



极光大数据

/ 2019年Q1 / 智能手机行业季度数据 研究报告

极光大数据

2019.05

www.jiguang.cn

关键发现

- ◆ 19年Q1，苹果保有率跌至第三。华为和OPPO名列头两位，与苹果拉差有扩大趋势
- ◆ iPhone XR成18年Q4上线三个月表现最佳机型，其次是华为Mate 20和vivo Y93s
- ◆ 华为季度销量占比继续居首，占比攀升至27.8%，vivo超越OPPO排名第二
- ◆ 销量前十机型由OV、华为包揽，OPPO A5成季度最畅销机型
- ◆ 华为用户忠诚度提升明显，对苹果、OV换机用户吸引力有所提升
- ◆ “三摄”和“高像素”成主流，摄像头成手机硬件比拼必争之地
- ◆ 高、中端机型app平均安装数量较上季有所下降，app市场马太效应愈发显著



目录

01 / CHAPTER ONE

智能手机保有率分析

02 / CHAPTER TWO

智能手机销量分析

03 / CHAPTER THREE

主流手机品牌忠诚度分析

04 / CHAPTER FOUR

新上市机型摄像头特征



05 / CHAPTER FIVE

主流安卓手机品牌用户画像

06 / CHAPTER SIX

手机app安装情况

07 / CHAPTER SEVEN

国内运营商市场分析

01

智能手机保有率分析

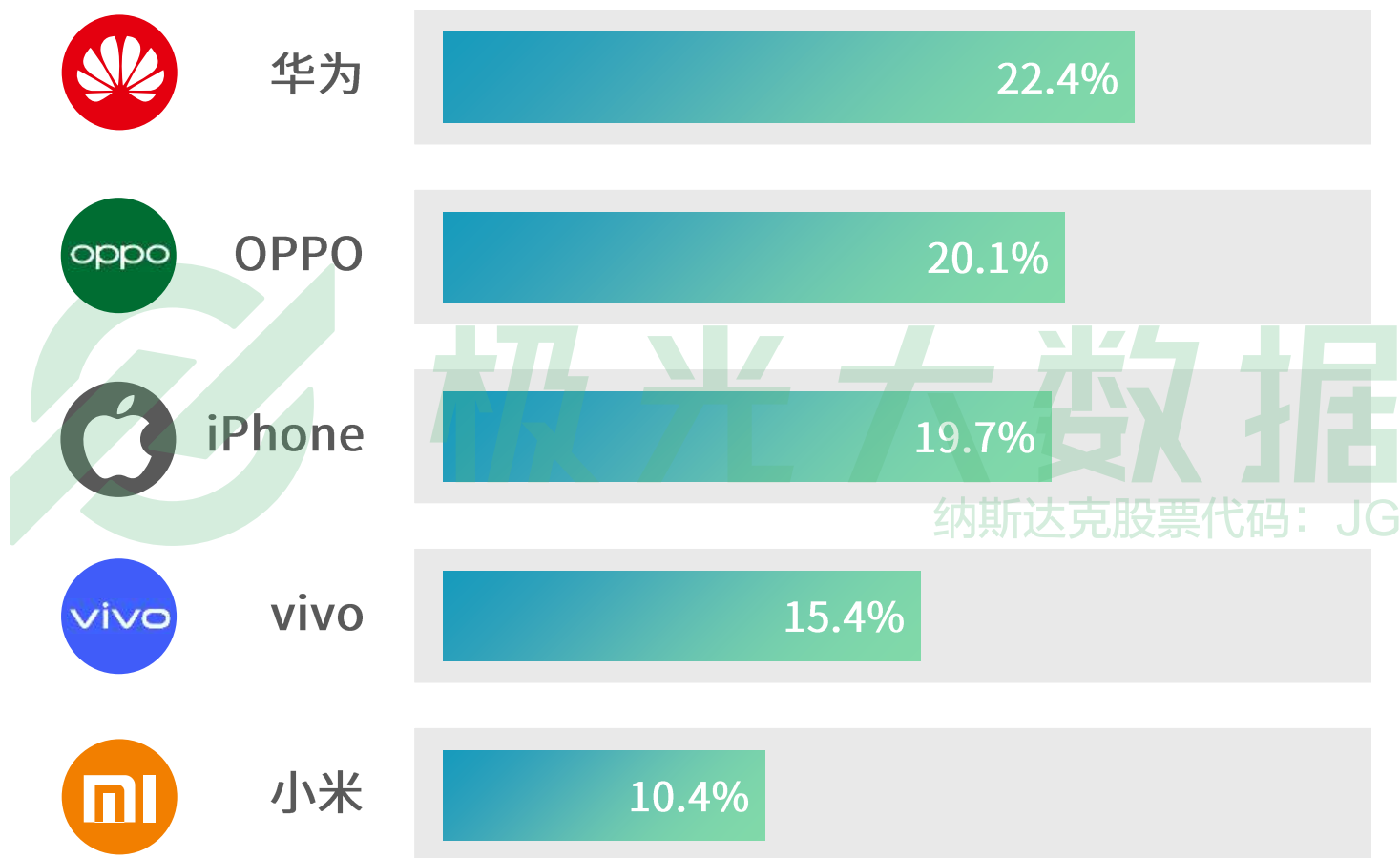


2019年Q1国内主流手机品牌保有率

OPPO保有率赶超iPhone，达20.1%

- 极光大数据显示，2019年Q1国内保有率前五的手机品牌分别为华为、OPPO、iPhone、vivo和小米，其中华为以22.4%的保有率排名第一

2019年Q1国内主流手机品牌保有率



数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）

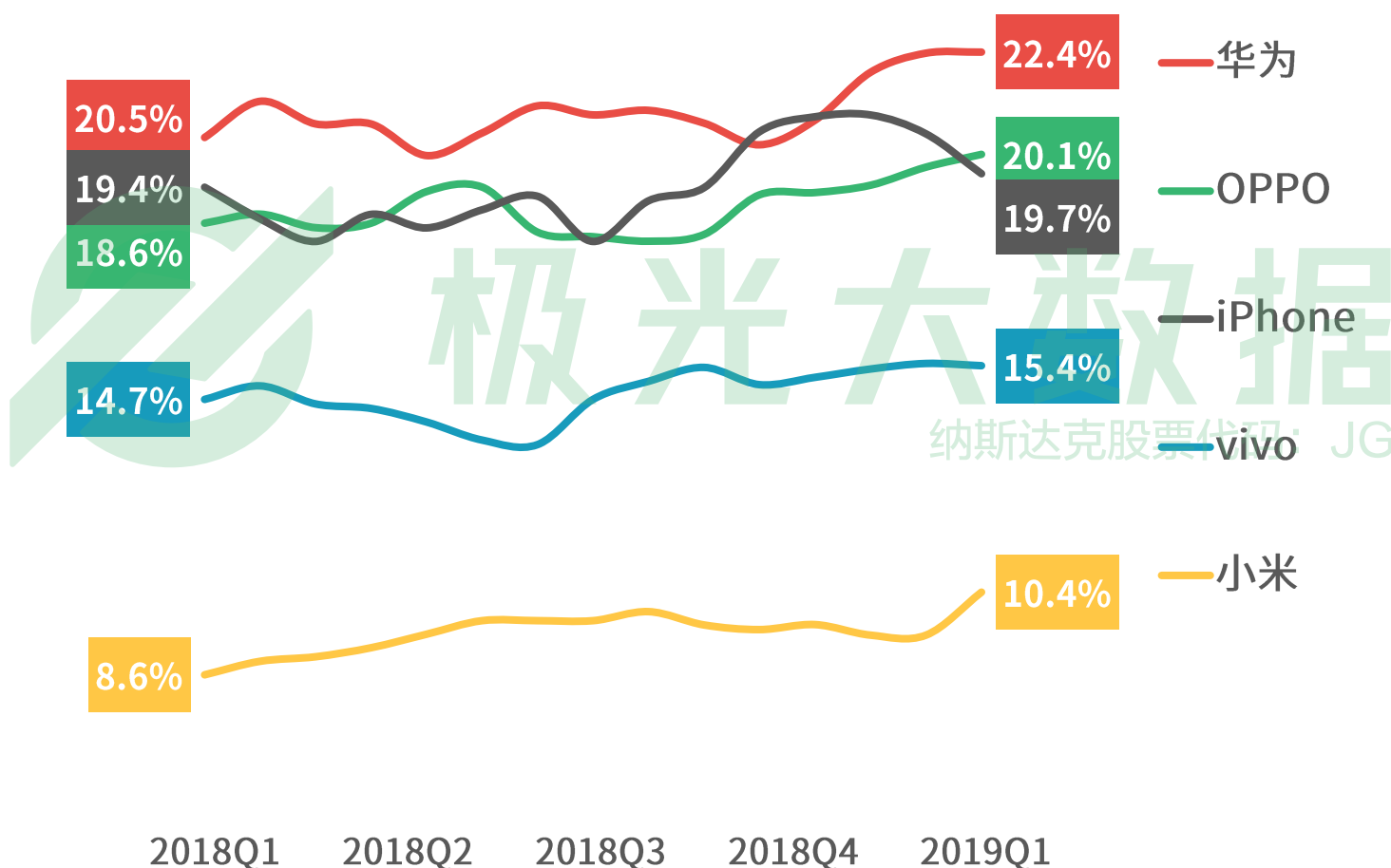
取数周期：2019.03

*报告中所涉及的华为手机品牌数据包括子品牌荣耀

iPhone保有率下滑至第三位

- 根据极光大数据统计，保有率排名前三位的手机品牌为华为、OPPO和iPhone，其中国产手机品牌华为、OPPO的保有率均呈波动增长态势，iPhone保有率较上一季度有明显下降
- 或受小米9、小米9 SE等机型上市带动，小米本季度的品牌保有率攀升至10.4%

2019年Q1主流手机品牌保有率变化趋势



数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）

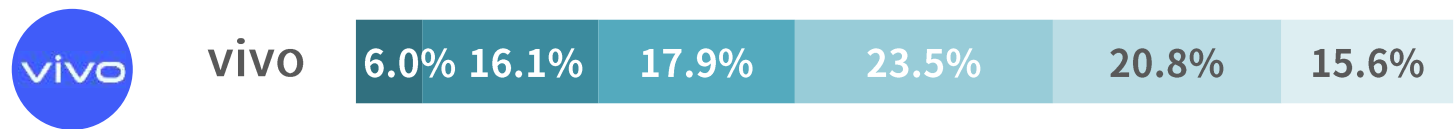
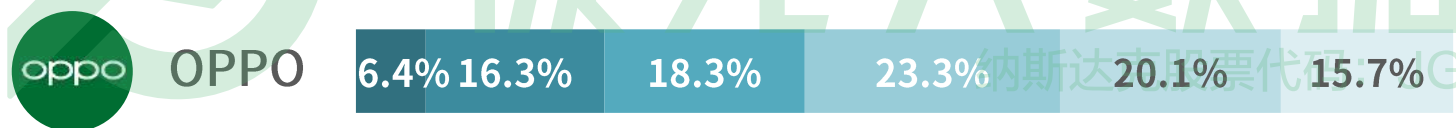
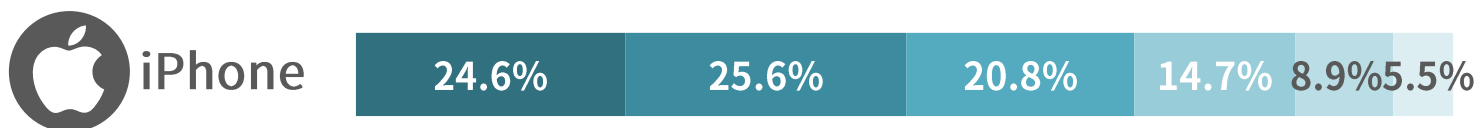
取数周期：2018.01-2019.03

iPhone用户中新一线城市用户占比最高

- 极光大数据显示，iPhone用户中一线城市用户和新一线城市用户占比相近；OV用户仅有不到1成分布在一线城市；华为和小米的用户城市等级分布相对均匀

2019年Q1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



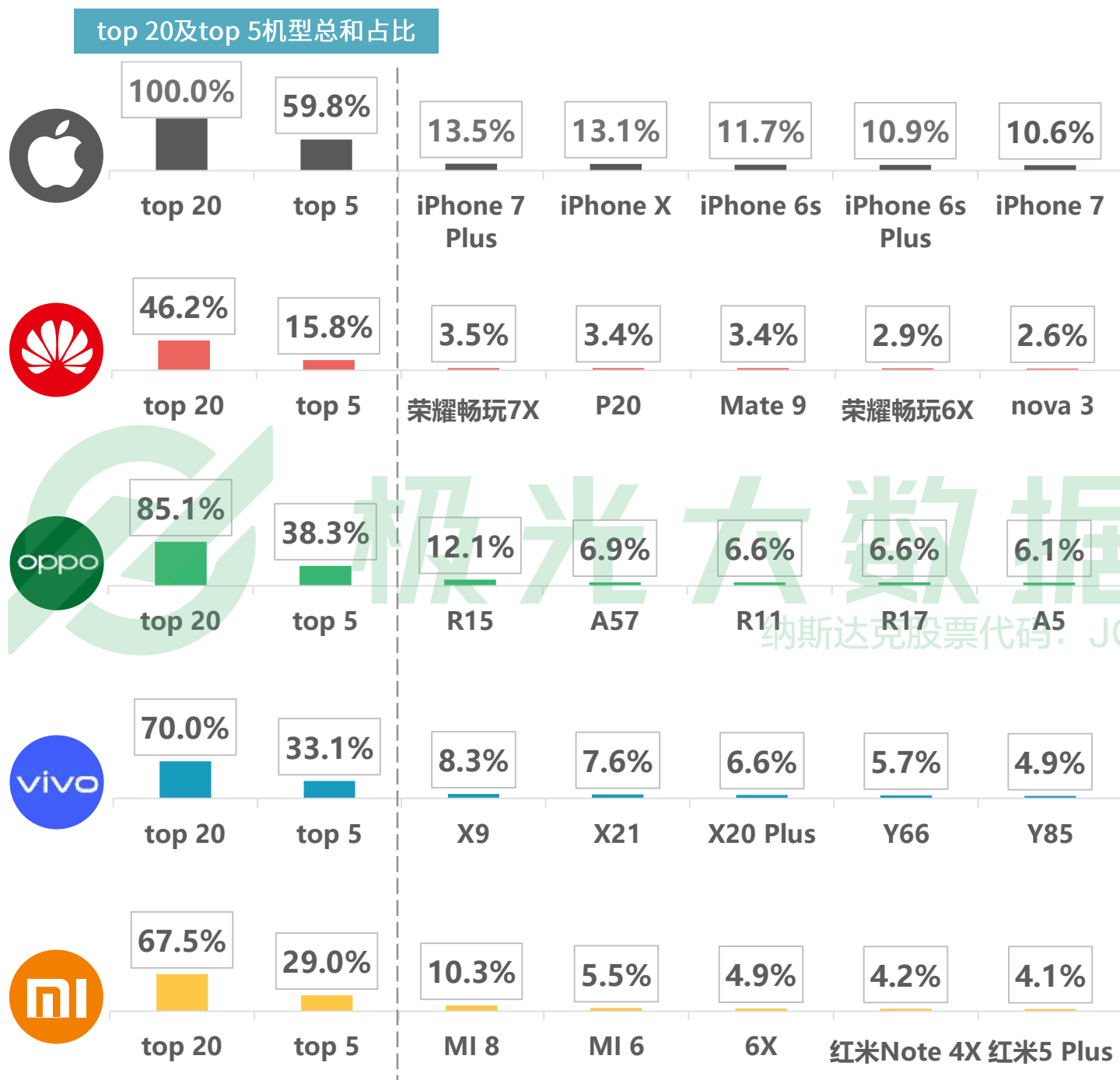
数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）

取数周期：2019.03

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

iPhone X内部占比提升至13.1%

2019年Q1主流手机品牌型号分布



数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）

取数周期：2019.03

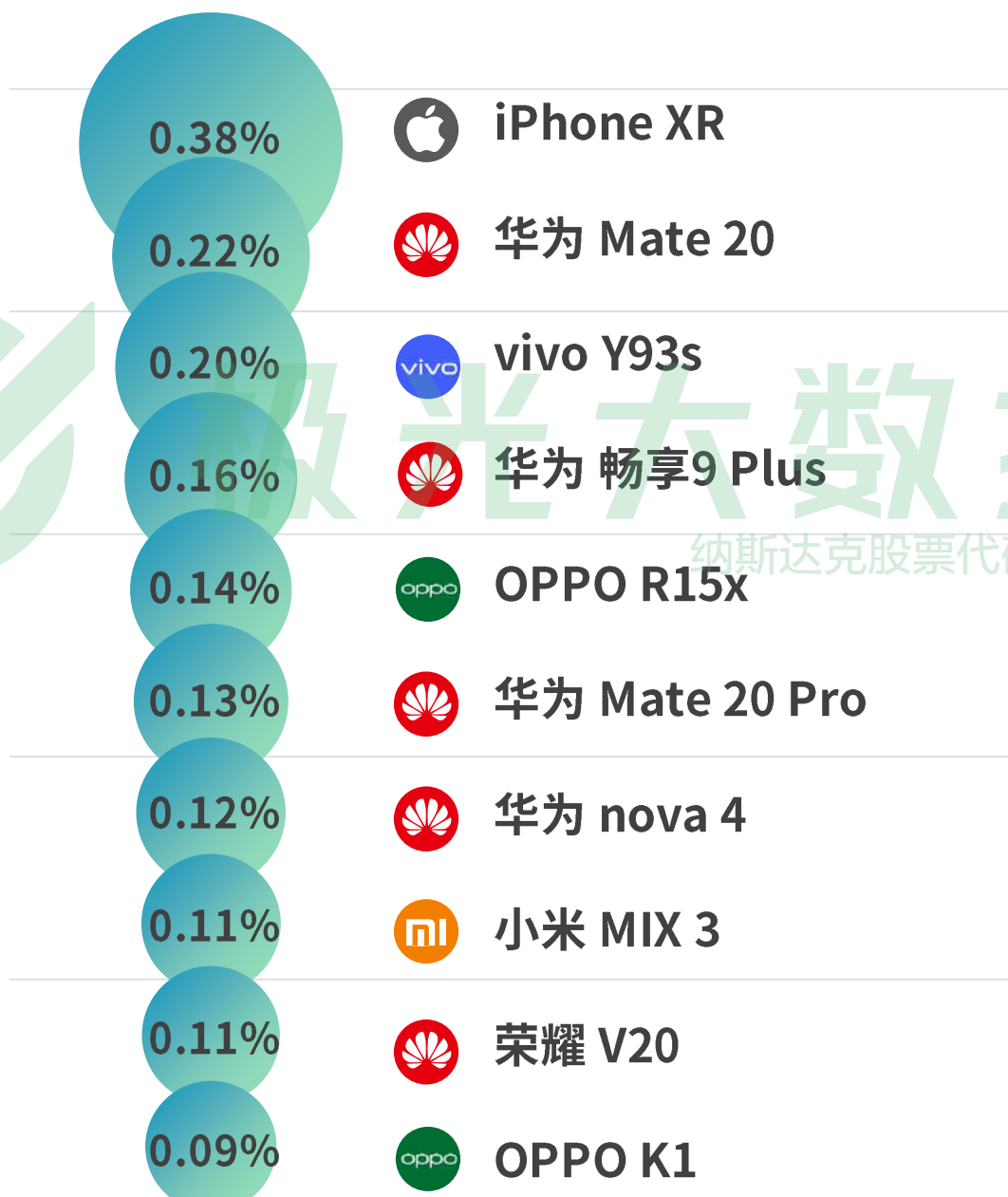
2018年Q4上市新机型3个月保有率



极光大数据

新机型中iPhone XR上市3个月的保有率最高，为0.38%

2018年Q4上市机型3个月保有率



数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）

取数周期：2018.10-2019.03

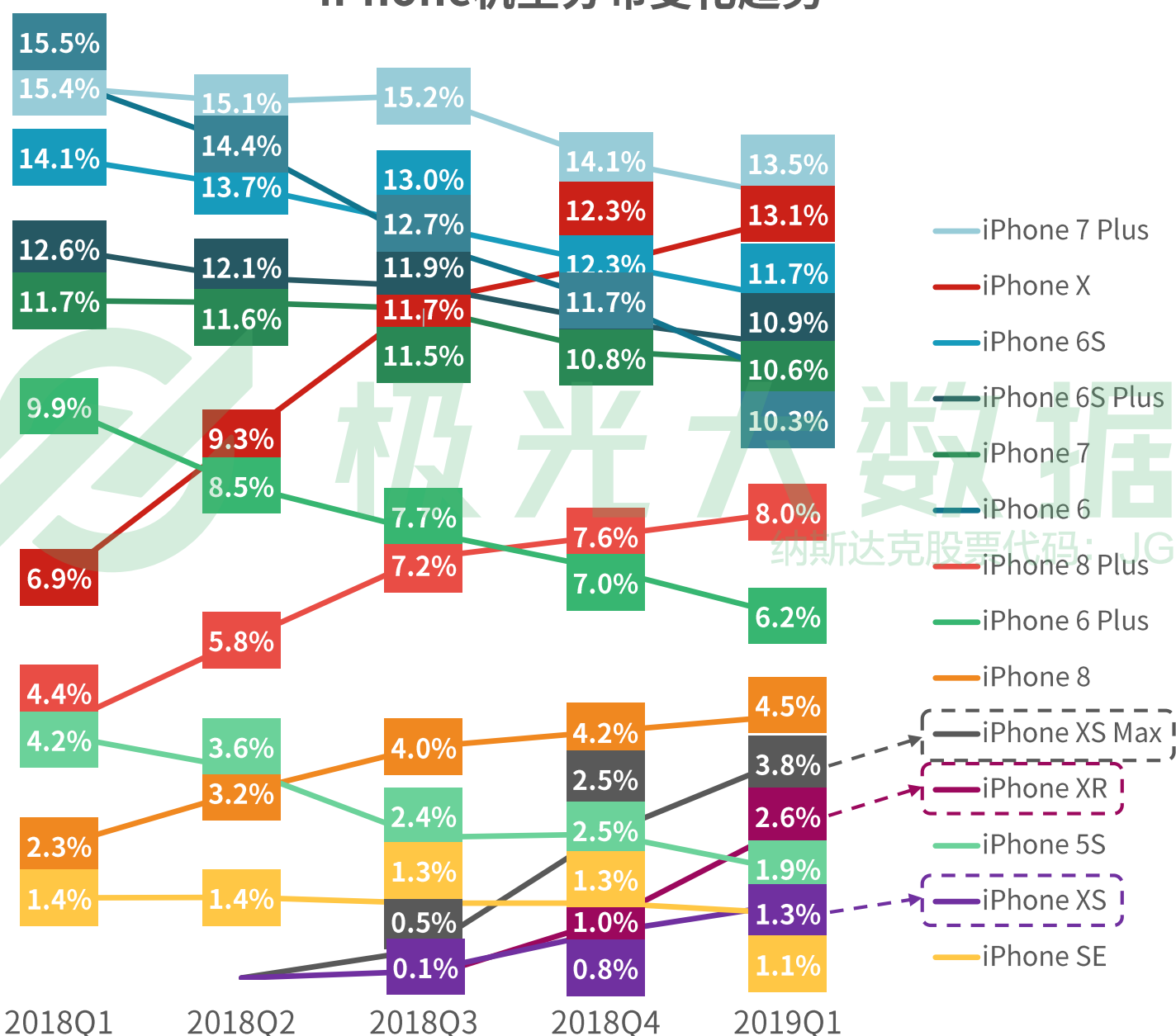
*2018年Q4新上线机型不包含iPhone XS及iPhone XS Max

© JIGUANG Confidential. All Rights Reserved.

去年9月同时发布的iPhone XS和iPhone XS Max，品牌内部占比分别增至1.3%和3.8%

- 极光大数据显示，截至2019年3月，iPhone 7 Plus的品牌内部占比为13.5%，仍处首位；或受旧机型用户升级影响，iPhone X品牌内部占比仍呈增长态势；iPhone XS Max、iPhone XR和iPhone XS的品牌内部占比分别上升至3.8%、2.6%和1.3%

iPhone机型分布变化趋势



数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）

取数周期：2018.01-2019.03

此图表剔除了部分量级过小的iPhone旧机型

02

智能手机销量分析

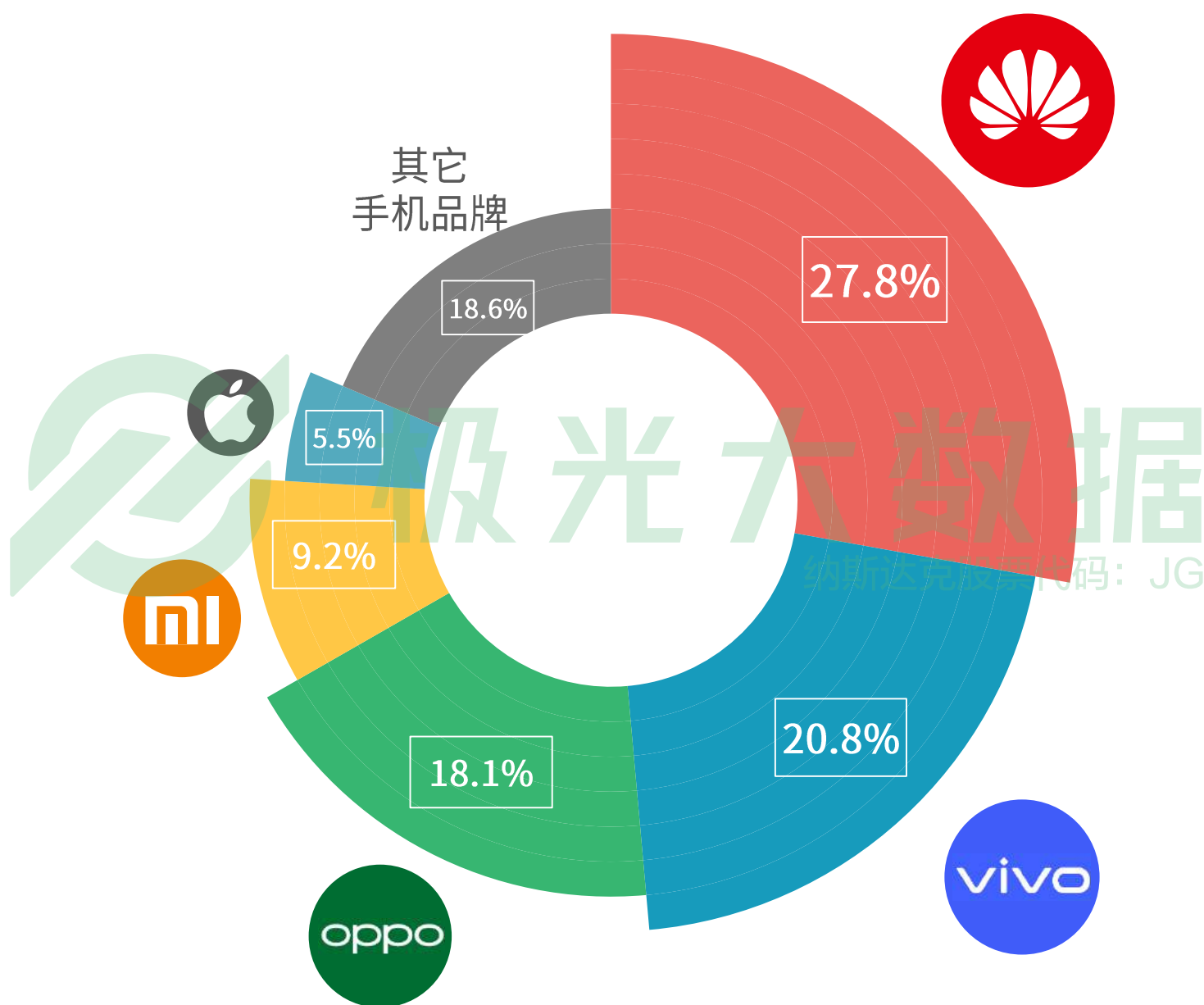


◆ 2019年Q1国内手机品牌销量占比

vivo销量占比反超OPPO，销量占比达20.8%

- 根据极光大数据统计，2019年Q1国内手机品牌销量占比top 5分别是华为、vivo、OPPO、小米和iPhone，其中华为以27.8%销量占比居于首位

2019年Q1国内手机品牌销量占比



数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）

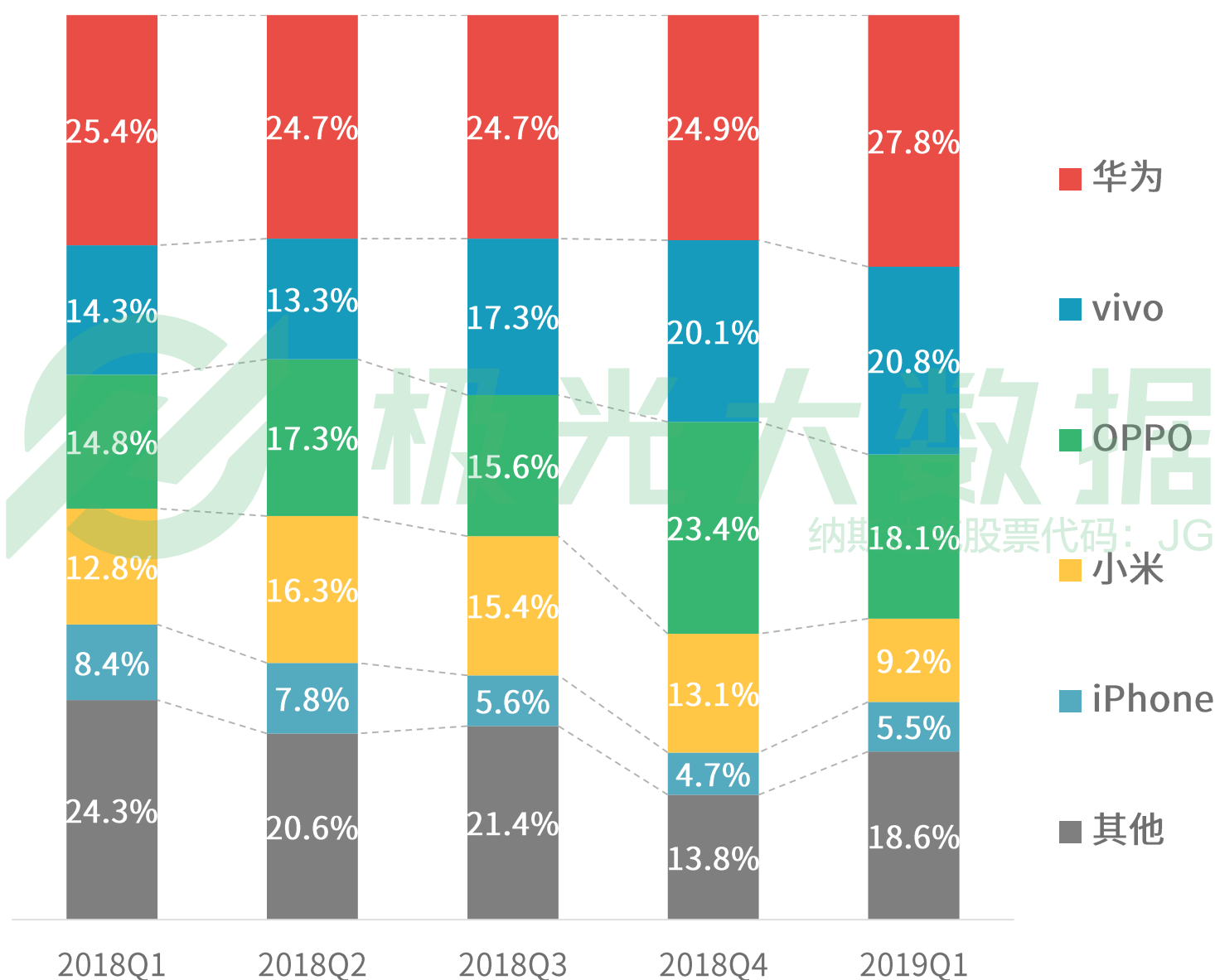
取数周期：2019.01-2019.03

Q1主流手机品牌销量占比变化趋势

本季度OPPO销量占比明显下滑

- 极光大数据显示，2019年Q1华为销量占比为27.8%，稳居主流手机品牌销量占比首位；OPPO较上一季度销量占比下跌22.6%，vivo销量占比保持稳定增长态势；iPhone销量略有回升

2019年Q1主流手机品牌销量占比变化趋势



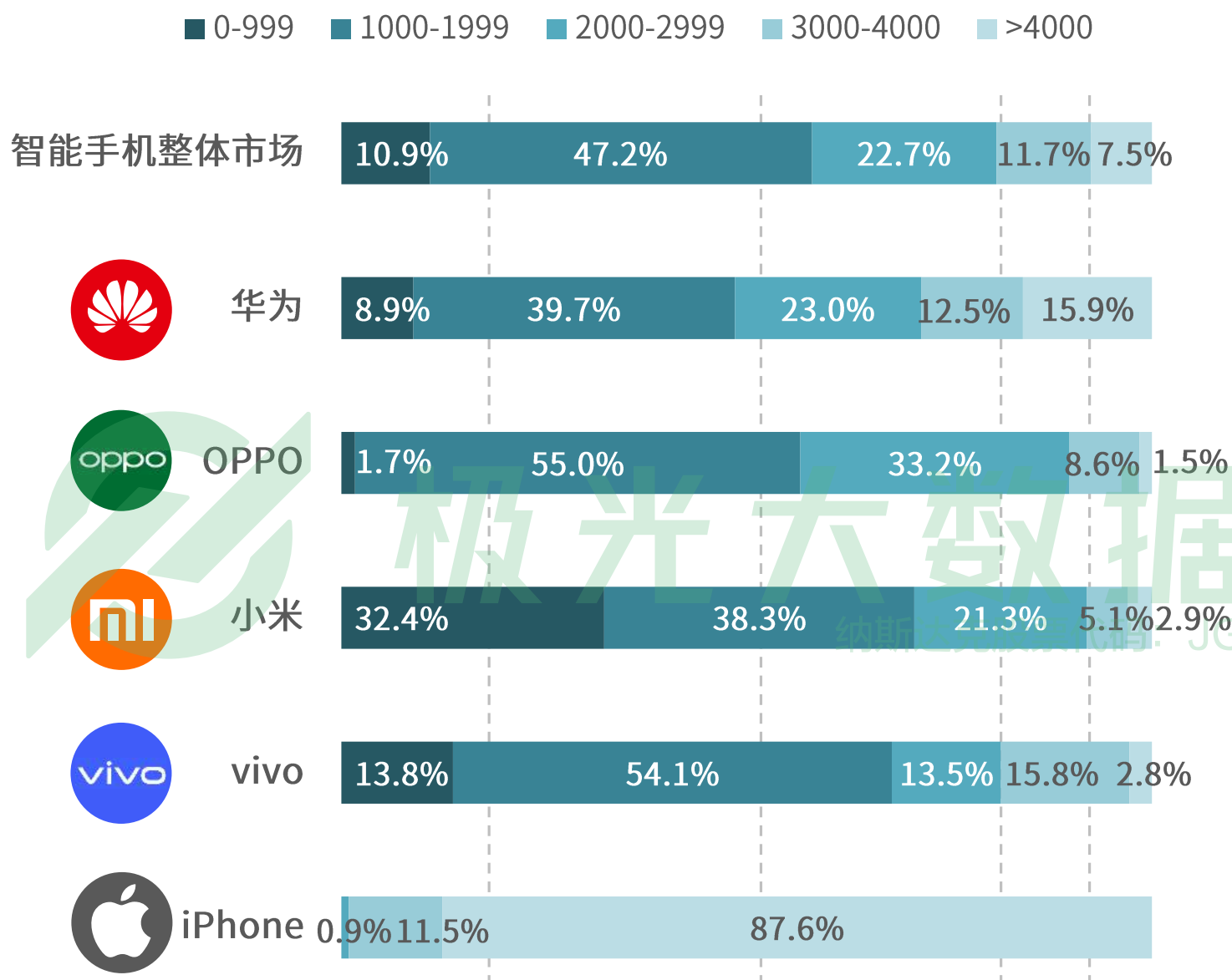
数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）

取数周期：2018.01-2019.03

Q1所售智能手机中，价格在3000元以下的超过8成

- 极光大数据显示，华为低端机型销量占比有明显增长；小米定价4000元以上的新机型销量占比达2.9%

2019年Q1主流手机品牌销量价格分布



数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）

取数周期：2019.01-2019.03

*报告中将2019年3月市场报价低于1000元的机型定义为低端机，市场价在1000-3000元之间的机型定义为中端机，市场价高于3000元的机型定义为高端机

OPPO A5以3.3%销量占比登顶

- 极光大数据显示，2019年7月底发布的OPPO A5成为Q1销量占比最高的机型，上榜机型中OPPO机型占4席

2019年Q1销量top 10手机机型

发布时间	品牌	机型	销量占比
2018年7月	oppo	OPPO A5	3.3%
2018年9月	vivo	vivo X23	3.1%
2018年8月	oppo	OPPO R17	2.8%
2018年9月	华为	华为 荣耀8X	2.0%
2018年11月	vivo	vivo Y93	1.7%
2018年9月	oppo	OPPO A7x	1.5%
2018年10月	华为	华为 Mate 20	1.4%
2018年10月	华为	华为 畅享9 Plus	1.4%
2018年12月	vivo	vivo Y93s	1.4%
2017年12月	oppo	OPPO A83	1.3%

数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）

取数周期：2019.01-2019.03

03

主流手机品牌用户 忠诚度分析

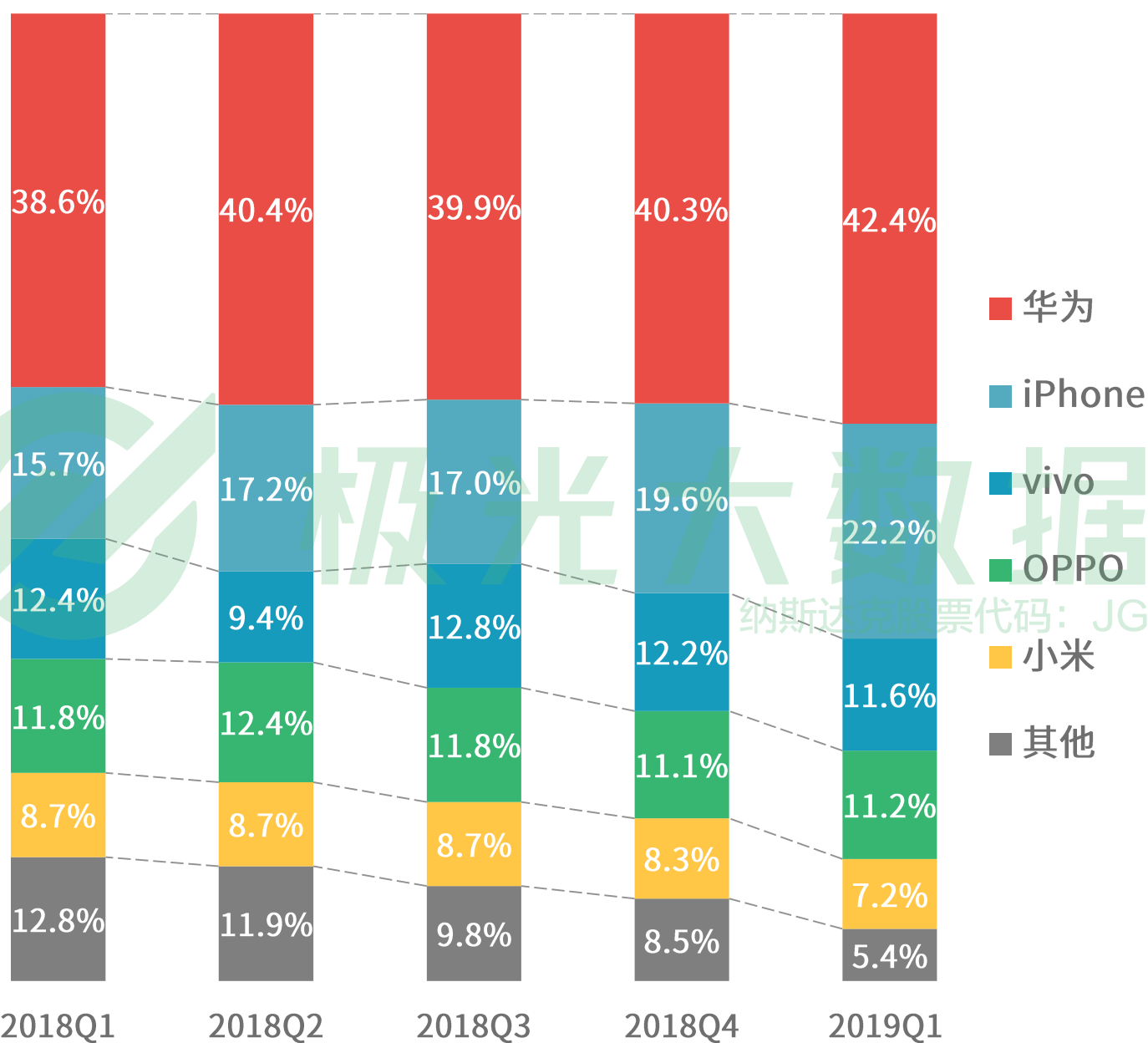


主流手机品牌用户忠诚度——华为

2019年Q1，华为的换机用户忠诚度为42.4%，该数值在过去一年里呈波动增长趋势

- 极光大数据显示，iPhone对华为换机用户的吸引力仍在继续提升；华为换小米的用户比例下降至7.2%，两品牌虽然在用户性别分布*上较为相似，但吸引的用户群体重合度并不高

华为用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）

取数周期：2018.01-2019.03

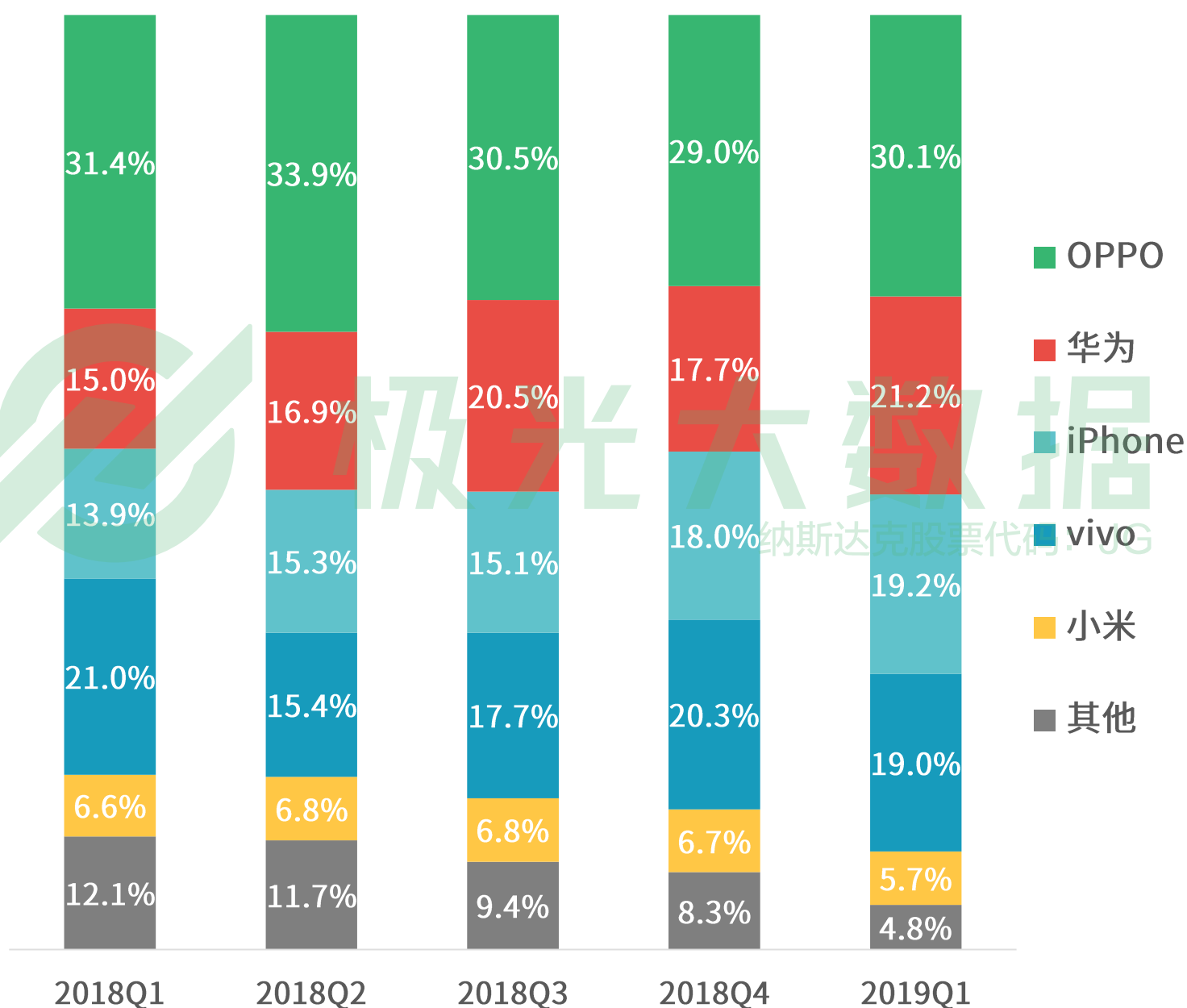
*用户性别分布数据详见P27&P30用户画像

主流手机品牌用户忠诚度 —— OPPO

OPPO用户换机忠诚度回升至3成

- 极光大数据显示，华为对OPPO换机用户的吸引力在这一季度上升至21.2%

OPPO用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）

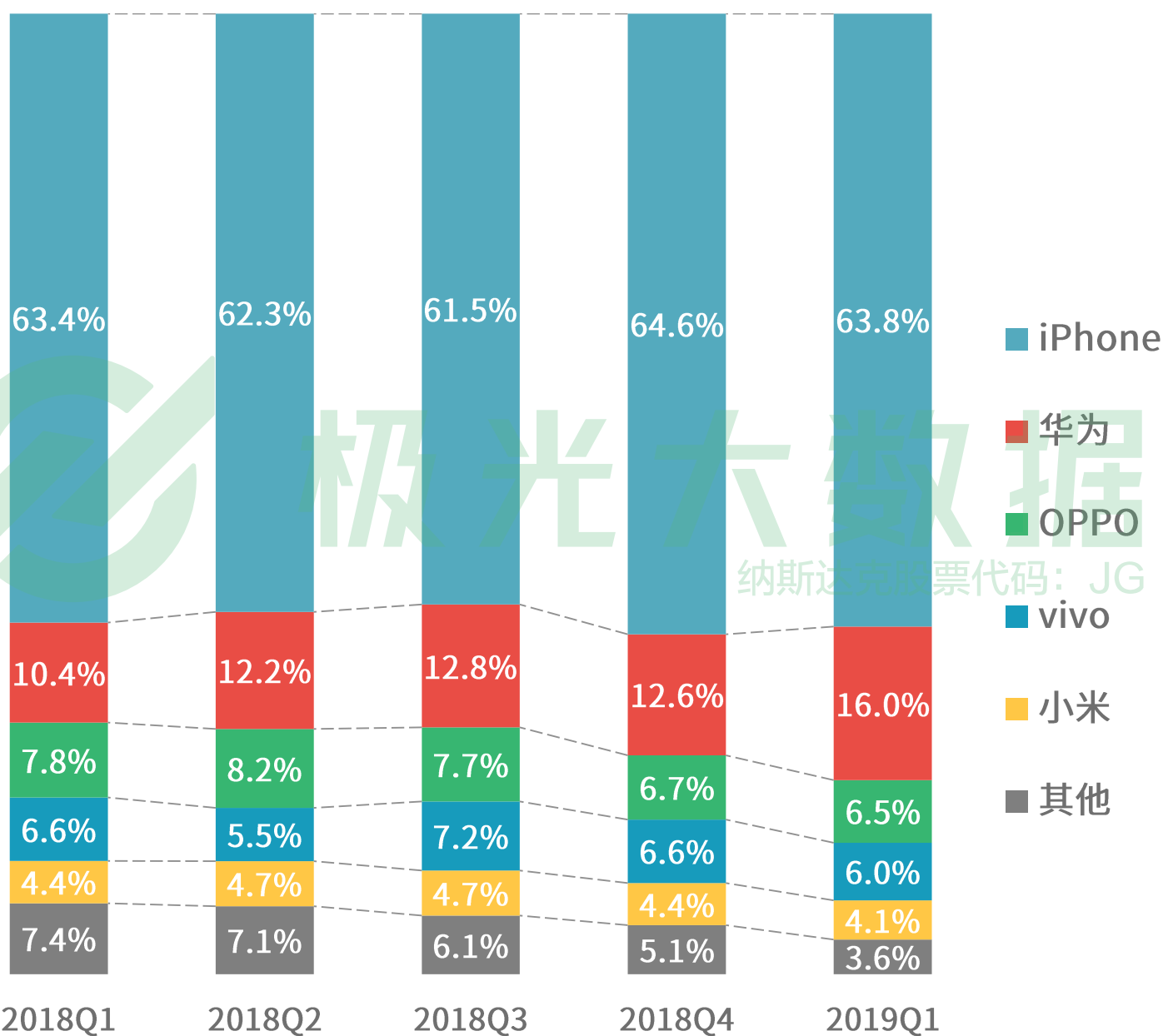
取数周期：2018.01-2019.03

主流手机品牌用户忠诚度 —— iPhone

iPhone用户忠诚度在19年Q1小幅下降

- Q1的iPhone换机用户中，有16%选择了华为

iPhone用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）

取数周期：2018.01-2019.03

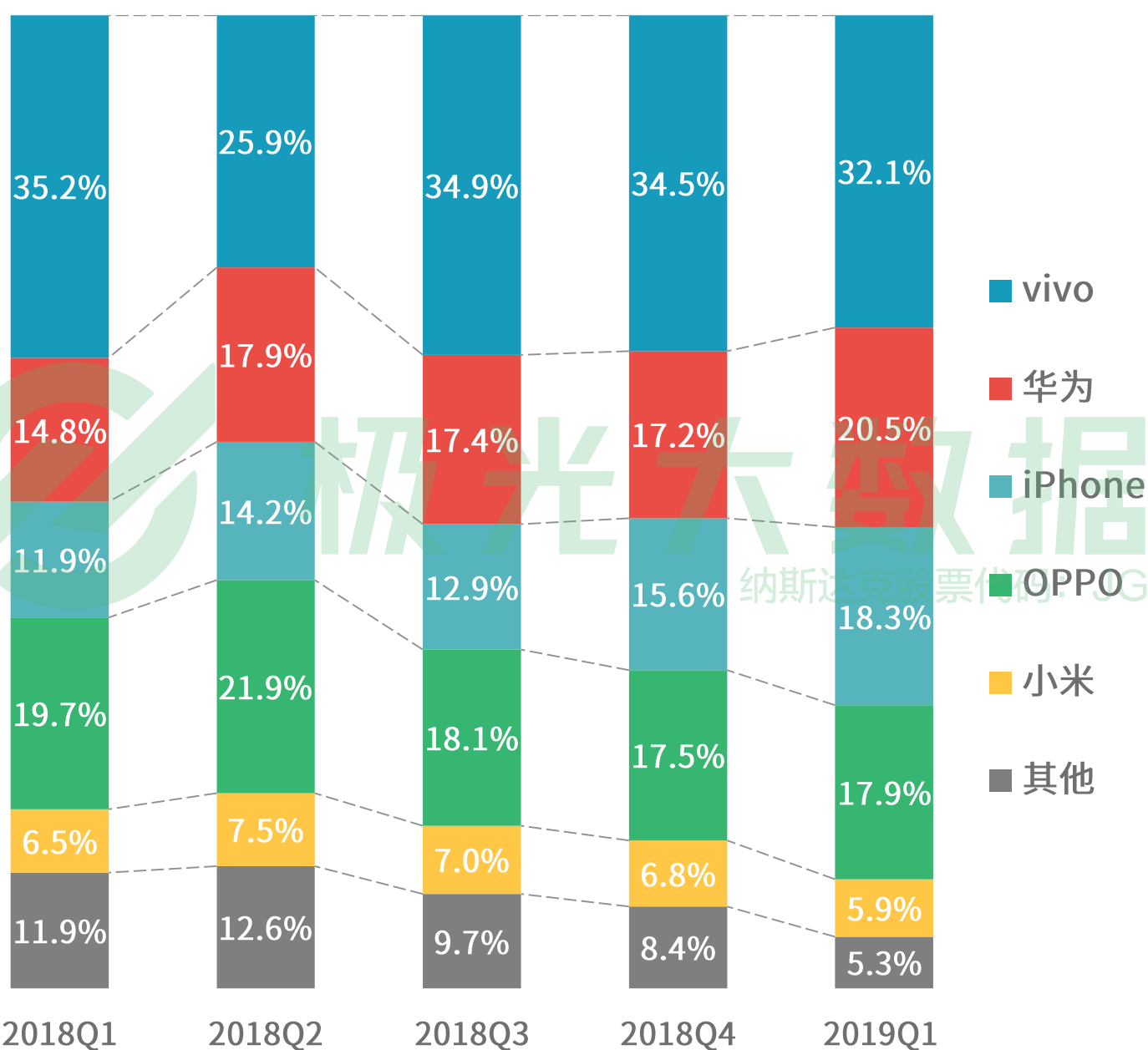
主流手机品牌用户忠诚度

—— vivo

32.1%的vivo换机用户仍然选择本品牌

- 极光大数据显示，2019年Q1 vivo用户的忠诚度为32.1%，另外有20.5%的用户转向使用华为；本季度iPhone对vivo换机用户的吸引力仍在提升，达18.3%

vivo用户忠诚度变化



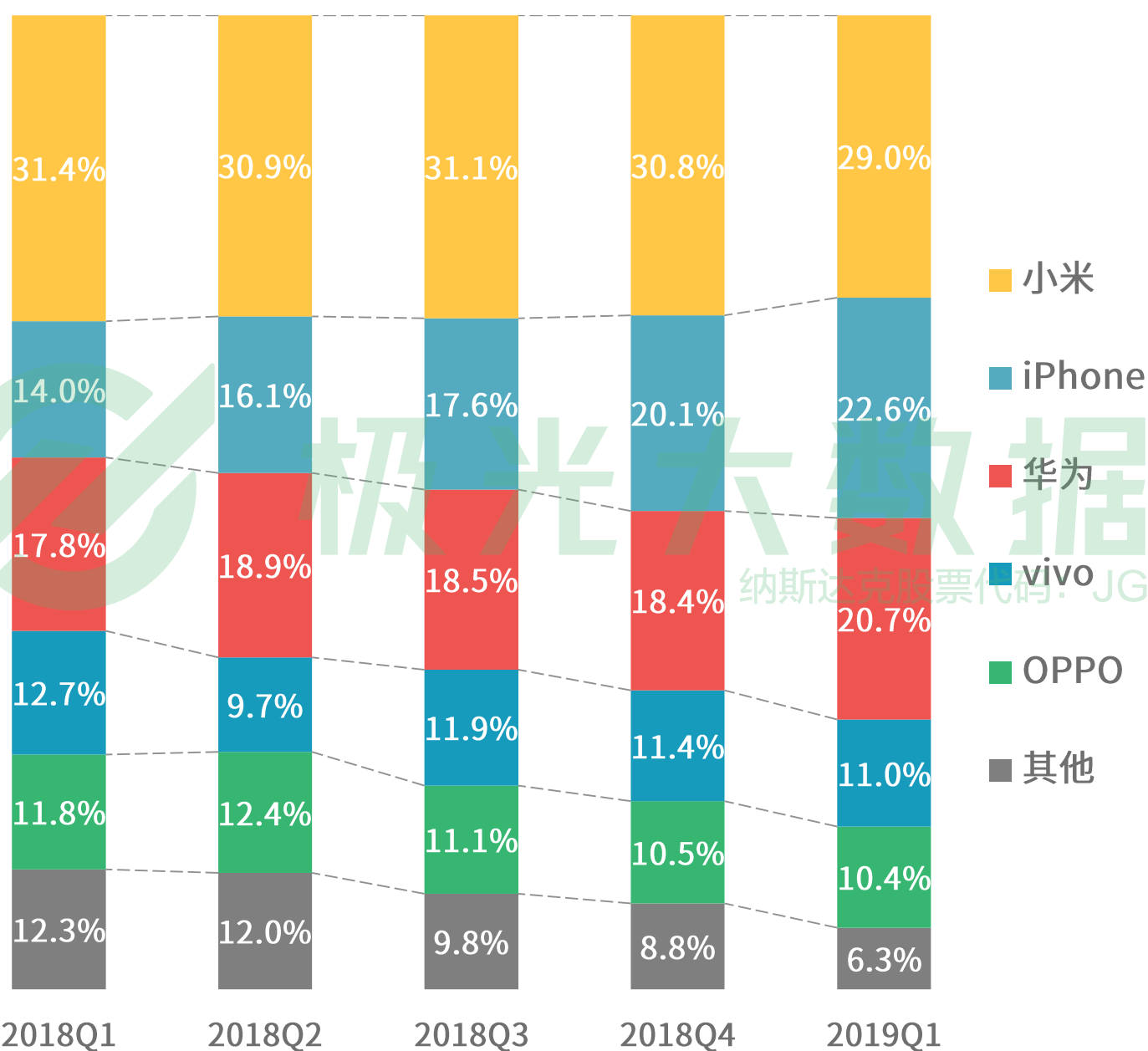
数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）

取数周期：2018.01-2019.03

小米用户忠诚度连续两季度下滑

- 极光大数据显示，Q1的小米换机用户转向iPhone的比例上升至22.6%，达一年内新高

小米用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）

取数周期：2018.01-2019.03

04

新上市机型摄像头 特征

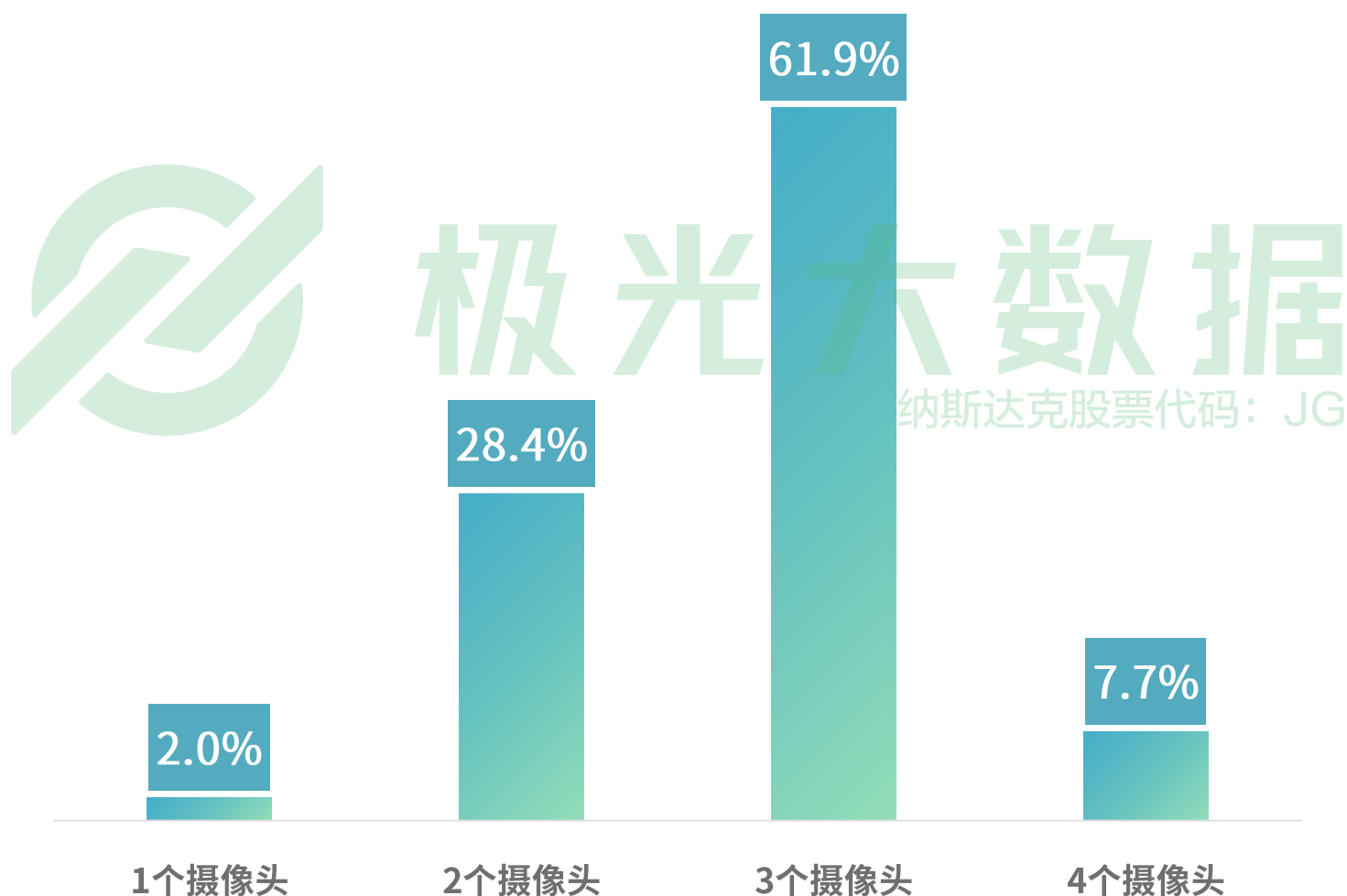


◆ 当季新上市机型摄像头数量分布

装配3个摄像头的新机型超6成，摄像头成手机硬件竞争的必争之地

- 随着“全民摄影”热度上涨，人们对手机摄像头功能和配置的要求不断提高，促使各手机品牌商推出装配更高像素和更多镜头的手机

当季新上市机型摄像头数量分布



数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）

取数周期：2019.03

◆ 当季新上市机型前后置摄像头像素分布



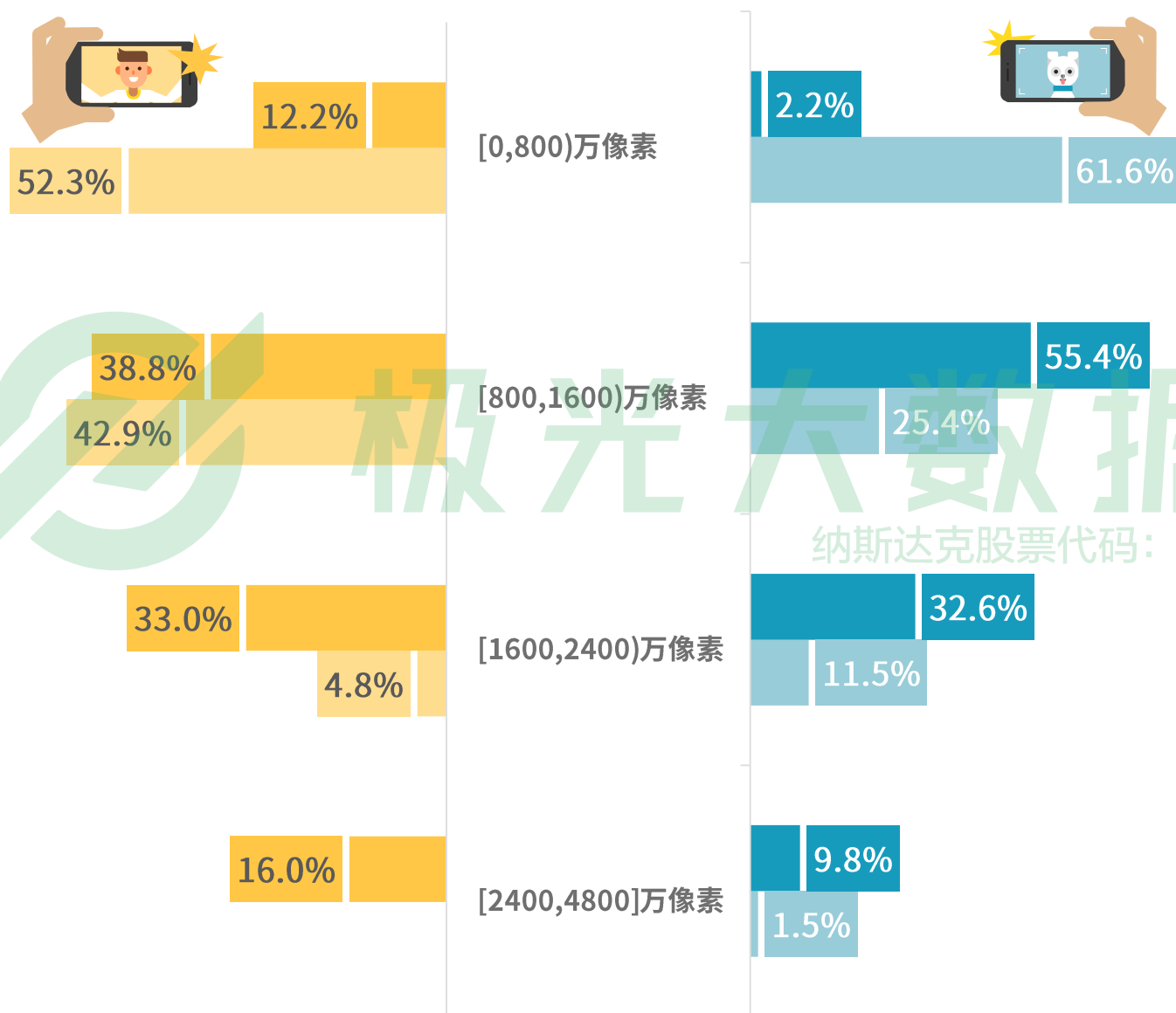
极光大数据

自拍热潮带动手机前置摄像头升级，前置主摄像头像素在1600万及以上的占比达到49%

- 配置1600万及以上像素后置主摄像头的新机型占比达42.4%，高主摄低副摄的镜头配置成为市场主流

当季新上市机型摄像头像素分布

■ 前置主摄像头 ■ 前置副摄像头 ■ 后置主摄像头 ■ 后置副摄像头



数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）

取数周期：2019.03

05

主流安卓手机品牌 用户画像



主流安卓手机品牌用户画像

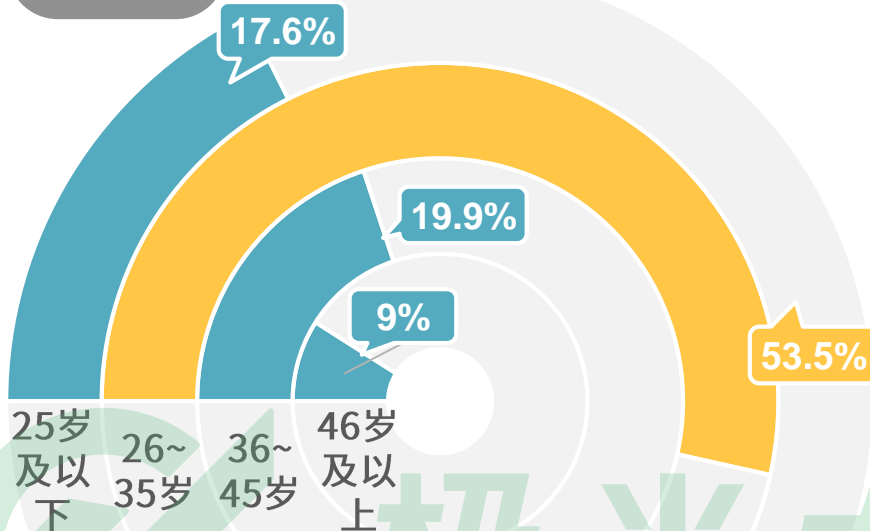
——华为

华为用户：女性用户占比持续上升，超5成用户在26-35岁之间

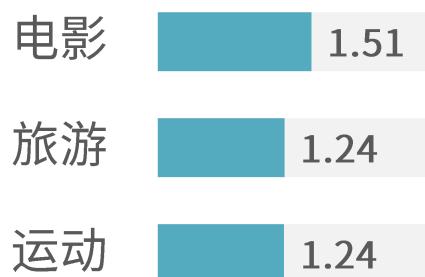
- 极光大数据显示，39%的华为用户为女性；华为用户倾向通过具有运动健美、知识青年属性的渠道交友

华为手机品牌用户画像

• 年龄



• 兴趣爱好TGI



• 社交风格TGI



• 性别



39%

61%



数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）；取数周期：2019.03

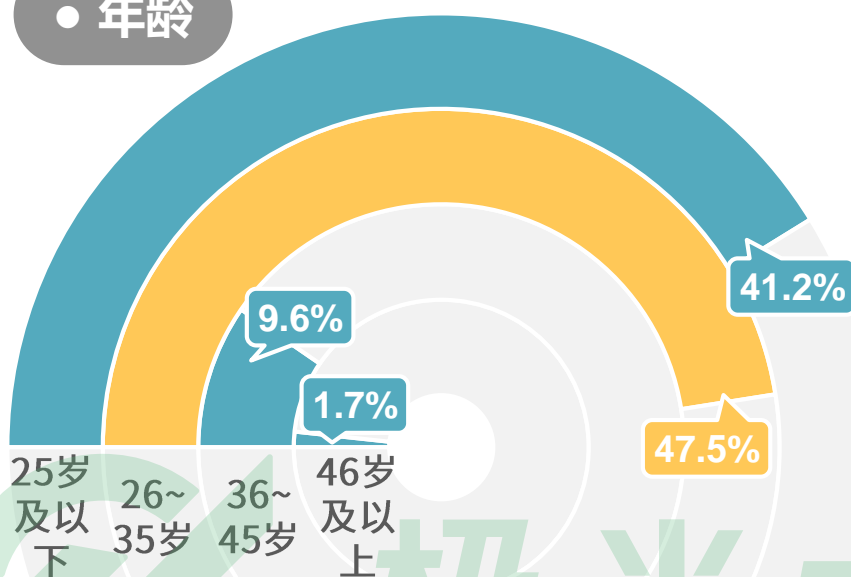
*某标签 TGI = 应用人群某标签占比值 / 市场总人群某标签占比值

OPPO用户：性别比例分布均匀，用户群体偏年轻化

- 根据极光大数据显示，OPPO用户对服装饰品兴趣表现最为明显，对二次元的社交风格偏好度最高

OPPO手机品牌用户画像

• 年龄



• 兴趣爱好TGI

服装饰品 1.22

旅游 1.06

美食 1.04

• 社交风格TGI

二次元 1.33

同城交友 1.19

校园社区 1.15

• 性别



48.6%

51.4%



数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）；取数周期：2019.03

*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

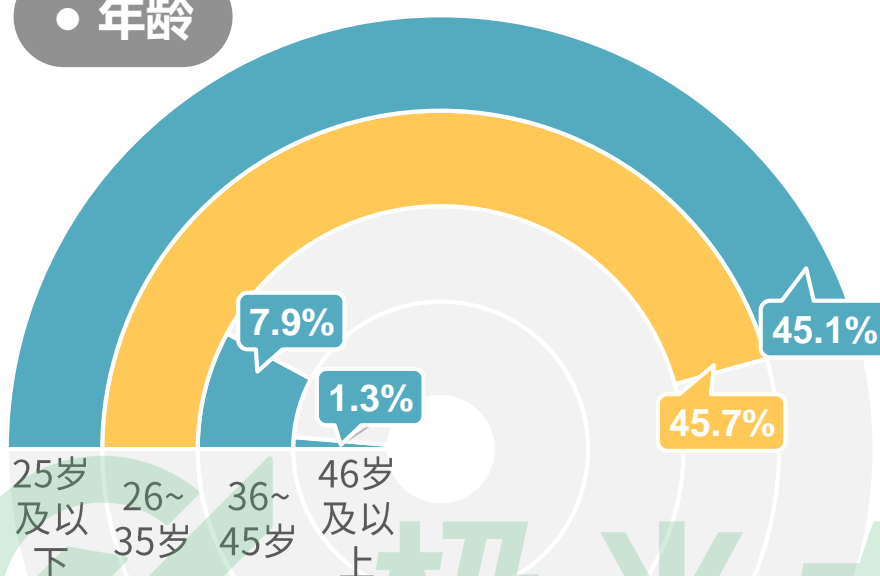
—— vivo

vivo用户：35岁及以下用户占比超9成

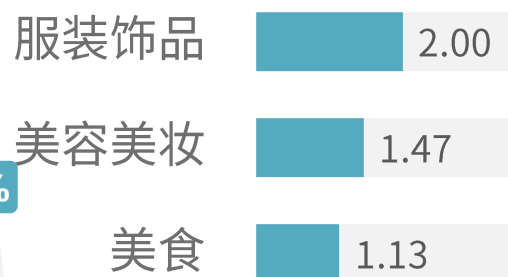
- 极光大数据显示，vivo用户对服装饰品更感兴趣，对同城交友风格的社交渠道偏好明显

vivo手机品牌用户画像

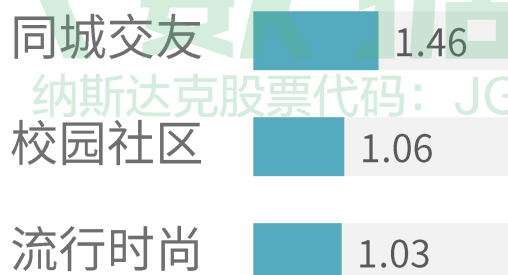
• 年龄



• 兴趣爱好TGI



• 社交风格TGI



• 性别



数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）；取数周期：2019.03

*某标签 TGI = 应用人群某标签占比 / 市场总人群某标签占比

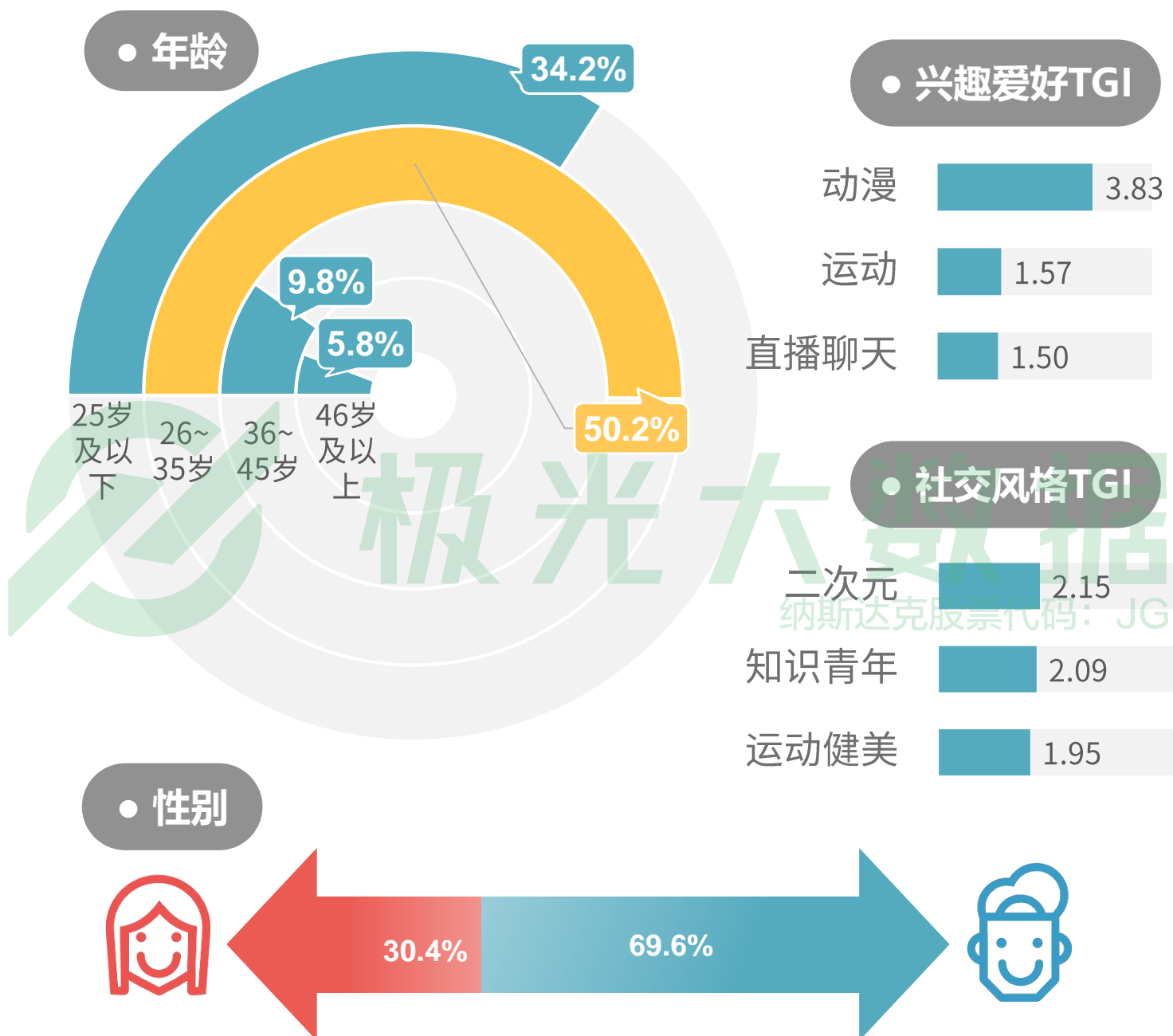
主流安卓手机品牌用户画像

——小米

小米用户：男性占比下降，对动漫最为偏好

- 根据极光大数据统计，小米用户中有30.4%为女性，84.4%的用户不超过35岁
- 小米用户爱好动漫、运动和直播聊天，最偏好的社交风格是二次元

小米手机品牌用户画像



数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）；取数周期：2019.03

*某标签 TGI = 应用人群某标签占比 / 市场总人群某标签占比

06

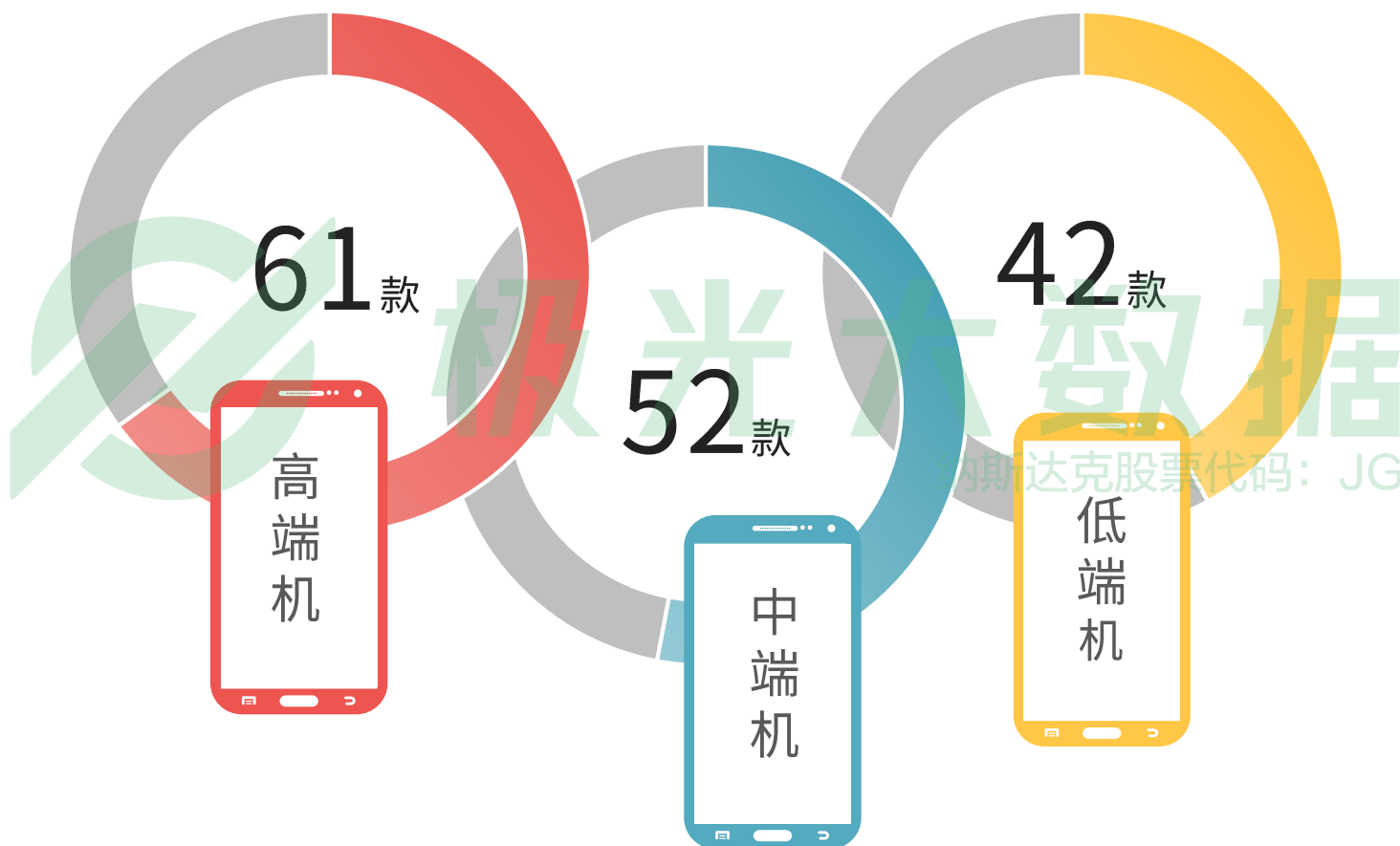
手机app安装情况



平均每台高端机安装61款app

- 极光大数据显示，平均每台高中低端手机中安装的app分别为61款、52款和42款

高中低端机型每台手机平均安装app数量



数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）

*报告中将2019年3月市场报价低于1000元的机型定义为低端机，市场价在1000-3000元之间的机型定义为中端机，市场价高于3000元的机型定义为高端机

高端机用户最偏爱的app是航旅纵横

- 极光大数据显示，高中低端手机用户最偏爱的app分别是航旅纵横、界面新闻和有料看看

高中低端手机用户app偏好指数top 5



数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）；取数周期：2019.03

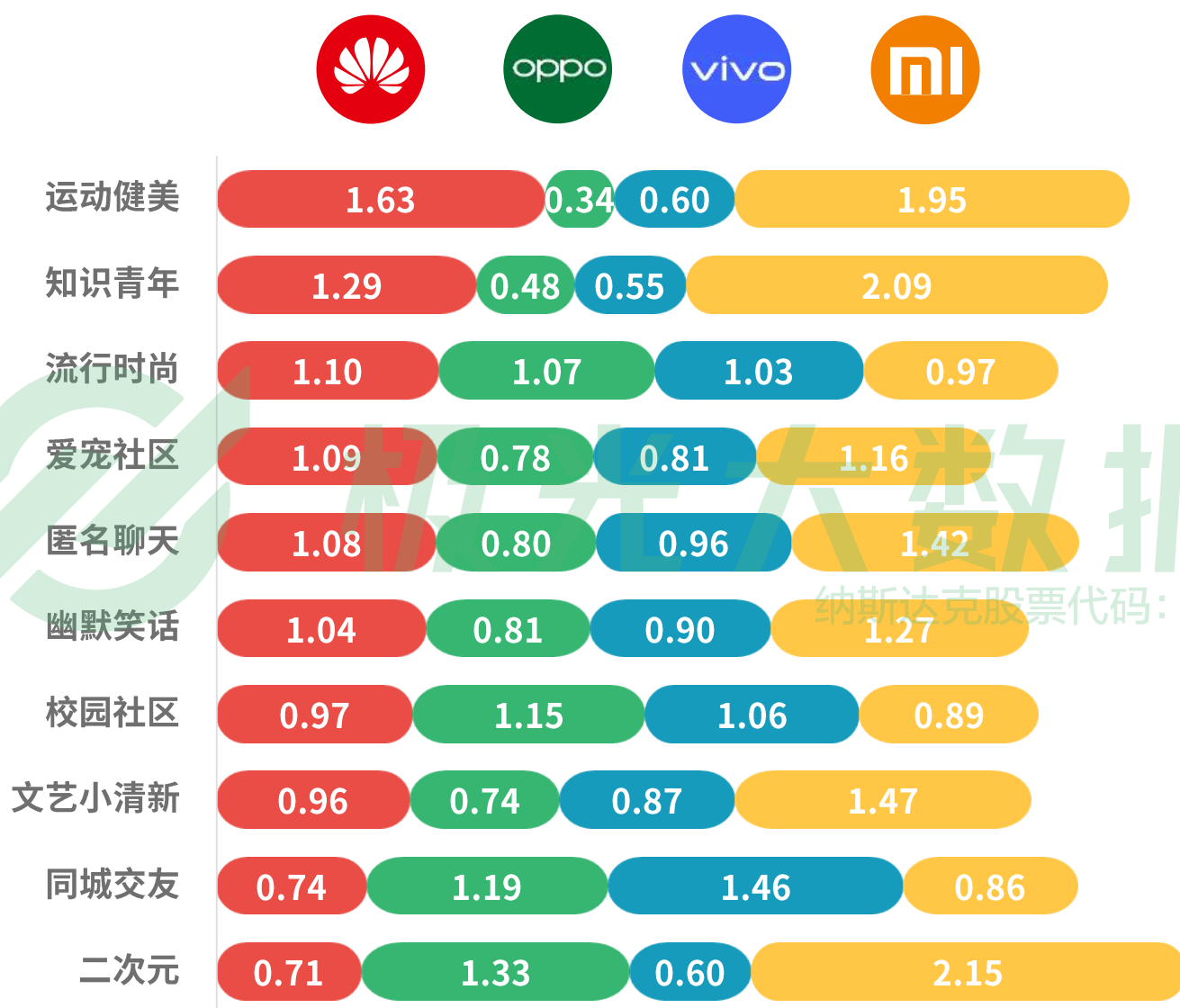
*报告中将2019年3月市场报价低于1000元的机型定义为低端机，市场价在1000-3000元之间的机型定义为中端机，市场价高于3000元的机型定义为高端机；此图表剔除了部分手机预装软件

*极光偏好指数是根据应用在目标人群中的装机渗透率，与其全网渗透率的相对关系计算得出的指标，用于反映目标人群对某应用的偏好程度

主流安卓手机品牌用户偏好的app类型各有千秋

- 极光大数据显示，华为、vivo用户最偏爱的app类型分别是运动健美和同城交友，OPPO、小米用户均偏好二次元类app

不同品牌用户对各类app TGI



数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）；取数周期：2019.03

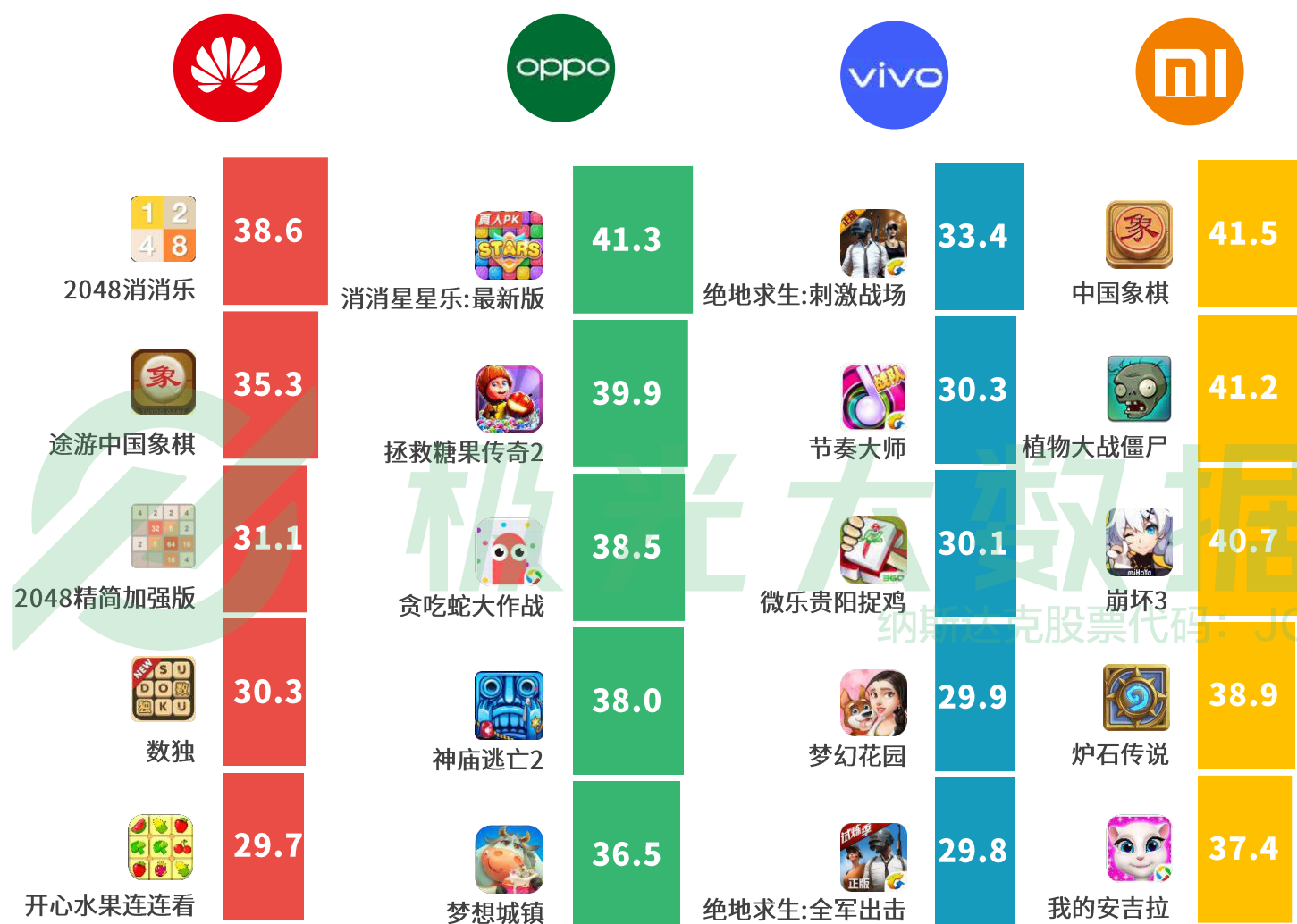
*极光偏好指数是根据应用在目标人群中的装机渗透率，与其全网渗透率的相对关系计算得出的指标，用于反映目标人群对某应用的偏好程度

不同品牌用户对手机游戏app偏好度

休闲类手游在各个手机品牌用户中均有很高的接受度

- 极光大数据显示，vivo用户对吃鸡类手游偏好度较高，top 5 app中就上榜了两款此类手游

不同品牌用户对手机游戏app偏好度



数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）；取数周期：2019.03

*极光偏好指数是根据应用在目标人群中的装机渗透率，与其全网渗透率的相对关系计算得出的指标，用于反映目标人群对某应用的偏好程度

不同品牌用户对摄影图像app偏好度

美颜app仍是主流；随着vlog的兴起，带有影像剪辑功能的app悄然走入人们视线

- OV用户是美颜相机的重度用户，摄影图像偏好度top 5 app中各上榜3款

不同品牌用户对摄影图像app偏好度



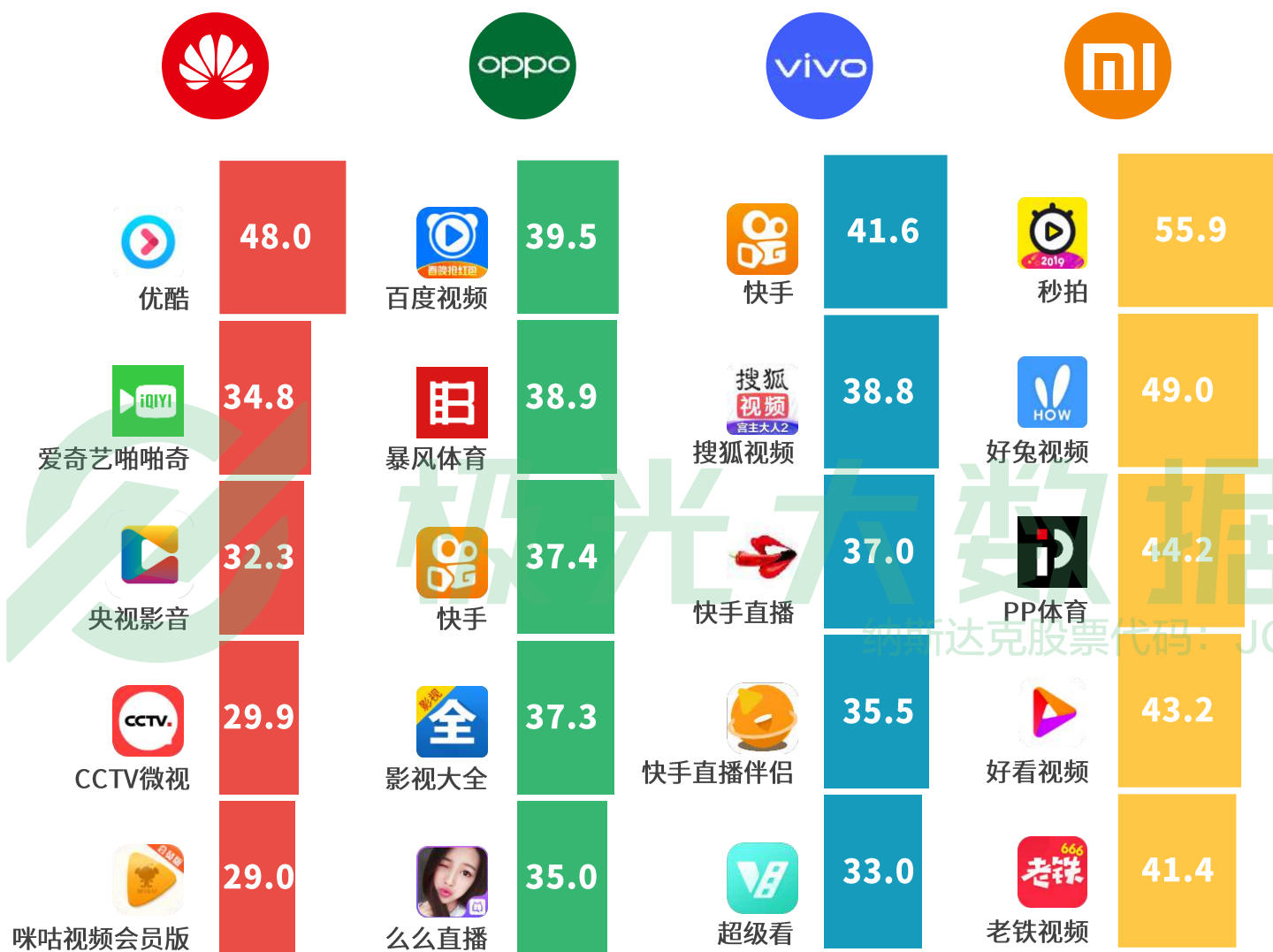
数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）；取数周期：2019.03

*极光偏好指数是根据应用在目标人群中的装机渗透率，与其全网渗透率的相对关系计算得出的指标，用于反映目标人群对某应用的偏好程度

小米用户对短视频类app偏好度较高

- 极光大数据显示，OPPO、vivo和小米用户均对短视频app有一定偏好，其中快手受众最广

不同品牌用户对视频直播app偏好度



数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）；取数周期：2019.03

*极光偏好指数是根据应用在目标人群中的装机渗透率，与其全网渗透率的相对关系计算得出的指标，用于反映目标人群对某应用的偏好程度

07

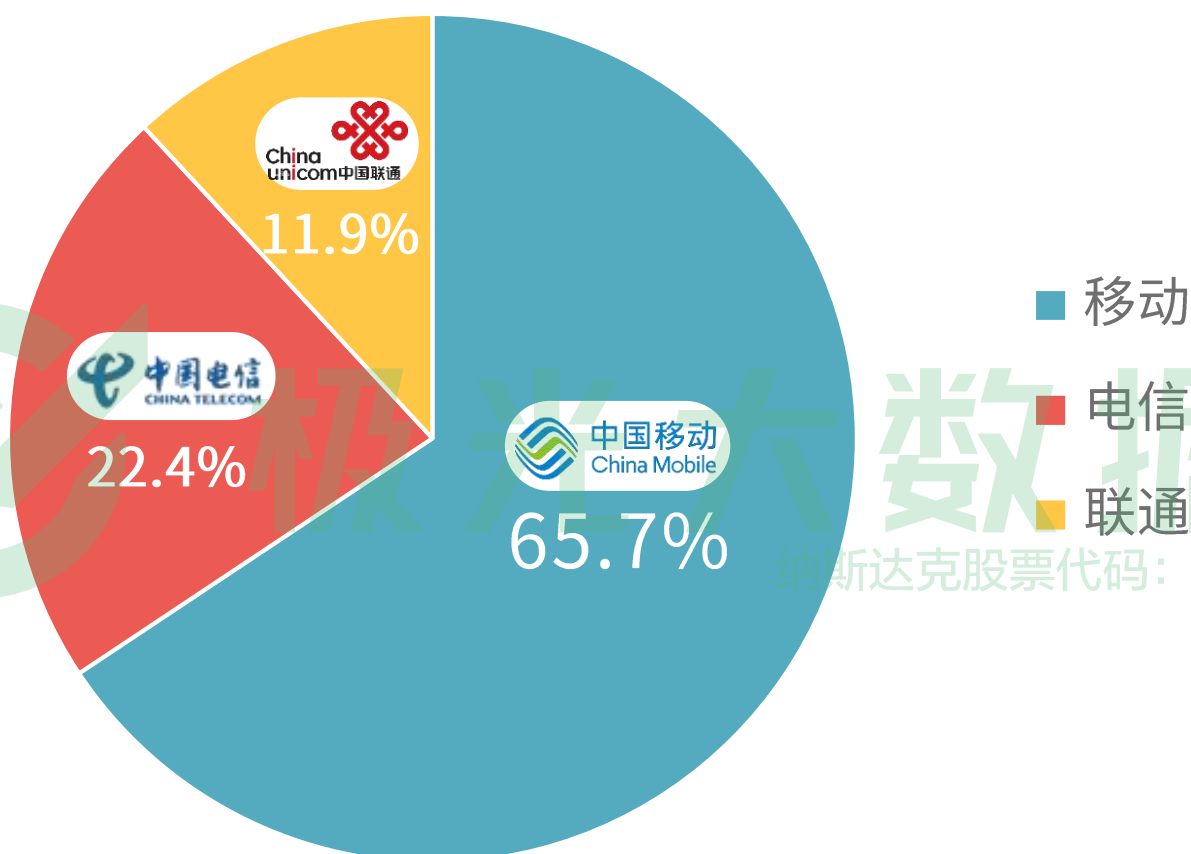
国内运营商市场分析



65.7%的中国网民是中国移动用户

- 根据极光大数据显示，移动、电信和联通的市场占比分别为65.7%、22.4%和11.9%，移动市场份额占比较上季度有所下降

三大运营商市场份额占比



数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）

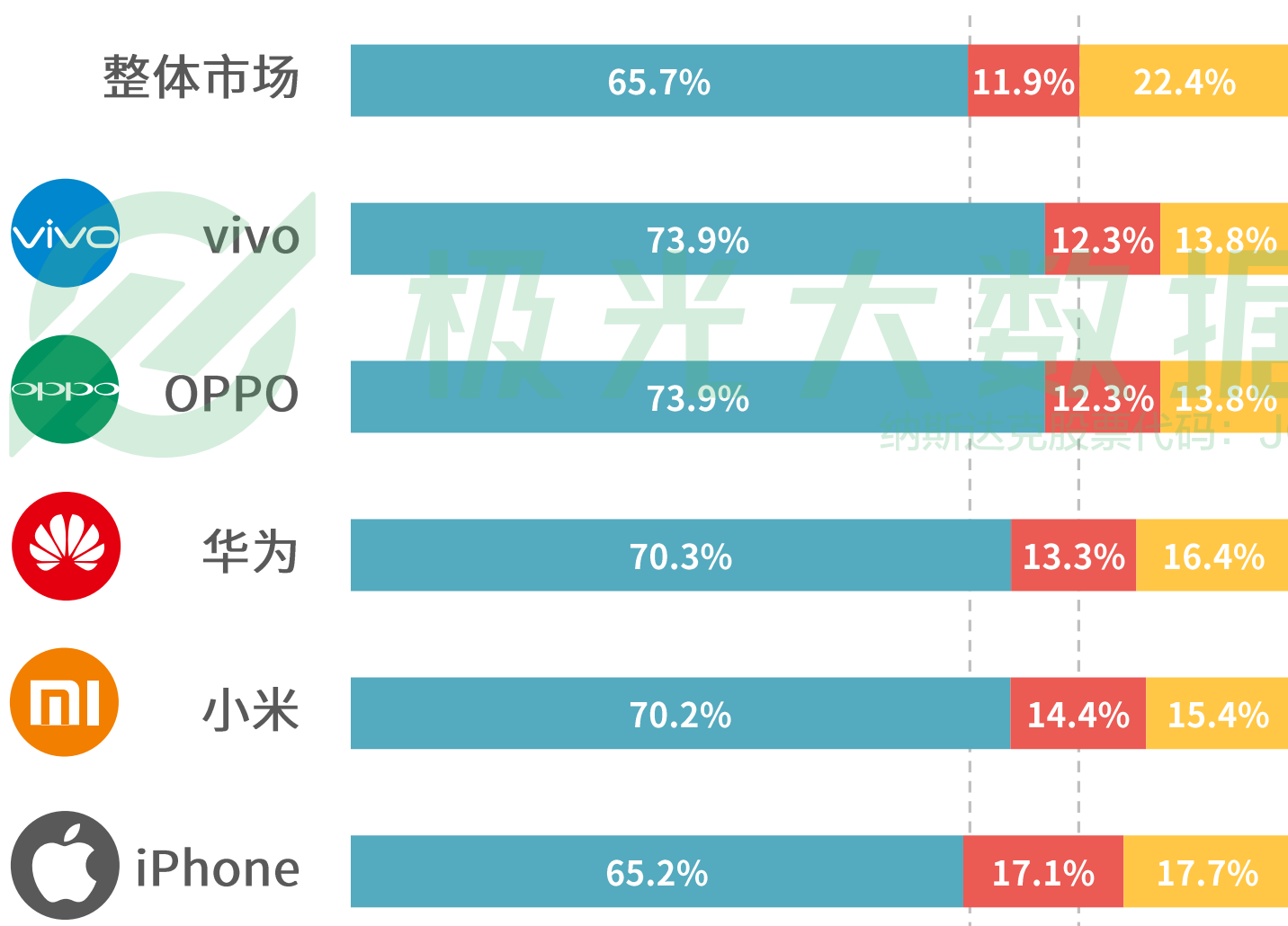
取数周期：2019.03

OV的移动用户占比均为73.9%

- 或因其他手机品牌占比影响，主流手机品牌的电信用户占比均低于整体市场占比

三大运营商在主流手机品牌中的市场占比

■ 移动 ■ 联通 ■ 电信

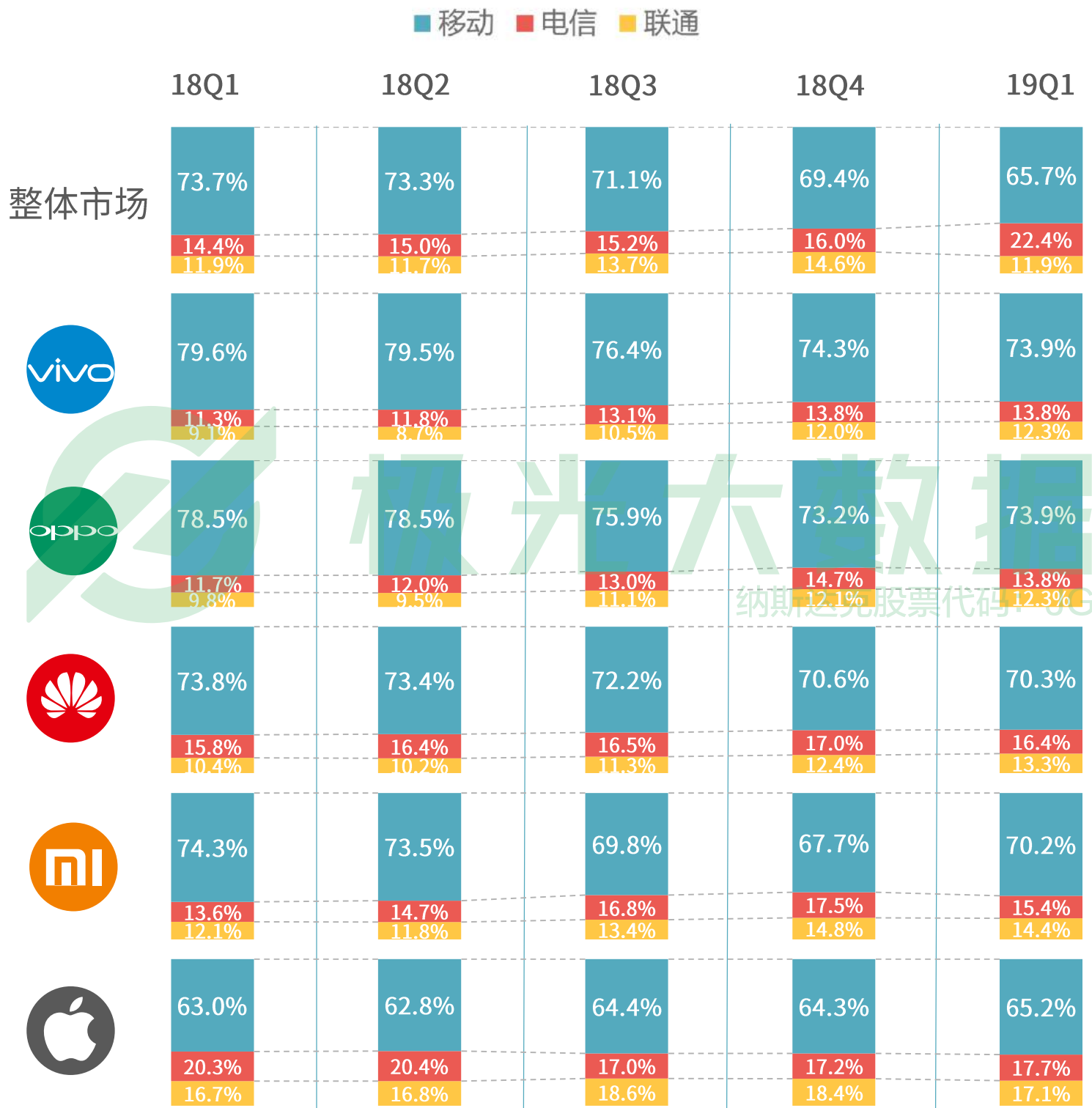


数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）

取数周期：2019.03

电信市场占比在2019年Q1进一步扩大

三大运营商市场占比变化趋势



数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）

取数周期：2018.01-2019.03

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：2018年1月-2019年3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

极光app偏好指数：极光偏好指数是根据应用在目标人群中的装机渗透率，与其全网渗透率的相对关系计算得出的指标，用于反映目标人群对某应用的偏好程度

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（纳斯达克股票代码：JG）成立于2011年，是中国领先的移动大数据服务平台。极光专注于为移动应用开发者提供稳定高效的消息推送、即时通讯、统计分析、社会化组件和短信等开发者服务。截止到2018年12月份，极光已经为36.9万移动开发者和107.6万款移动应用提供服务，其开发工具包（SDK）安装量累计近198亿，月度独立活跃设备近10.4亿部。基于海量数据和洞察积累，极光已将业务拓展至大数据服务领域，包括精准营销（极光效果通）、金融风控、市场洞察以及商业地理服务（极光iZone）。极光将继续借助人工智能与机器学习为移动大数据赋能，致力于为社会和各行各业提高运营效率，优化决策制定。

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



- 华北地区数据咨询
- 胡畅达: hucd@jiguang.cn
- 华东、华南地区数据咨询
- Oliver: jianghh@jiguang.cn
- 全国商务咨询
- sales@jiguang.cn
- 媒体数据引用:
marketing@jiguang.cn