# **URORA**椒光

/2019年Q3/ 智能手机行业季度数据 研究报告

极光

# 关键发现

- ◆ 强者愈强:销量第一手机品牌华为Q3销量份额较Q2提升4个百分点
- ◆ 高端化: 2019年前三季度三千元及以上中高端安卓机型销量占比较去年同期提升9.3个百分点
- ◆ 5G时代拉开序幕: 2019Q3国内5G手机销量 占比0.3%,11.8%有换机需求用户观望5G 手机
- ◆ 低价策略奏效:相比2018年系列在发售初期 iPhone XS Max占比最高,2019年系列中 "平价"iPhone 11成为最为畅销机型
- ◆ 华为持续增长: 2019Q3华为保有率保持领 先,同比去年Q3大幅增长6.2个百分点。华 为Mate 30系列为Q3 用户最关注机型







- O1 / CHAPTER ONE 智能手机整体市场情况
- 02 / CHAPTER TWO 本季度新机与5G手机专题
- 03 / CHAPTER THREE iPhone专题研究
- 04 / CHAPTER FOUR 华为专题研究
- **05** / CHAPTER FOUR OV、小米 Q3忠诚度研究

01

智能手机整体市场情况

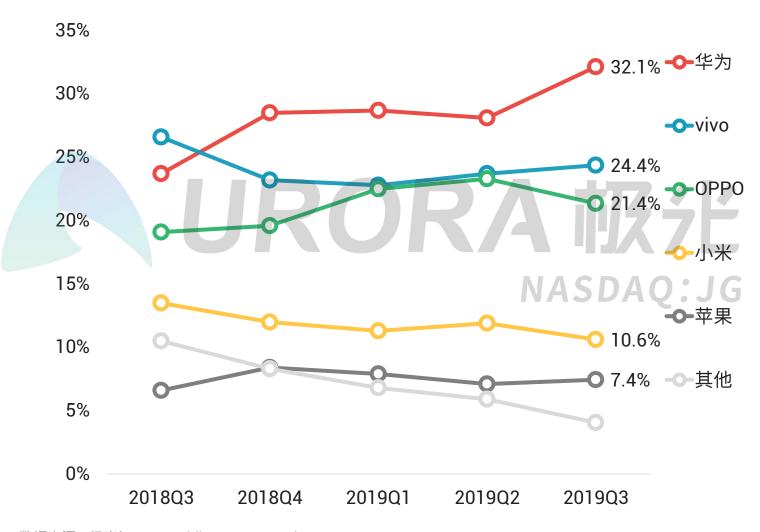


## ▶ 2019Q3国内智能手机销售市场竞争格局

# 销量第一手机品牌华为Q3销量份额提升4

2019Q3,国内手机销量份额前三是华为、vivo和OPPO,销量份额分别为 32.1%、24.4%和21.4%; 2018年机型的降价促销和2019年平价新机的发 布促进了苹果销量占比的回升,Q3销量占比达7.4%

## 2019Q3国内智能手机销售市场竞争格局



数据来源:极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

<sup>\*</sup>因极光SDK用户持续增加、数据采集环境变化等原因,极光针对当前数据环境更新了终端数据算法。新算法优化了过 滤规则、剔除了虚拟机等异常数据。受算法调整影响,历史数据相对往期有所调整,本报告内容均适用此说明



## ◆ 2019年前三季度安卓手机价格销售区间

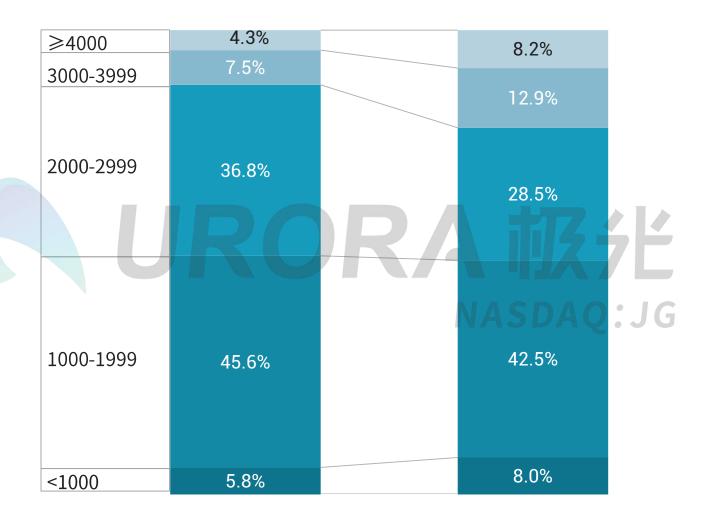
## 2019年国内手机销售向高端化迈进

• 2019年前三季度,2000元以内的机型占比约五成,与2018年相比变化不大,中低端手机的市场需求保持稳定; 2000-2999元区间销量占比收窄,3000元及以上安卓手机销量占比较2018年同期提升9.3个百分点,国内安卓市场以国产品牌为主,说明国产手机品牌向中高端机型方向发展有所收获

## 2019年前三季度安卓手机价格销售区间变化

价格区间(元) 2018前三季度

2019前三季度



数据来源:极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG);手机机型选取目标年度前三季度发布的机型进行研究

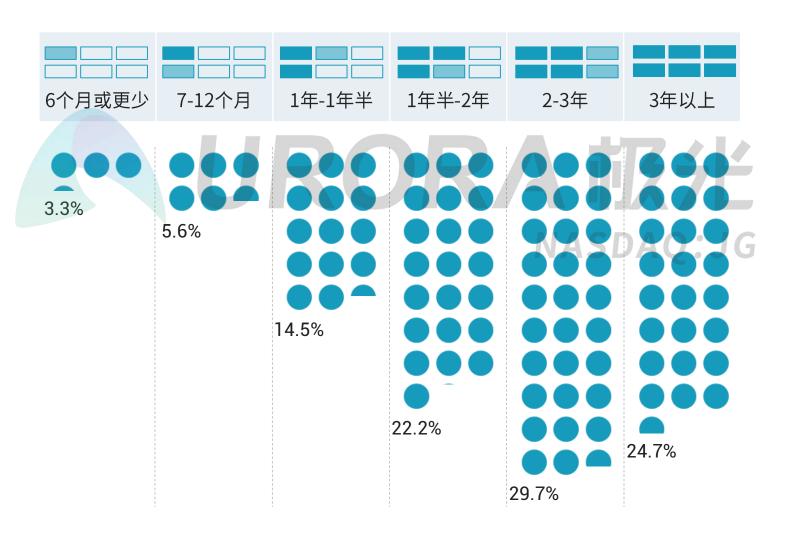


## ◆ 国内智能手机用户换机周期

## 54.4%的用户换机周期超过两年

• 国内手机市场处于存量竞争状态,用户换机是手机销售的主要来源;换机 周期势必影响手机销量;通过调研,近八成用户换机周期在1年半以上,其 中换机周期为2-3年的用户比例最高,达29.7%

## 国内智能手机用户换机周期



数据来源:极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)



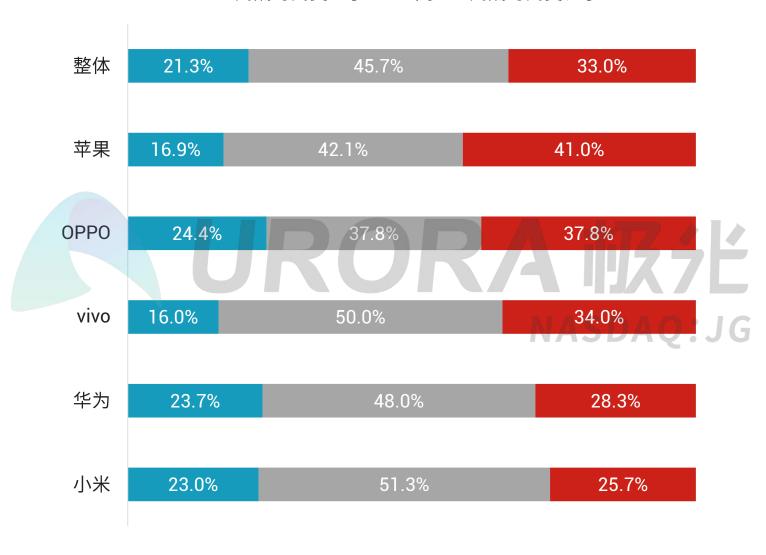
## ◆ 用户换机周期变化趋势

## 超四成苹果手机用户认为自己换机周期变长

• 33.0%用户认为换机周期变长,iPhone用户中持有换机周期变长观点的比例达41.0%,主流手机品牌中占比最高

## 用户换机周期变化趋势

■间隔时间变短了 ■差不多 ■间隔时间变长了



数据来源:极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

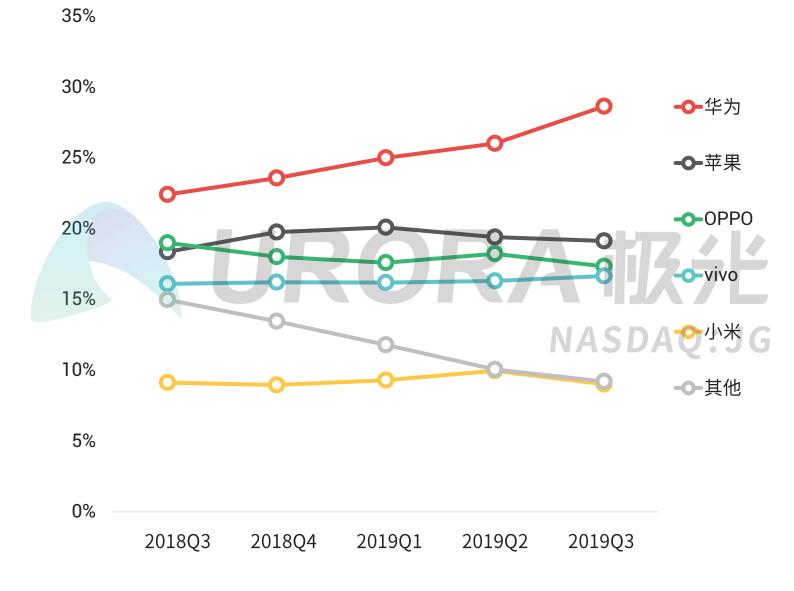


## ◆ 2019Q3国内手机品牌保有率变化

# Q3华为保有率保持领先,同比去年Q3增长6.2个百分点

• 华为保有率接近三成,较Q2上升2.6个百分点; iPhone保有率19.1%,位居第二; OPPO保有率为17.3%,位居第三; Top 5之外其他手机品牌保有率进一步下降, O3为9.2%

## 2019Q3国内手机品牌保有率变化



数据来源:极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)



02

本季度新机与5G手机 专题

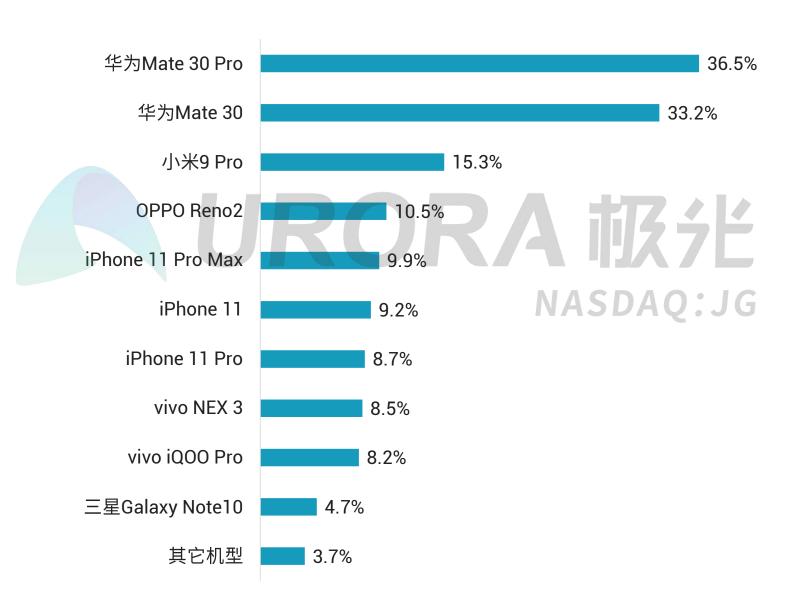


## ◆ 2019Q3新机型关注度

## 华为Mate 30系列为Q3 用户最关注机型

• 华为的Mate30系列成为有换机需求用户关注度最高的机型,与其他近期发布的新机拉开差距;小米9 pro 5G手机也收获了15.3%用户的关注;9月底发布的iPhone 11系列中,iPhone 11 Pro Max关注度最高,达9.9%

## 2019Q3新机型关注度



数据来源:极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)



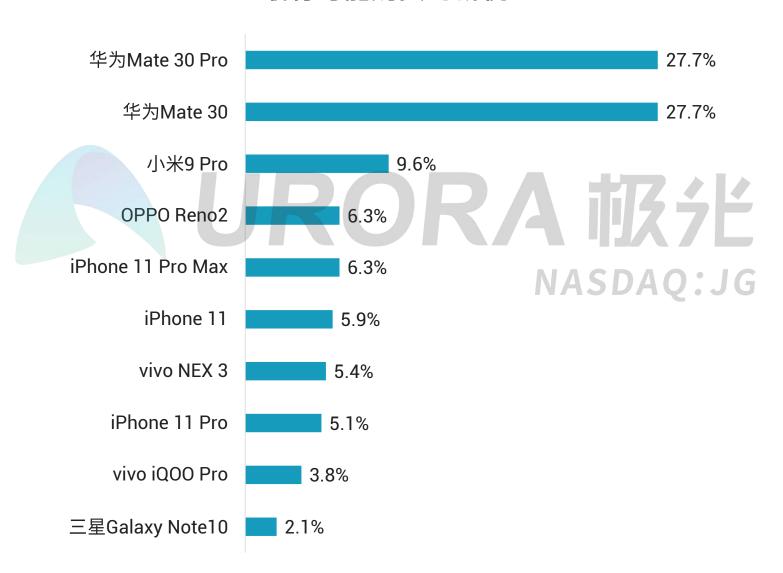
## **\**

## 最有可能购买的新机型

# 华为Mate30系列成为最多有换机需求用户的首选机型

• 分别有27.7%换机用户将华为Mate 30 pro和Mate 30列为最有可能购买机型,小米9 pro位列第三,占比为9.6%

## 最有可能购买的新机型



数据来源:极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)



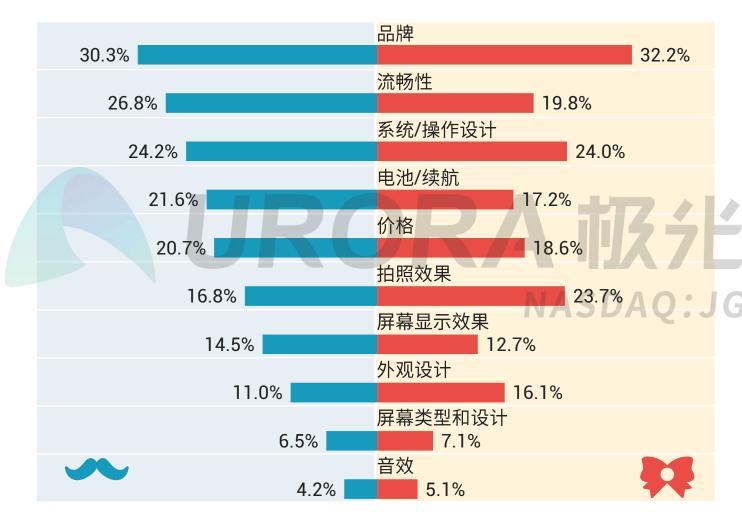
## ◆ 用户购买热门新机的关注点

## 选择新手机的时候,超三成用户会关注手机品牌

品牌、流畅性和系统设计是选择以上新机最吸引用户关注的三个要素;男性用户在流畅性、续航方面的关注比例高于女性,女性在拍照效果和外观设计方面的关注比例高于男性

## 用户购买热门新机的关注点





数据来源:极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)



## ◆ 2019Q3 5G手机销量占比

# 11.8%换机需求用户观望5G手机,但实际Q3 5G手机销量占比为0.3%

• 5G商用牌照发放后,Q3主流手机厂商的5G手机陆续开售;有换机意向的用户中,11.8%表示会等待5G手机;鉴于5G网络覆盖度和5G生态还处建设期,多数用户选择观望,2019Q3国内5G手机的销量占比为0.3%

## 2019Q3 5G手机销量占比

有换机需求的用户中,

Q3国内5G手机

11.8%在等待5G手机

销量占比0.3%



数据来源:极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG),其中换机用户等待5G手机占比为调研数据,调研时间为2019.09-

2019.10



03

iPhone专题研究

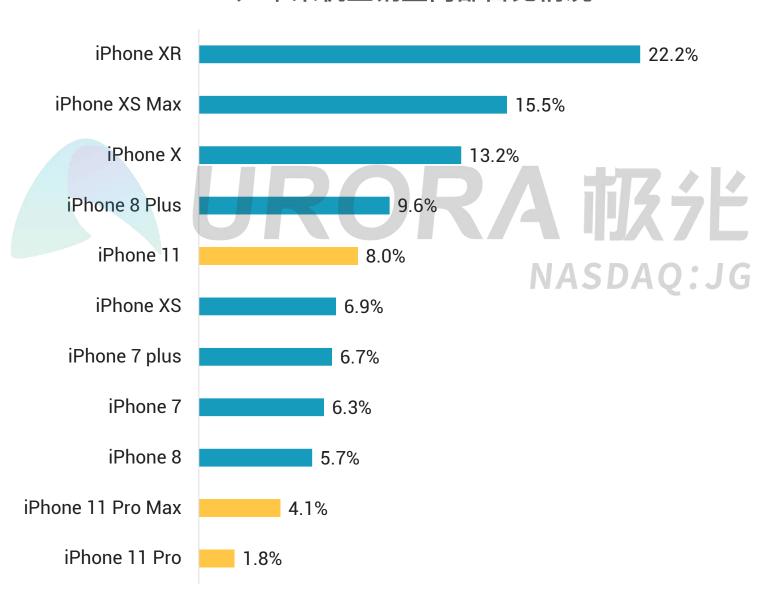


## ▶ 2019Q3 苹果机型销量内部占比情况

## iPhone XR成为Q3销量担当,新品iPhone 11进入销 量top 5

iPhone XR在中国的降价策略为其赢得销量冠军,19年9月底发布的平价新 机iPhone 11也收获8.0%的内部季度销售份额,2019年"平价"iPhone的 势头不容小觑

## 2019Q3 苹果机型销量内部占比情况



数据来源:极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

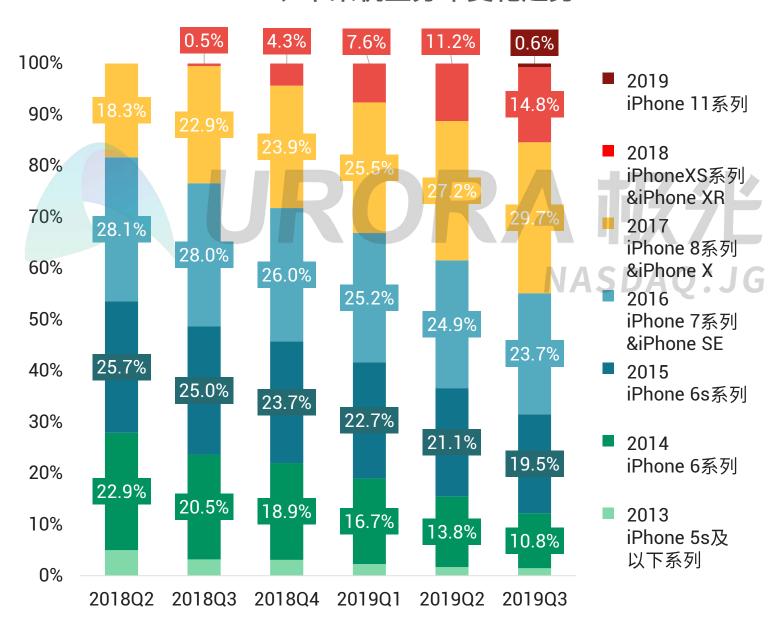


## ◆ 2019Q3存量iPhone机型内部占比

## 持有2017年及更早的系列机型的苹果用户占比超八 成

• 分析各年度机型份额对苹果手机用户结构的影响可知,2018发布的机型 (iPhone XS系列和iPhone XR) 在2019Q3的存量占比为14.8%,大幅低 于2017年发布机型在2018年Q3的占比(22.9%),说明2018年机型的贡献 度低于2017年新机在一年后的表现;iPhone11系列在Q3的保有率为0.6%, 略高于2018新机在发布当季的保有率

## 2019Q3苹果机型分布变化趋势



数据来源: 极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

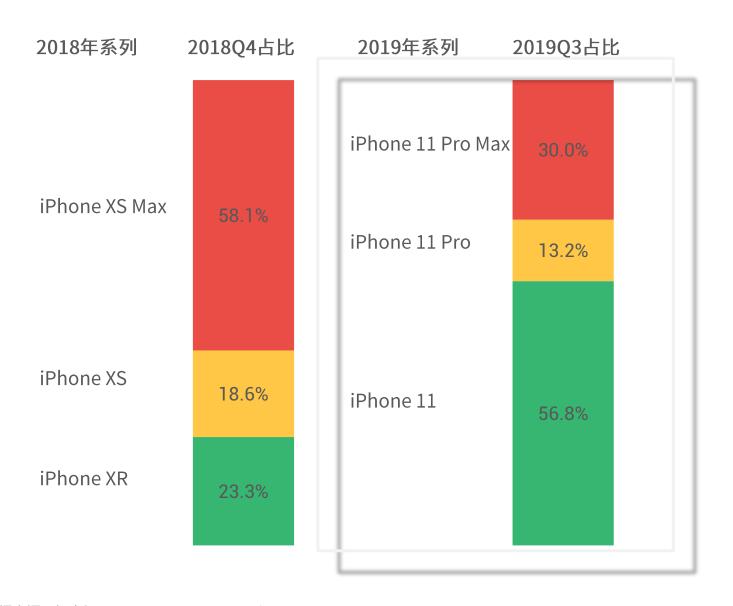


## ◆ 2019新机iPhone 11系列内部占比情况

## iPhone 2019系列中,iPhone 11成为销售初期最畅 销的机型

与去年顶级旗舰iPhone XS Max在发售初期销量最抢眼不同的是,今年"低 价"新机iPhone 11在2019Q3占据了新机销售的大部分份额。基本款亲民 的价格带来了苹果新机销售结构的显著变化,预计也将助力苹果在2019年 第四季度获取更大的市场份额

## 2019新机iPhone 11系列内部占比情况



数据来源:极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

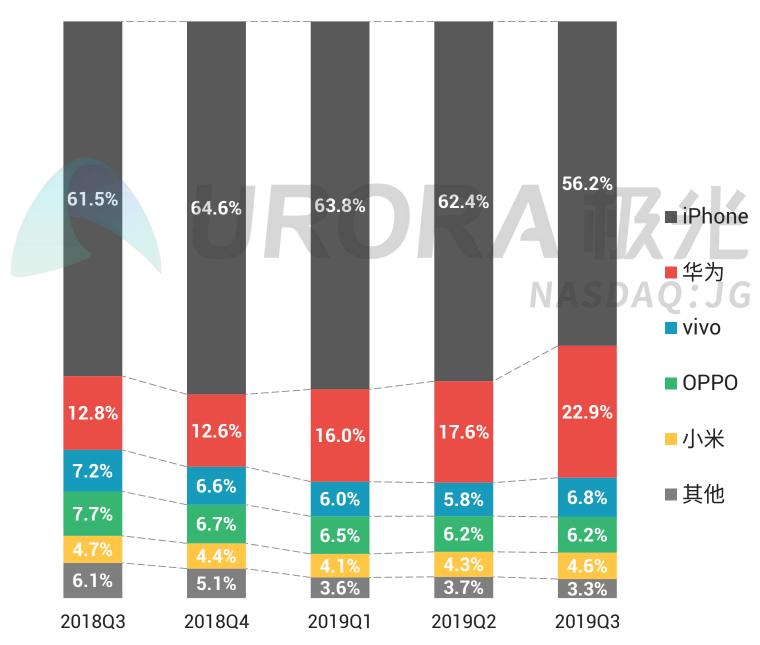


## ● Q3 iPhone用户忠诚度

## Q3 iPhone用户忠诚度季度环比下降6.2个百分点

- 由于Q3是iPhone固定的新机发布周期,Q3的用户忠诚度较其他季度会有所降低,如去年Q2忠诚度为62.3%,Q3为61.5%;今年Q3 iPhone忠诚度的降幅更大,Q2忠诚度为62.4%,Q3忠诚度为56.2%
- Q3 iPhone换机用户忠诚度下滑的最大原因是iPhone换机用户选择华为手机的比例进一步提升至22.9%,较Q2增长5.3个百分点

## iPhone用户忠诚度变化



数据来源:极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)



04

华为专题研究

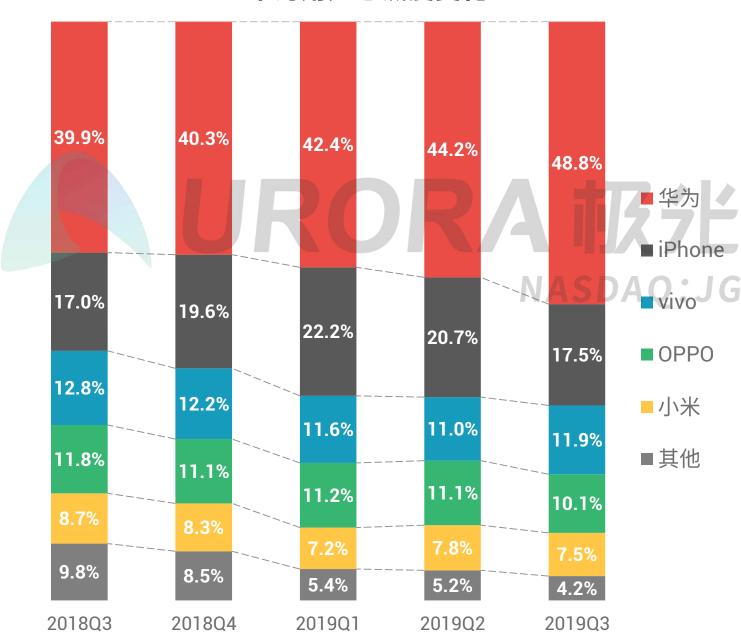


## ◆ Q3华为手机用户忠诚度

## 约一半华为换机用户仍选择华为手机

- 华为Q3保有率和销量占比的亮眼表现的原因,可以从用户忠诚度和"机海战术"的布局进一步进行分析
- 从忠诚度来看,Q3华为手机用户忠诚度进一步提升,达48.8%;华为换机用户选择iPhone的比例降至17.5%;用户高忠诚度是华为市场地位的保障之一

## 华为用户忠诚度变化



数据来源:极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)



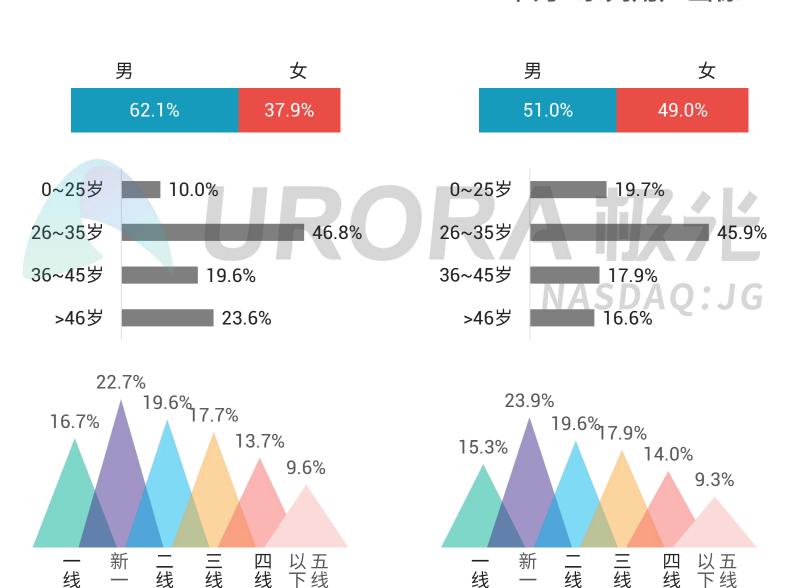
## 华为手机用户画像(1)

## 华为Mate和P系列用户在一线城市的占比超15%

"机海"战术的布局是华为优异市场表现非常重要的一环。按照华为官网 品牌划分,华为手机和荣耀手机大体可划分为7条产品线,华为Mate系列和 P系列属于旗舰系列,两者用户在一线、新一线和二线城市用户占比较高; 华为Mate系列男性用户超六成,高于P系列; P系列25岁以下用户占比更高

## 华为Mate系列用户画像

## 华为P系列用户画像



数据来源:极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

线

取数周期: 2019.09

线



线

线

线

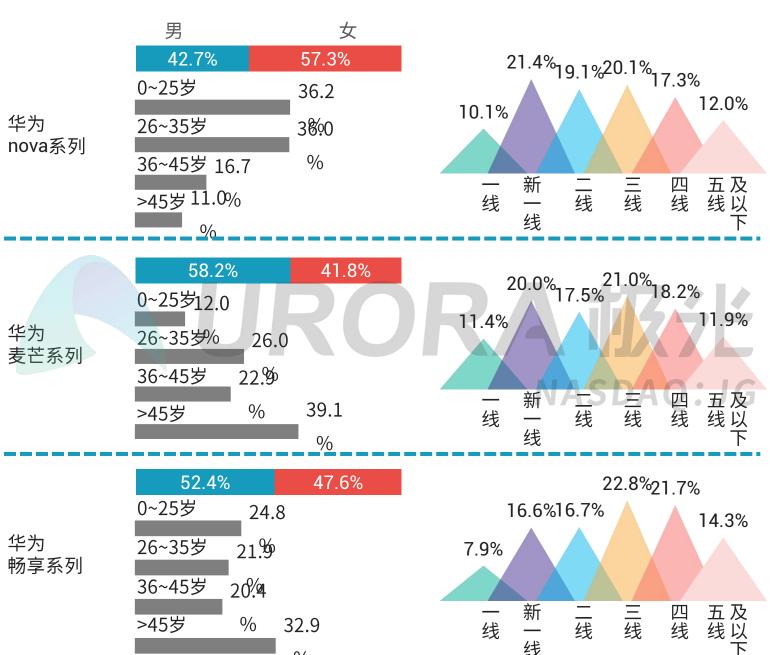
线

## ◆ 华为手机用户画像(2)

# 华为nova系列女性用户占比高,麦芒系列45岁以上中老年用户占比高,畅享系列下沉市场用户占比高

• 华为nova系列主攻女性市场,女性用户占比达57.3%;麦芒系列侧重中老年群体,45岁以上用户占比39.1%;畅享系列下沉用户多,三线及以下用户占比58.8%

## 华为各系列手机用户画像



%

数据来源:极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

取数周期: 2019.09

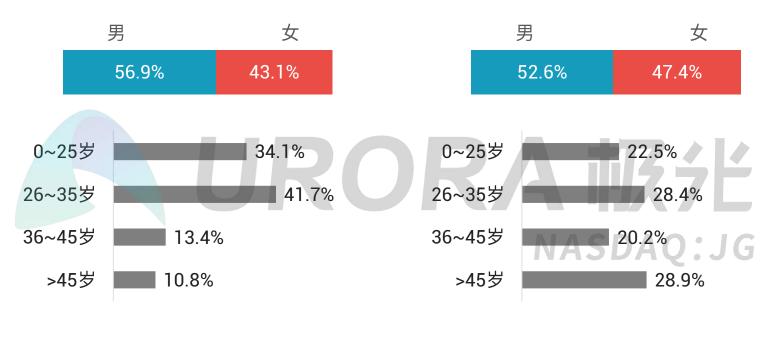
## ◆ 荣耀手机用户画像

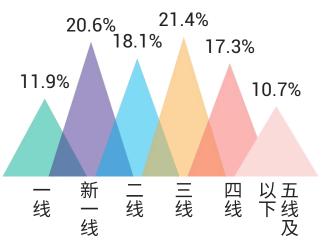
# 荣耀系列35岁以下用户占比75.8%,畅玩系列三线及以下用户占比60.8%

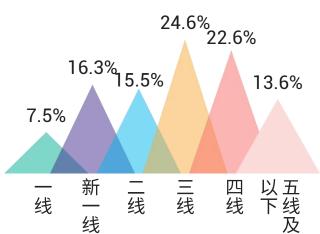
• 荣耀手机是华为集团旗下的品牌,荣耀系列侧重中青年群体,35岁以下用户占比75.8%;荣耀畅玩系列则加码中老年市场和下沉市场,45岁以上用户占比28.9%,三线及以下用户占比60.8%

## 荣耀系列用户画像

## 荣耀畅玩系列用户画像







数据来源:极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

取数周期: 2019.09



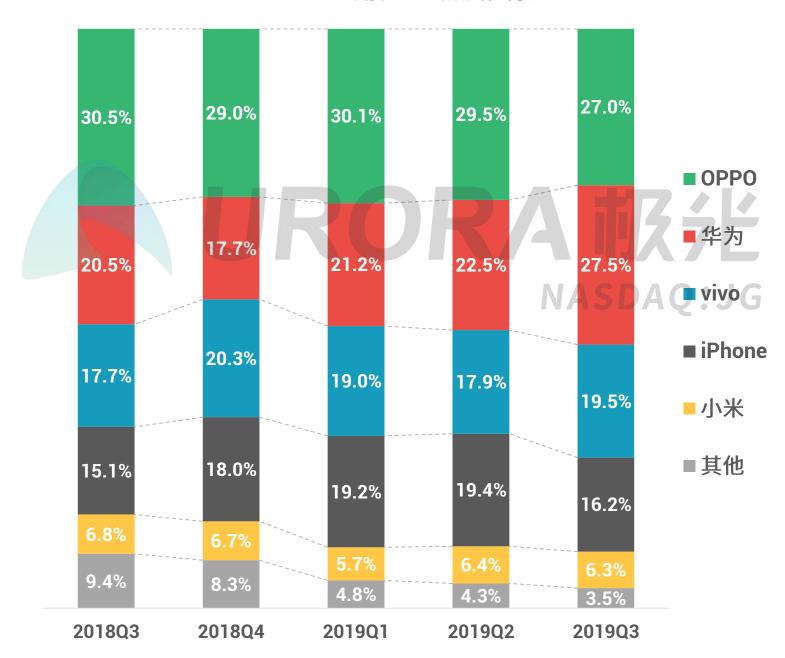
# OV、小米Q3忠诚度 研究

## ◆ 主流手机品牌用户忠诚度-- OPPO

## OPPO用户换机忠诚度下滑至27.0%

• 2019Q3 OPPO用户的忠诚度为27.0%,较Q2下降2.5个百分点;本季度华为对OPPO换机用户的吸引力仍在提升,达27.5%,超过选择原品牌的比例; OPPO换机用户选择vivo的比例提升至19.5%

## OPPO用户忠诚度变化



数据来源: 极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

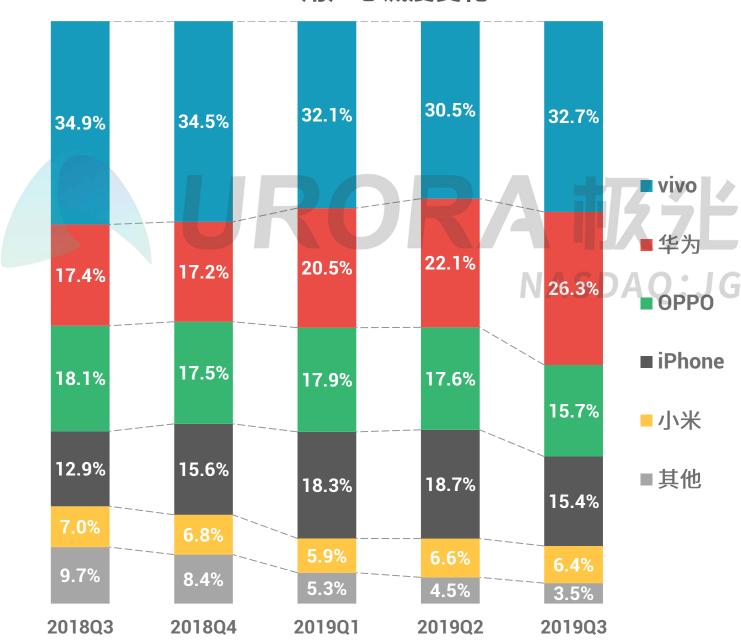


## ◆ 主流手机品牌用户忠诚度—— vivo

## vivo换机用户仍然选择本品牌的比例回升至32.7%

• 2019Q3 vivo用户的忠诚度为32.7%;本季度华为对vivo换机用户的吸引力仍在提升,达26.3%

## vivo用户忠诚度变化



数据来源: 极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

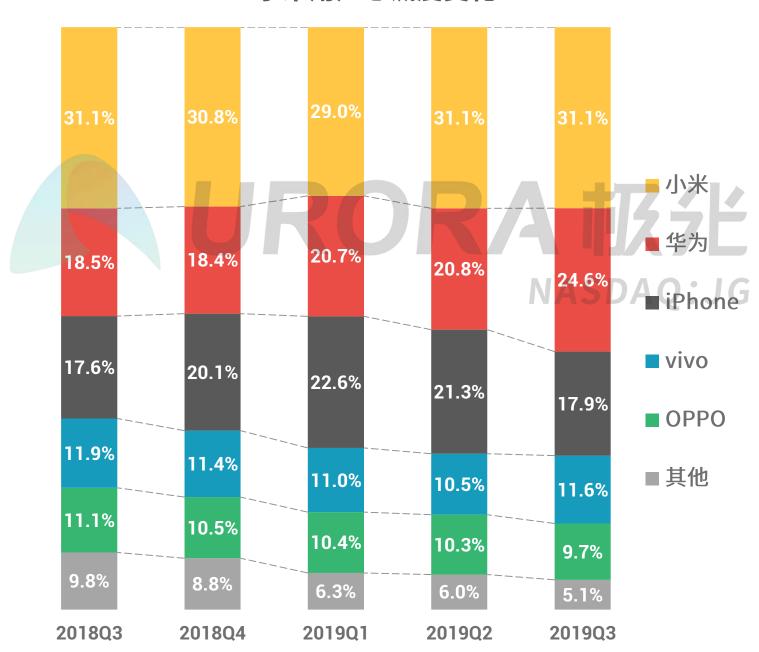


## ◆ 主流手机品牌用户忠诚度——小米

## 小米Q3忠诚度与Q2持平,达31.1%

• 2019Q3 小米用户的忠诚度为31.1%,与Q2持平;本季度华为对小米换机用户的吸引力仍在提升,达24.6%

## 小米用户忠诚度变化



数据来源: 极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)



## ◆ 报告说明

#### 1. 数据来源

1) 极光 (Aurora Mobile, NASDAQ:JG),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)极光调研数据,通过极光调研平台进行网络调研;3) 其他合法收集的数据。以上均系依据相关法律法规,经用户合法授权采集数据,同时经过对数据脱敏后形成数据分析报告。

#### 2. 数据周期

报告整体时间段: 2018年01月-2019年09月。

#### 3. 数据指标说明

保有率:根据极光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

具体数据指标请参考各页标注。

#### 4. 免责声明

极光JIGUANG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。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性,极光JIGUANG也不例外。极光JIGUANG依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考,极光JIGUANG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JIGUANG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。

#### 6. 版权声明

本报告为极光JIGUANG所作,报告中所有的文字、图片、表格均受相关的商标和著作权的 法律所保护,部分内容采集于公开信息,所有权为原著作者所有。未经本公司书面许可, 任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都 将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规的规定。



## 关于极光

极光(Aurora Mobile,纳斯达克股票代码: JG)成立于2011年,是中国领先的开发者服务提供商。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、短信、一键认证、深度链接、物联网等开发者服务。截止到2019年6月份,极光已经为超过40万移动开发者和128.9万款移动应用提供服务,其开发工具包(SDK)安装量累计266亿,月度独立活跃设备11.3亿部。同时,极光持续赋能开发者和传统行业客户,推出精准营销(极光效果通)、金融风控、市场洞察、商业地理服务产品,致力于为社会和各行各业提高运营效率,优化决策制定



## 业务咨询请联系



For developers, by developers



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

机构投资人数据咨询

Alan: Alan.wong@jiguang.cn

全国商务咨询 sales@jiguang.cn

媒体数据引用: marketing@jiguang.cn

