业厅app仅包括全国性的电信营业厅、联通手机营业厅和中国移动手机营业厅三款独立app，不包括地方性营业厅app数据

运营商手机营业厅app在主流安卓手机品牌中的渗透率变化趋势

三大运营商的全国性app渗透率在过去一年整体提高，联通增幅最为显著

- 根据极光大数据统计，17年12月华为用户中渗透率最高的联通手机营业厅渗透率为7.8%，而16年同期数据为4.6%，当时落后于电信营业厅app，经过一年的增长，其渗透率已经超过了电信营业厅app

运营商手机营业厅app在主流安卓手机品牌中的渗透率变化趋势



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.12

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10月-2017年12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. 法律声明

极光大数据所提供的数据信息系依据大样本数据抽样采集、小样本调研、数据模型预测及其他研究方法估算、分析得出，由于方法本身存在局限性，极光大数据依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考，极光大数据不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与极光大数据无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担

5. 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110亿个移动终端，月独立活跃设备超过8亿，日发送消息60亿，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

媒体数据引用：

marketing@jiguang.cn