



2018 Q3

# 中国智能手机市场报告

# 目录

---

1. 智能手机市场概况
2. 智能手机用户画像
3. 智能手机换机行为

1

# Part One

---

智能手机市场概况



## 品牌&机型

市场集中度进一步提高，第一梯队市场占比持续扩大  
CR5机型集中度差异较大



## 价位&其他维度

手机价位集中在2000元以下和4000元以上  
双摄像头和4GB运行内存的智能手机上升趋势明显

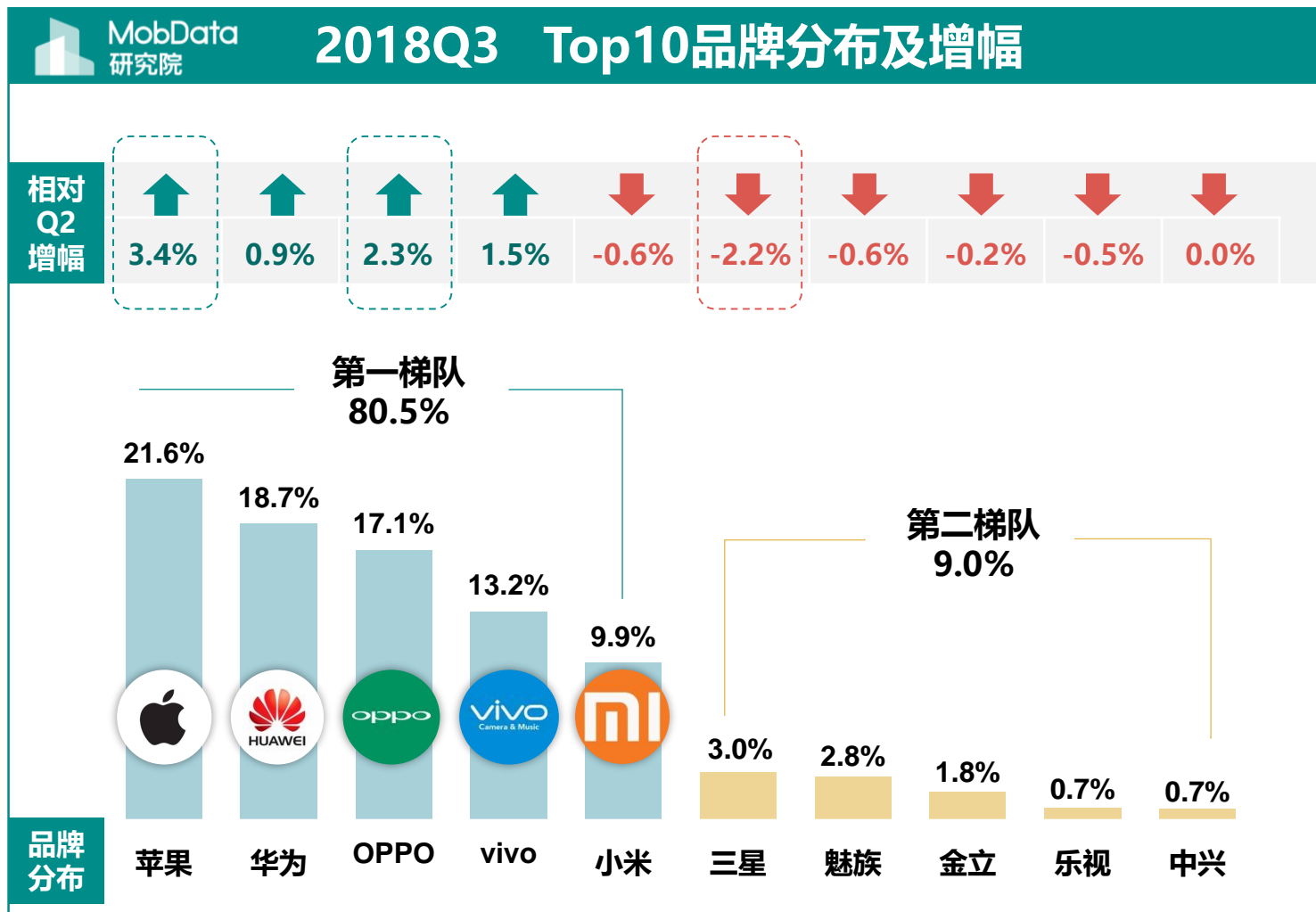


## 细分市场

- **性别**：男性市场华为相对强势，女性市场集中度更高
- **省份**：华为痛失四个省份Top1的位置，OPPO反守为攻
- **城市等级**：苹果抢占一二线城市，OPPO在四五线优势突出
- **城市**：低价位受众更多在成都、广州、重庆，中高价位受众则集中在深圳、北京、上海



## 市场集中度进一步提高，第一梯队市场占比持续扩大

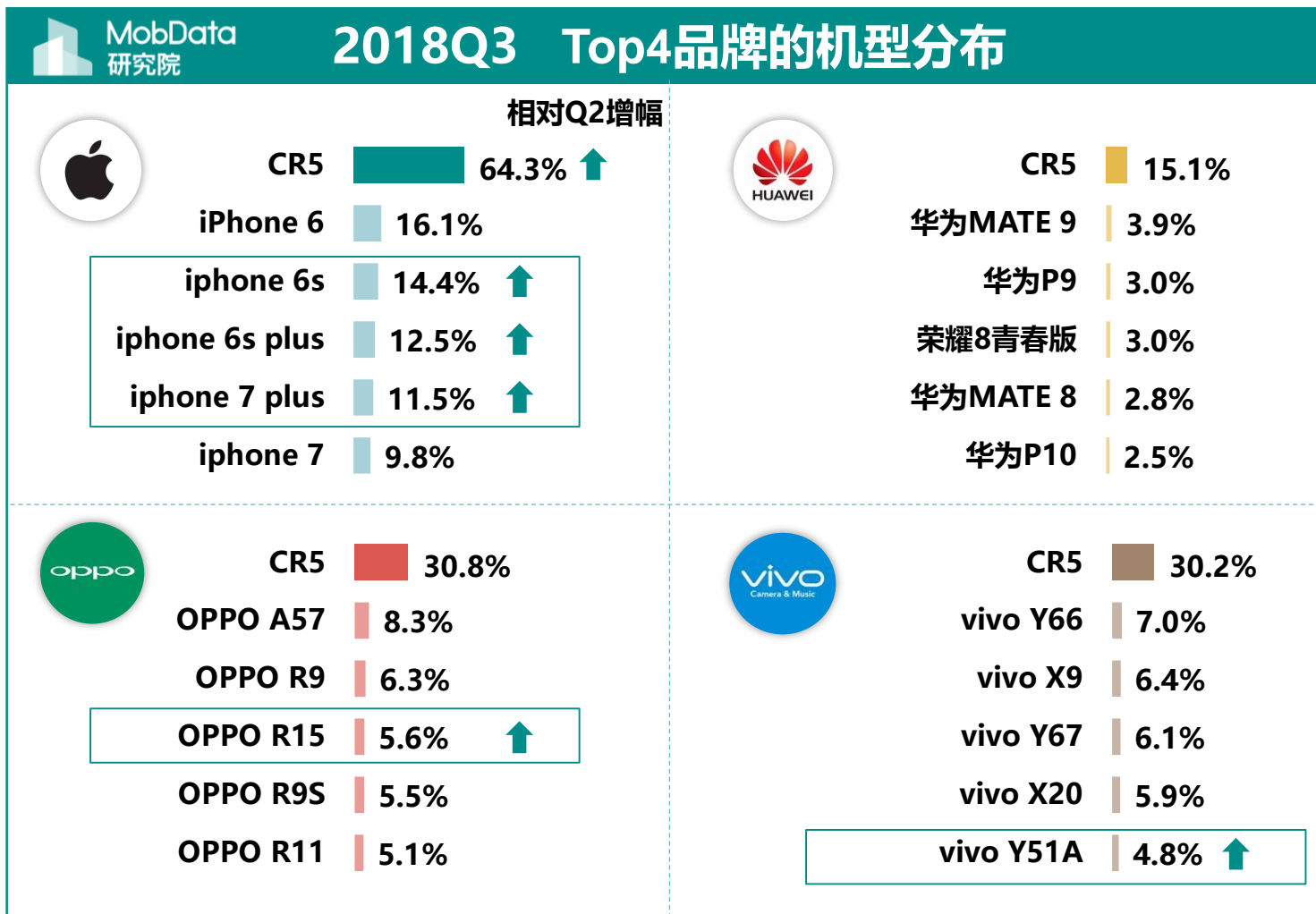


### Mob Insight

**1 市场集中度进一步提高**  
 苹果在Q3发布新品，表现较为强势，维持市场份额第一的位置，同时实现3.4%的用户增长。华为表现依旧稳健，以0.9%用户增长紧随其后。第三第四分别是OPPO和vivo，二者本季度用户增速相对较快。小米用户有所减少。

**2 第二梯队生存空间不足**  
 2018年Q3，魅族、金立、乐视、中兴市场份额小幅跌落，跌幅均在0.6%以下。而三星手机用户的减少程度达到2.2%，这与三星在国际市场的优势表现相差较大。

## CR5机型集中度差异较大，部分老款机型用户数有所上升



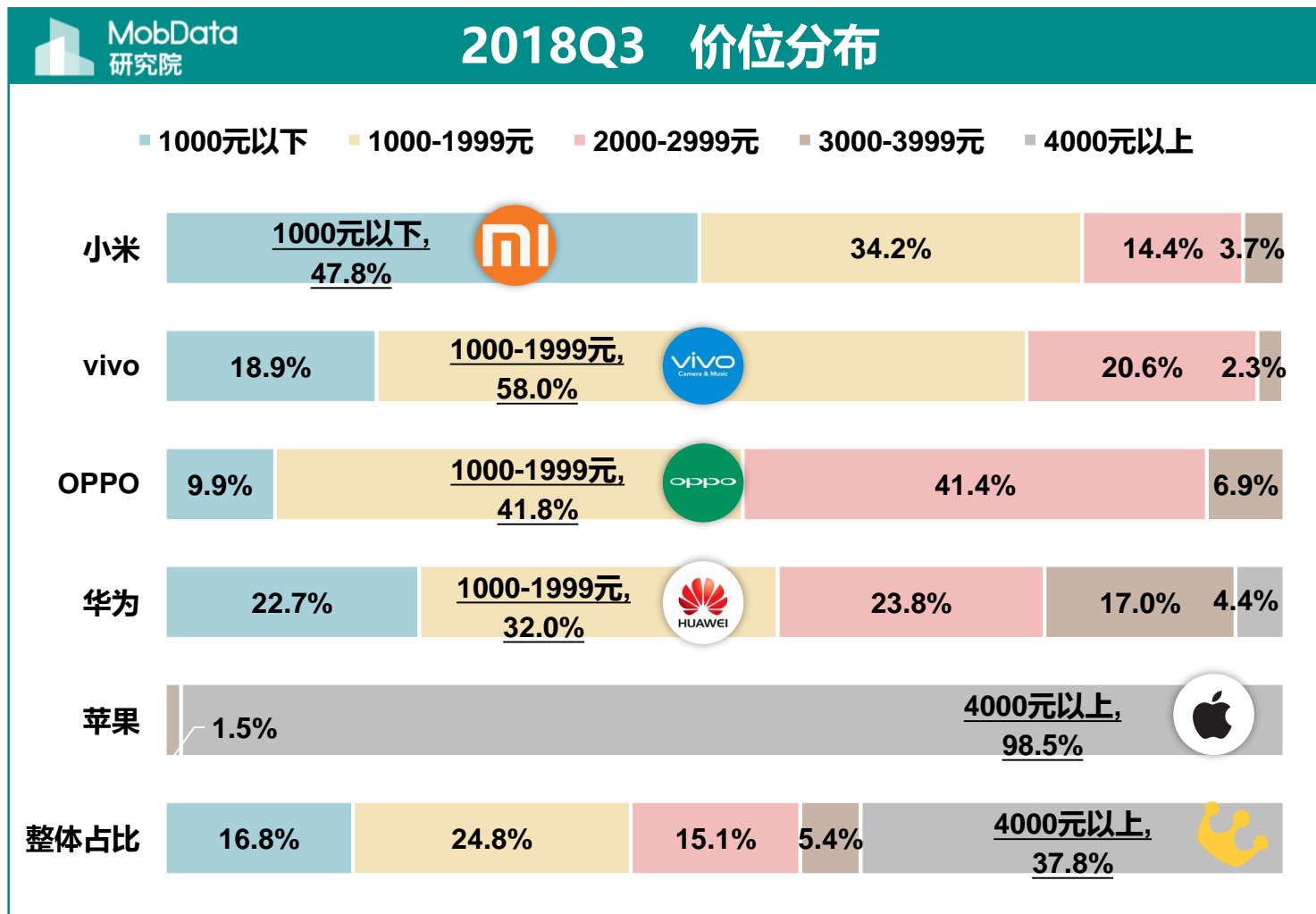
### Mob Insight

**1 老款机型有所上升**  
 苹果发布新款后，老款机型价格有所回落，iPhone6s、6s plus、7 plus三款老款机型用户量均有所上升。OPPO R15和vivo Y51A两款机型的用户数量均有小幅上升。

**2 CR5机型集中度差异较大**  
 CR5代表各品牌机型集中程度，四大品牌之间的机型集中度差异较大。苹果CR5为64.3%，集中度最高；虽然华为整体用户量仅次于苹果，但是CR5仅为15.1%，机型集中度较低，这与华为的多款式策略较为一致；OV机型CR%均在30%左右。

# 价位分布

## 整体用户的手机价位集中在2000元以下和4000元以上



### Mob Insight

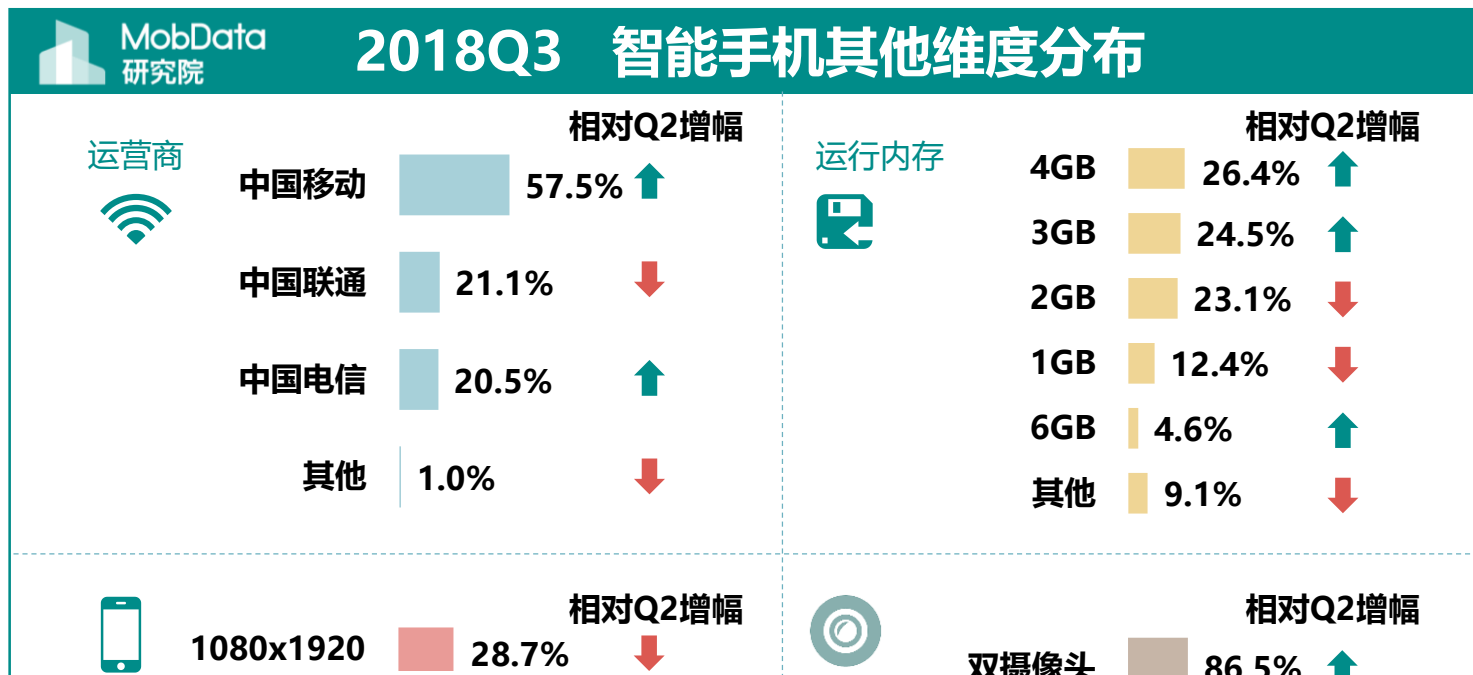
**1 整体用户的手机价位集中在2000元以下和4000元以上**

整体手机用户中，有37.8%的用户手机价位在4000元以上，其次是1000-1999元价位的手机用户占比24.8%，1000元以下占比16.8%，2000-4000元价位的用户较少，共占20.5%。

**2 OV华为用户的手机价位集中在1000-1999元**

vivo、OPPO、华为手机用户均在1000-1999价位占比最多，依次为58.0%、41.8%、32.0%。小米用户的手机则在1000元以下价位最多，达到47.8%。苹果用户的手机价位则98.5%在4000元以上。

## 双摄像头和4GB运行内存的智能手机上升趋势明显



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\\_38139](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38139)

