

# 鸡年春季，手机市场依旧硝烟弥漫

2017年Q1手机行业数据报告

极光大数据

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

2017.04



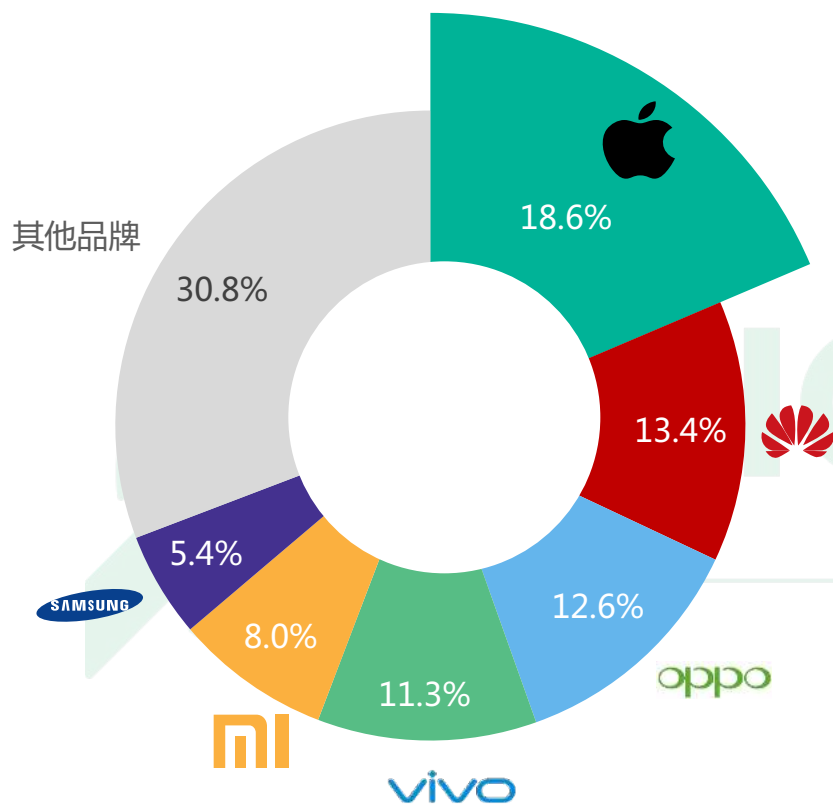
Part 1

# 手机品牌保有率分析

# 2017年Q1国内手机保有率

苹果拉开与安卓阵营各品牌的差距，OV市场份额攫取仍在持续

## 2017年Q1手机保有率



**极光大数据显示**，2017年Q1手机保有率top5品牌依次为苹果、华为、OPPO、vivo和小米，曾经的安卓机皇三星依旧难掩颓势，连续三个季度跌出top5

iPhone得益于其超长的使用周期和iPhone7等新产品稳健的销量增长，目前手机保有率已接近20%

数据来源：极光大数据

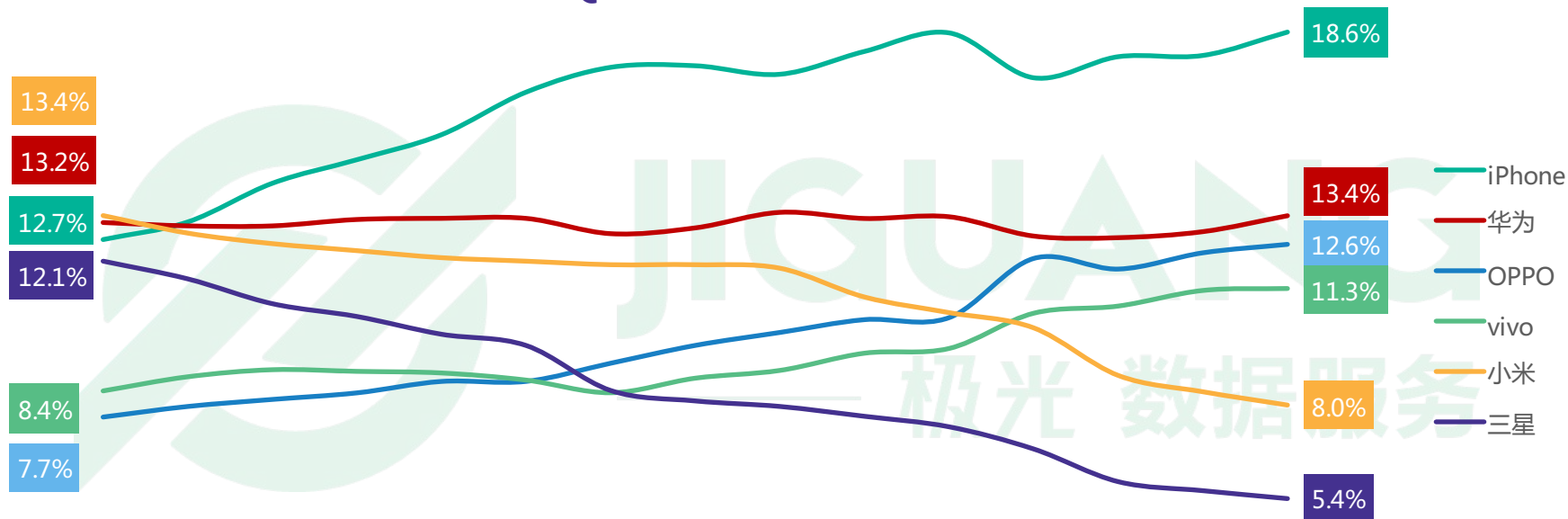
\*数据周期：2017年3月

# 2017年Q1主流手机品牌保有率变化趋势

## OPPO有望成为下一个安卓霸主，与华为保有率仅0.8%之差

- 极光大数据显示，OPPO的市场保有率继2016年9月突破10%以来，加速缩小与华为的距离，截至2017年3月与华为保有率差距只有0.8%，距安卓霸主地位仅一步之遥
- 苹果手机保有率继续攀升
- 尽管小米去年底推出的mix广受好评，依然无法阻止小米保有率的快速下滑

### 2017年Q1市场保有率主要品牌变化趋势



201601 201602 201603 201604 201605 201606 201607 201608 201609 201610 201611 201612 201701 201702 201703

数据来源：极光大数据

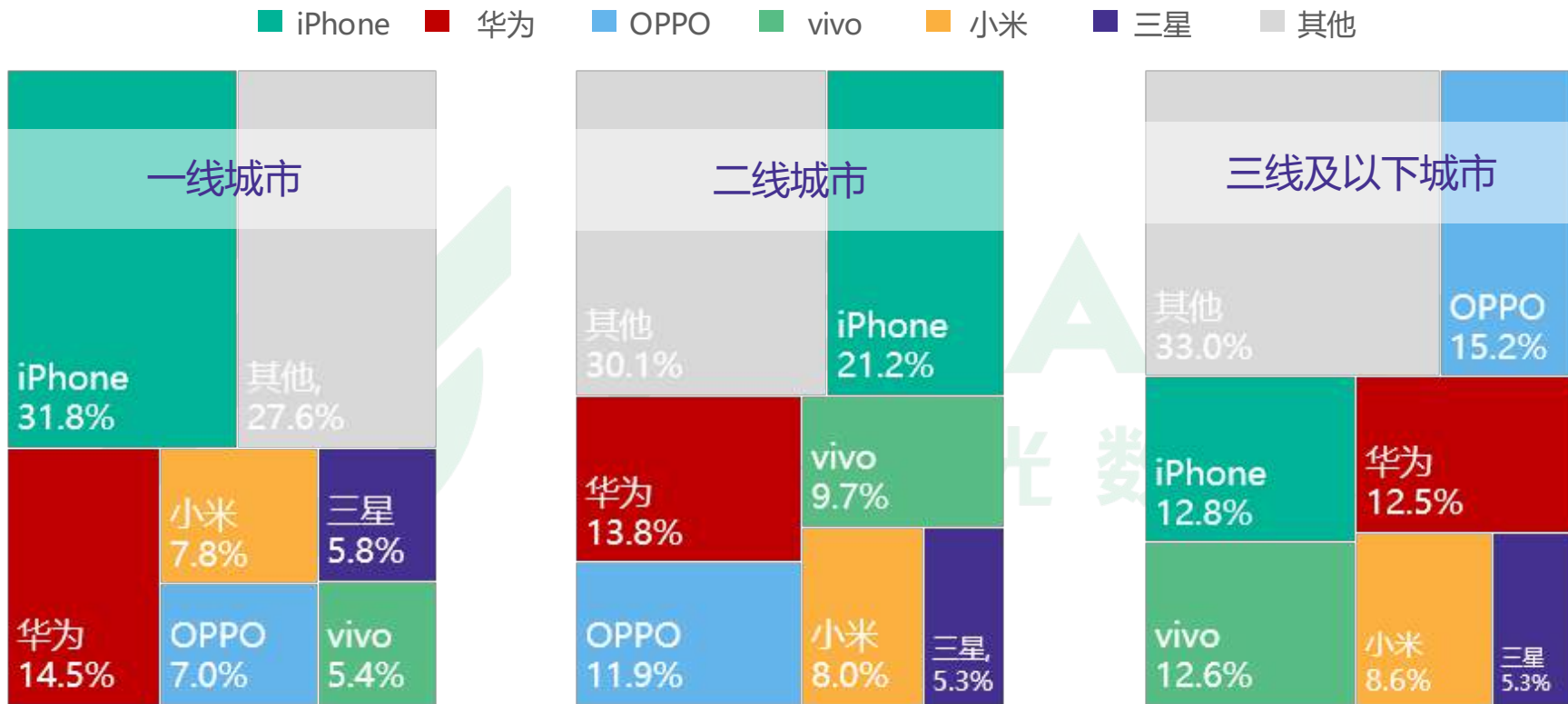
\*数据周期：2016年1月~2017年3月

# 2017年Q1各级别城市手机品牌保有率概况

iPhone保有率称霸一二线城市，OV在三线及以下城市表现出色

- 极光大数据显示，iPhone在一二线和三线以下城市的保有率分别为31.8%、21.2%和12.8%
- OV渠道下沉明显，重点渗透三线及以下城市，其中OPPO在三线及以下城市中的保有率高达15.2%，超过iPhone和华为

## 各级别城市手机品牌保有率分布



数据来源：极光大数据

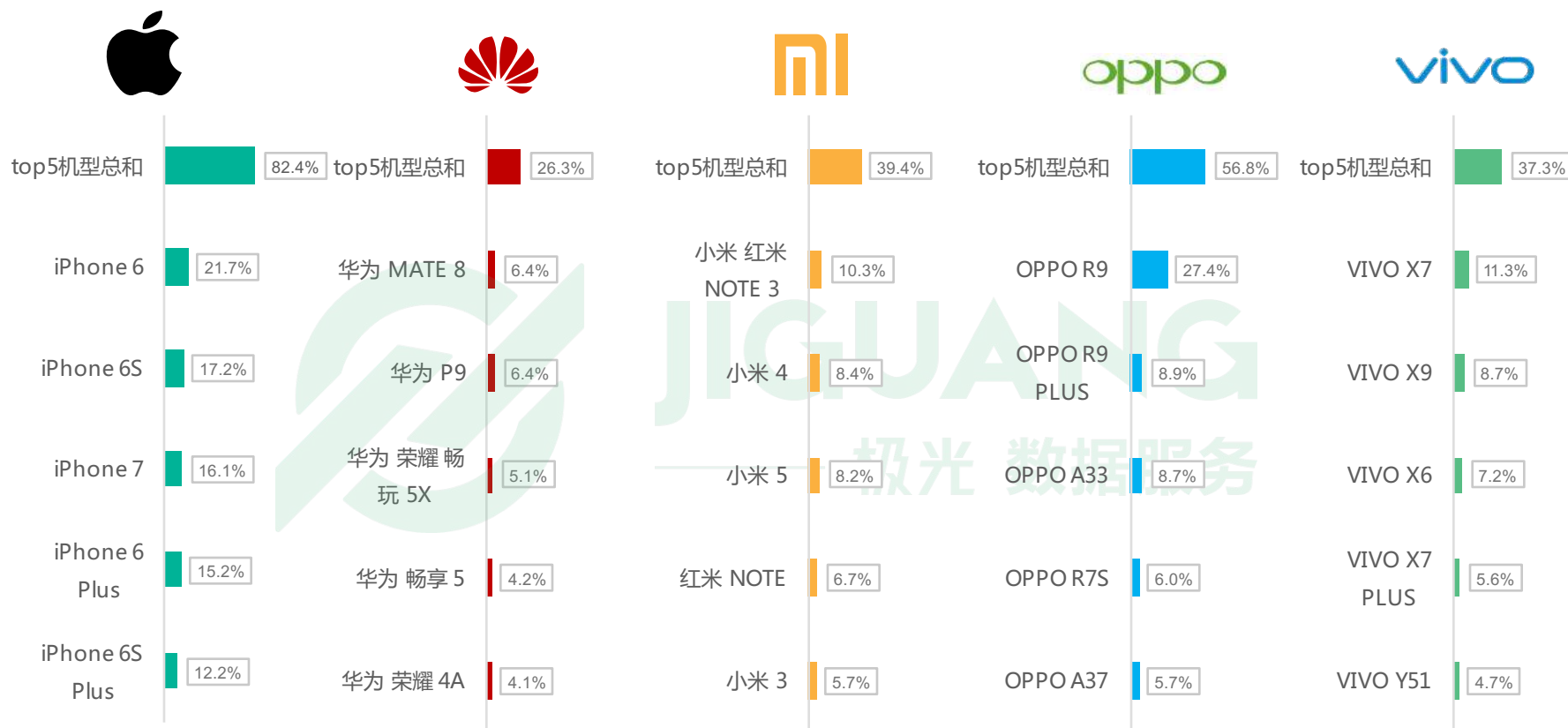
\*数据周期：2017年3月

# 2017年Q1主流品牌手机型号分布

## OPPO比华为更聚焦于明星产品，OPPO保有率top5型号占比56.8%

- 就产品矩阵而言，OV和小米较华为更聚焦于明星产品，top5型号占比分别为56.8%、39.4%和26.3%
- 苹果旧型号的超长生命周期是其市场占有率持续提升的基础，去年9月发布的iPhone7在iPhone中的占比首次进入前三

### 主流品牌手机型号 top5



数据来源：极光大数据

\*数据周期：2017年3月



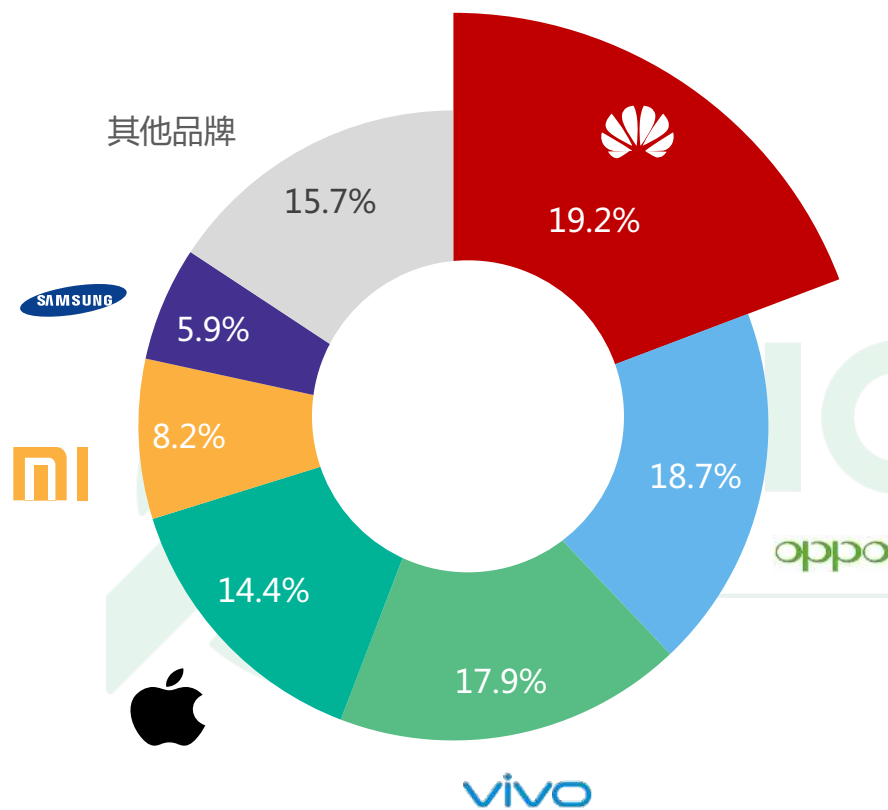
Part 2

# 手机市场销量分析

# 2017年Q1国内手机销量份额

华为卫冕销量王，为国内手机市场贡献了19.2%的销量

## 2017年Q1手机销量



**极光大数据显示**，2017年Q1销量top5品牌依次为华为、OPPO、vivo、苹果和小米，排名与上季度一致

在长尾市场方面，其他品牌的销量上季度占比为18.8%，本季度受到主流品牌的强势挤压，已降至15.7%



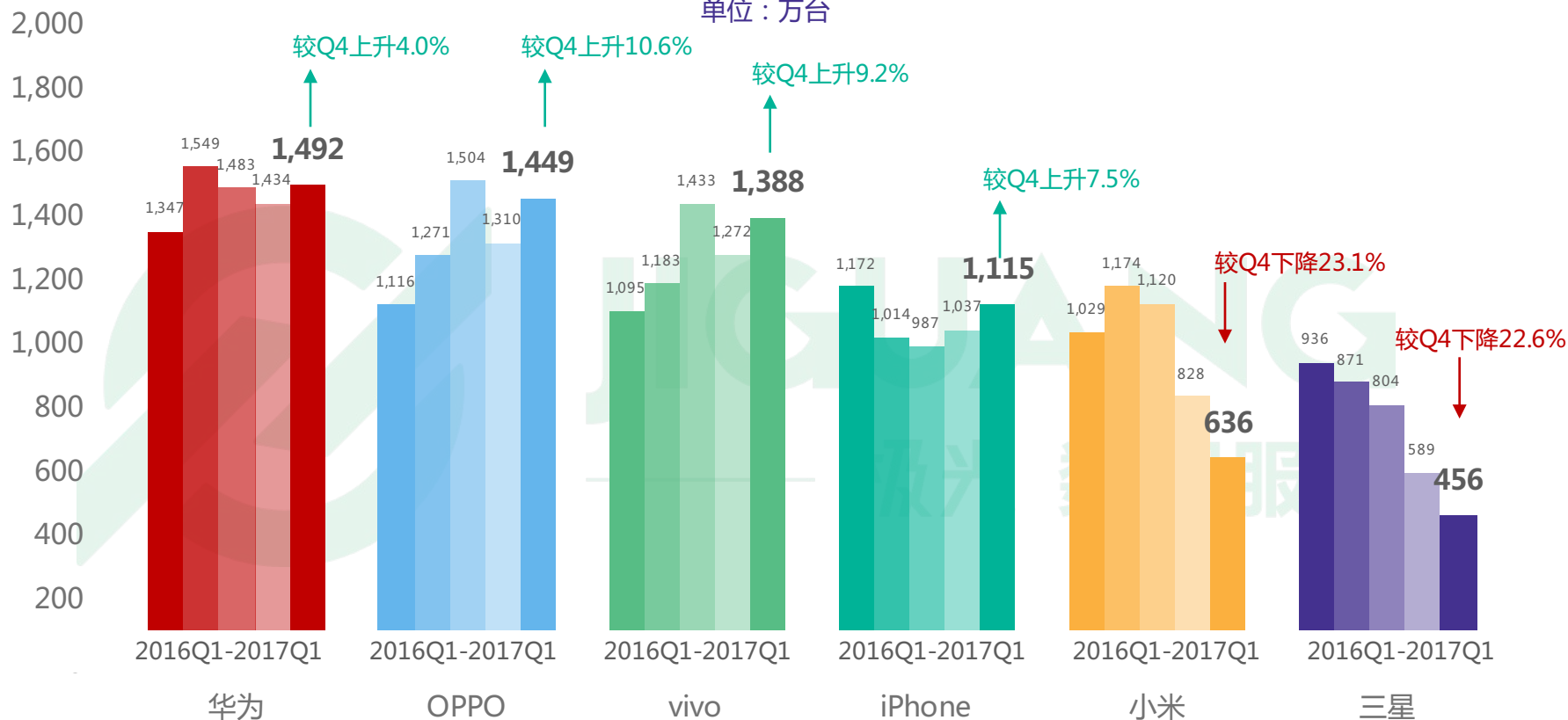
# 2017年Q1主流手机品牌销量变化趋势

小米、三星遭遇危机，销量连续四季度大幅下跌

- 极光大数据显示，华为、OPPO、vivo和iPhone在2017年Q1的销量均有不同程度的上升，升幅在4%-10%之间

## 2017年Q1主流手机品牌销量变化趋势

单位：万台



数据来源：极光大数据

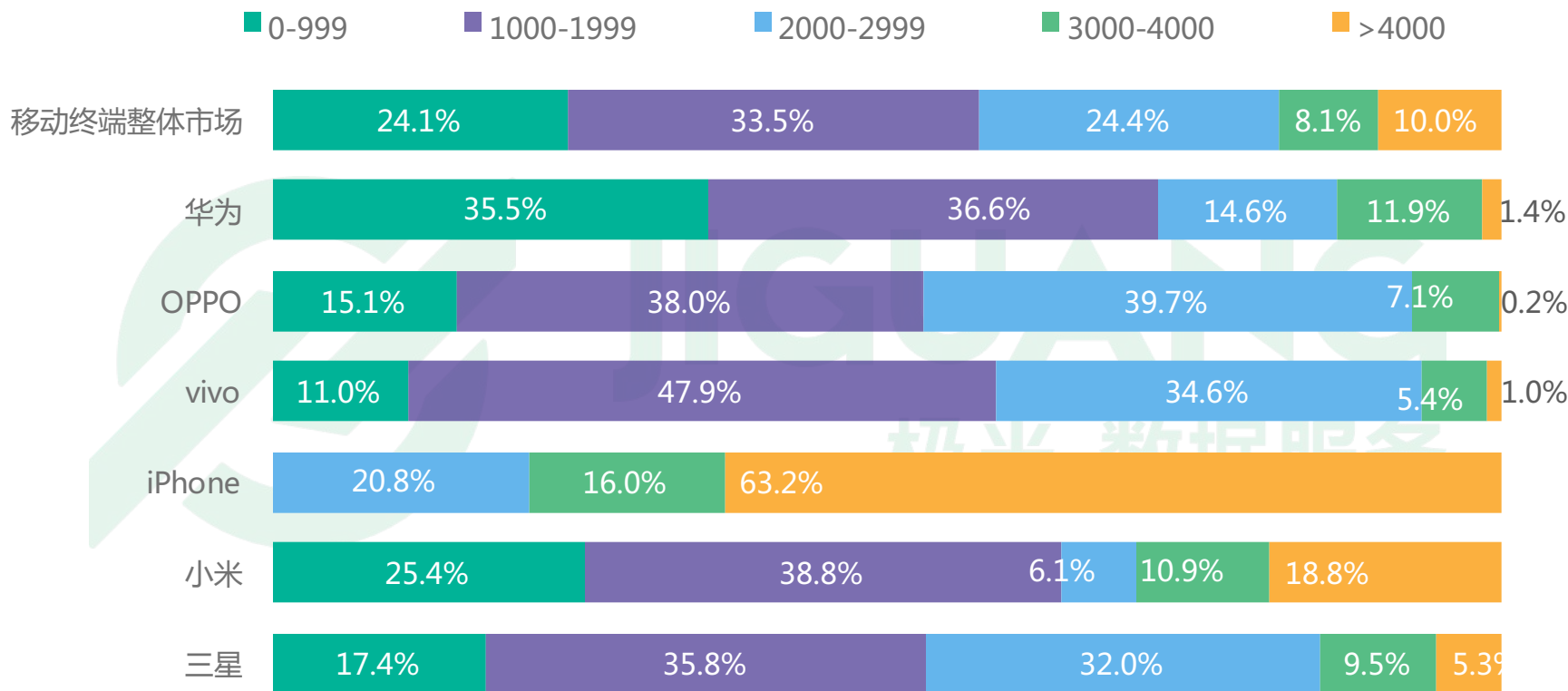
\*数据周期：2016年1月~2017年3月

# 2017年Q1主流品牌销量价格分布

## OV主攻中端机市场，中端机销量占比约八成

- 极光大数据显示，华为的产品布局更接近整体市场的价格占比，旗下有不同价位的机型分别攻占高中低端机市场，iPhone则聚焦高端机市场

### Q1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：2017年01月~03月

\*报告中将2017年3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

# 2017年Q1机型销量top10机型

## OPPO R9：“又双叒叕”销量第一，连续四个季度领跑

- 根据极光大数据统计，销量top10机型中有5款来自苹果，3款来自OPPO，2款来自vivo，其中OPPO R9连续四个季度斩获销量第一的位置

### Q1手机型号销量top10机型

发布时间	品牌	机型	销量占比
2016年3月	oppo	OPPO R9	5.5%
2014年9月	苹果	iPhone 6	3.0%
2016年11月	vivo	vivo X9	2.4%
2016年7月	vivo	vivo X7	2.3%
2015年9月	苹果	iPhone 6S	2.3%
2015年9月	苹果	iPhone 6 Plus	2.0%
2016年9月	苹果	iPhone 7	2.0%
2015年10月	oppo	OPPO A33	1.9%
2013年9月	苹果	iPhone 5S	1.8%
2016年3月	oppo	OPPO R9 PLUS	1.7%



No.1  
OPPO R9

数据来源：极光大数据

\*数据周期：2017年1月~3月



Part 3

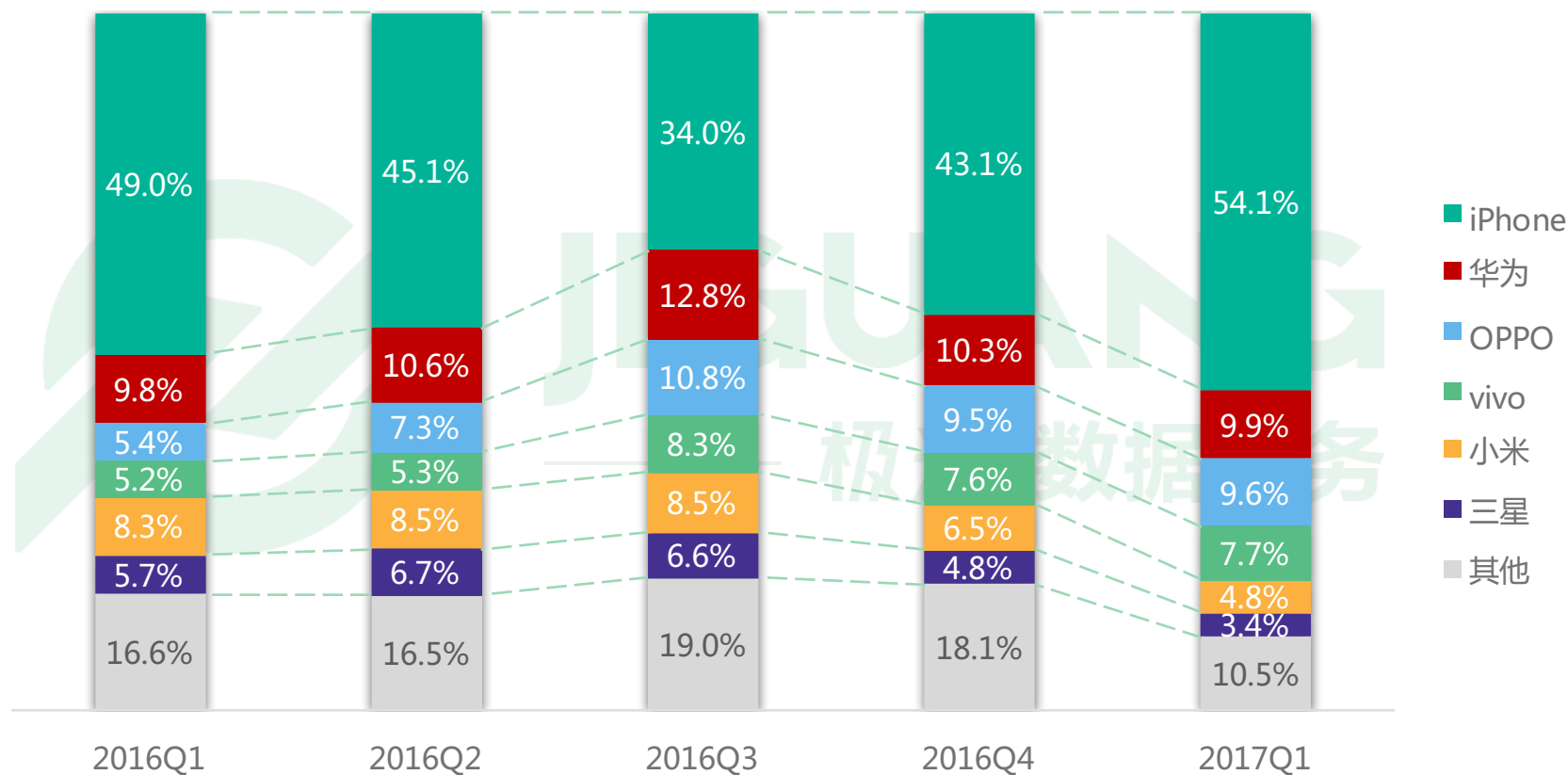
# 智能手机品牌忠诚度分析

# 国内市场主流手机品牌用户忠诚度——iPhone

iPhone登上用户忠诚度巅峰，54.1%的换机用户再次选择iPhone

- 极光大数据显示，iPhone用户忠诚度从2016年Q4开始逐渐回升，或由去年9月发布的iPhone7拉动

## 2017年Q1 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~2017年3月

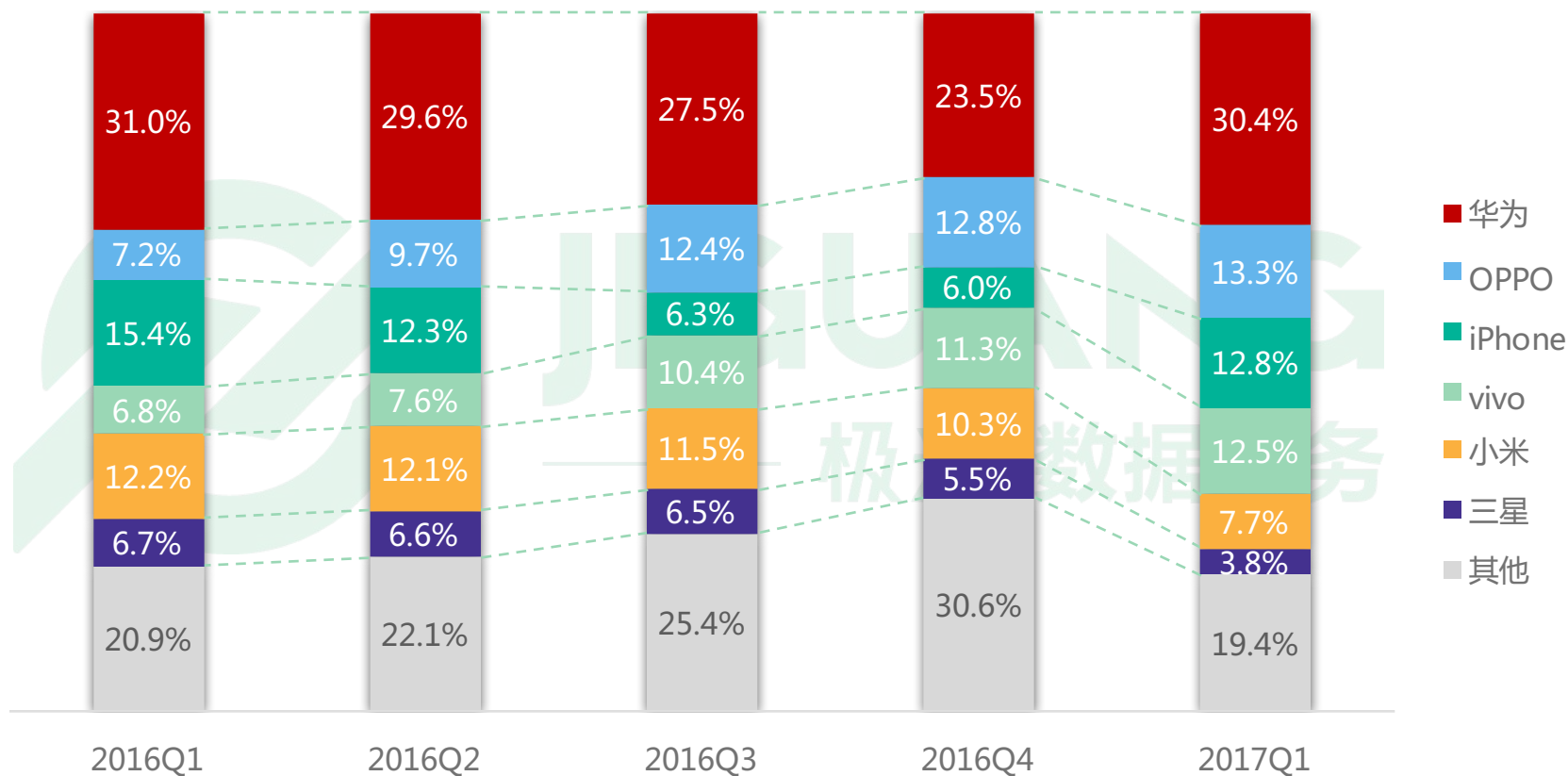
\*按Q1忠诚度从高到低排序

# 国内市场主流手机品牌用户忠诚度——华为

华为的用户忠诚度提升，但OV仍是强有力的竞争对手

- 华为的用户忠诚度较Q3相比大幅提升至30.4%

## 2017年Q1 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~2017年3月

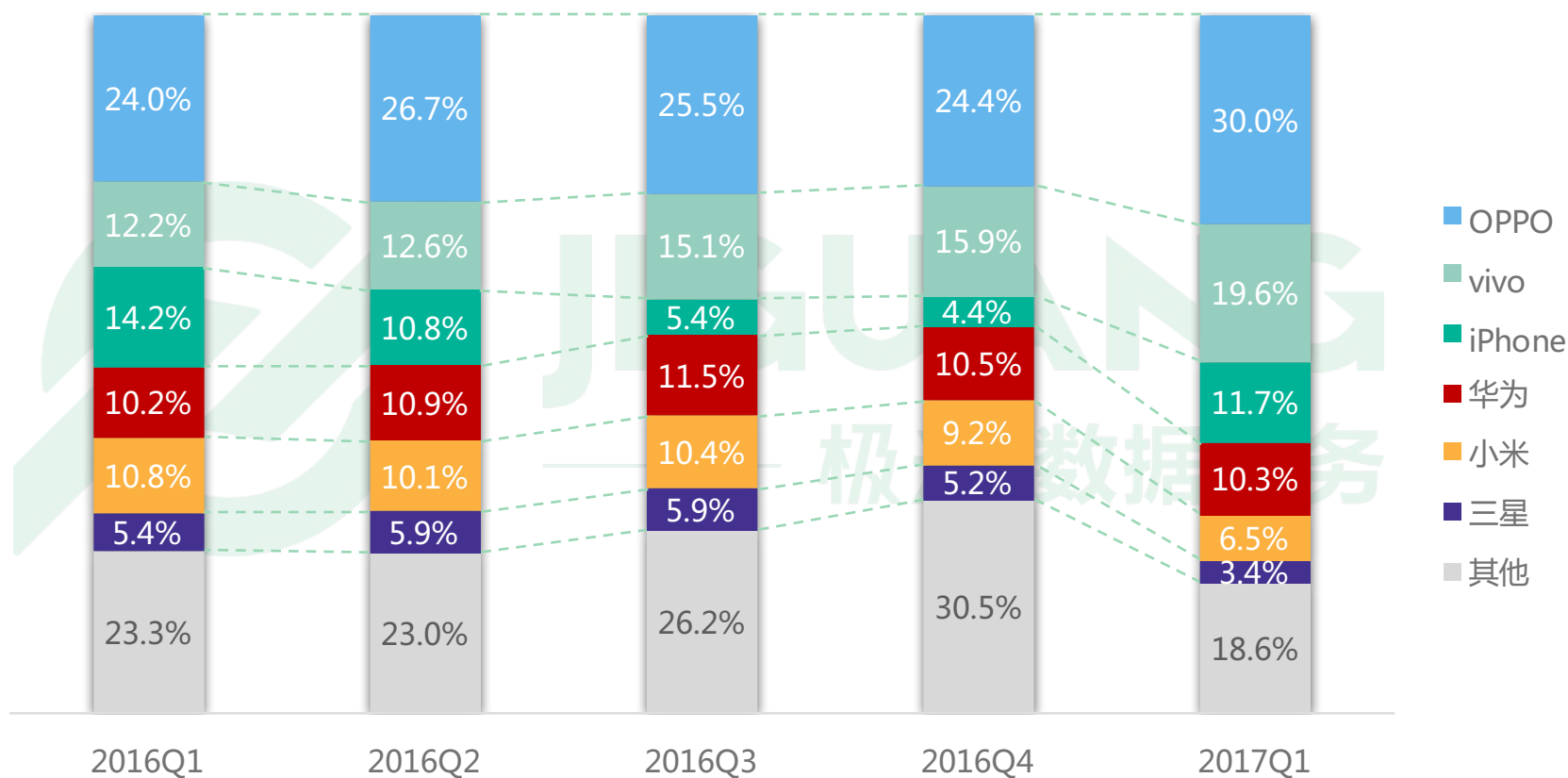
\*按Q1忠诚度从高到低排序

# 国内市场主流手机品牌用户忠诚度——OPPO

三成OPPO的换机用户选择OPPO，两成选择vivo

- 极光大数据显示，OPPO的用户忠诚度提高的同时，选择vivo和iPhone的用户也在增加

## 2017年Q1 OPPO用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

\*数据周期：2016年1月~2017年3月

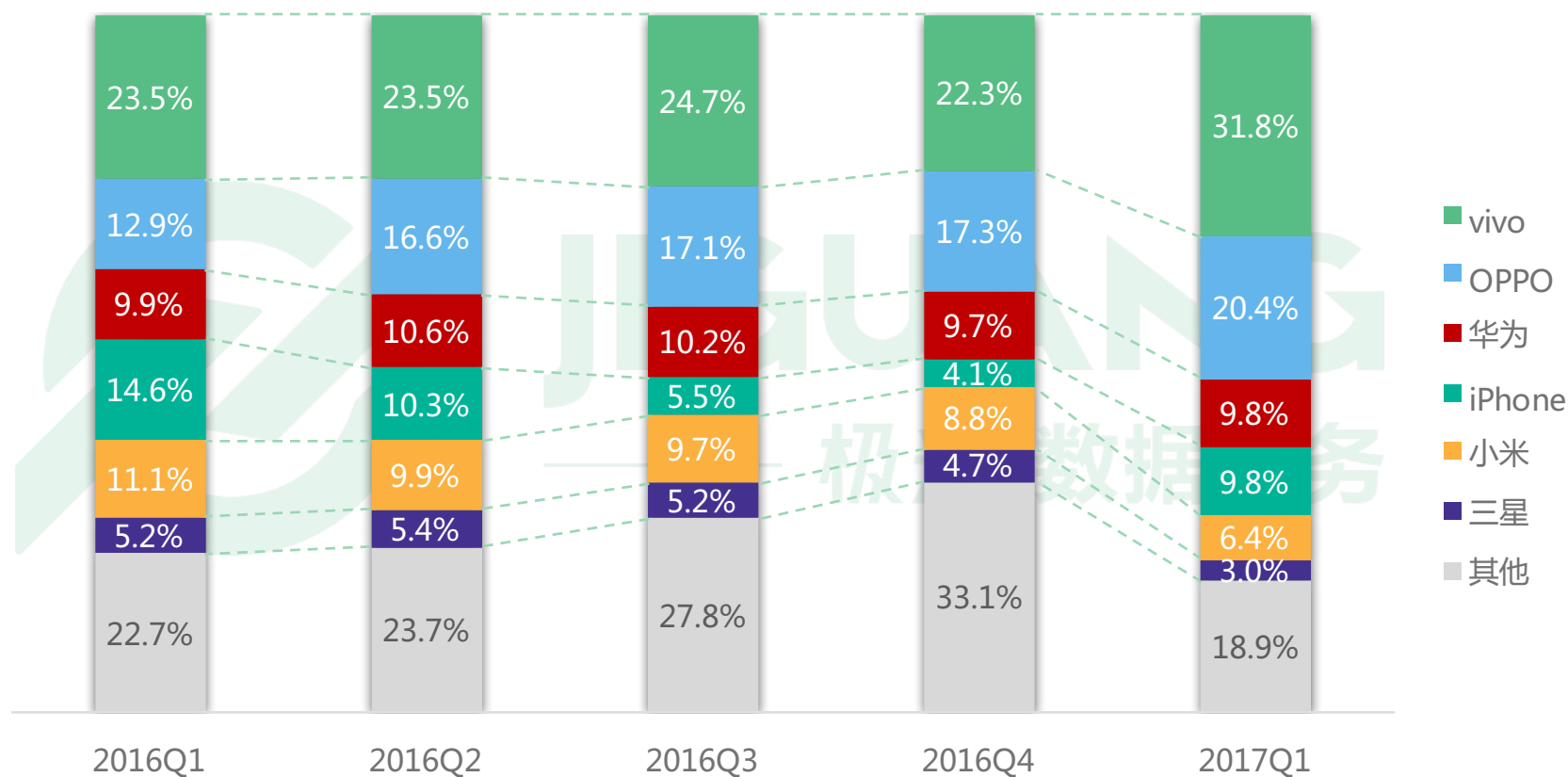
\*按Q1忠诚度从高到低排序

# 国内市场主流手机品牌用户忠诚度——vivo

vivo最大的替代品牌依旧是OPPO

- 极光大数据显示，长尾市场对vivo的影响在Q1有所削弱，只有18.9%的vivo换机用户会选择长尾品牌\*

## 2017年Q1 vivo用户忠诚度变化



\*数据周期：2016年1月~2017年3月

\*按Q1忠诚度从高到低排序

\*长尾品牌：除iPhone、华为、OV、小米和三星以外的手机品牌

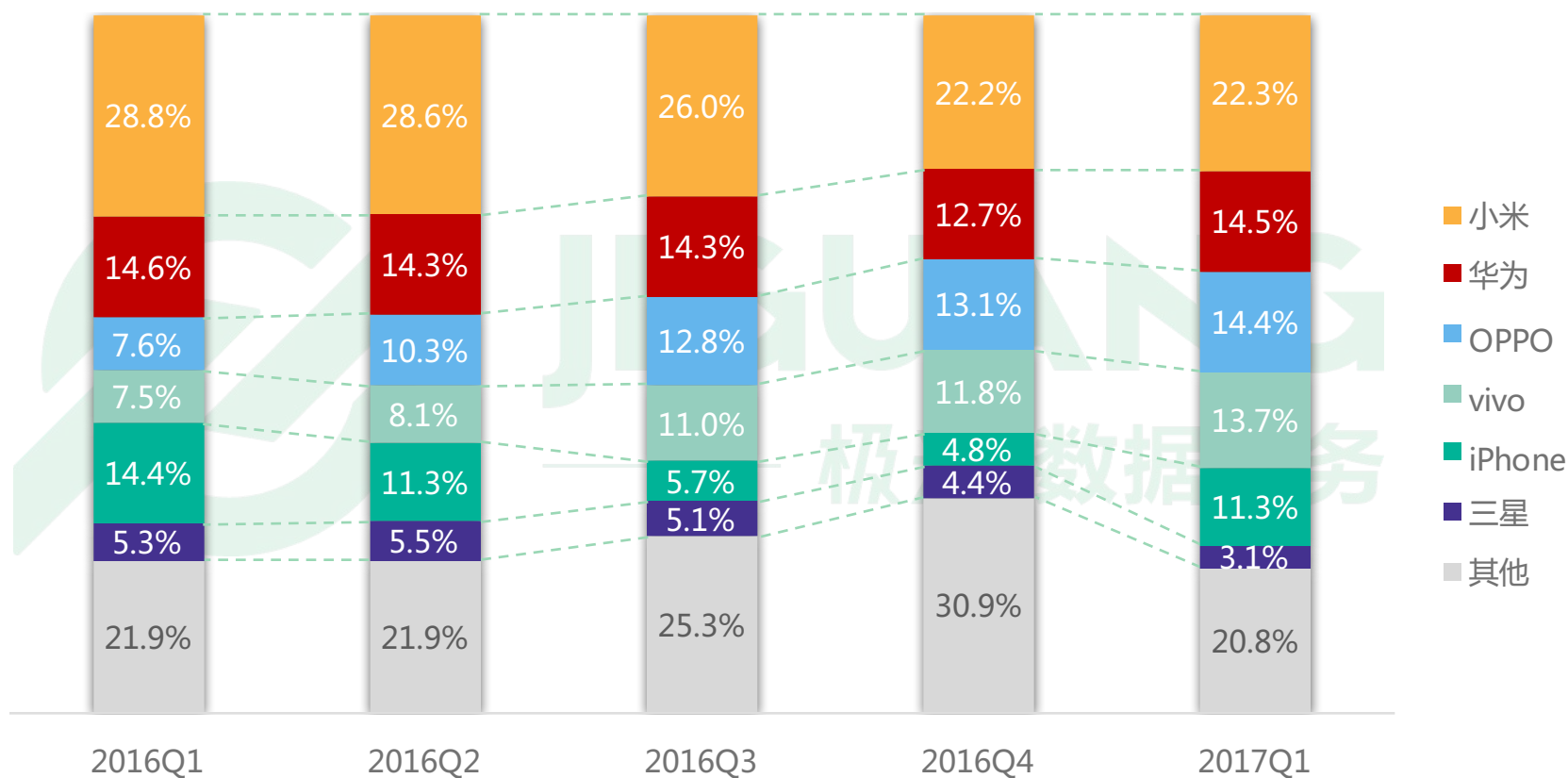


# 国内市场主流手机品牌用户忠诚度——小米

小米用户忠诚度水平与Q4保持一致，仅两成“回头客”

- 小米的用户忠诚度较落后，仅有22.3%的小米用户在换机时仍会选择小米

## 2017年Q1 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~2017年3月

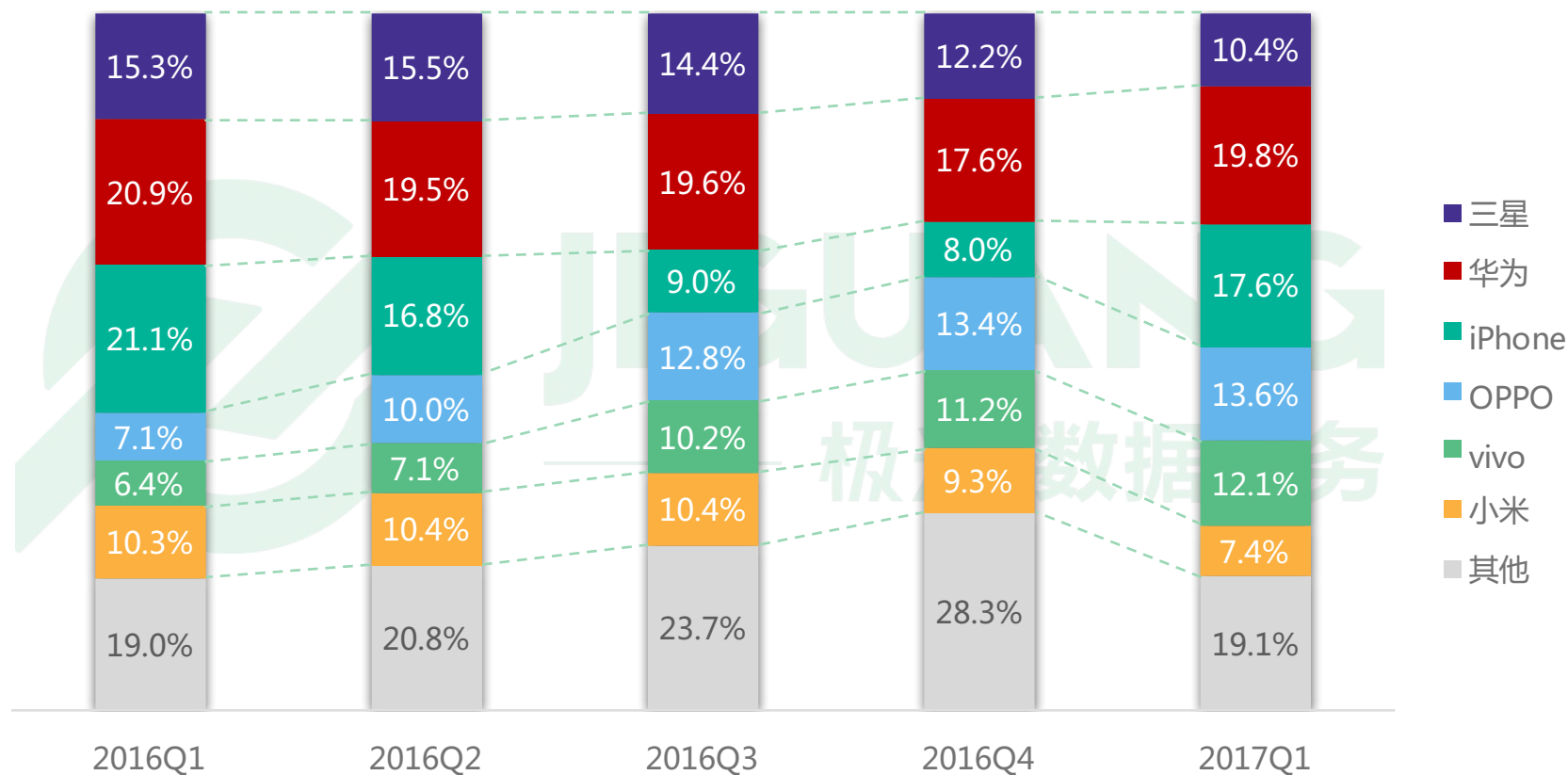
\*按Q1忠诚度从高到低排序

# 国内市场主流手机品牌用户忠诚度——三星

三星用户忠诚度节节下降，目前“真爱粉”只剩10.4%

- 受去年9月 Galaxy Note 7 爆炸事件的持续影响，三星的用户忠诚度暂无回升趋势

## 2017年Q1 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~2017年3月

\*按Q1忠诚度从高到低排序



Part 4

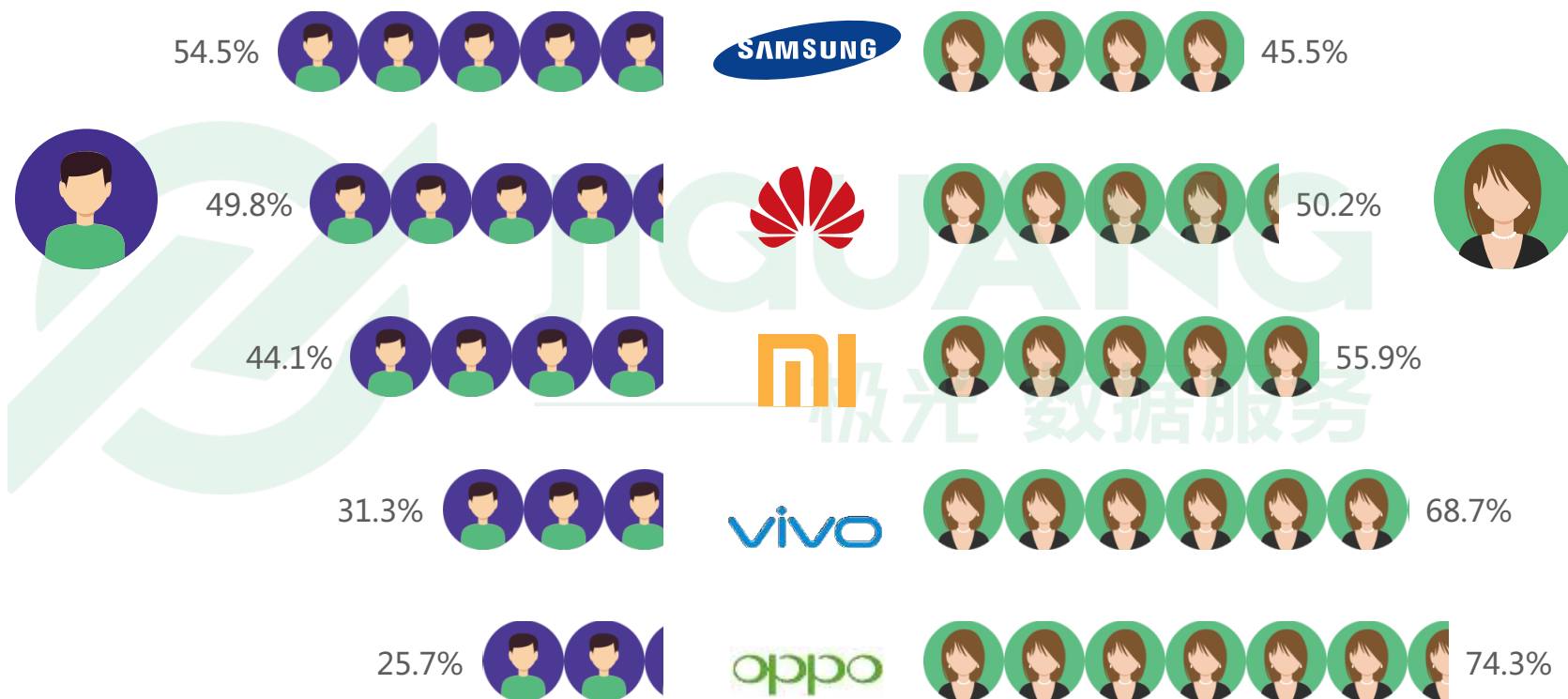
# 主要安卓手机品牌用户画像

# 主流安卓手机品牌用户画像-性别

OV：最懂女人心，女性用户约占七成

- 极光大数据显示，三星、华为、小米用户的男女比例约为1：1，而OPPO和vivo的性别偏向性显著，女性用户约占七成

## 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：2017年1月~3月

# 主流手机品牌用户画像-年龄

## OV备受年轻人追捧，过半用户不到25岁

- 通过观察极光大数据发现，OV用户呈低龄化，小米、华为、三星用户年龄分布相对平均

### 主流安卓手机品牌年龄分布

柱形图从左到右依次代表的年龄段：

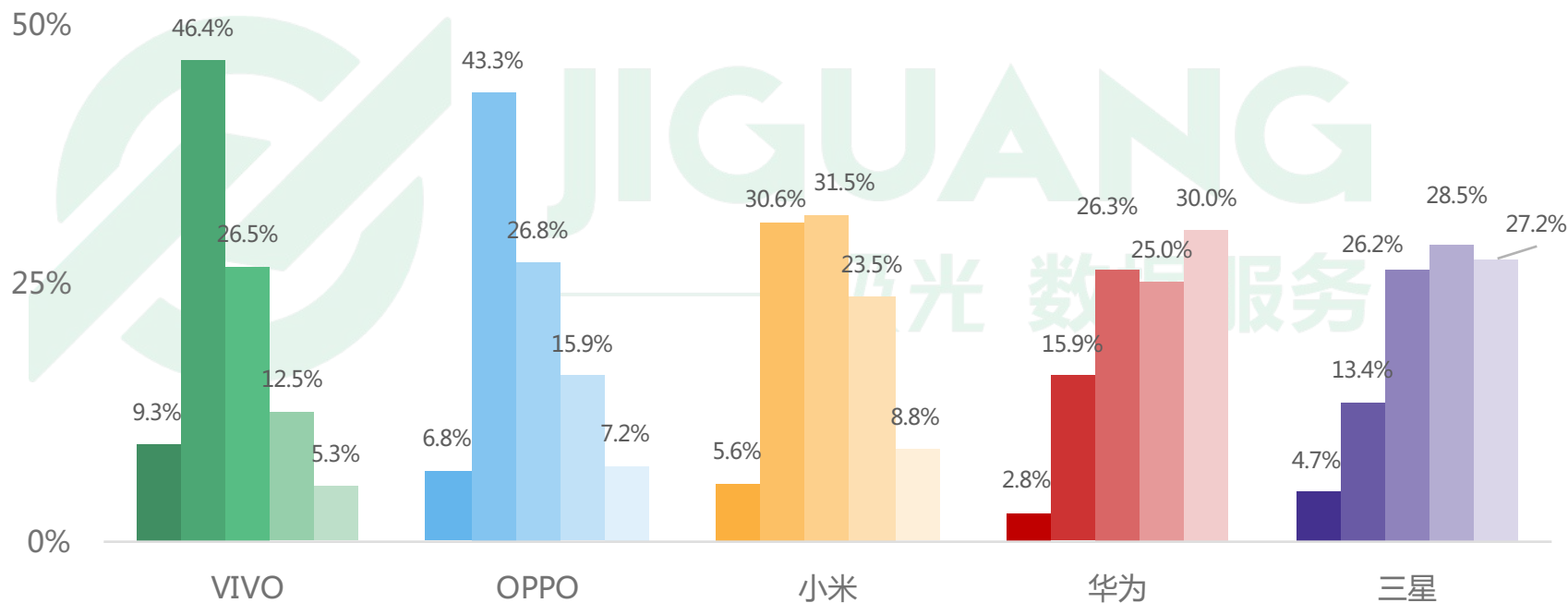
0岁-15岁

16岁-25岁

26岁-35岁

36岁-45岁

46岁以上

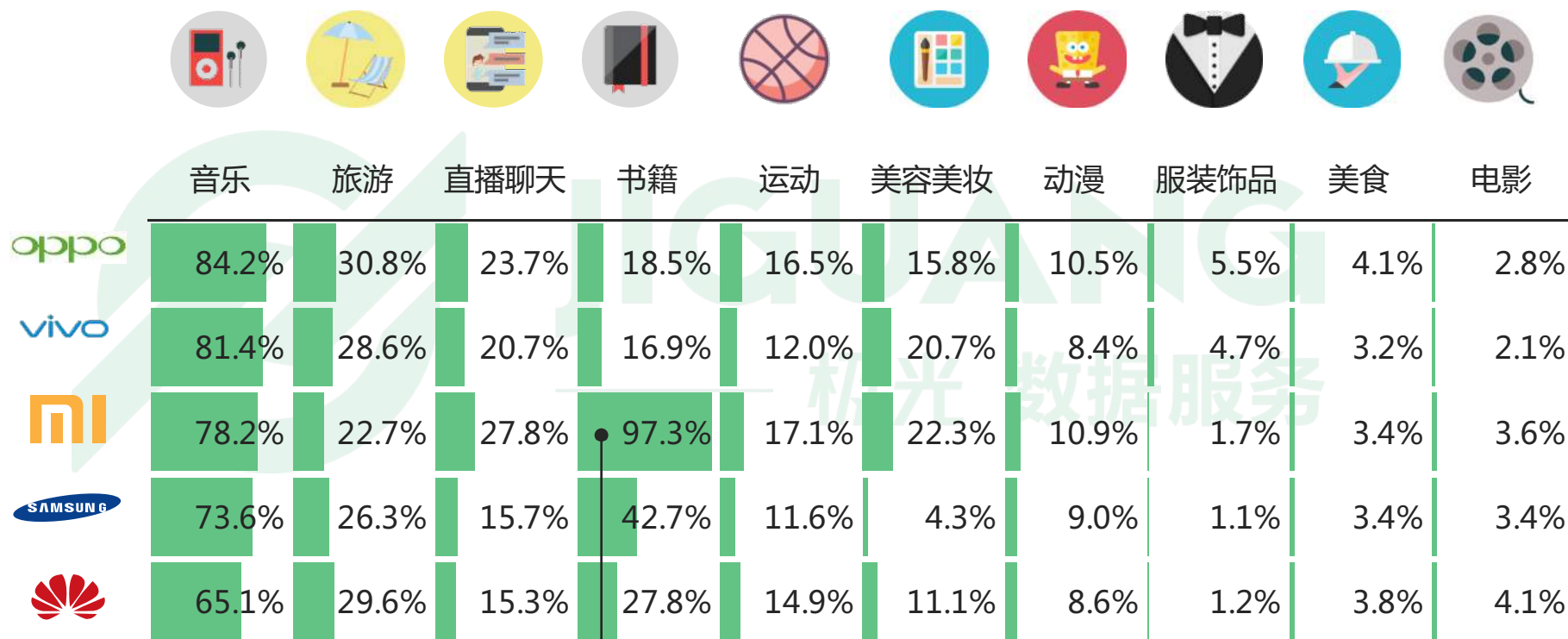


数据来源：极光大数据  
\*数据周期：2017年1月~3月

# 主流手机品牌用户画像-兴趣爱好标签

主流手机品牌用户普遍对音乐和旅游感兴趣，  
对直播聊天的接受度高

## 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

数据来源：极光大数据  
\*数据周期：2017年1月~3月

# 主流手机品牌用户画像-社交风格标签

和主流手机品牌用户搭讪的最佳话题：

流行时尚、校园社区、文艺小清新

## 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 幽默笑话

	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	幽默笑话
oppo	46.1%	20.6%	15.0%	5.2%	2.4%	1.5%	1.4%	0.5%
vivo	43.2%	18.7%	11.4%	4.9%	1.9%	1.3%	1.1%	0.4%
mi	33.9%	18.0%	13.0%	2.9%	3.8%	1.5%	1.0%	0.7%
华为	30.4%	17.4%	6.1%	2.6%	3.5%	1.0%	1.3%	0.4%
SAMSUNG	29.3%	16.0%	9.2%	2.5%	2.7%	1.0%	1.7%	0.4%

数据来源：极光大数据  
\*数据周期：2017年1月~3月



Part 5

# 手机应用安装情况



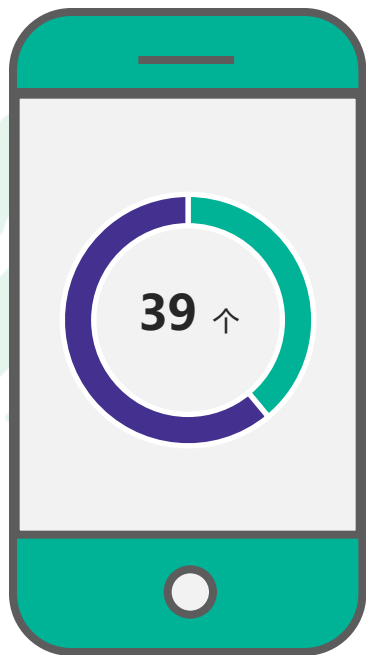
# 不同价格的手机应用安装使用情况

高中低端机型每台手机平均安装的应用量分别为：56个、52个和39个

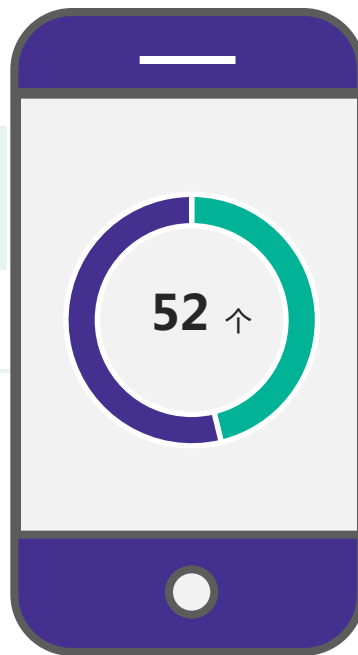
- 中高端机型应用平均安装量均超过50个，在内存、性能等方面相对低端机更能迎合用户安装多应用的需求

## 高中低端机型每台手机平均安装应用数量

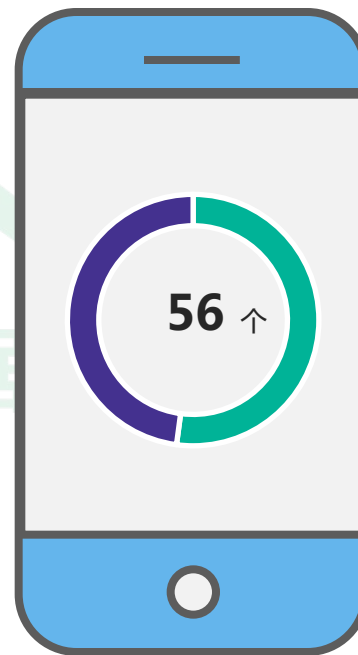
低端机



中端机



高端机



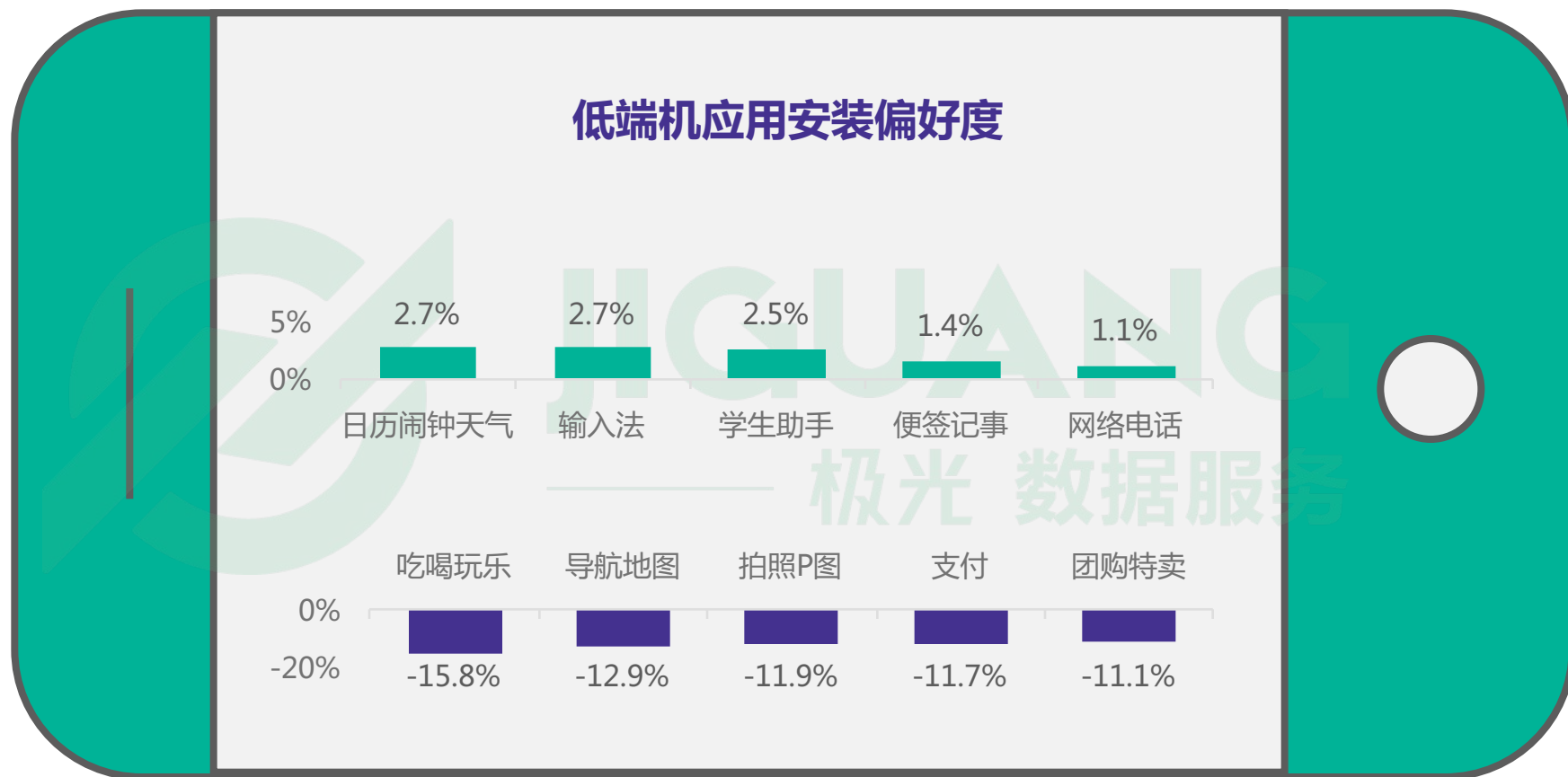
数据来源：极光大数据

\*报告中将2017年3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：关心天气，不关心路况

- 极光大数据显示，低端机用户最关注的应用软件类型是日历闹钟天气app，对导航地图类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

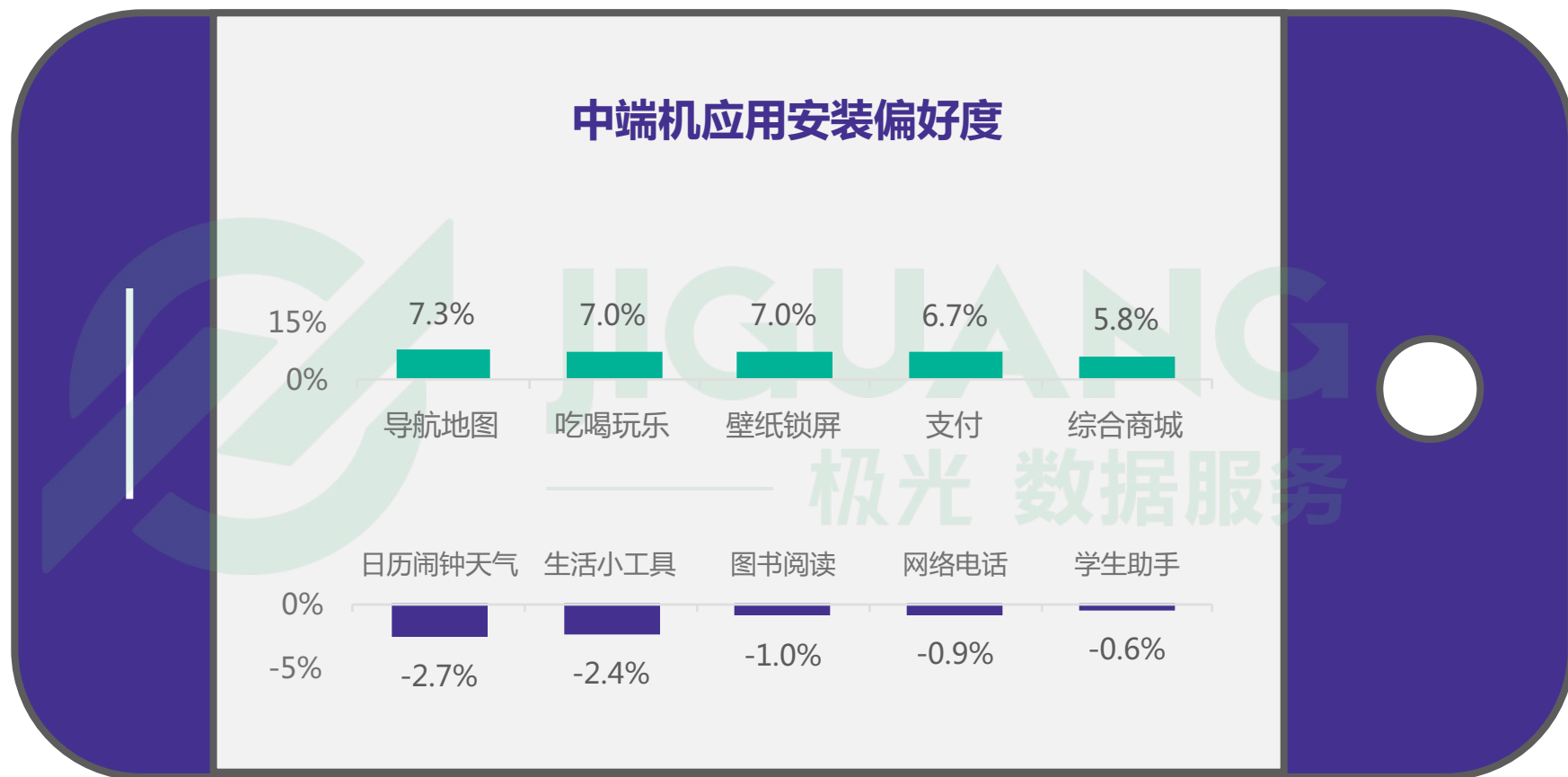
\*数据周期：2017年3月

\*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：外出吃喝玩乐靠导航地图，在家也要“买买买”

- 根据极光大数据统计，中端机用户对导航地图、吃喝玩乐类型的应用偏好度最高，该类应用在中端机用户中的渗透率比在全国移动网民中的渗透率高7%左右，同时中端机用户对支付和综合商城类应用的偏好度也较高



数据来源：极光大数据

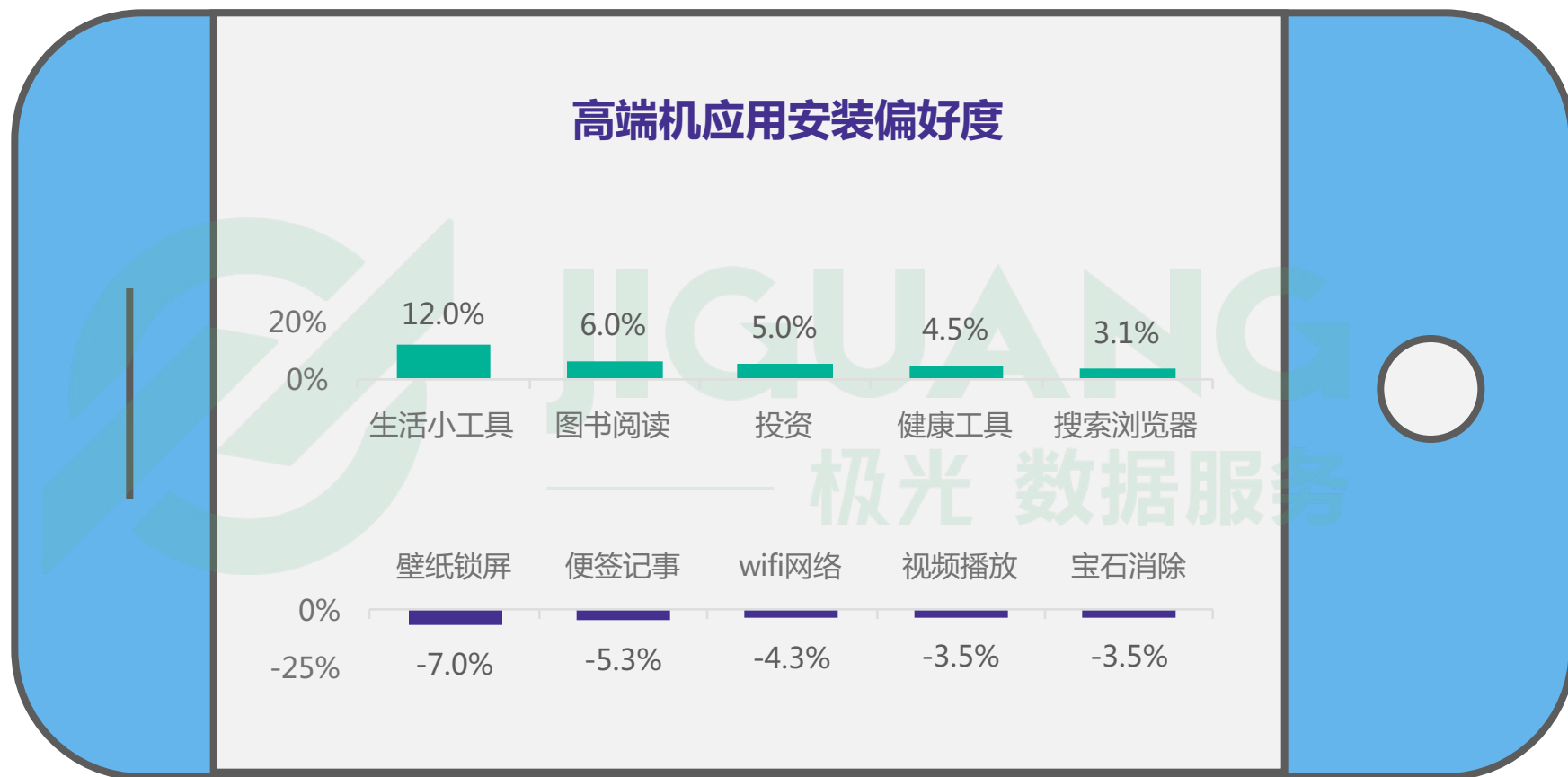
\*数据周期：2017年3月

\*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：乐于挖掘生活中的小确幸

- 高端机用户的手机常备生活小工具，对能提高生活品质的生活小工具、图书阅读和投资app较感兴趣



数据来源：极光大数据

\*数据周期：2017年3月

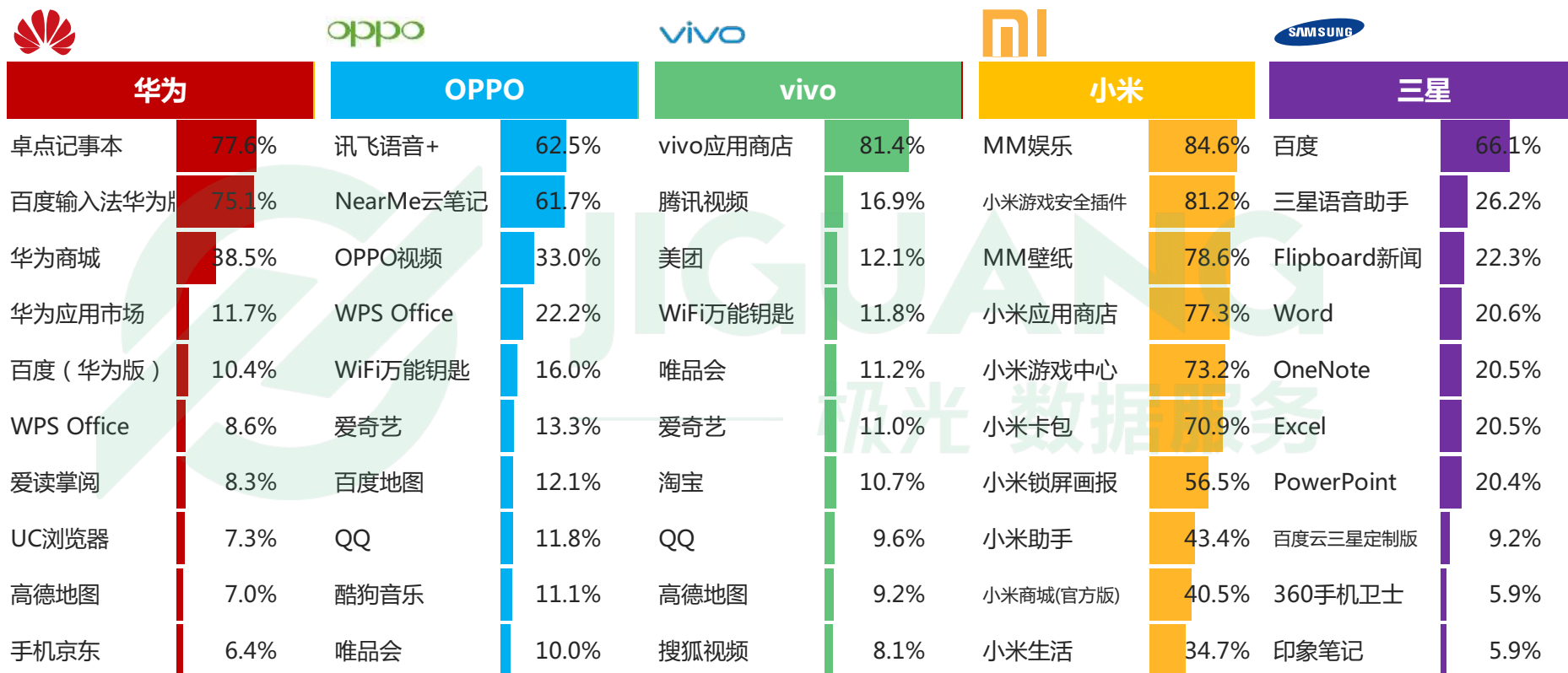
\*偏好度=目标二级标签在目标机型中的渗透率-目标二级标签在全国移动网民中的渗透率

# 主流安卓手机应用安装偏好

华为、OPPO、vivo、小米、三星最偏爱的应用：

卓点记事本、讯飞语音、vivo应用商店、MM娱乐、百度

## 主流安卓手机应用安装偏好度



数据来源：极光大数据

\*数据周期：2017年3月

\*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=目标应用在该品牌中的渗透率-目标应用在全国移动网民中的渗透率



## 番外：后置双摄像头手机分析
















# 2017年Q1国内后置双摄像头手机保有率

华为在国内后置双摄像头手机细分市场处于绝对领先的地位，  
其旗下的荣耀系列拥有目前细分市场最大的用户量

## Q1国内后置双摄像头手机保有率top15机型

保有率top15后  
置双摄像头手机  
占整体终端市场  
**3.2%**的份额



品牌	机型	保有率
	华为 P9	0.85%
	华为 荣耀 8	0.51%
	华为 MATE9	0.40%
	华为 荣耀 6 PLUS	0.39%
	华为 荣耀 畅玩 6X	0.35%
	华为 荣耀 V8	0.26%
	华为 P9 PLUS	0.21%
	小米 5S PLUS	0.11%
	华为 荣耀 NOTE 8	0.06%
	华为 MATE9 PRO	0.06%
	VIVO XPLAY 6	0.05%
	iPhone 7 PLUS	0.05%
	360 奇酷 旗舰版	0.02%
	酷派 COOL1 DUAL	0.01%
	360 Q5 PLUS	0.01%

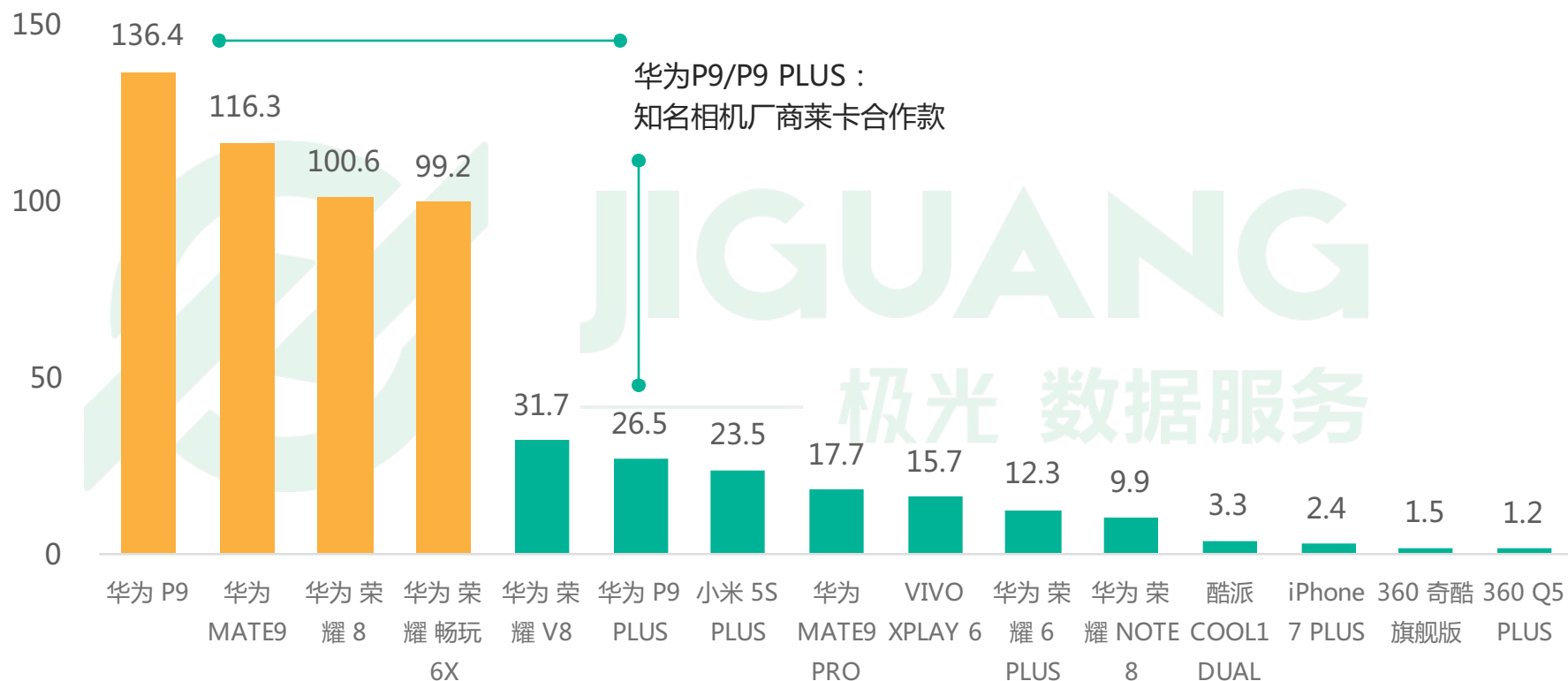
# 2017年Q1国内后置双摄像头手机销量

华为旗下4个机型位于后置双摄像头手机细分市场销量第一梯队：

华为P9、华为MATE9、华为荣耀8、华为荣耀畅玩6X

## Q1国内主流后置双摄像头手机销量

单位：万台



数据来源：极光大数据  
\*数据周期：2017年1月~3月

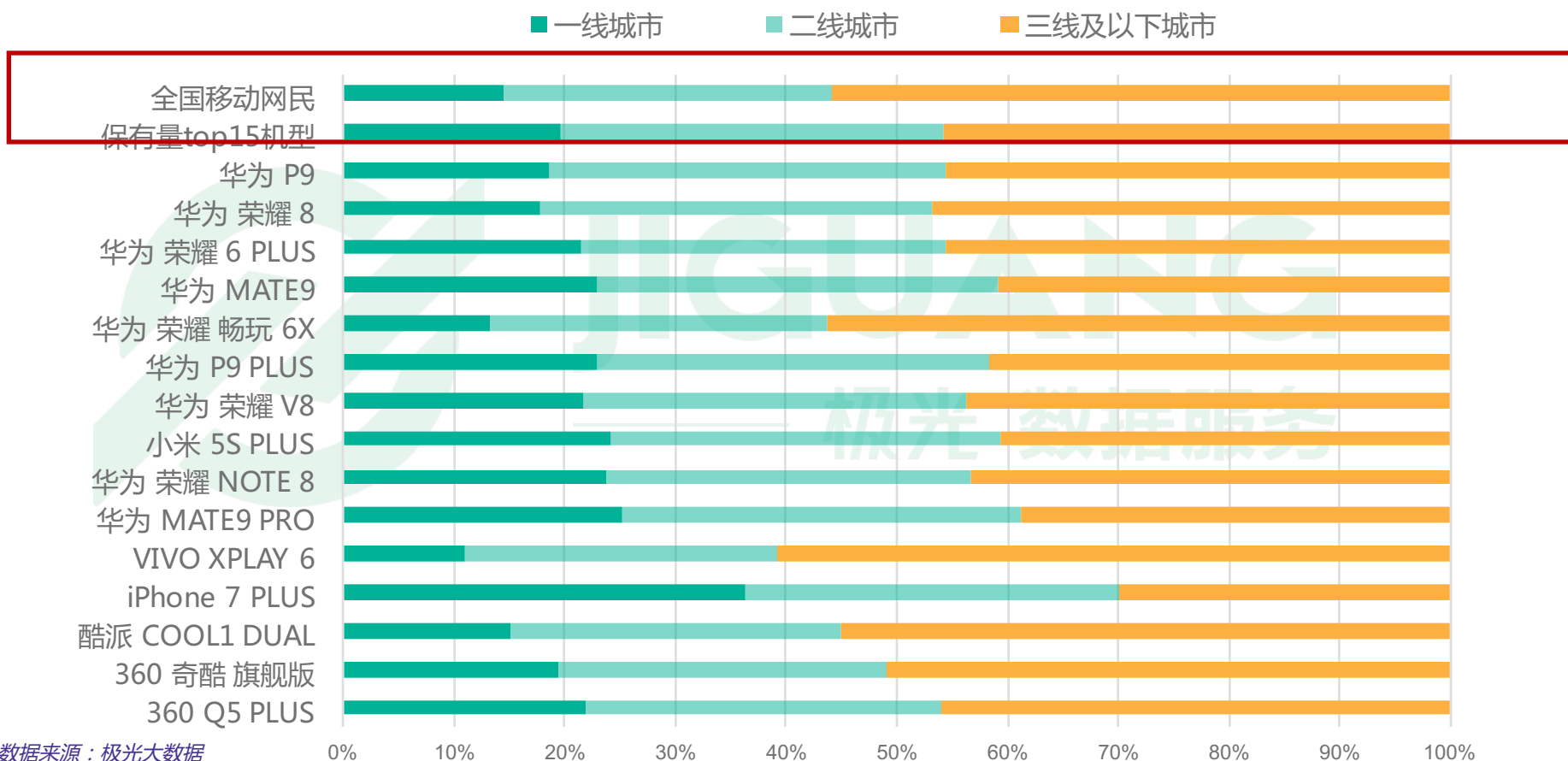


# 2017年Q1后置双摄像头手机用户城市级别分布

## 后置摄像头手机用户相对集中在一二线城市

- 极光大数据显示，54.2%的后置摄像头手机用户来自一二线城市，较全国移动网民的一二线用户占比高10%

## Q1国内主流后置双摄像头手机城市等级分布



数据来源：极光大数据  
\*数据周期：2017年3月

## 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1月~2017年3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



数据改变世界



## 极光大数据

**Kenneth**

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

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