



# 国产双星的崛起

2016年Q4手机行业数据报告

极光大数据

[www.jiguang.cn](http://www.jiguang.cn)

2017.02



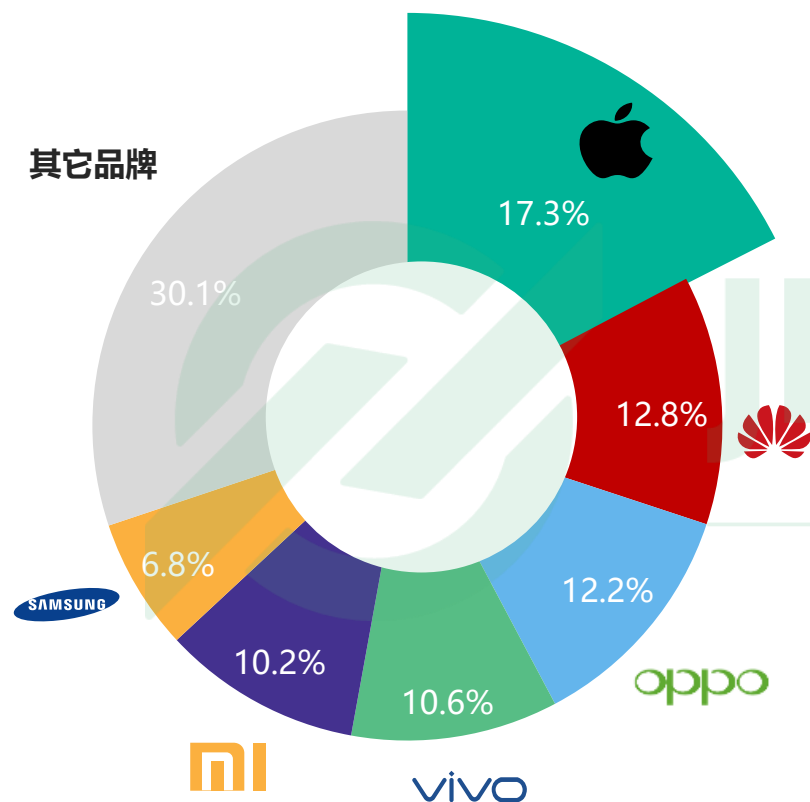
Part 1

# 手机品牌保有量分析

# 2016年Q4国内手机保有率

OPPO、vivo市场渗透率首次超过小米，距华为的安卓霸主地位仅一步之遥

## 2016年Q4国内手机保有率



**极光大数据显示**，Q4国内手机保有率 top5手机品牌依次为苹果、华为、OPPO、vivo和小米，三星连续两个季度跌出top5。

经过一年的争夺，OPPO和vivo终于在 Q4打败小米，OPPO首次跻身 top3，市场渗透率与华为相差不到1%。

数据来源：极光大数据

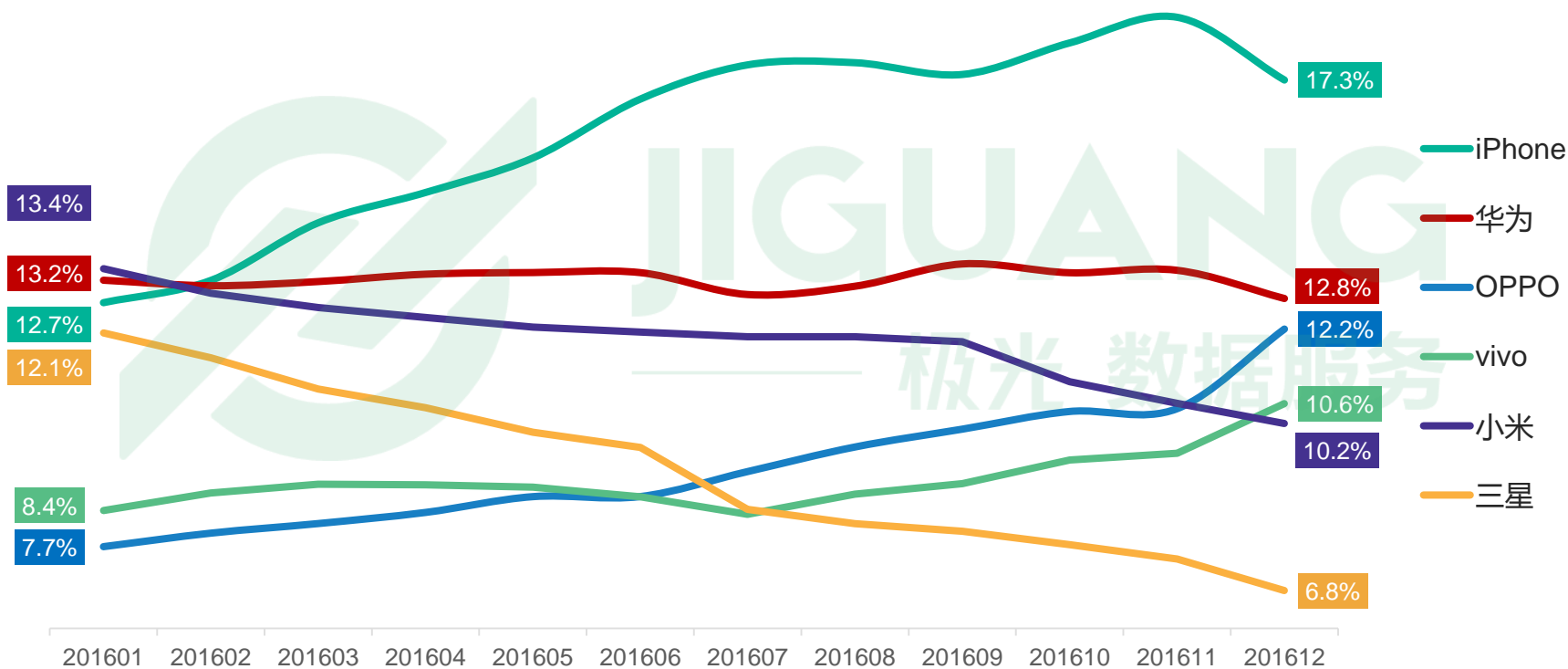
\*数据周期：2016年12月

# 2016全年主流手机品牌保有率变化趋势

## 苹果市场保有量一马当先，国产品牌OPPO和vivo崛起

- 极光大数据显示，国产品牌OPPO和vivo在过去一年持续挤压小米和三星的市场份额，OPPO在12月以12.2%的市场渗透率名列第三，在未来将会是华为最强劲的竞争对手之一

## 2016年市场保有量主要品牌变化趋势



数据来源：极光大数据

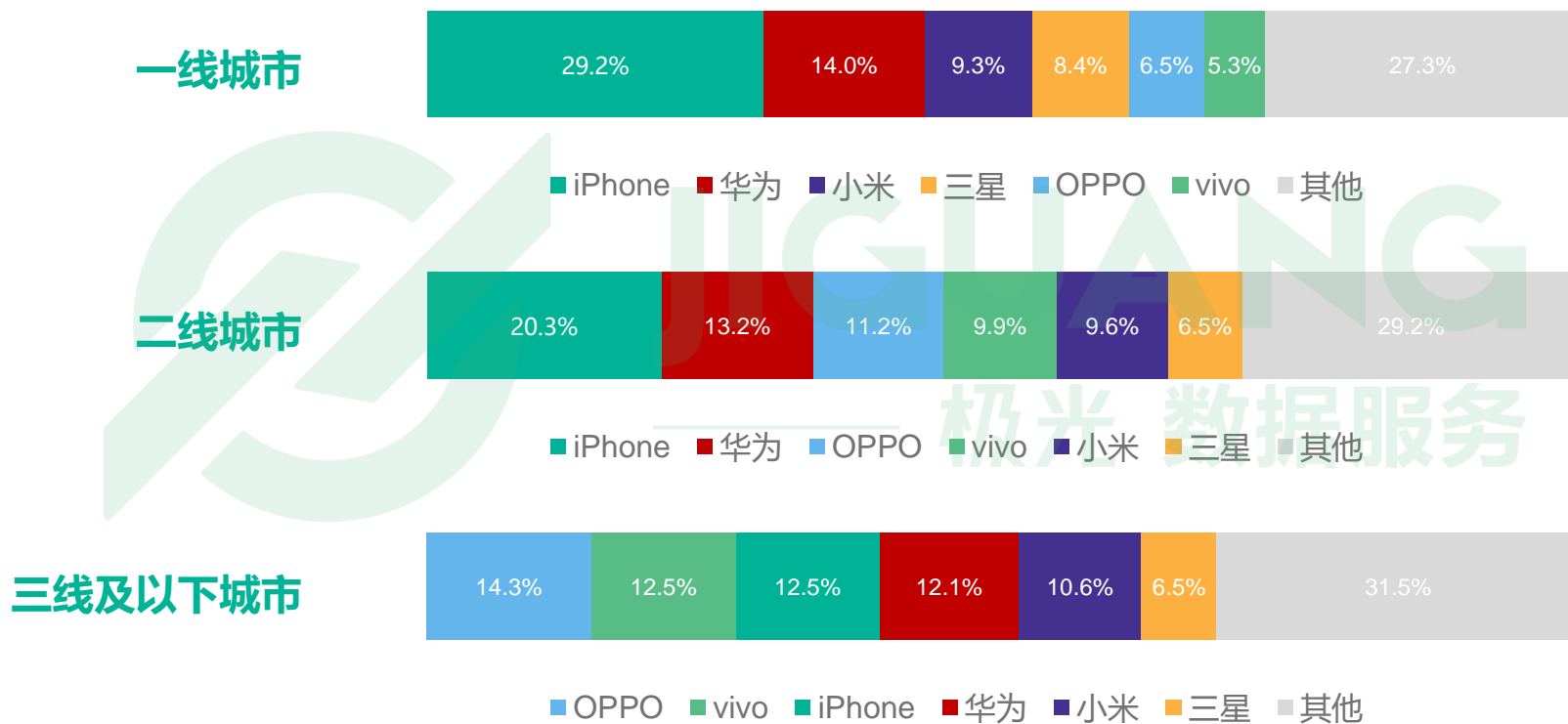
\*数据周期：2016年1月~12月

# Q4各级别城市手机品牌保有率概况

iPhone在一线城市的保有率接近三成，而OPPO、vivo在三线及以下城市大放异彩

- iPhone、华为的保有率随城市等级逐级递减，OPPO和vivo在三线及以下城市保有量均超过iPhone和华为

## 各级别城市手机品牌保有量分布



数据来源：极光大数据

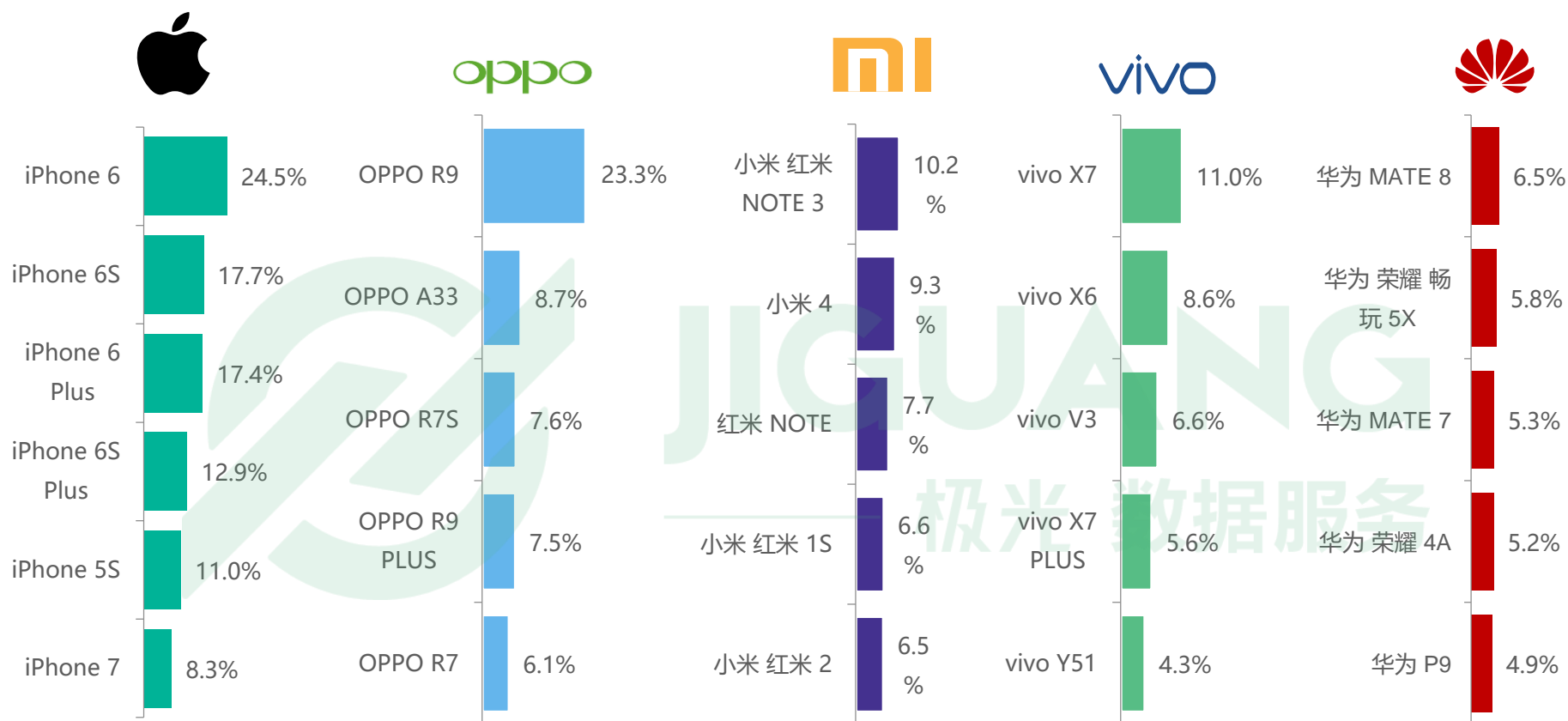
\*数据周期：2016年12月

# Q4主流品牌手机型号分布

华为、vivo机型较分散，OPPO机型最为集中

- 在安卓阵营中，OPPO、小米、vivo和华为机型集中度依次减弱，top 5机型所占品牌份额分别为53%、40%、36%和28%

## 主流品牌手机型号 Top5



数据来源：极光大数据

\*数据周期：2016年12月



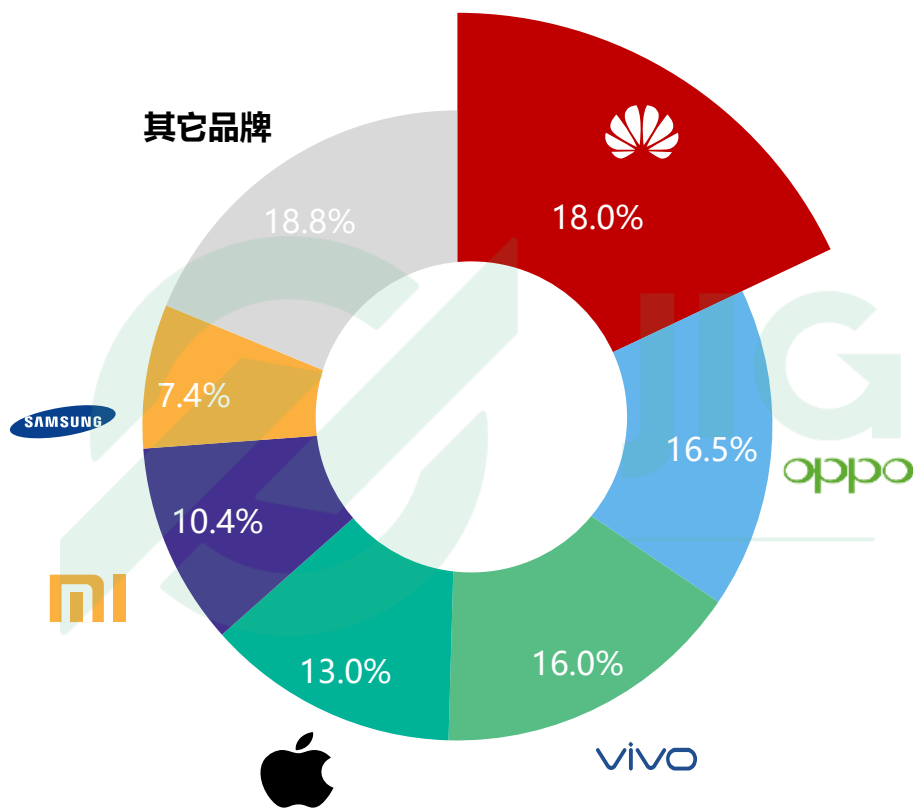
Part 2

# 手机市场销量分析

# 2016年Q4国内手机销量份额

华为斩获Q4销量王，OPPO、vivo紧随其后

## 2016年Q4国内手机销量



**极光大数据显示**，Q4国内手机销量 top5手机品牌依次为华为、OPPO、vivo、iPhone和小米。

其中，iPhone和华为分别环比上涨17.9%和8.5%，OPPO、vivo和小米有不同程度的下跌。

数据来源：极光大数据

\*数据周期：2016年10月~12月

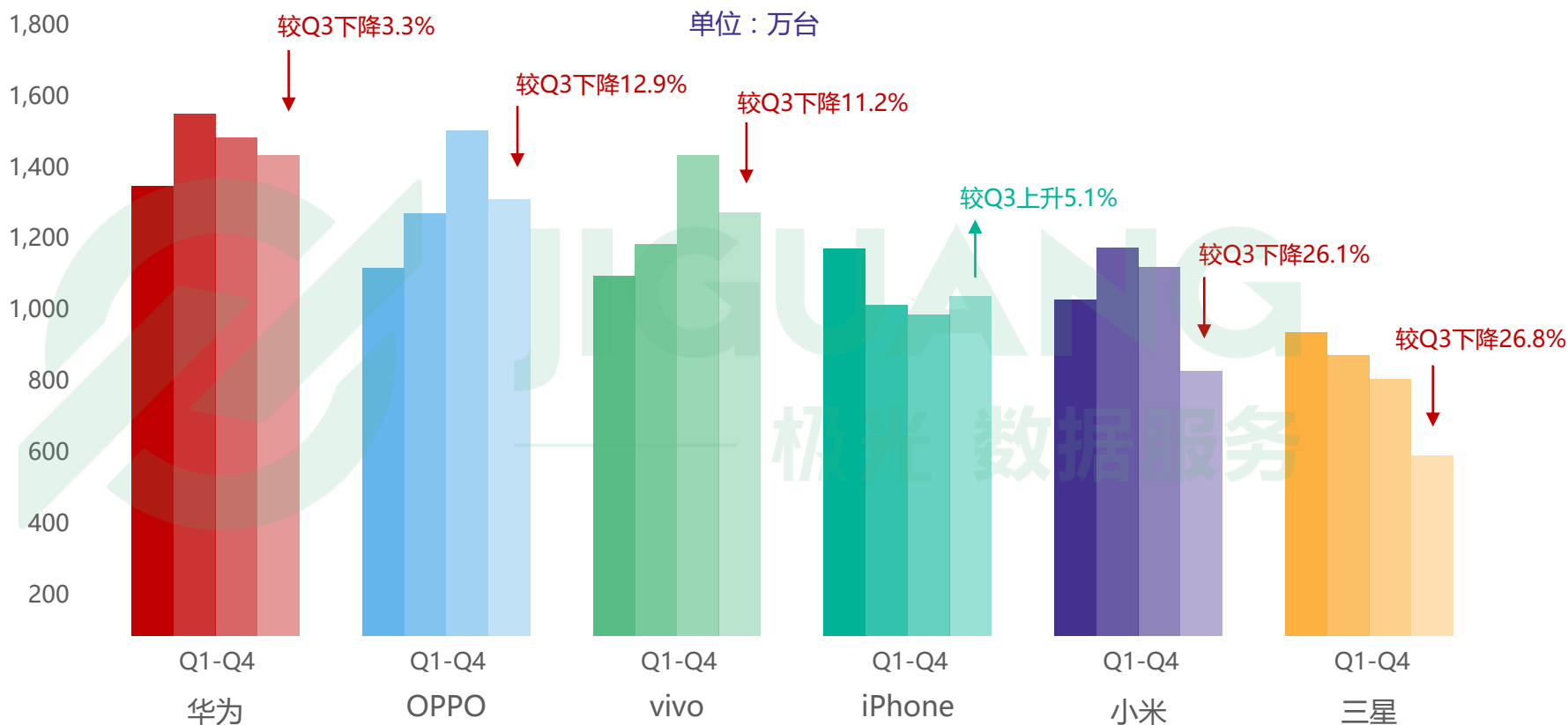


# 2016年主流手机品牌销量变化趋势

国内Q4销量整体下跌，唯iPhone小幅上涨

- 根据极光大数据统计，华为、OPPO、vivo 和 iPhone Q4销量分别为1434.1万台、1310.3万台、1272.0万台和1037.4万台，小米和三星 Q4销量在1000万台以内

## 2016年主流手机品牌销量变化趋势



数据来源：极光大数据

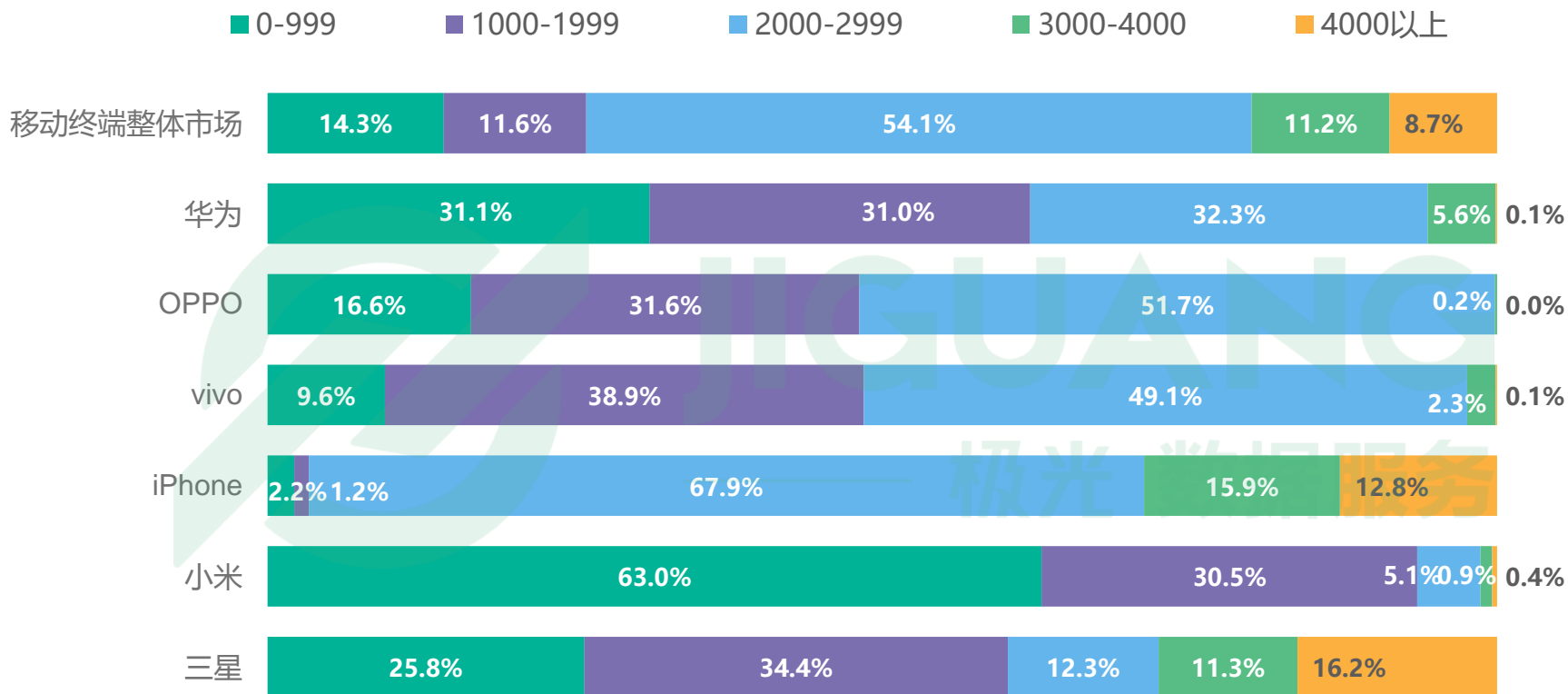
\*数据周期：2016年1月~12月

# Q4主流品牌销量价格分布

Q4售出的高中低端机型分布比例约为 2 : 7 : 1

- 通过极光大数据统计发现，Q4售出的手机中65.7%为中端机，超过五成价格分布在2000-2999之间，各手机品牌主侧重的目标市场有所不同

## Q4主流手机品牌销量价格分布



数据来源：极光大数据

\*数据周期：2016年10月~12月

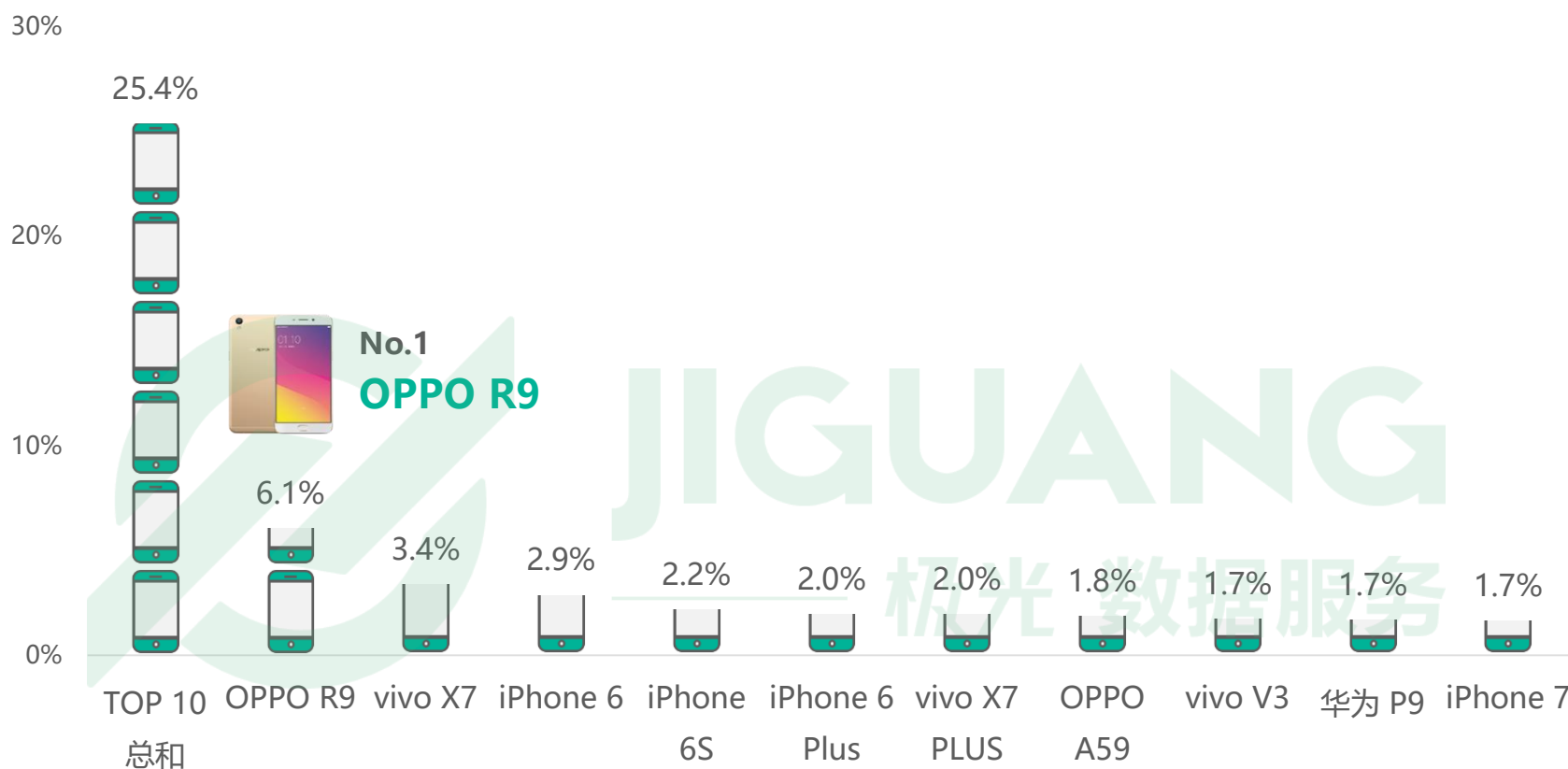
\*报告中将2016年12月市场报价低于1K的机型定义为低端机，市场价在1K-3K之间的机型定义为中端机，市场价高于3K的机型定义为高端机

# Q4机型销量 Top10 机型

## OPPO 旗下明星机型 OPPO R9蝉联 Q4销量冠军

- 2016年3月中旬发布的 OPPO R9连续三个季度蝉联机型销量冠军，为 OPPO的保有率增长做出卓越贡献
- iPhone 有4款机型上榜

### Q4手机型号销量排名



数据来源：极光大数据

\*数据周期：2016年10月~12月



Part 3

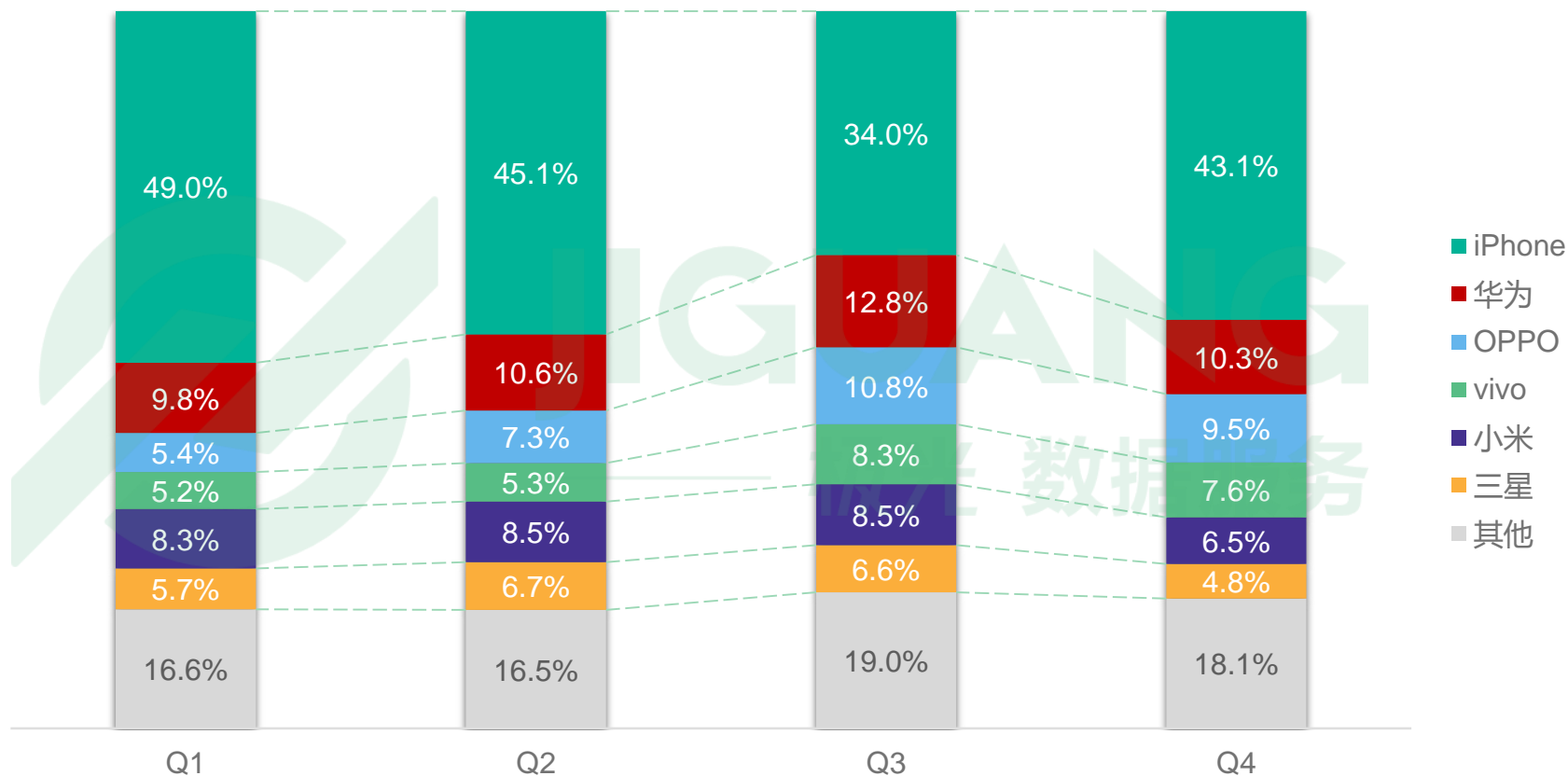
# 智能手机品牌忠诚度分析

# 国内市场主流手机品牌用户忠诚度——iPhone

## iPhone7带动苹果用户忠诚度回暖

- iPhone 用户品牌忠诚度在主流手机品牌中最高，Q4有43.1%的 iPhone 换机用户继续购买 iPhone

### 2016年iPhone用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

\*数据周期：2016年1月~12月

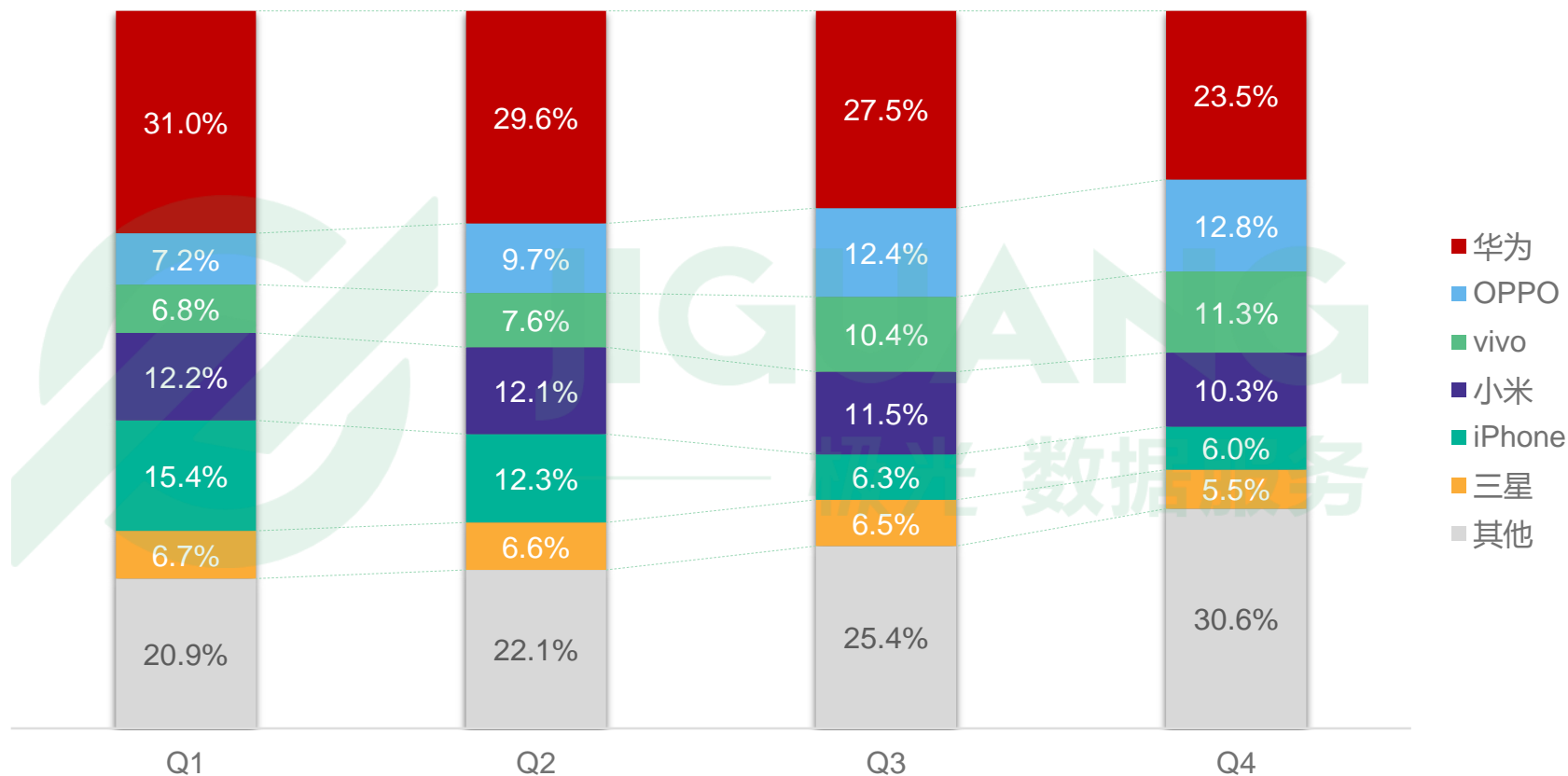
\*当页讨论的品牌在柱形图的第一行，其余品牌按Q4忠诚度从高到低排序

# 国内市场主流手机品牌用户忠诚度——华为

华为用户忠诚度降低，转向使用OPPO和vivo的换机用户逐渐增多

- 华为换机用户选择OPPO和vivo的比例连续3个季度增加，对比Q1，Q4升幅均超过4个百分点

## 2016年华为用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

\*数据周期：2016年1月~12月

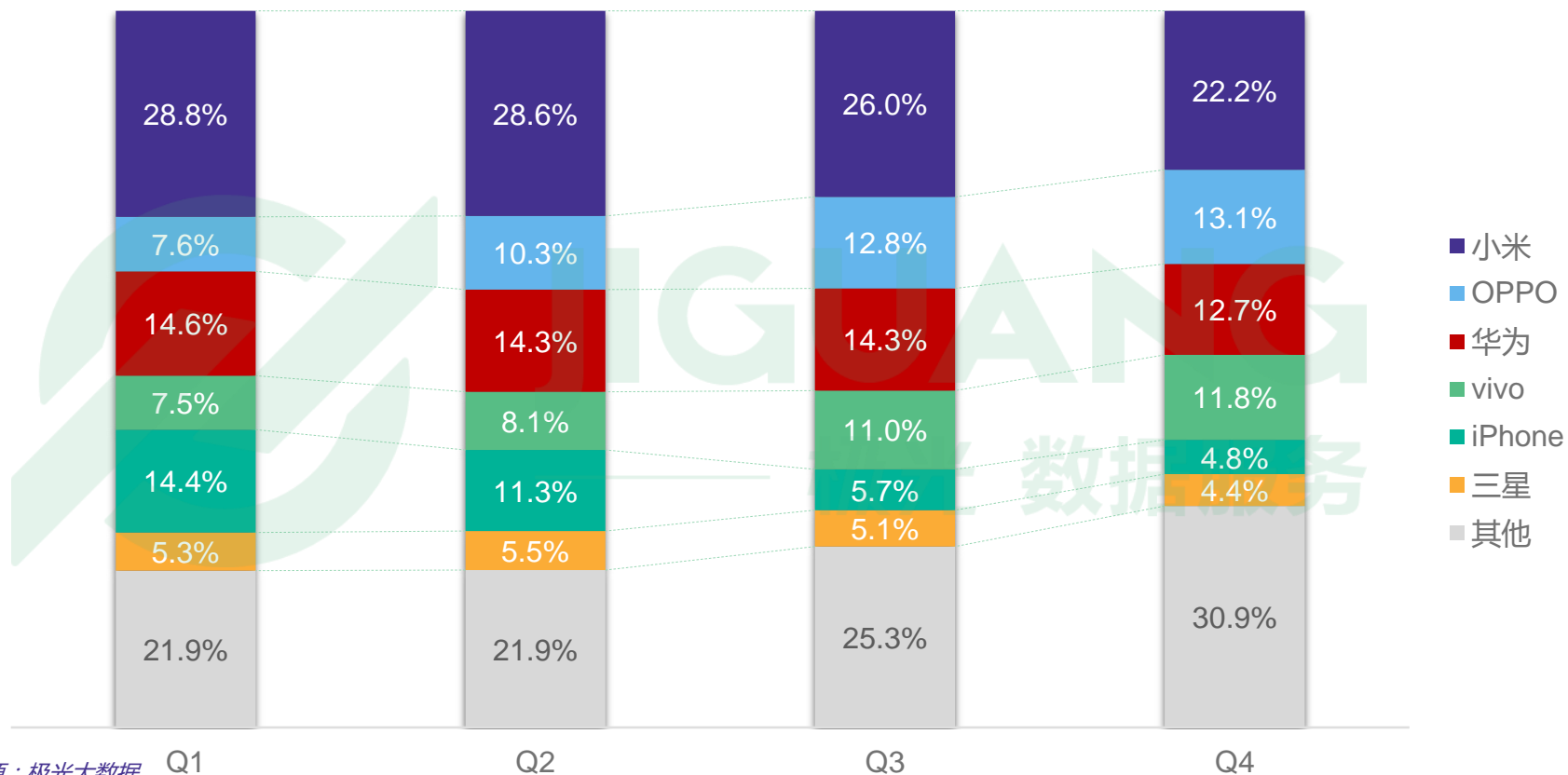
\*当页讨论的品牌在柱形图的第一行，其余品牌按Q4忠诚度从高到低排序

# 国内市场主流手机品牌用户忠诚度——小米

## OPPO和vivo对小米手机的替代效应在逐渐增强

- 小米在过去一年发布了9款新机型\*，其中 Q1和 Q2各有1款，Q3 和 Q4分别有 3 款和 4 款，用户的选择增多了，忠诚度反而下降了

### 2016年小米用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

\*数据周期：2016年1月~12月

\*当页讨论的品牌在柱形图的第一行，其余品牌按Q4忠诚度从高到低排序

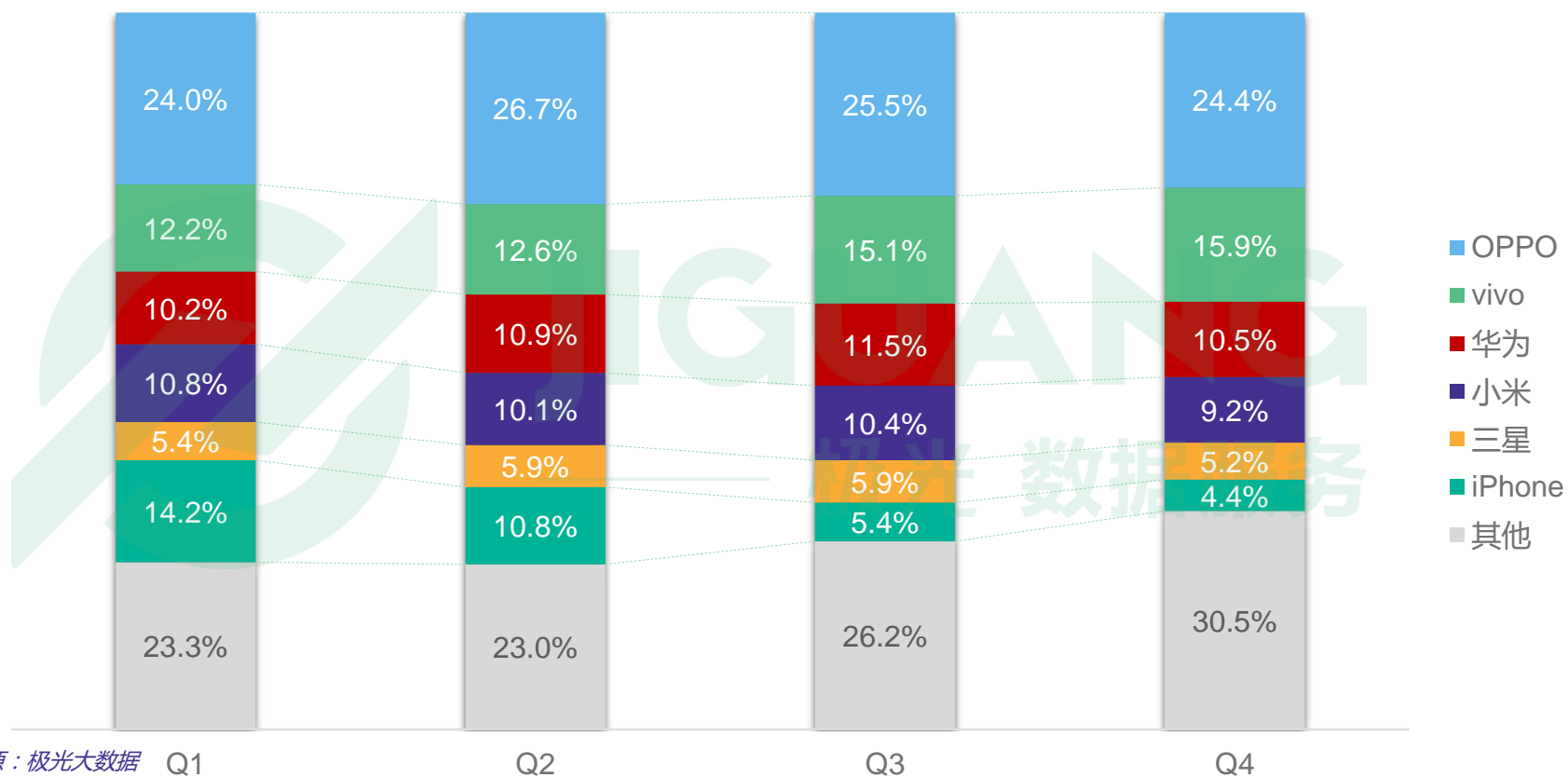
\*Q1：小米5；Q2：小米Max；Q3：红米Note 4、小米5S和小米5s Plus；Q4：小米Note 2、小米MIX、红米4和红米4A

# 国内市场主流手机品牌用户忠诚度——OPPO

OPPO换机用户除自身品牌外的第一选择是vivo

- OPPO的换机用户中，选择华为、小米、三星和iPhone的用户份额逐季被选择vivo和长尾品牌\*的用户挤压

## 2016年OPPO用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据 Q1

\*数据周期：2016年1月~12月

\*当页讨论的品牌在柱形图的第一行，其余品牌按Q4忠诚度从高到低排序

\*报告将除了iPhone、华为、OPPO、vivo、小米和三星以外的手机品牌统称为长尾品牌

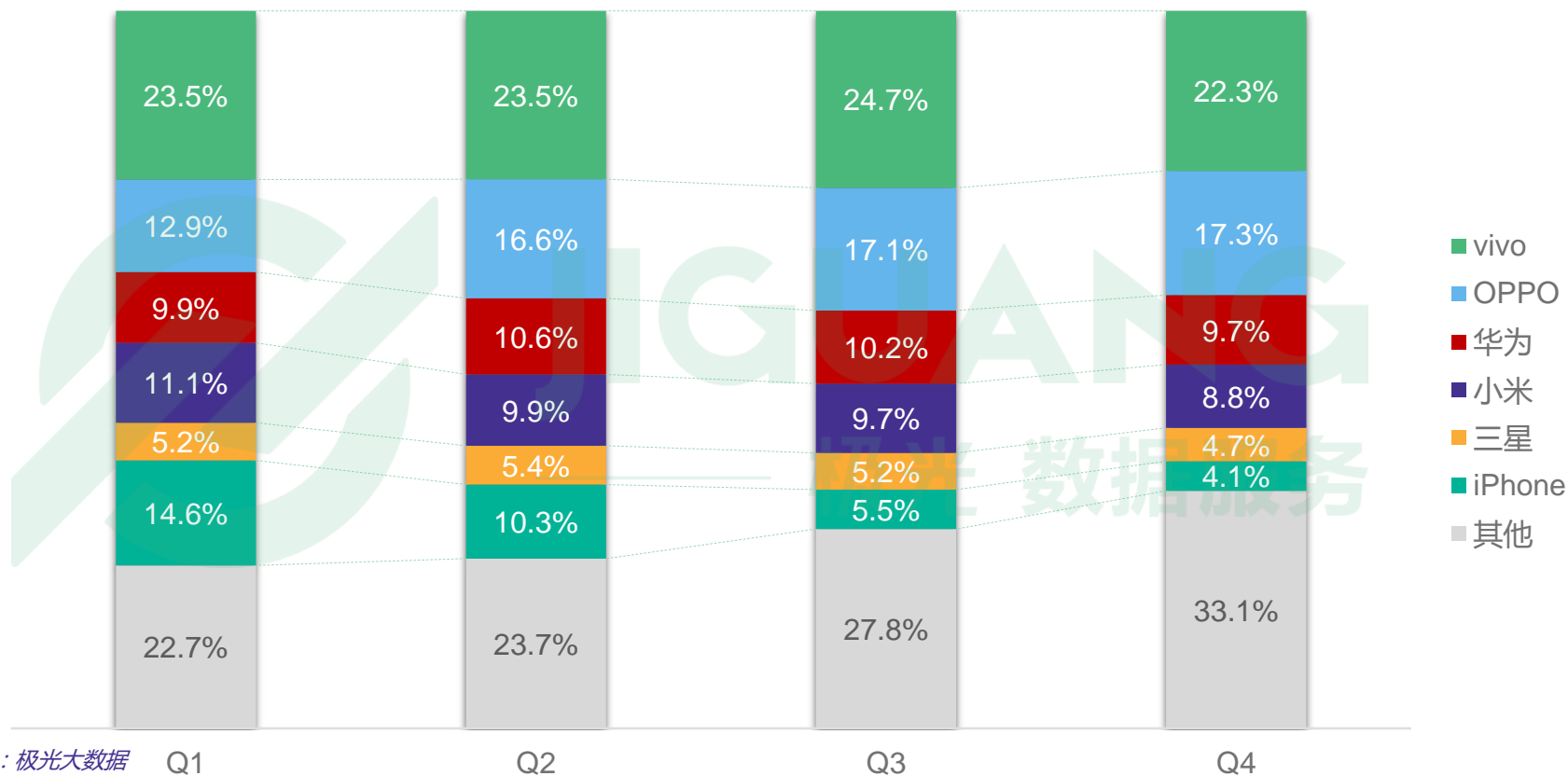


# 国内市场主流手机品牌用户忠诚度——vivo

vivo的最大替代品牌是OPPO

- 长尾品牌的替代效应在增强，在换机时选择长尾品牌的用户从Q1的22.7%上升至Q4的33.1%，升幅超过10%

## 2016年vivo用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

\*数据周期：2016年1月~12月

\*本页讨论的品牌在柱形图的第一行，其余品牌按Q4忠诚度从高到低排序

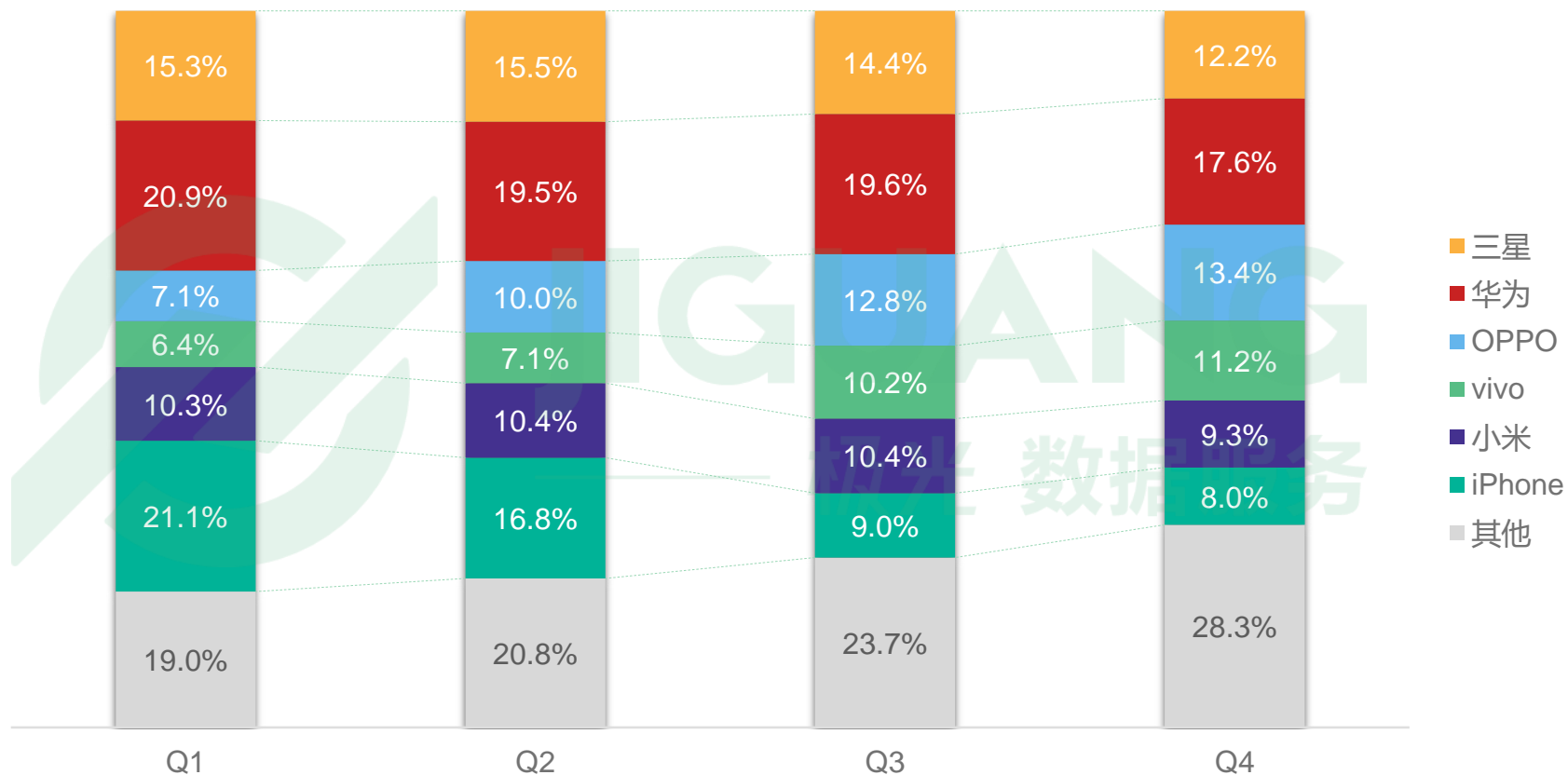
\*报告将除了iPhone、华为、OPPO、vivo、小米和三星以外的手机品牌统称为长尾品牌

# 国内市场主流手机品牌用户忠诚度——三星

## 三星市场份额持续被国产品牌挤占

- 三星在国内市场主流手机品牌中用户忠诚度最低，三星用户换机会优先购买华为和 OPPO

### 2016年三星用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

\*数据周期：2016年1月~12月

\*当页讨论的品牌在柱形图的第一行，其余品牌按Q4忠诚度从高到低排序



Part 4

# 主要安卓手机品牌用户画像

# 主流安卓手机品牌用户画像-性别

三星、华为和小米备受男性用户青睐，OPPO、vivo则更受女性用户欢迎

- 极光大数据显示，三星、华为和小米的男性用户占比分别为76%、67%和63%，OPPO 和 vivo的女性用户占比分别为59%和53%

## 主流安卓手机品牌性别分布



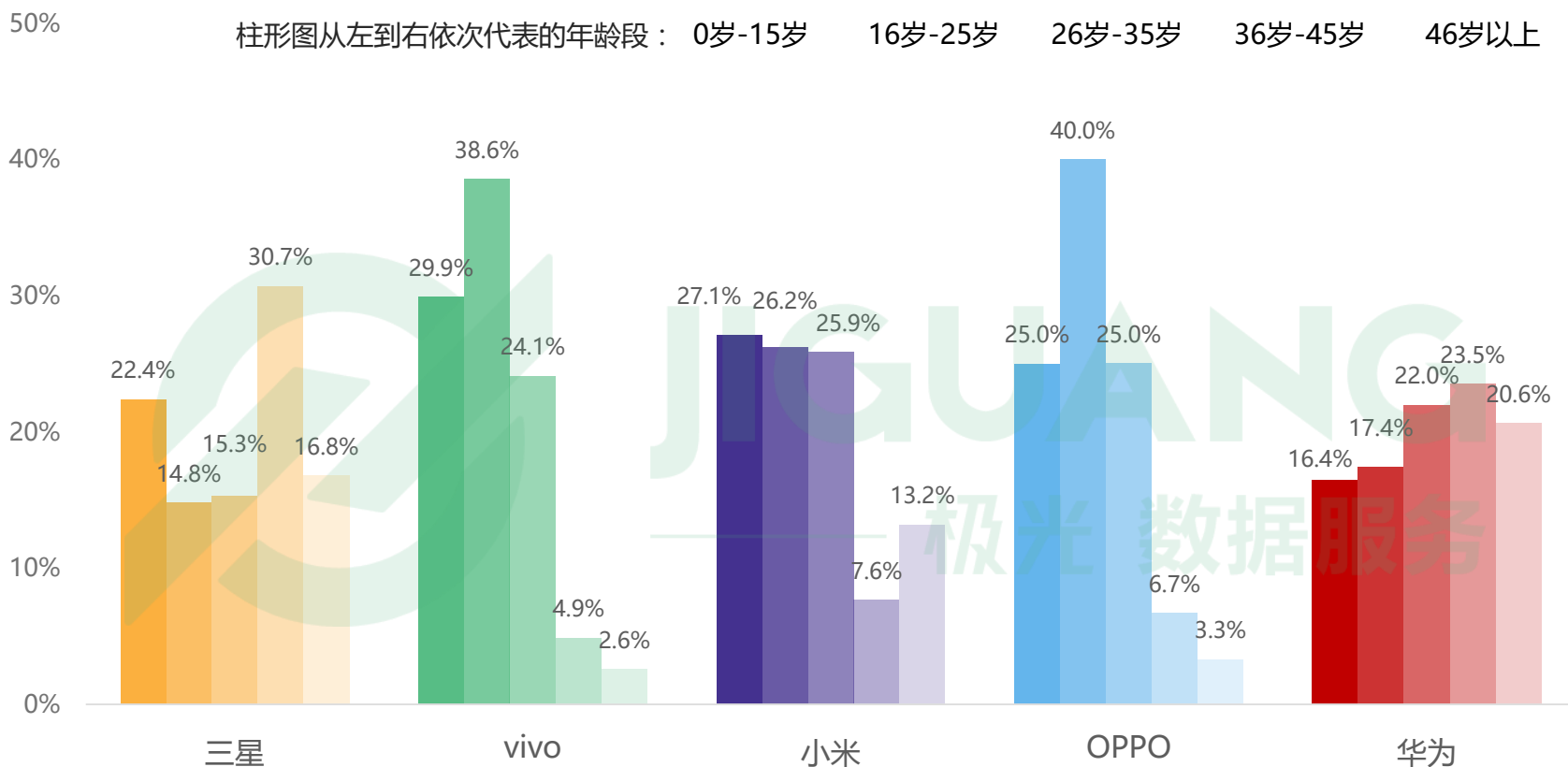
数据来源：极光大数据  
\*数据周期：2016年10月~12月

# 主流手机品牌用户画像-年龄

## OPPO、vivo主攻年轻市场，接近七成用户不到25岁

- 在主流安卓手机品牌中，vivo、OPPO、小米用户年轻化，华为用户在各个年龄层分布均匀，三星用户年龄两极化，15岁以下和36岁至45岁用户占比均超过三成

### 主流安卓手机品牌年龄分布



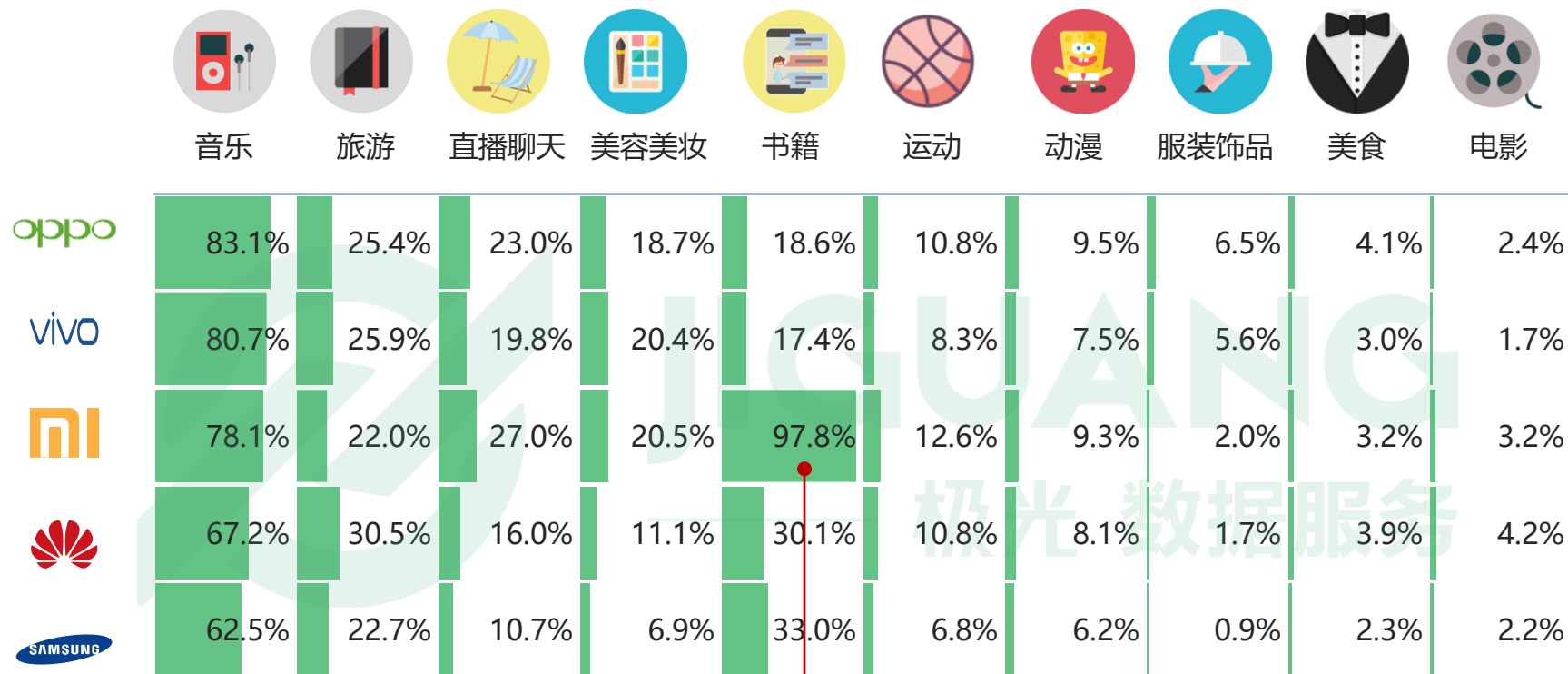
数据来源：极光大数据

\*数据周期：2016年10月~12月

# 主流手机品牌用户画像-兴趣爱好标签

主流安卓手机品牌用户普遍是音乐爱好者，  
每四名用户就有一名用户对旅游或直播聊天感兴趣

## 主流安卓手机品牌兴趣爱好分布



“被读书”的小米用户：

小米手机预装了MM娱乐和湿妹秀两款图书阅读类app

# 主流手机品牌用户画像-社交风格标签

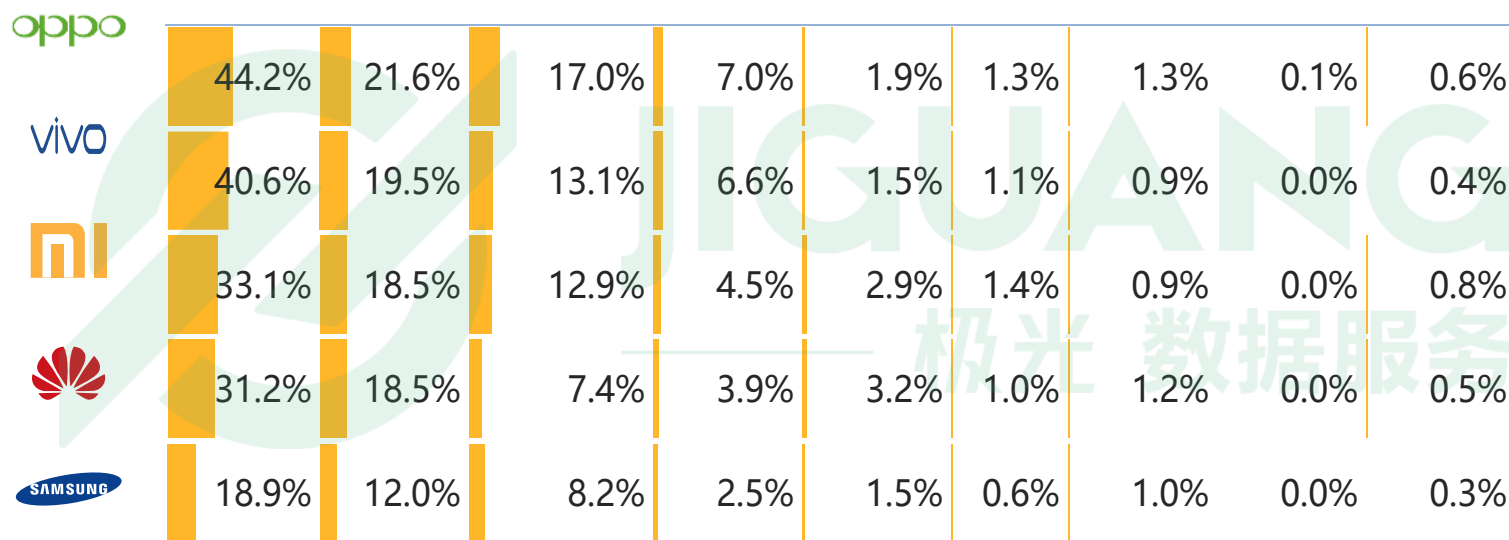
主流手机品牌用户中热度最高的三个话题：流行时尚、校园社区、文艺小清新

- 根据极光大数据显示，主流安卓手机用户都是“潮人”，对流行时尚话题最感兴趣

## 主流安卓手机品牌社交风格分布



流行时尚 校园社区 文艺小清新 同城交友 知识青年 二次元 匿名聊天 爱宠社区 幽默笑话



数据来源：极光大数据  
\*数据周期：2016年10月~12月



Part 5

# 手机应用安装情况

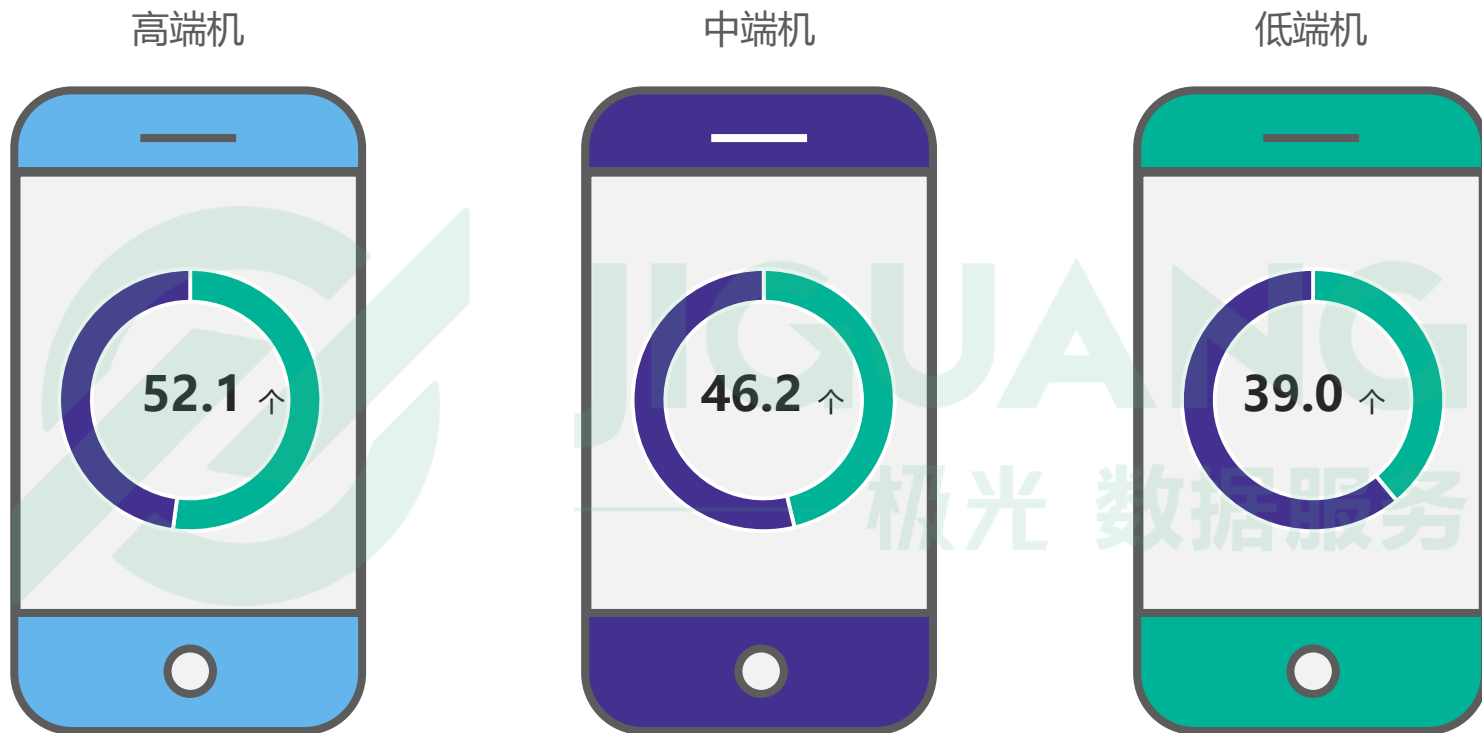


# 不同价格的手机应用安装使用情况

高中低端机型每台手机平均安装的应用量分别为：52.1个、46.2个和39.0个

- 高中低端机型平均每台手机安装的应用数量依次递减，中高端机型在内存、性能方面或更能迎合用户安装多应用的需求

## 高中低端机型每台手机平均安装应用数量



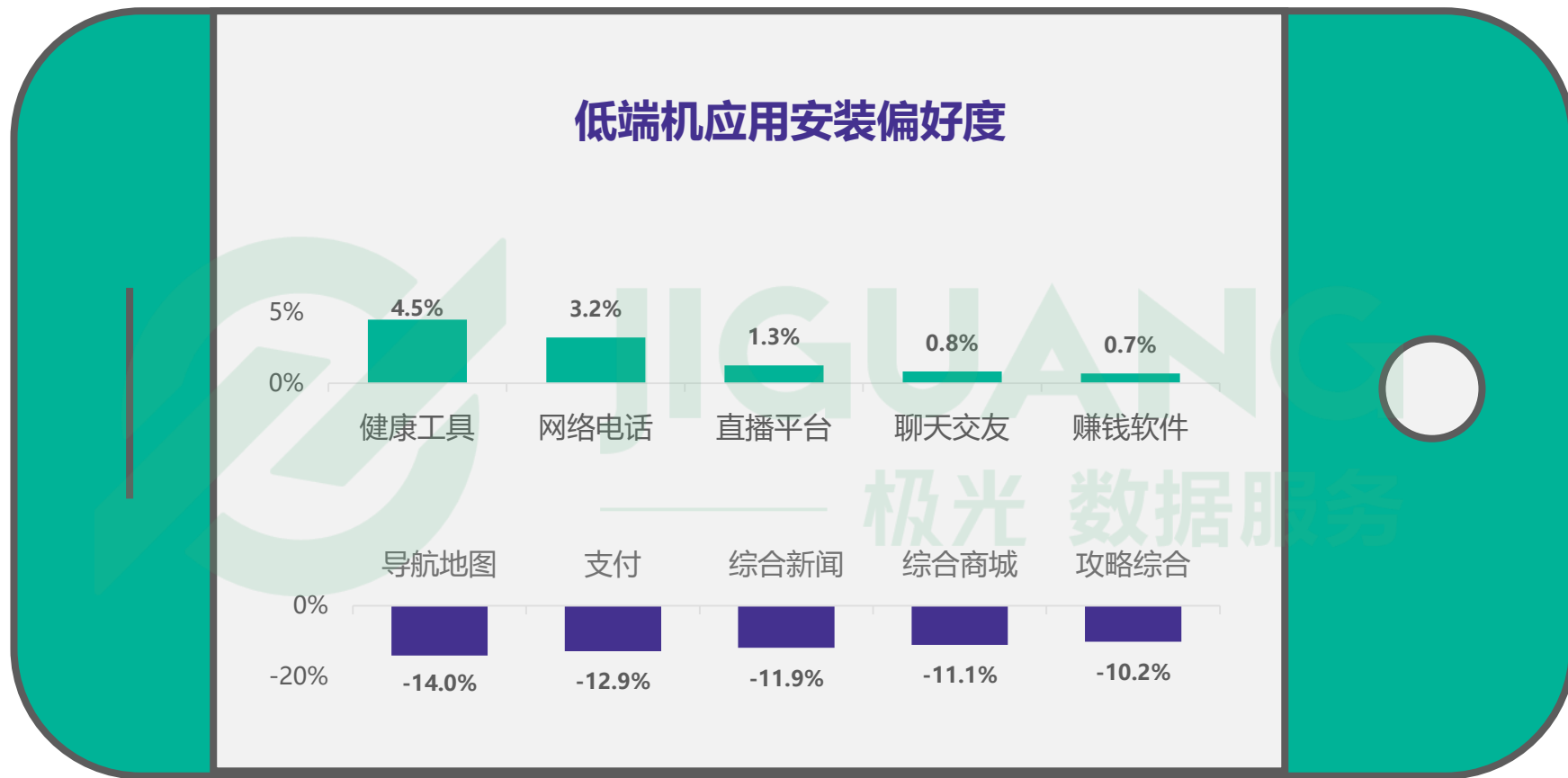
数据来源：极光大数据

\*报告中将2016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

# 低端机应用安装偏好

## 低端机用户：注重健康，爱看直播

- 极光大数据显示，低端机用户最关注的应用软件类型依次为健康工具、网络电话、直播平台、聊天交友、赚钱软件，对地图导航类 app 的需求明显低于国内移动网民整体水平



数据来源：极光大数据

\*数据周期：2016年12月

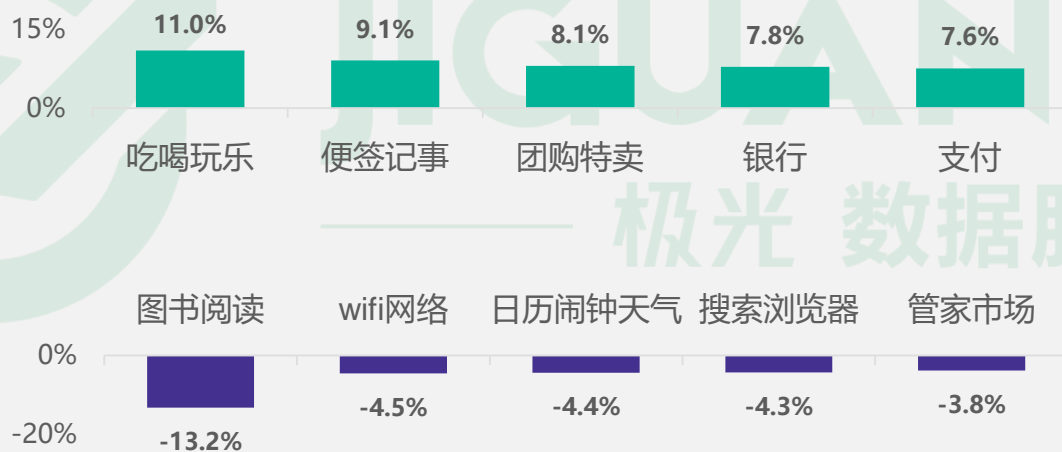
\*偏好度=目标二级标签在目标机型中的渗透率-目标二级标签在全国移动网民中的渗透率

# 中端机应用安装偏好

中端机用户：“乐活族”，对吃喝玩乐特别上心，喜欢买买买

- 根据极光大数据统计，吃喝玩乐类 app 在中端机用户中的渗透率比国内移动网民高11%，团购特卖类 app 则高于国内移动网民8.1%

中端机应用安装偏好度



数据来源：极光大数据

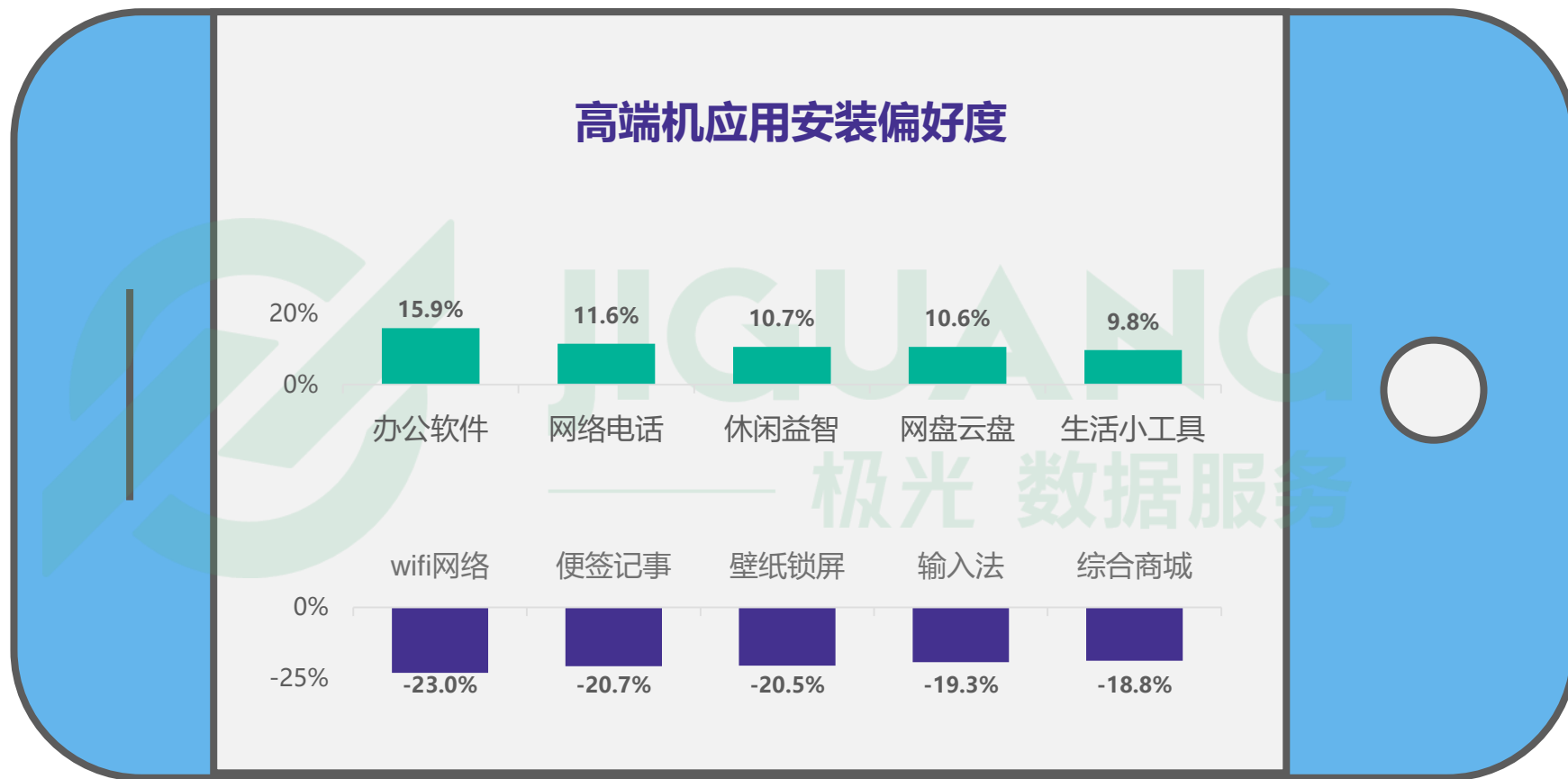
\*数据周期：2016年12月

\*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

# 高端机应用安装偏好

高端机用户：工作生活两不误

- 高端机用户的手机常备办公软件和网盘云盘，在工作之余也爱玩休闲益智类游戏



数据来源：极光大数据

\*数据周期：2016年12月

\*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

华为、OPPO、vivo、小米、三星最青睐的应用类型：  
便签记事、游戏助手、管家市场、健康工具、网盘云盘

## 主流安卓手机应用安装偏好度



便签记事	57.3%	壁纸锁屏	-30.6%
办公软件	15.4%	游戏助手	-28.4%
输入法	12.8%	拍照P图	-18.3%
银行	9.4%	图书阅读	-14.4%
邮箱	8.9%	管家市场	-12.3%



游戏助手	49.2%	图书阅读	-24.6%
便签记事	48.7%	管家市场	-15.5%
输入法	21.9%	生活小工具	-15.5%
办公软件	15.0%	日历闹钟天气	-11.9%
团购特卖	10.0%	搜索浏览器	-8.4%



管家市场	19.2%	输入法	-35.9%
团购特卖	11.6%	游戏助手	-34.7%
吃喝玩乐	9.3%	便签记事	-31.9%
聊天交友	4.2%	壁纸锁屏	-30.6%
综合商城	4.0%	图书阅读	-26.7%



健康工具	63.5%	便签记事	-31.5%
壁纸锁屏	50.6%	搜索浏览器	-11.0%
游戏助手	48.0%	wifi网络	-6.4%
图书阅读	37.5%	辅助工具	-5.8%
拍照P图	34.9%	宝石消除	-5.0%



网盘云盘	29.2%	游戏助手	-35.0%
网络电话	23.2%	wifi网络	-31.0%
拍照P图	10.3%	输入法	-28.3%
休闲益智	10.1%	综合新闻	-27.6%
经营策略	8.3%	综合商城	-27.4%

数据来源：极光大数据

\*数据周期：2016年12月

\*偏好度=目标二级标签在目标品牌中的渗透率-目标二级标签在全国移动网民中的渗透率

\*预装应用未剔除

## 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和各类公开数据的长期监测，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1月~2016年12月

具体数据指标请参考各页标注

## 3. 报告其他说明

极光大数据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

极光（[www.jiguang.cn](http://www.jiguang.cn)）是中国领先的移动大数据平台和移动应用云服务商。其团队核心成员来自腾讯、摩根士丹利、豆瓣、Teradata、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40万款移动应用，累计覆盖超过 50 亿个移动终端，月活跃用户超过 6 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

极光广告服务：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



极光大数据

**Kenneth**

**Tel: +86 138-0296-0066**

**Email: [kenneth.tang@jiguang.cn](mailto:kenneth.tang@jiguang.cn)**