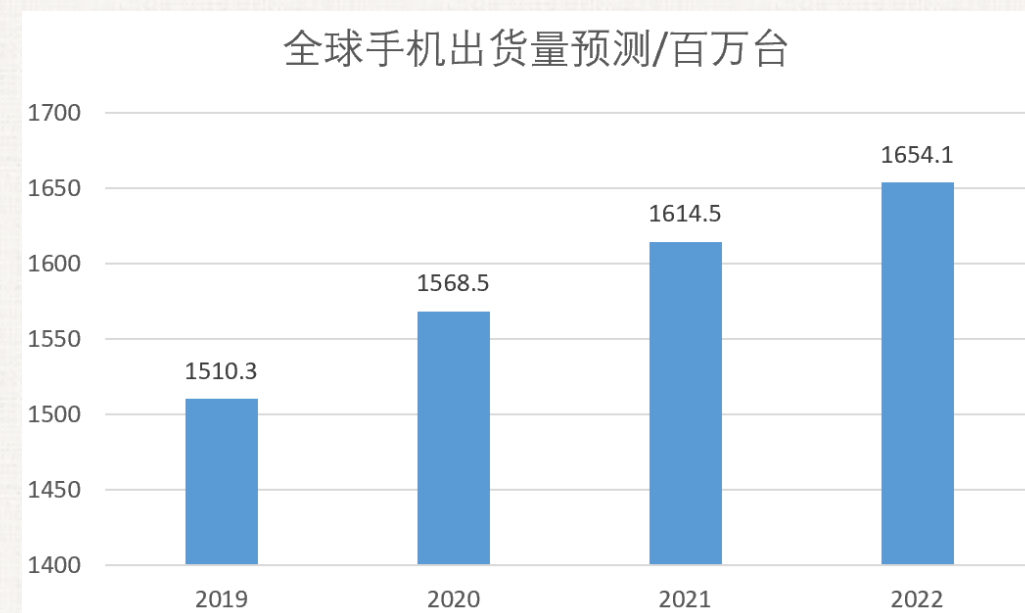
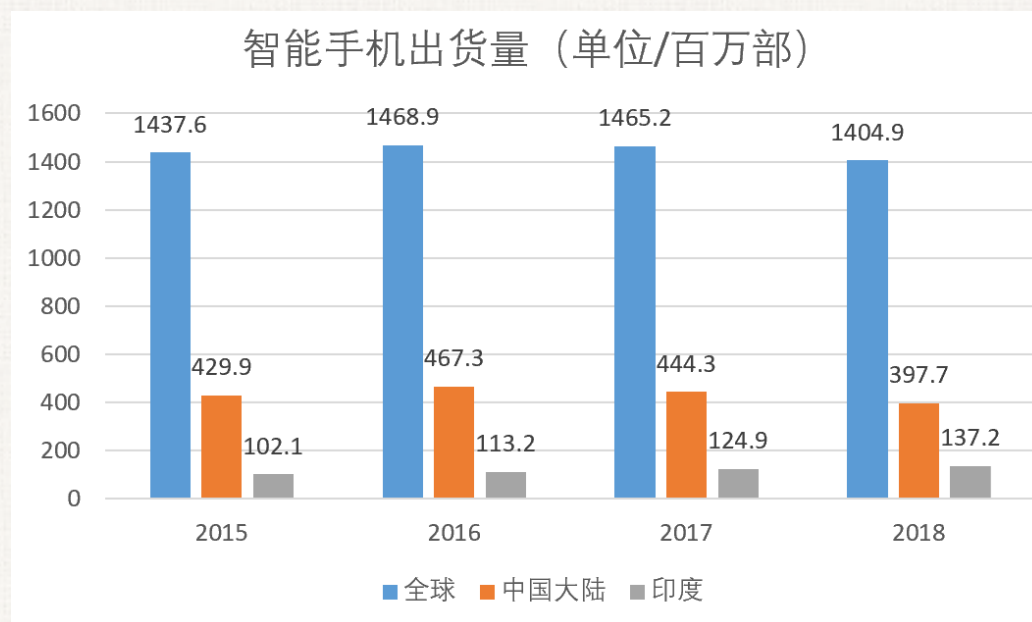


十亿手机出货量行业线上渗透率高，未来尚存较大增长空间

全球和中国市场手机出货量减少，印度手机出货量高速增长。全球和中国手机出货量截至2018年总数为1404.9及397.7百万台，过去三年出现了-0.76%及-2.56%的CAGR，出货量缓慢减少。但印度市场出货量截至2018年总数为1404.9及397.7百万台，过去三年实现了10.35%的CAGR，增长迅猛

行业当前渗透率较高，未来预计稳定增长。智能手机设备总数量有20152871百万部，线上渗透率为39%，增长到2017年的3665.7百万部，线上渗透率增长到48.7%，增长稳定，行业当前渗透率虽然较高，但尚有增长空间，预计未来将会稳定增长

2019年出货量将会在持续一段时间的下降后，迅速反弹。根据IDC预测，认为2019年智能手机市场将经历连续第三年的出货量下滑。DC预计2019年全球智能手机市场出货量将下滑0.8%，降至13.9亿部。不过其后会加速增长，预计到2023年智能手机出货量将达到15.4亿部



数据来源：艾瑞咨询

智能手机市场群雄争霸，小米印度市场一骑绝尘

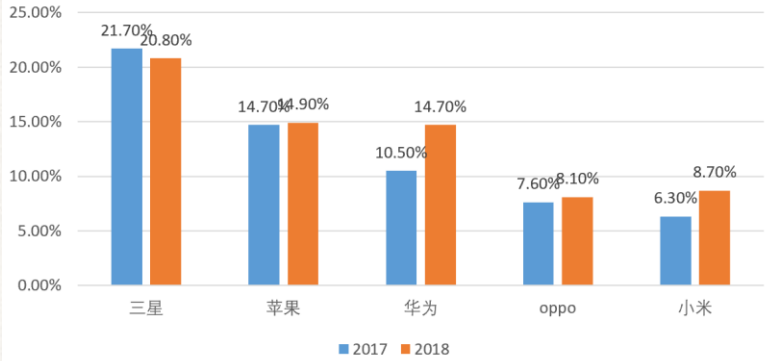
地区差异显著，高度集中：

根据艾瑞咨询报告，在智能手机不同地区的市场中，几家巨头所占份额及位次有明显差异，但总的来说CR5>50%,高度集中于几所大型企业，并且市场集中度处于上升状态，中国及世界市场行业多足鼎立格局明显，并且差距逐渐拉大
在此格局下，小米在截止2018年底，在世界与中国市场的占有率分别增长到8.1%与12%

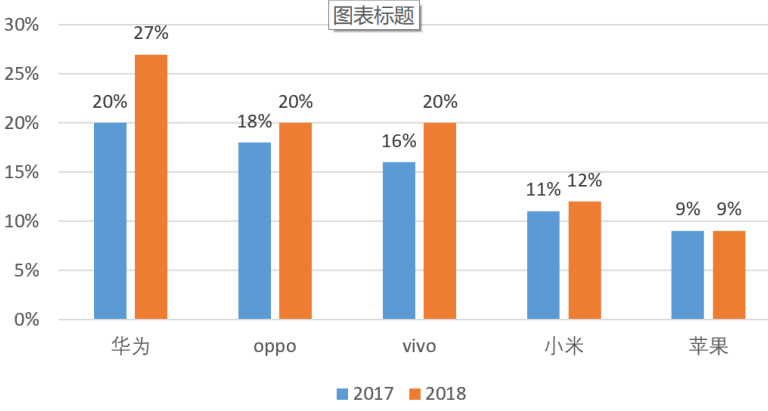
印度市场双巨头格局明显，两家占有率合计过半：

和世界与中国手机市场不同的是，印度手机市场两家外来公司-小米和三星在截止到2018年底合计占有率过半，并与之后的企业有加大差距；其中小米增长迅猛2017至2018年底占有率增加了9%，超过三星成为印度市场霸主

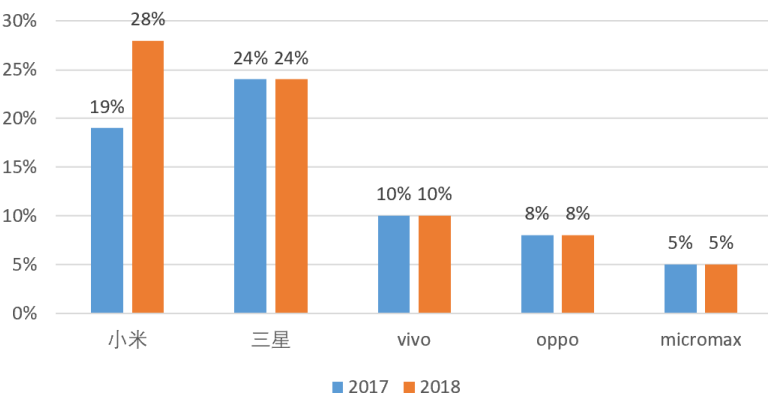
世界智能手机市场占有率情况



中国智能手机市场占有率情况



印度智能手机市场占有率情况

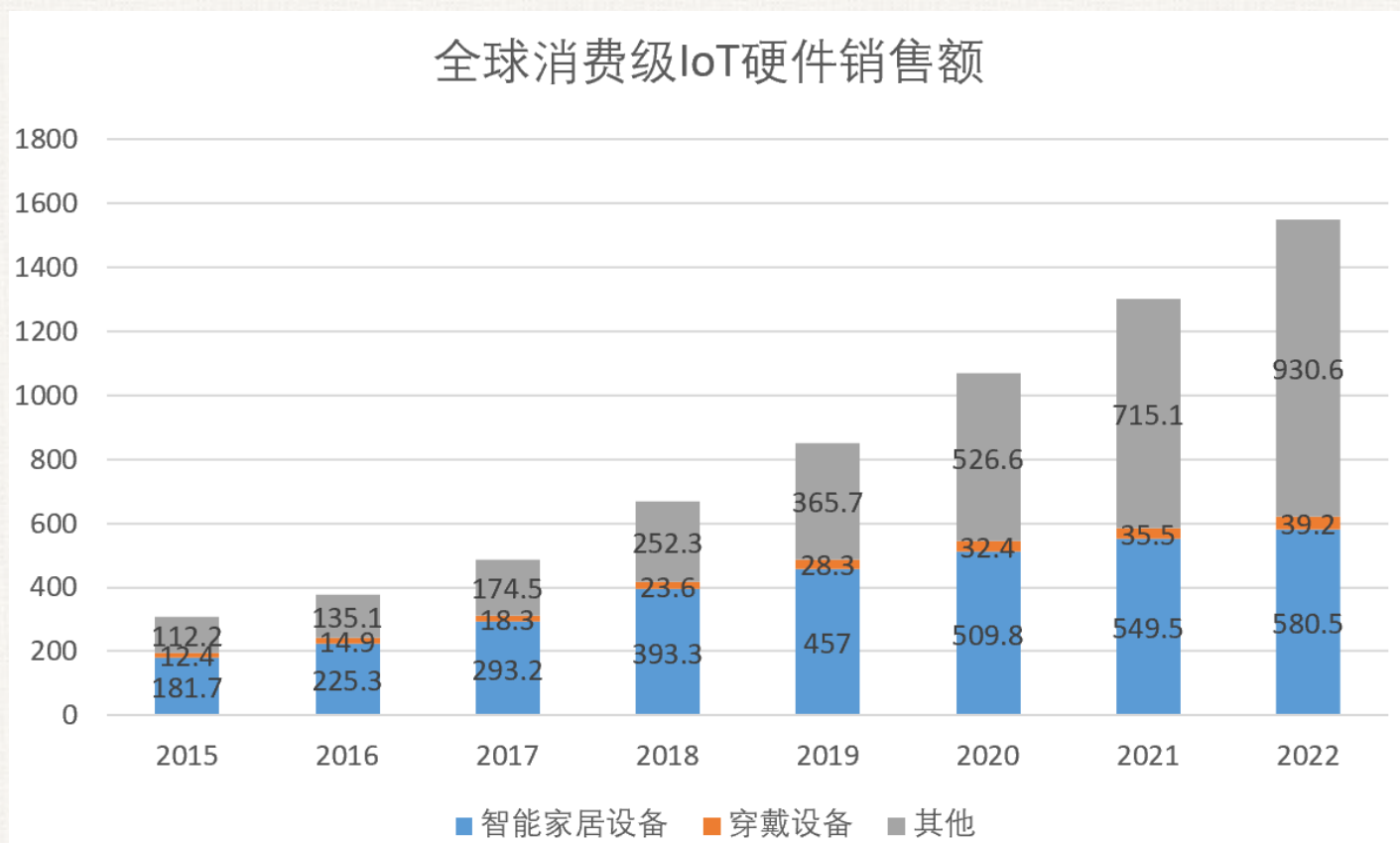


数据来源：艾瑞咨询

千亿销售额消费级IoT硬件市场增长迅猛

全球和消费级IoT销售额增长迅猛：全球消费级IoT硬件2015年实现销售3065亿美元，销售金额截至2017年总数为4859亿美元，过去两年实现了25.95%的CAGR，增长迅猛。

2020年线上食品消费交易金额有望超过5819.3亿元：根据艾瑞咨询预测，2018年-2020年行业的CAGR为26%，预计到2020年行业交易金额有望超过5819.3亿元



数据来源：艾瑞咨询

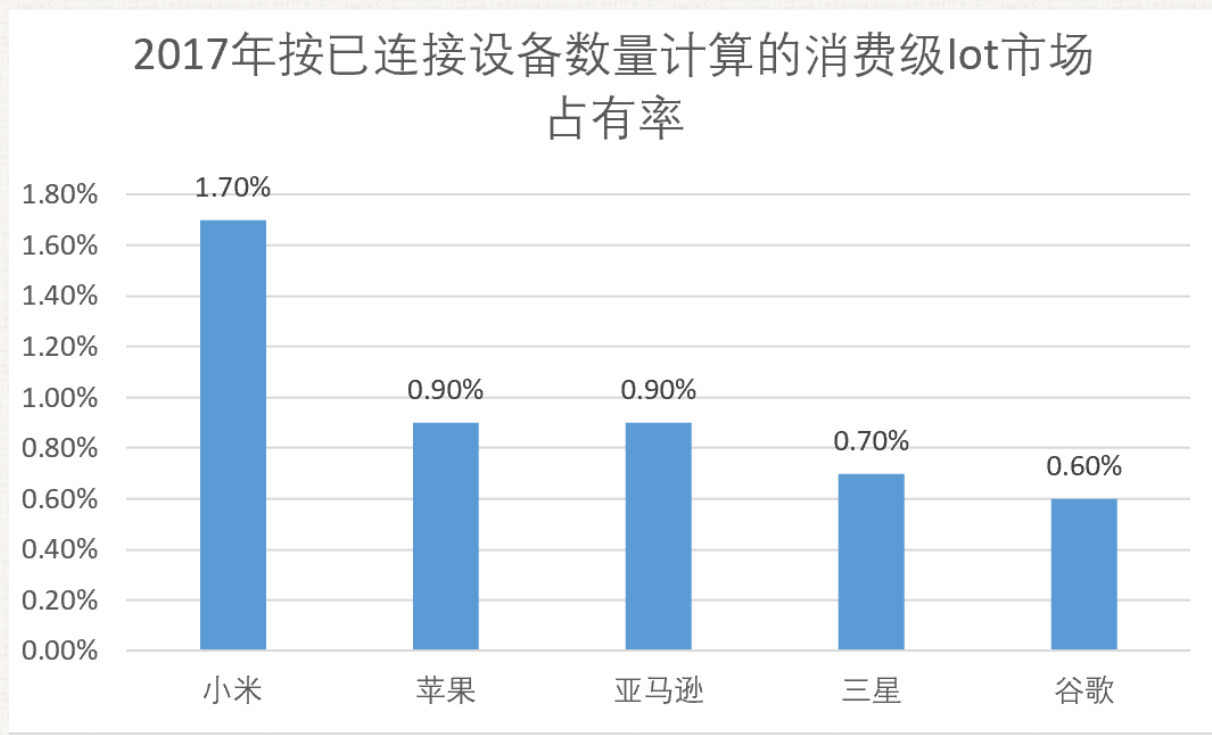
消费级IoT市场龙头地位显著，与第二名差距明显

小米在消费级IoT领域处于主导地位：

根据艾瑞咨询报告，在消费级IoT领域，小米2017年占有率排名第一，领先第二名近一倍的比例

消费级IoT领域集中度较小：

截至2017年底排名前五公司合计市占率不足5%，行业分散明显，但小米作为龙头企业与第二名差距较大



数据来源：艾瑞咨询