



中国首份手机品牌忠诚度报告

2016Q3中国移动终端市场研究报告

极光数据研究院

2016年10月

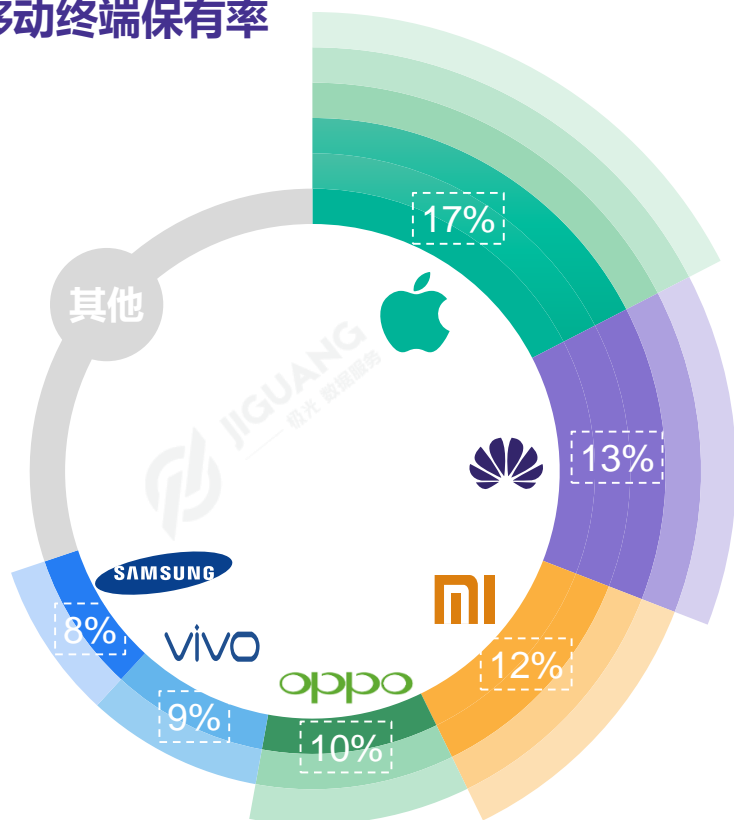


各品牌保有量分析

2016年Q3国内移动终端保有率

保有率Top 5品牌：iPhone、华为、小米、OPPO、vivo

Q3移动终端保有率



极光市场研究数据显示，国内移动终端用户使用品牌中，iPhone、华为、小米、三星、OPPO、vivo分别以17%、13%、12%、10%、9%和8%占据保有量前6名，总计覆盖70%的保有量份额。其中华为稳坐国产品牌头把交椅，小米依然保持一定的地位，OPPO、vivo继续稳步上升，而三星继今年二、三季度连续下滑后，已跌出保有量前5名，尽显颓势

数据来源：极光大数据平台

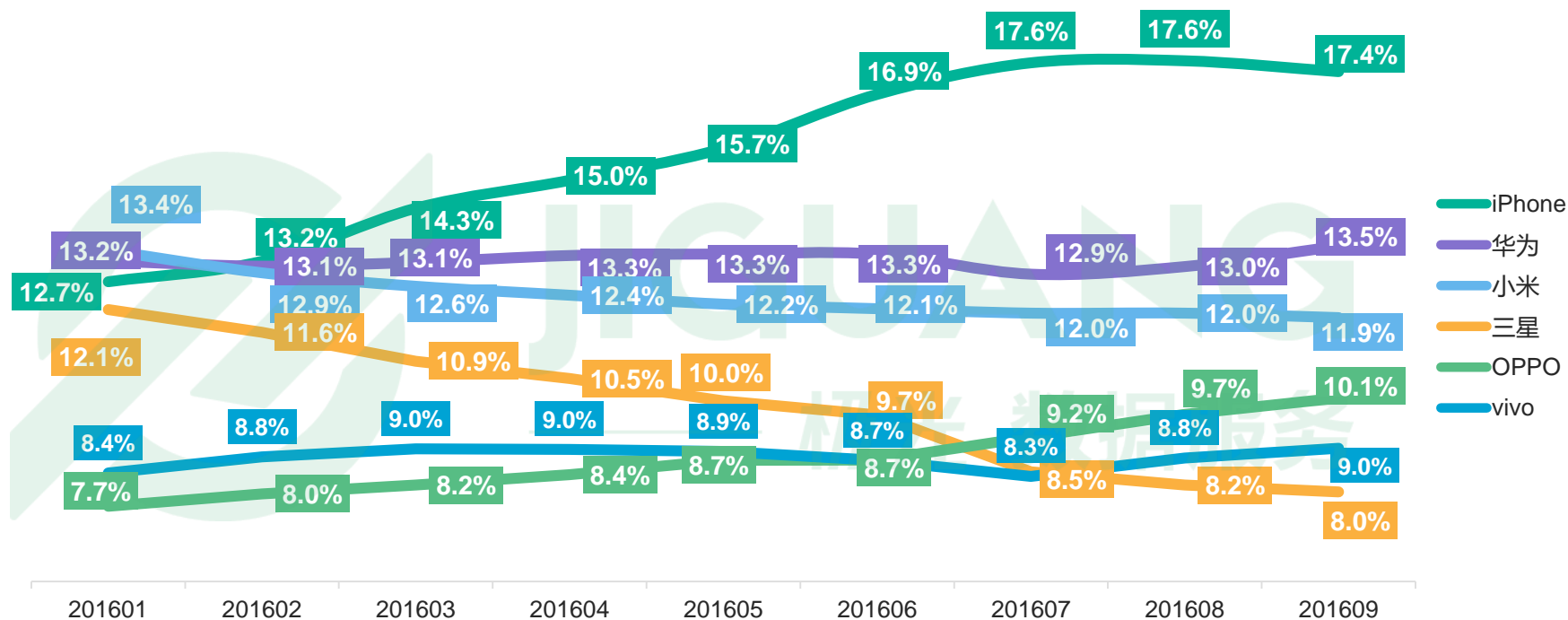
*本期报告数据口径有所调整，剔除了用户上传的数据中位置非中国大陆地区的部分，今后的报告将以此作为默认规则

Q3主流品牌市场保有率变化

苹果整体保持市场领先地位，OPPO半年趋势呈现强势

- 极光统计的市场数据显示，iPhone在今年Q3继续保持领先优势，其保有率基本稳定在17.5%左右
- 华为、小米分列Q3保有率第二、三位并表现出不同的走势，华为上升势头明显，而小米呈现疲态，市场保有率连续下滑
- OPPO、vivo在Q3继续保持快速上升势头，并首度超过三星跃居第四、五位，而三星保有率一路下滑至8%，随着电池事件的影响持续发酵，未来三星的市场份额很可能进一步下滑

2016年Q1-Q3市场保有率主要品牌变化趋势



数据来源：极光大数据平台

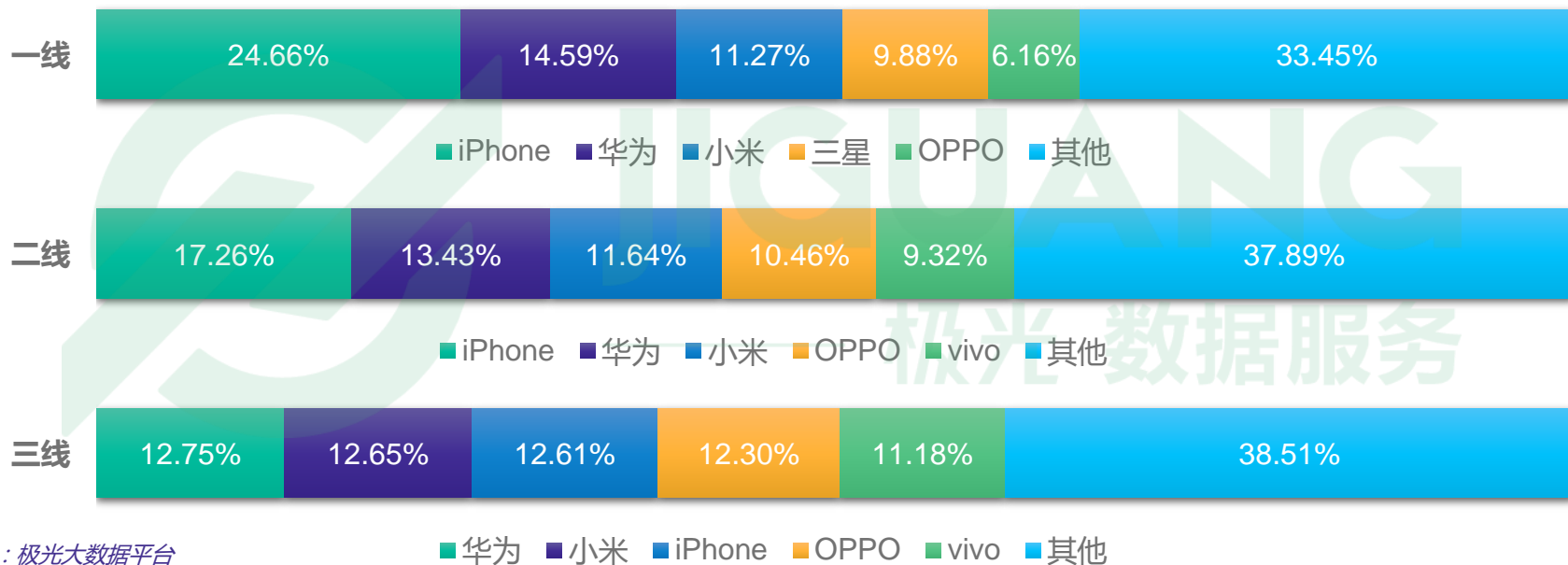
*本期报告数据口径有所调整，优化了iOS系统的统计规则，今后的报告将以此作为默认规则

Q3主流品牌市场保有率变化

一线城市格局难改，三线城市竞争激烈

- 极光数据显示，一线城市手机品牌保有率排名中，苹果继续保持较大的领先优势，前5大品牌之间市场份额存在较大差距，品牌集中度较高短期内品牌的市场地位格局难以改变
- 二线城市排名中，苹果、华为、小米继续占据前三位，但品牌集中度明显较一线城市低；OPPO、vivo份额紧追小米，三星已被挤出保有率前五位置
- 三线城市前五大品牌保有量份额均非常接近，显示出这些城市较为激烈的竞争环境。相比于二线城市，三线城市手机品牌的集中程度并不算低，前五大品牌占据75%的保有量份额，平价明星品牌的崛起不断挤压着其他二线品牌的生存空间

Q3各级别城市手机品牌保有率分布



数据来源：极光大数据平台

*一线城市：北上广深；二线城市：成都、重庆、苏州、郑州等共31个城市；三线城市：泉州、保定、金华等共57个城市；

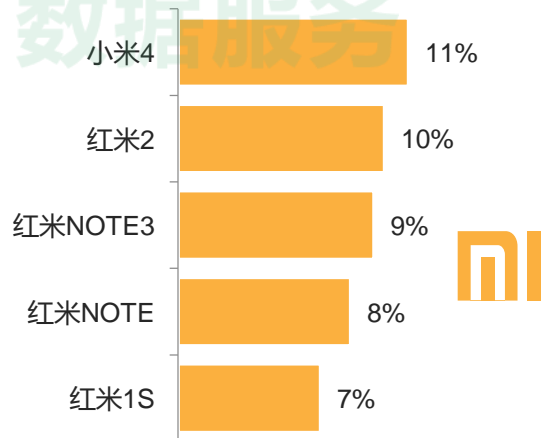
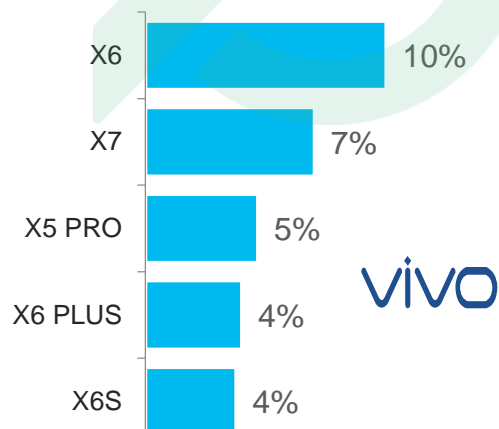
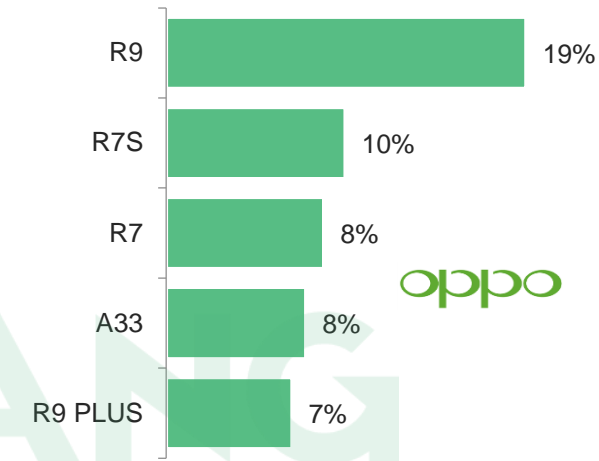
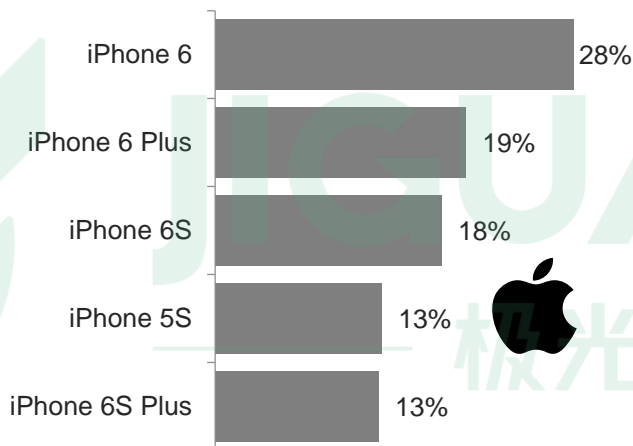
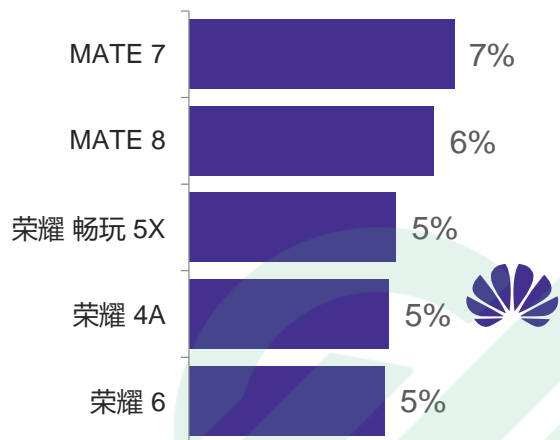
*本期报告数据口径有所调整，优化了iOS系统的统计规则，今后的报告将以此作为默认规则

Q3主要品牌手机型号分布

华为、vivo机型较分散，OPPO机型高度集中

- 从机型分布情况来看，华为、vivo的机型集中度较低，前十大机型仅占据品牌50%左右的份额
- OPPO机型集中度较高，保有率最高的OPPO R9占据品牌整体保有量的19%，前十大机型占据品牌保有量的75%左右

Q3主要品牌保有手机型号分布



数据来源：极光大数据平台

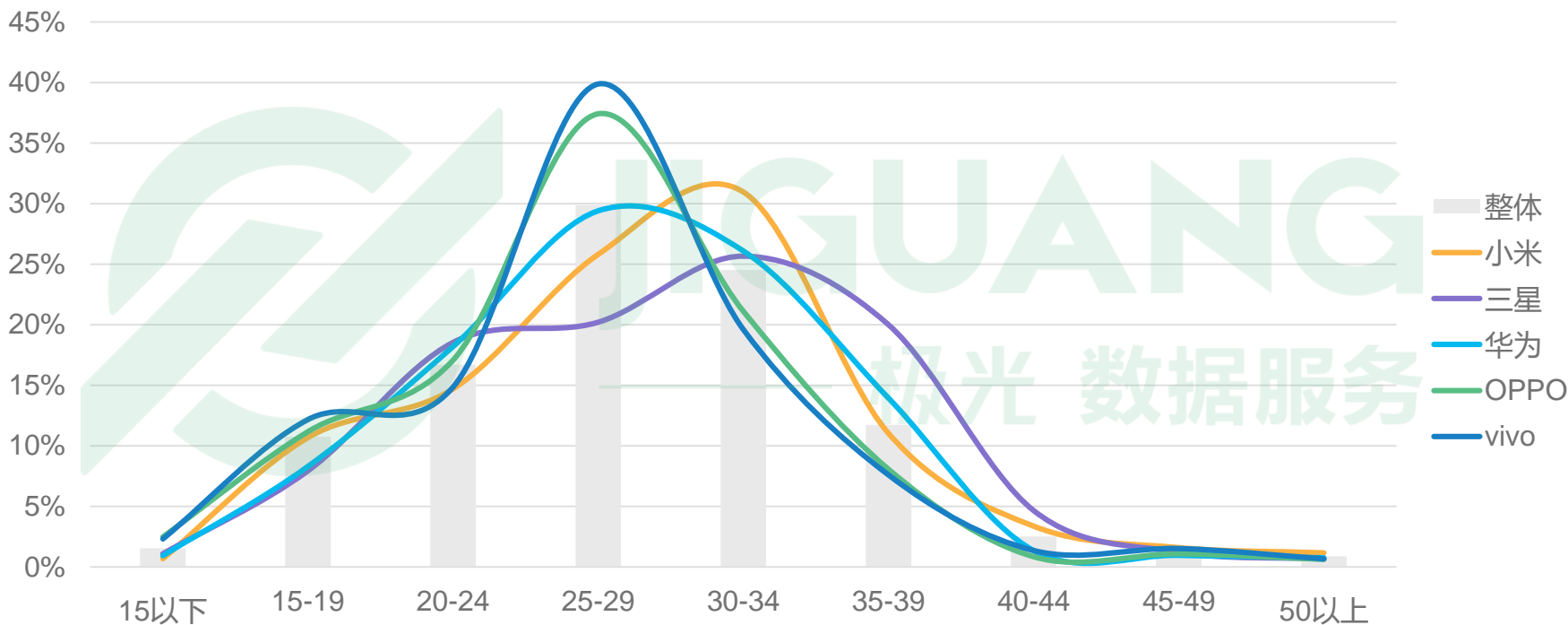
*本期报告数据口径有所调整，优化了iOS系统的统计规则，今后的报告将以此作为默认规则

Q3安卓系统主要品牌用户年龄画像

OPPO、vivo最吸引年轻用户，华为、小米较平均

- 极光的统计数据显示，市场保有率前5名的安卓系统手机品牌中，华为和小米用户年龄分布与全网用户年龄分布较为接近，这两大品牌产品线较为丰富，对各年龄段的用户均有一定的吸引力
- OPPO、vivo用户集中分布在25-29岁这一年龄段，体现出品牌对目标人群定位清晰；另外这两个品牌20岁以下年龄段用户占比也高于平均水平，这批用户作为未来5年后智能手机消费的主力人群，其价值不容小觑
- 三星整体用户年龄分布偏向中年，峰值出现在30-39岁年龄段人群，对年轻用户缺乏吸引力

Q3安卓系统主要品牌用户年龄分布



数据来源：极光大数据平台

*本期报告数据口径有所调整，优化了iOS系统的统计规则，今后的报告将以此作为默认规则

Part 2

移动终端市场销量分析

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_22172

