



# 2018年Q1智能手机行业研究报告

极光大数据

2018.04



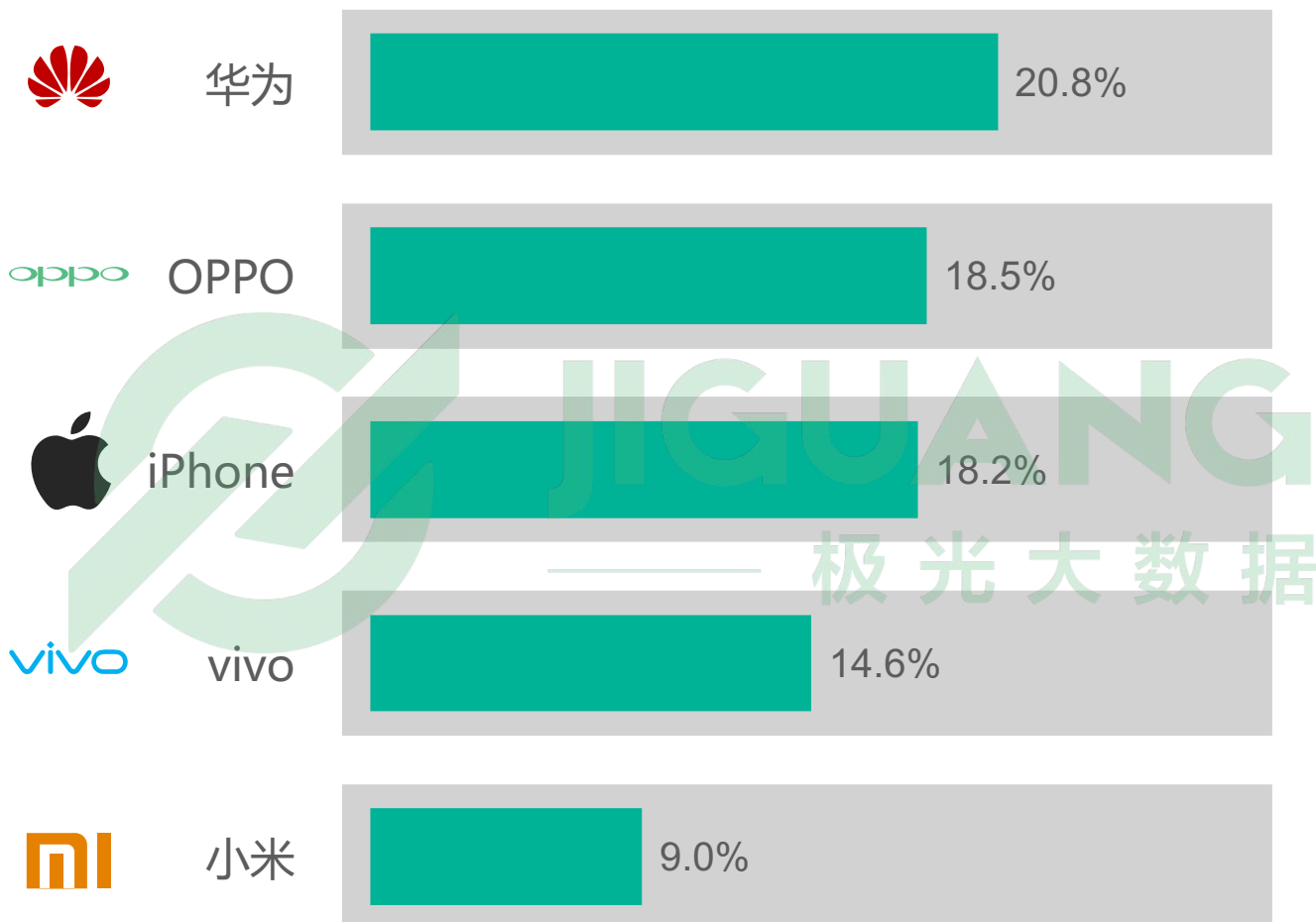
# 智能手机保有率分析

# 2018年Q1国内主流手机品牌保有率

华为是2018年Q1国内保有率最高的手机品牌，每五个中国移动网民就有一个华为手机用户

- 极光大数据显示，2018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，其中华为和OPPO分别以20.8%和18.5%的保有率超过iPhone，名列第一和第二位

## 2018年Q1国内主流手机品牌保有率



数据来源：极光大数据

取数周期：2018.03

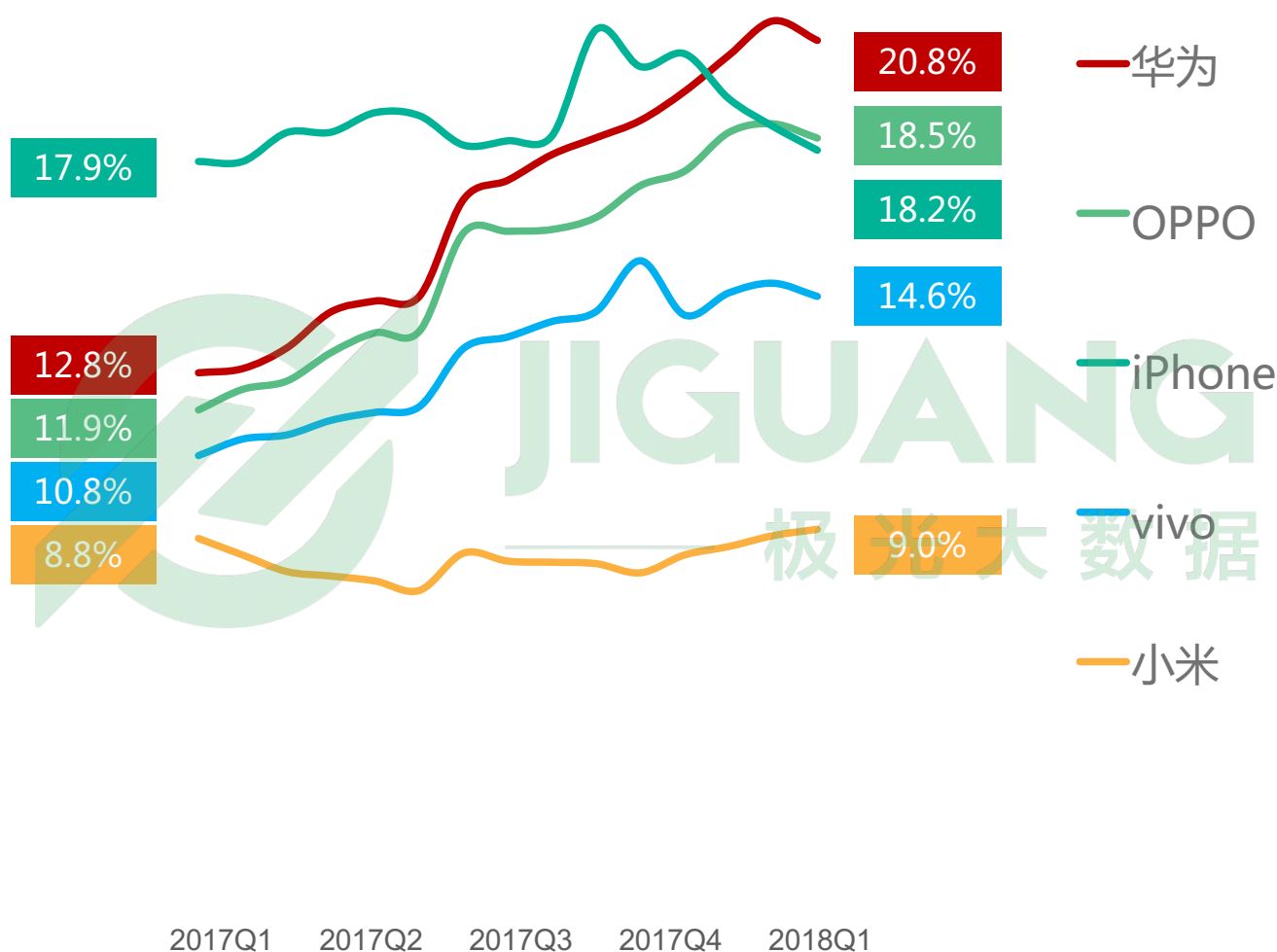
\*报告中所涉及的华为手机品牌数据包括子品牌荣耀

# Q1主流手机品牌保有率变化趋势

华为保有率在过去五个季度稳步攀升，于18年1月超过iPhone

- 根据极光大数据统计，华为和OPPO的保有率在过去五个季度持续上升，它们的市场保有率均在18年Q1超过iPhone

## 2018年Q1主流手机品牌保有率变化趋势



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.01-2018.03

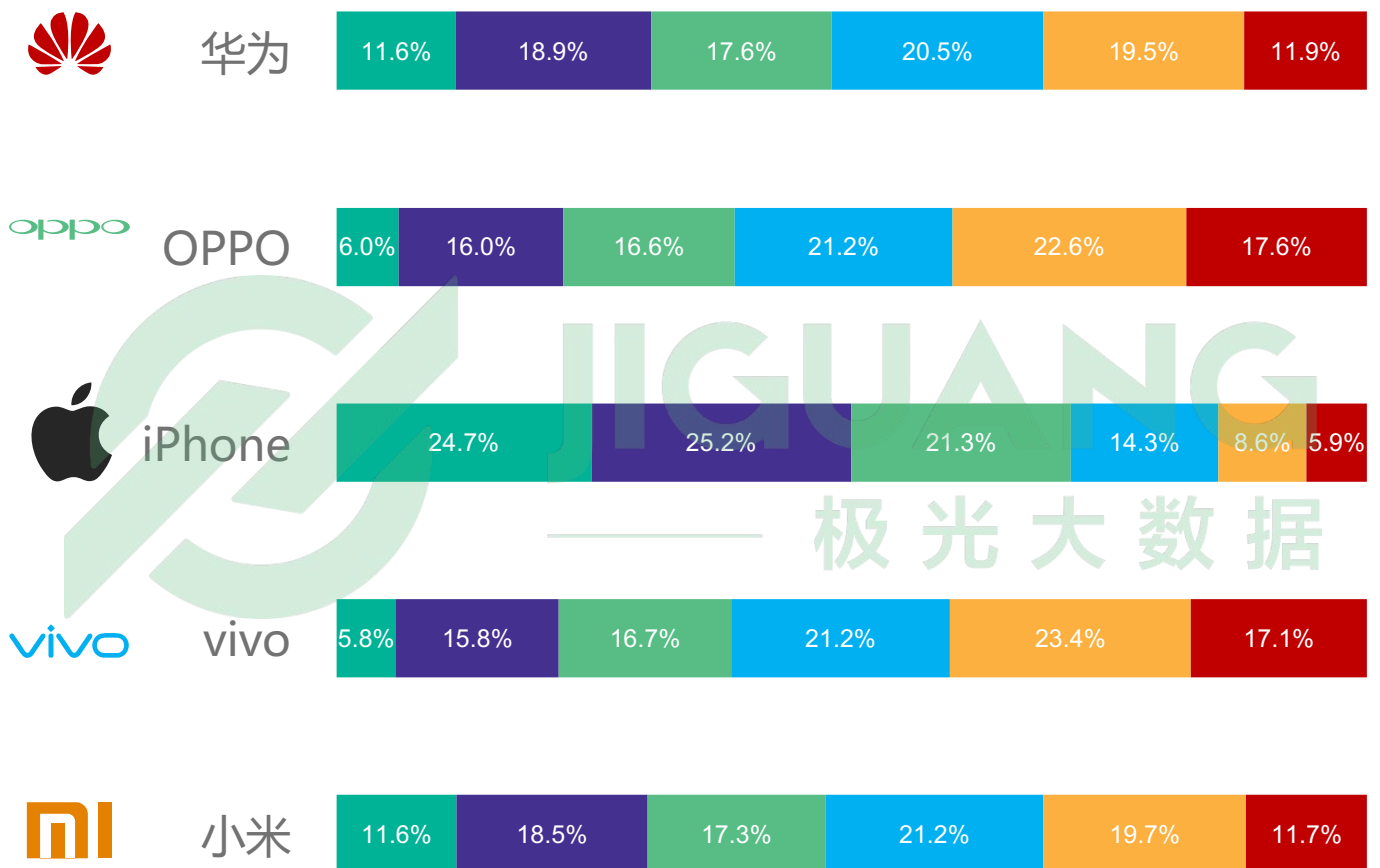
# Q1各主流手机品牌城市等级分布

## OV有超过六成用户来自三线及以下城市

- 极光大数据显示，iPhone用户近五成来自一线及新一线城市，OV的主要用户群位于三线及以下城市，而华为和小米的用户城市等级分布则相对均匀

### 2018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

取数周期：2018.03

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

# Q1主流手机品牌型号分布

OV的明星机型对其保有率的拉动作用显著

## 2018年Q1主流手机品牌型号分布

top 20及top 5机型总和占比



数据来源：极光大数据

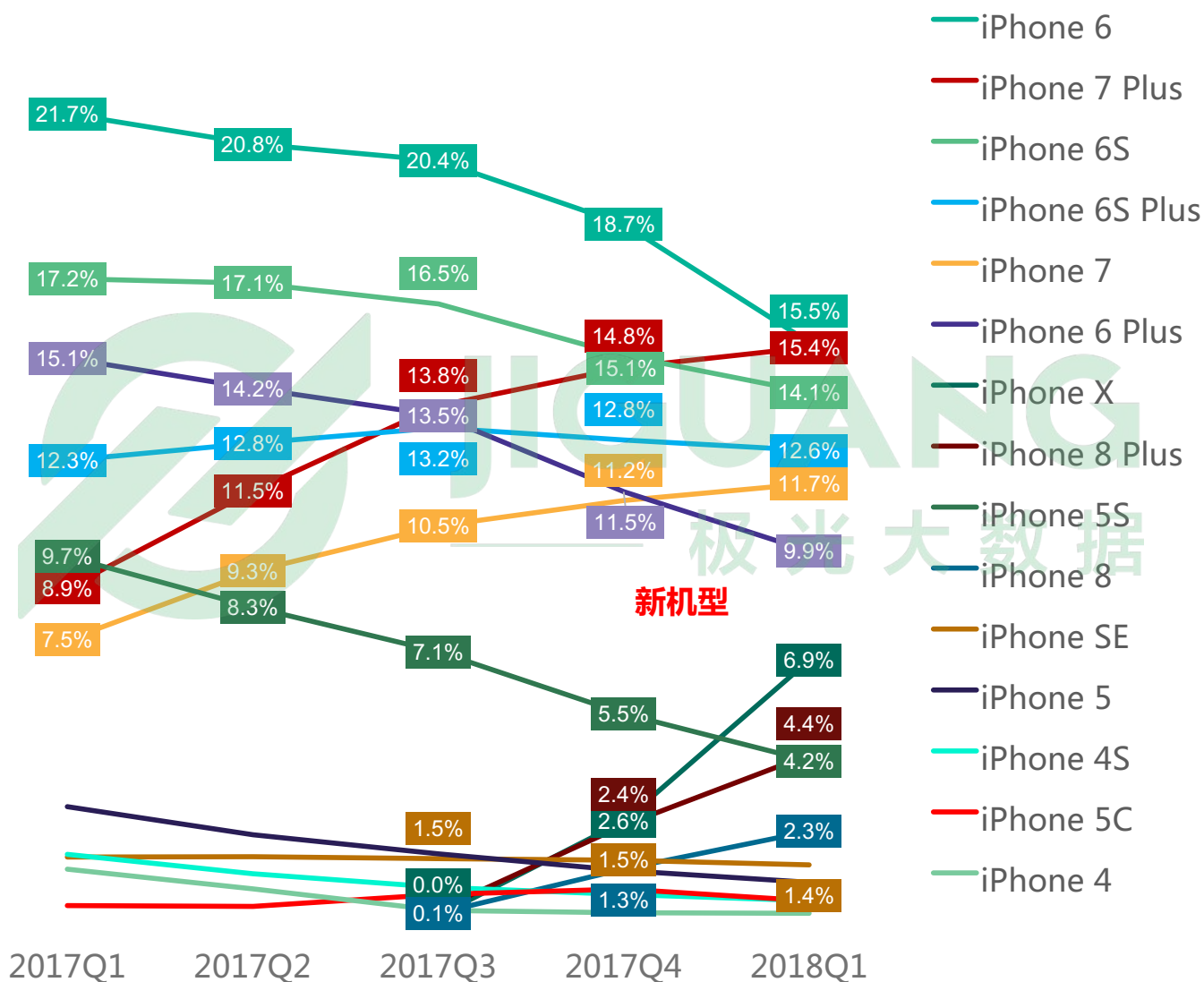
取数周期：2018.03

# iPhone机型分布变化趋势

截至18年Q1，iPhone X在iPhone用户中的占比为6.9%

- 极光大数据显示，17年Q4发布的新机型iPhone X、iPhone 8 Plus和iPhone 8在iPhone用户中的占比分别为6.9%、4.4%和2.3%，旧机型占比正在下降

## iPhone机型分布变化趋势



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.01-2018.03



# 智能手机销量分析

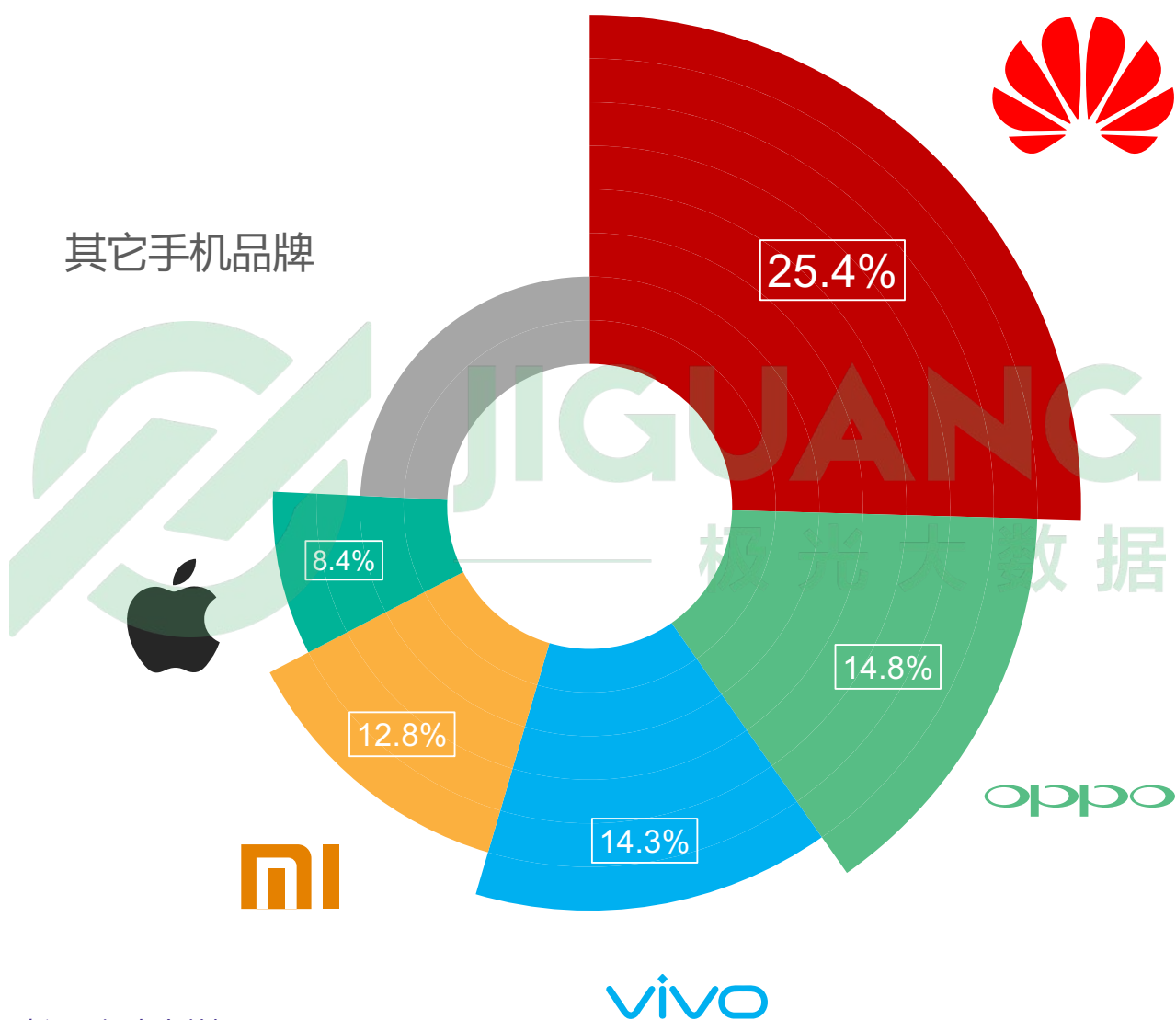


# 2018年Q1国内手机品牌销量份额

2018年Q1每卖出4台手机，就有一台来自华为

- 根据极光大数据统计，2018年Q1国内手机品牌销量份额top 5分别是华为、OV、小米和iPhone，其中华为的销量份额为25.4%，超过1/4

## 2018年Q1国内手机品牌销量份额



数据来源：极光大数据

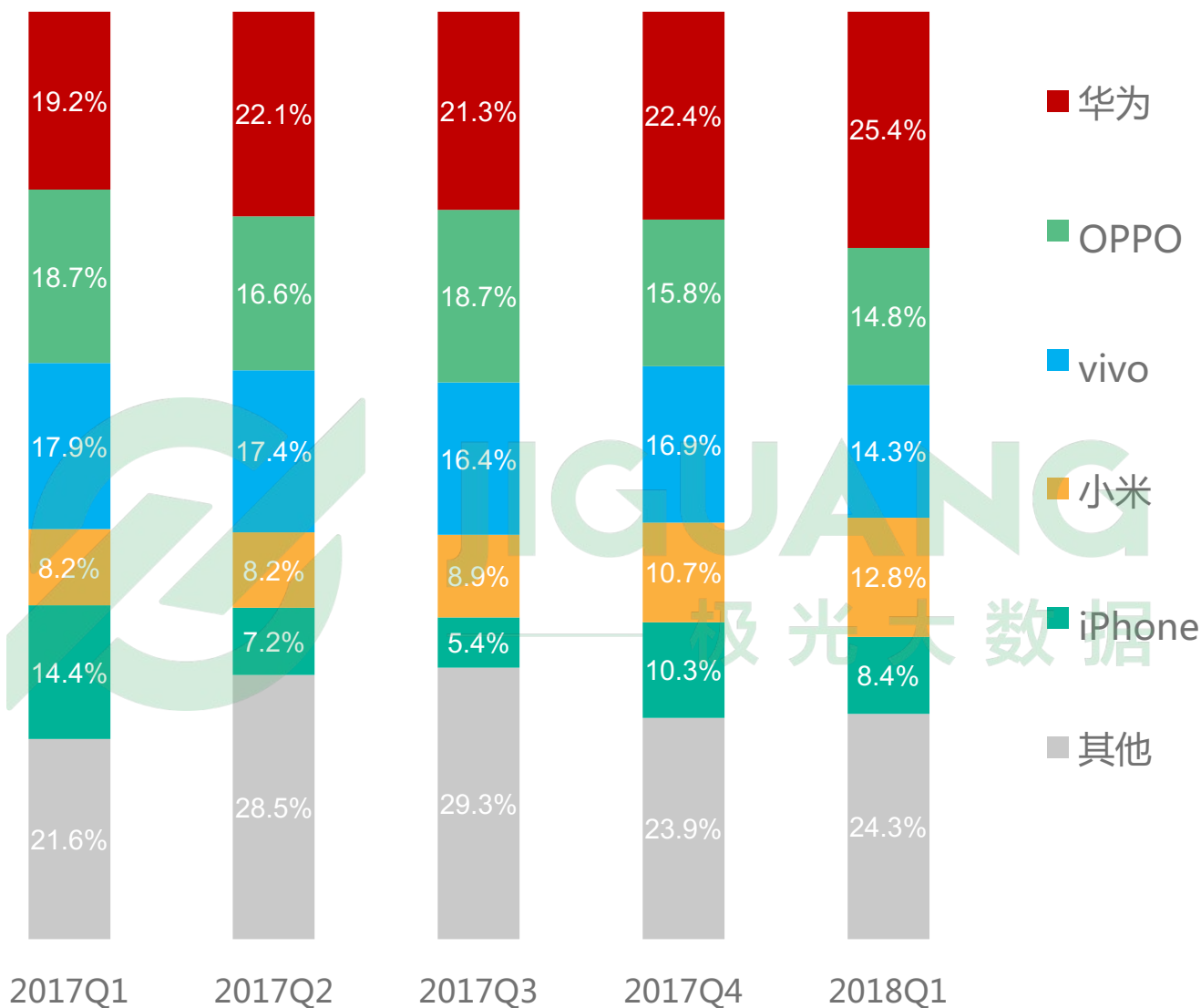
取数周期：2018.03

# Q1主流手机品牌销量份额变化趋势

## OPPO销量超过vivo，小米销量份额连续三个季度保持增长

- 极光大数据显示，华为的销量在18年Q1达到过去五个季度的最高点，OV销量你追我赶，OPPO的18年Q1销量份额比vivo领先0.5%，小米销量份额连续三个季度保持增长

### 2018年Q1主流手机品牌销量份额变化趋势



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.01-2018.03

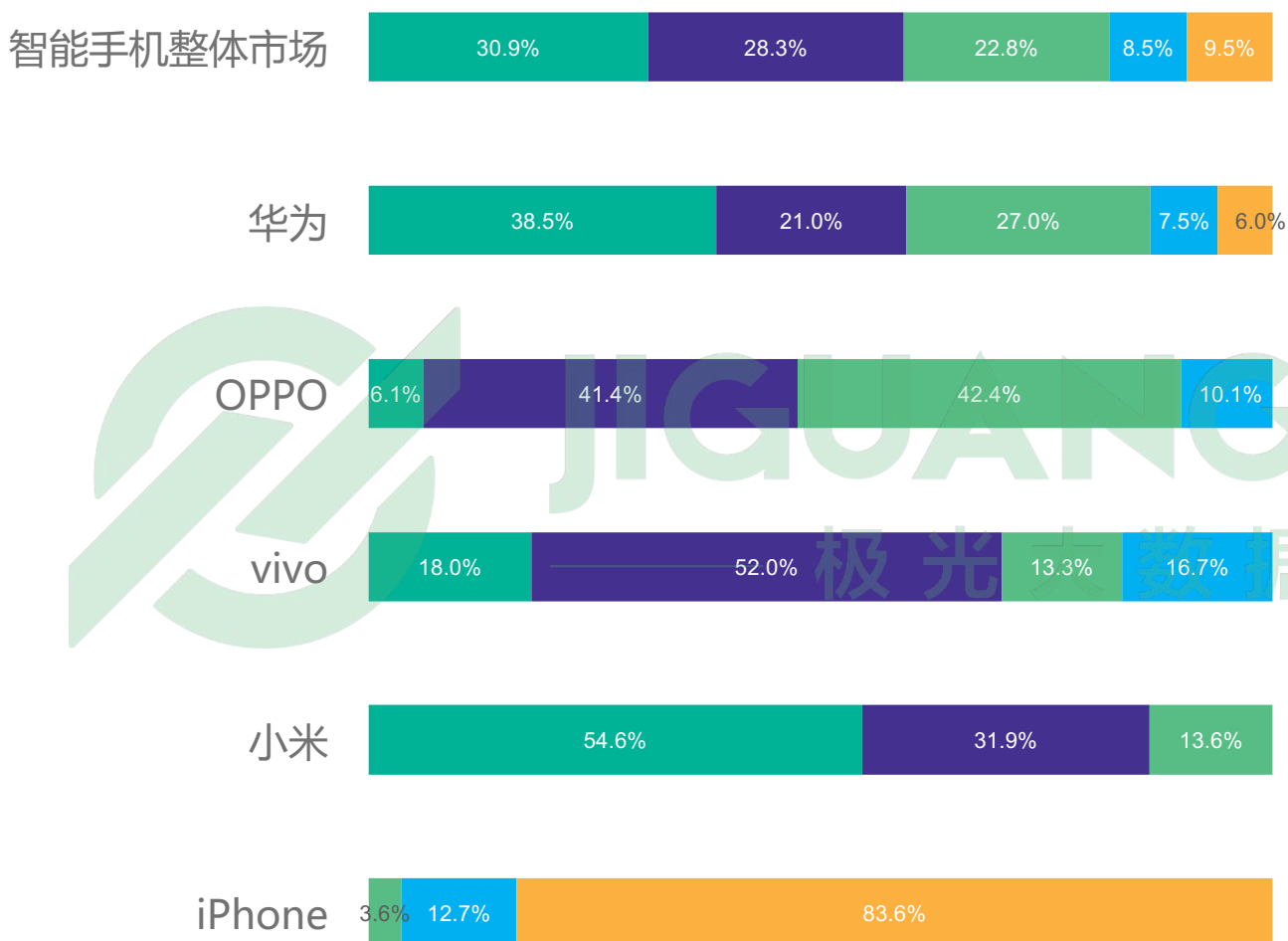
# Q1主流手机品牌销量价格分布

## 千元机占Q1国内整体手机销量份额的三成

- 通过观察极光大数据发现，千元以内的低端机型为Q1国内手机市场贡献了30.9%的销量，华为和小米的千元机销量占比分别为38.5%和54.6%，而OV和iPhone则分别聚焦中端机型和高端机型

### 2018年Q1主流手机品牌销量价格分布

■ 0-999 ■ 1000-1999 ■ 2000-2999 ■ 3000-4000 ■ >4000



数据来源：极光大数据

取数周期：2018.03

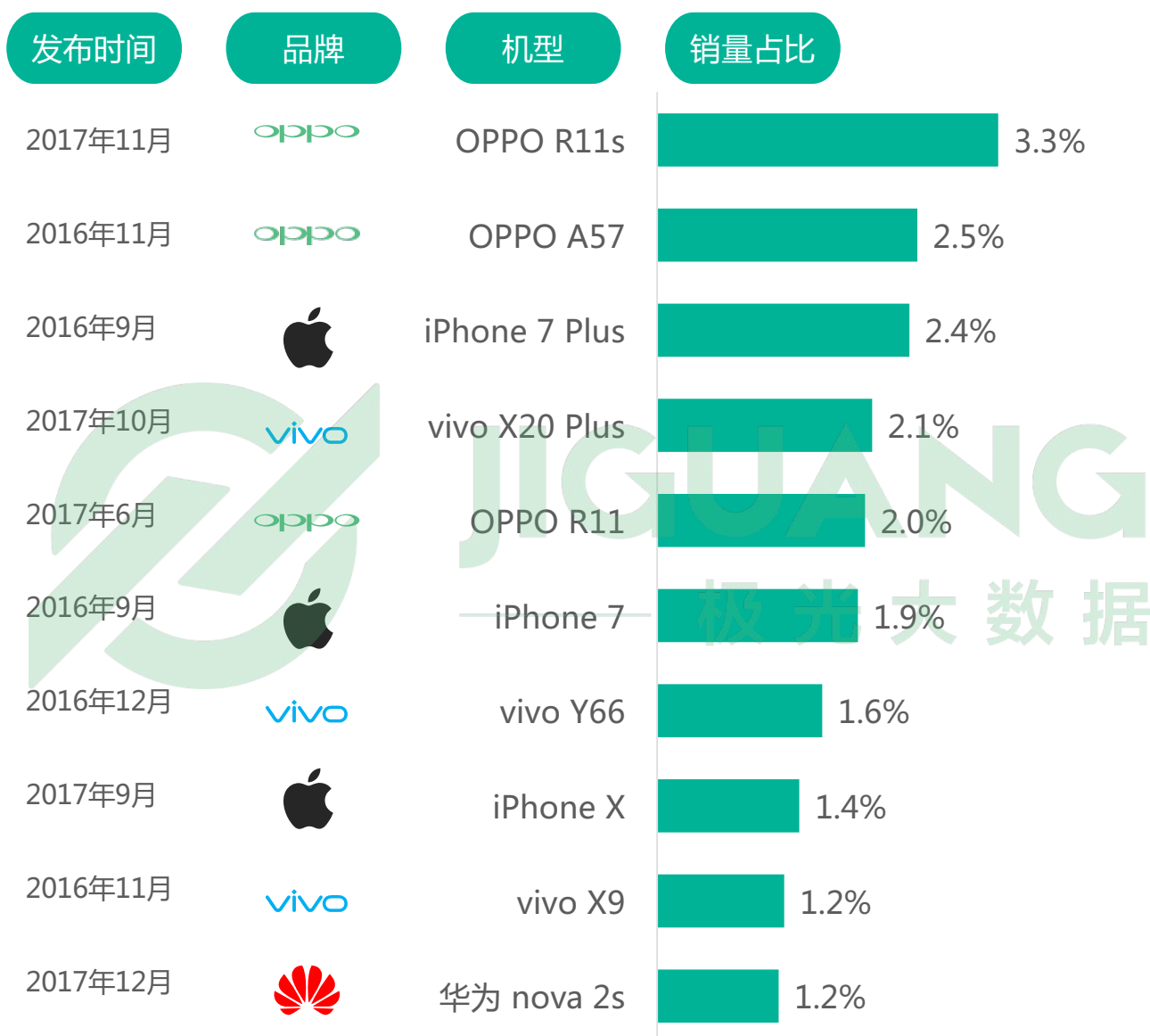
\*报告中将2017年12月市场报价低于1K的机型定义为低端机，市场价在1K-3K之间的机型定义为中端机，市场价高于3K的机型定义为高端机

# Q1销量top 10手机机型

## “万元机” iPhone X进入18年Q1销量top 10机型

- 极光大数据显示，分别于17年10月、11月和12月发布的vivo X20 Plus、OPPO R11s和华为 nova 2s进入了18年销量top 10，苹果史上最贵的iPhone X也进入了销量top 10之列

### 2018年Q1销量top 10手机机型



数据来源：极光大数据

取数周期：2018.03



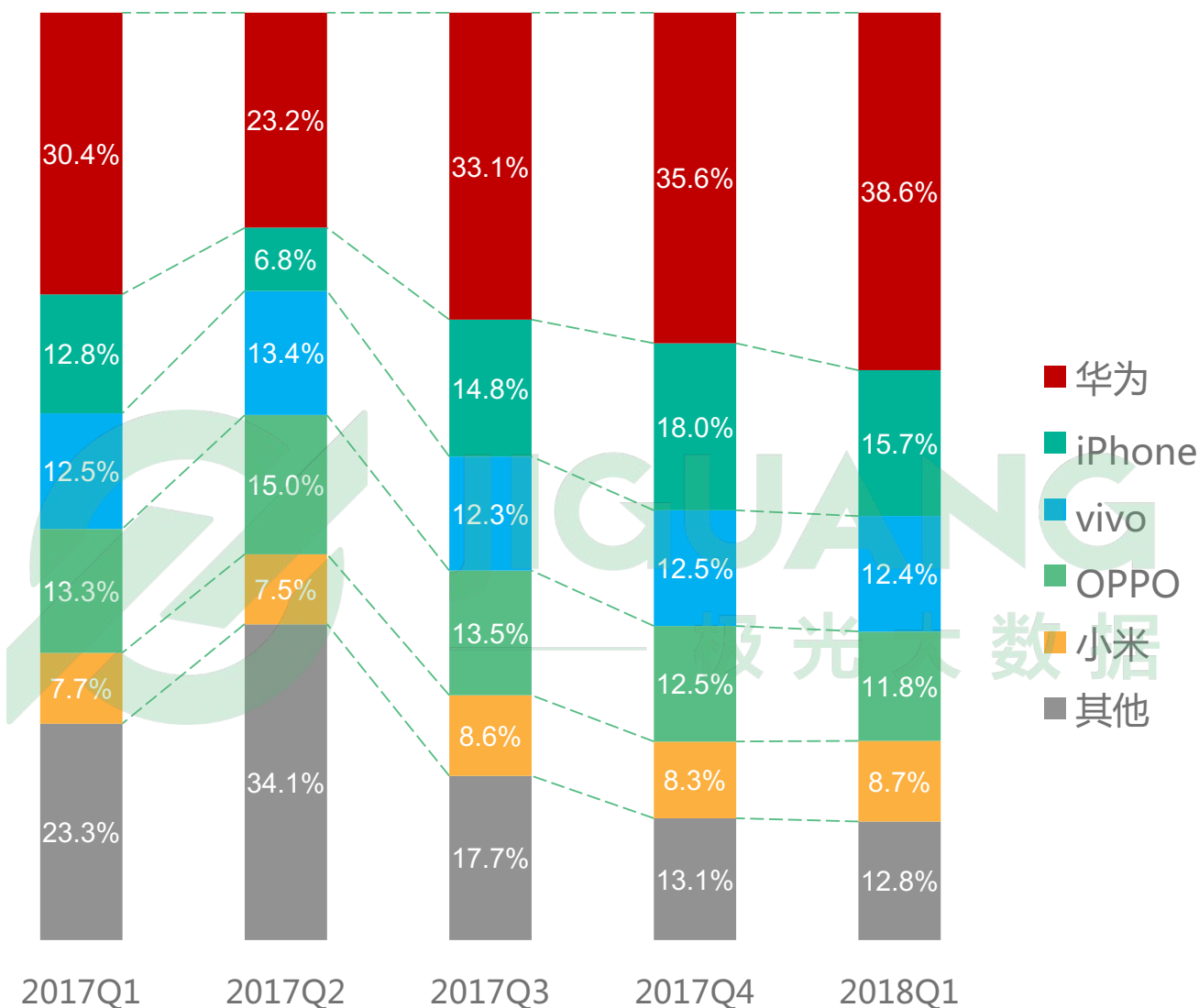
# 主流手机品牌用户忠诚度分析

# 主流手机品牌用户忠诚度——华为

华为的换机用户忠诚度为38.6%，是过去五个季度的最高水平

- 极光大数据显示，iPhone和OV在18年Q1对华为换机用户的吸引力较17年Q4有所下降，其中华为换机用户对vivo的购买意愿较兄弟品牌OPPO更强

## 2018年Q1 华为用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

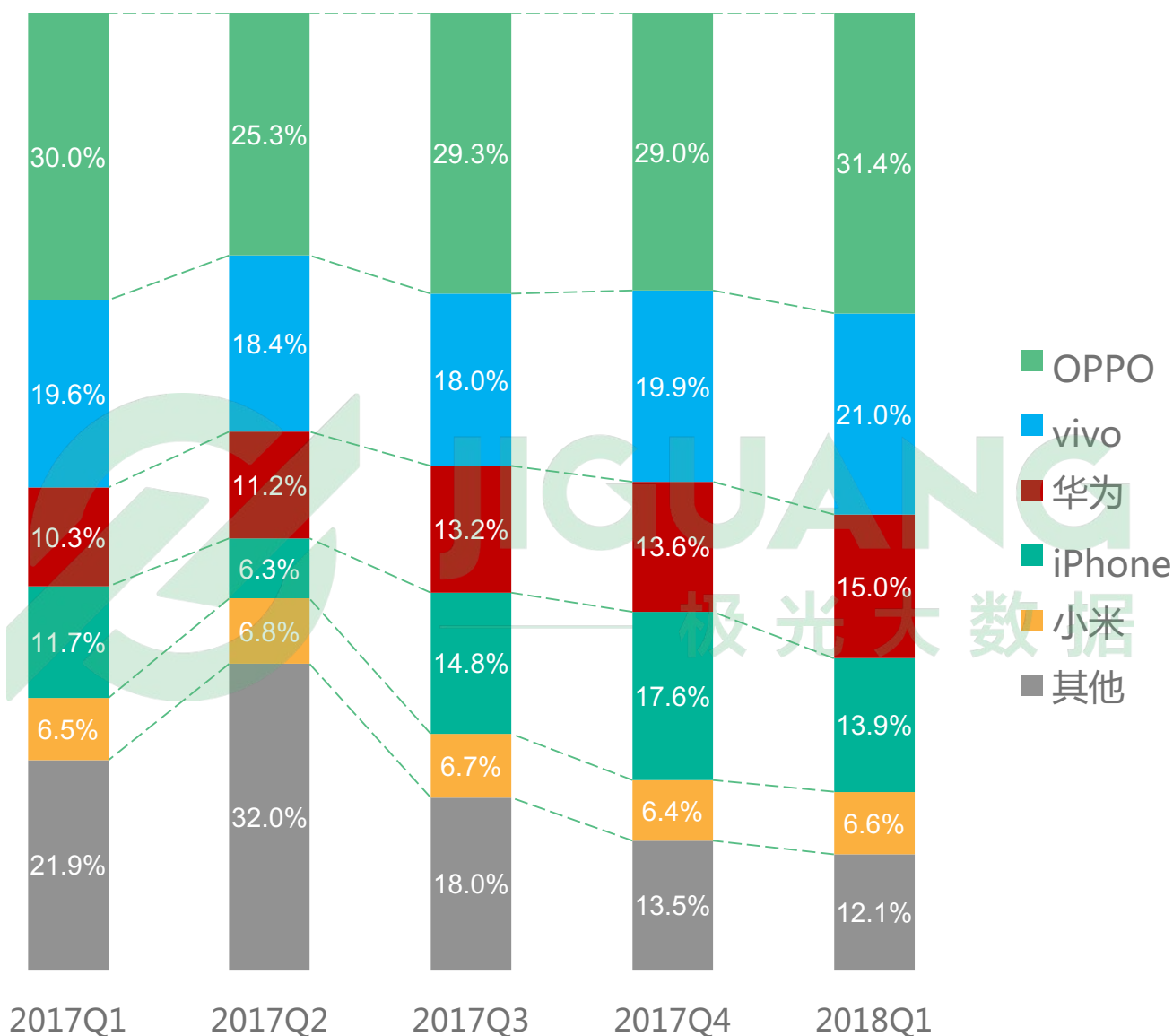
取数周期：2017.01-2018.03

# 主流手机品牌用户忠诚度——OPPO

OPPO换机用户中有31.4%的人选择OPPO，还有21.0%选择了vivo

- 通过观察极光大数据发现，iPhone对OPPO换机用户的吸引力在这一季度有所削弱，但选择vivo、华为和小米的用户占比有所增加

## 2018年Q1 OPPO用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

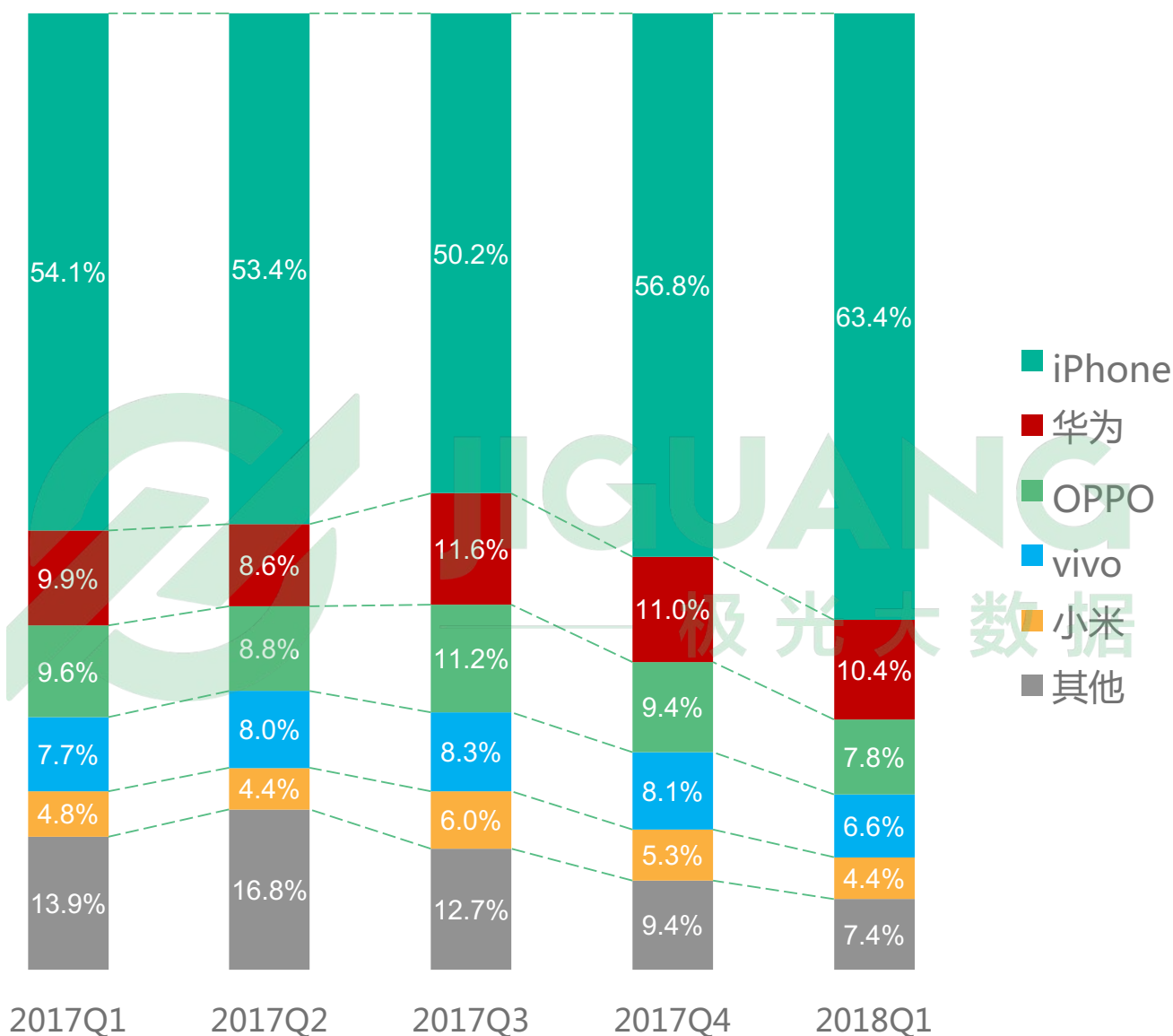
取数周期：2017.01-2018.03

# 主流手机品牌用户忠诚度—— iPhone

## 63.4%的iPhone换机用户在Q1选择继续购买iPhone

- 根据极光大数据统计，iPhone的换机用户忠诚度为63.4%，意味着在18年Q1换手机的iPhone用户中，有超过六成的用户继续使用iPhone

### 2018年Q1 iPhone用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.01-2018.03

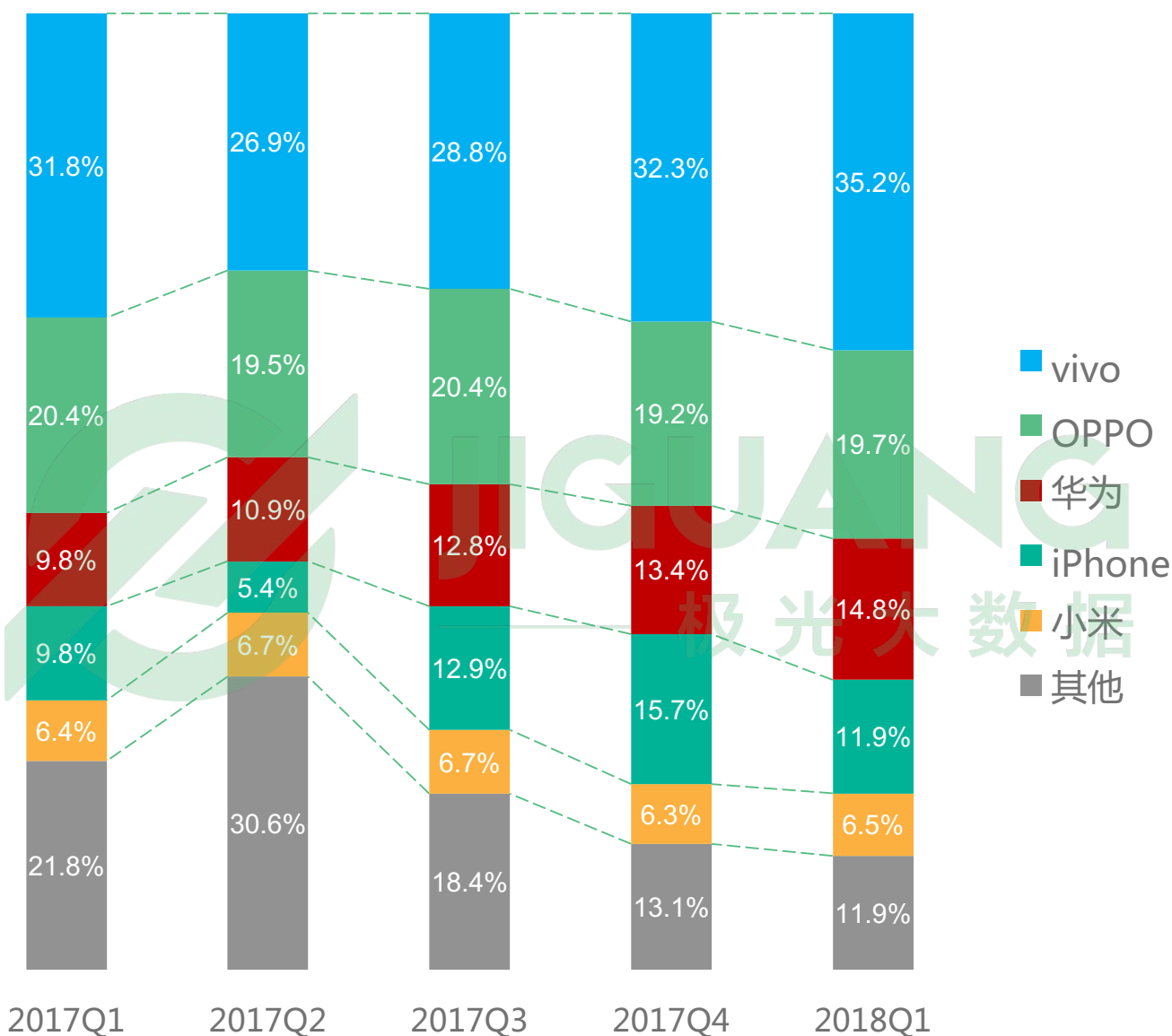


# 主流手机品牌用户忠诚度—— vivo

## 54.9%的vivo换机用户入手了OV

- 极光大数据显示，35.2%的vivo换机用户选择继续使用vivo，另外有19.7%的用户转向使用兄弟品牌OPPO

### 2018年Q1 vivo用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

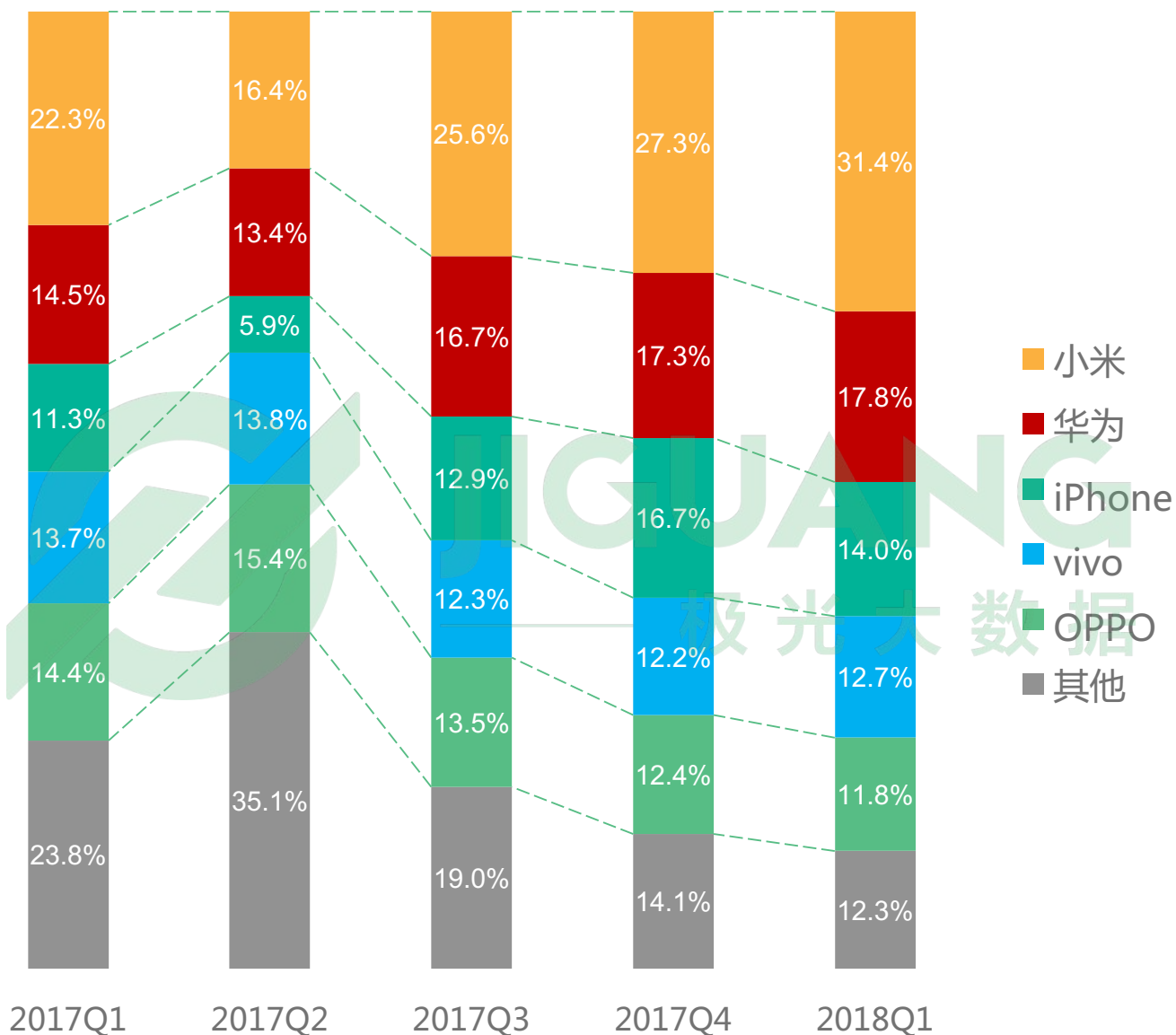
取数周期：2017.01-2018.03

# 主流手机品牌用户忠诚度——小米

## 小米用户忠诚度持续升温

- 极光大数据显示，小米的用户忠诚度连续三个季度升温，从去年同期22.3%增加至今年Q1的31.4%

### 2018年Q1 小米用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.01-2018.03



# 主流安卓手机品牌用户画像

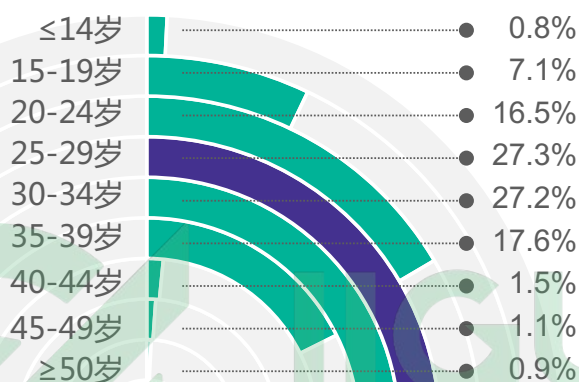
# 主流安卓手机品牌用户画像——华为

## 华为：近七成用户是男性，爱看电影，旅游和听音乐

- 通过观察极光大数据发现，69.4%的华为用户为男性，44.8%的用户年龄在30-39岁之间，他们倾向通过具有知识青年、文艺小清新和爱宠社区属性的渠道交友

### 华为用户画像

#### 年龄



#### 兴趣爱好TGI



#### 性别



#### 社交风格TGI



数据来源：极光大数据

取数周期：2018.03

某标签 TGI = 应用人群某标签占比 / 市场总人群某标签占比

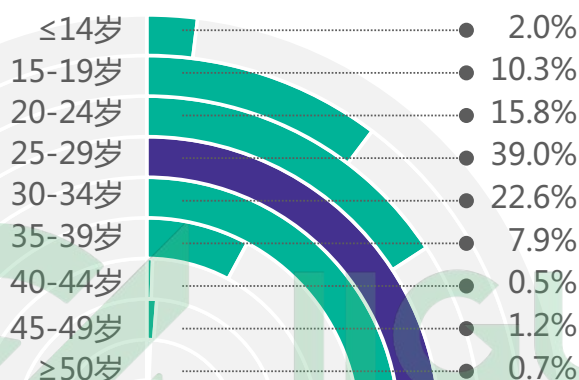
# 主流安卓手机品牌用户画像——OPPO

OPPO用户：年轻女性用户为主，53.1%的用户性别为女性，近七成用户不到30岁

- 根据极光大数据显示，OPPO用户对服装饰品的兴趣表现明显，最爱通过具有文艺小清新属性的渠道交友

## OPPO用户画像

### 年龄



### 兴趣爱好TGI



### 性别



### 社交风格TGI



数据来源：极光大数据

取数周期：2018.03

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

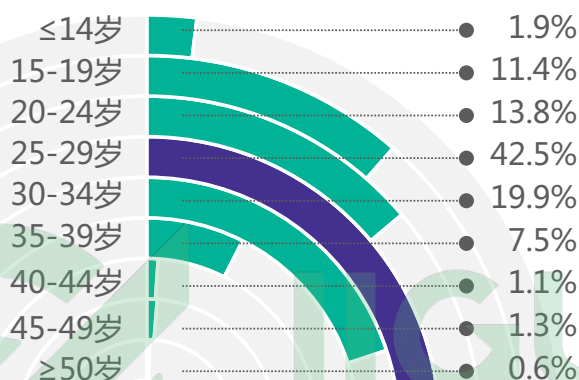
# 主流安卓手机品牌用户画像—— vivo

vivo用户：69.6%的用户不到而立之年，其中42.5%的用户年龄在25-29岁之间

- 通过观察极光大数据发现，vivo的主要用户群是年轻男性，vivo用户中有53.6%的男性，69.6%的用户不到30岁

## vivo用户画像

### 年龄



### 兴趣爱好TGI



### 性别



### 社交风格TGI



数据来源：极光大数据

取数周期：2018.03

某标签 TGI = 应用人群某标签占比 / 市场总人群某标签占比

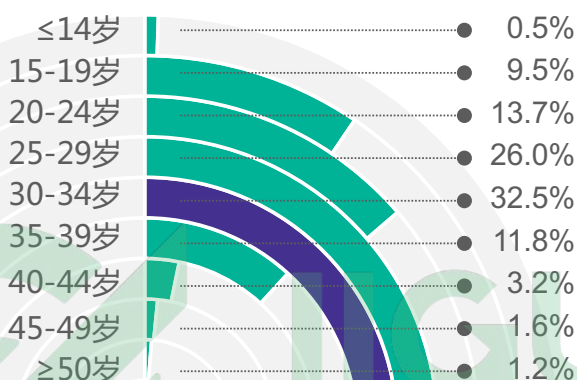
# 主流安卓手机品牌用户画像——小米

小米用户：66.8%的用户为男性，用户年龄结构比华为年轻，比vivo年长

- 根据极光大数据统计，小米的用户中有66.8%为男性，其中49.7%的用户不到30岁，44.3%的用户年龄在30-39岁之间，爱好运动、动漫和电影

## 小米用户画像

### 年龄



### 兴趣爱好TGI



### 性别



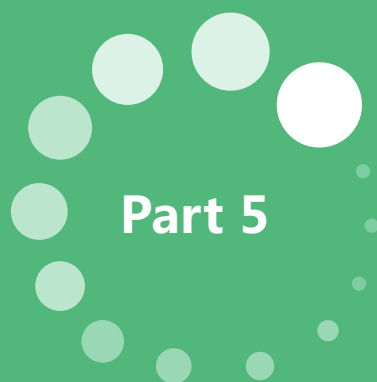
### 社交风格TGI



数据来源：极光大数据

取数周期：2018.03

某标签 TGI = 应用人群某标签占比 / 市场总人群某标签占比



# 手机app安装情况

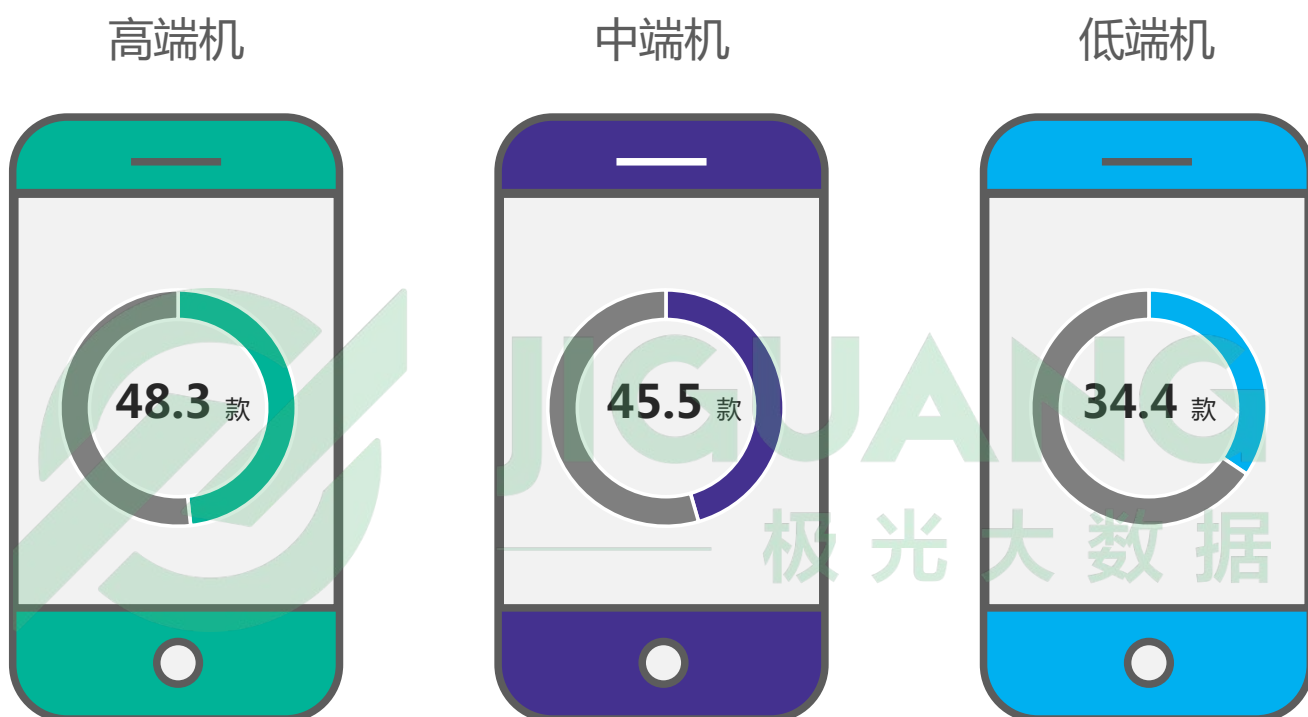


# 高中低端手机app安装概况

## 平均每台高端机安装48.3款app

- 通过观察极光大数据发现，平均每台高中低端手机中安装的app分别为48.3款、45.5款和34.4款，低端机用户安装的app数量与高中端机有一定的差距，或受运存和内存等因素的影响

### 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

\*报告中将2018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

\*运存：指运行内存，决定了APP多任务性能的强弱；内存：指狭义的存储空间，决定了手机可存储照片、视频等文件的数量

# 高中低端手机偏好指数

## 高端机用户最偏爱的app是携程旅行

- 通过观察极光大数据发现，高中低端手机最偏爱的app分别是携程旅行、QQ邮箱和小米视频，其中高中端手机都偏爱的app有携程旅行、新浪微博和美团

### 高中低端手机偏好指数top 5



高端机



中端机



低端机



数据来源：极光大数据

取数周期：2018.03

\*统计模型：极光app偏好指数

# 主流安卓手机偏好指数

华为和OPPO用户最偏爱的app是输入法，vivo和小米则青睐视频类app

- 极光大数据显示，华为、OV和小米用户最偏爱的app分别是百度输入法、搜狗输入法、腾讯视频和小米视频，其中快手同时受到OV用户的偏爱

## 主流安卓手机偏好指数top 5



oppo

vivo



华为	oppo	vivo	小米
百度输入法 91.4	搜狗输入法 90.5	腾讯视频 79.7	小米视频 93.2
华为运动健康 86.6	唯品会 79.0	58同城 77.3	多看阅读 88.0
Quik 80.2	一点资讯 78.5	快手 75.3	小米金融 86.0
京东 74.5	快手 76.5	美团 75.2	百度输入法 84.7
今日头条 72.4	WiFi万能钥匙 76.4	手机淘宝 73.5	米聊 83.9

数据来源：极光大数据

取数周期：2018.03

\*统计模型：极光app偏好指数





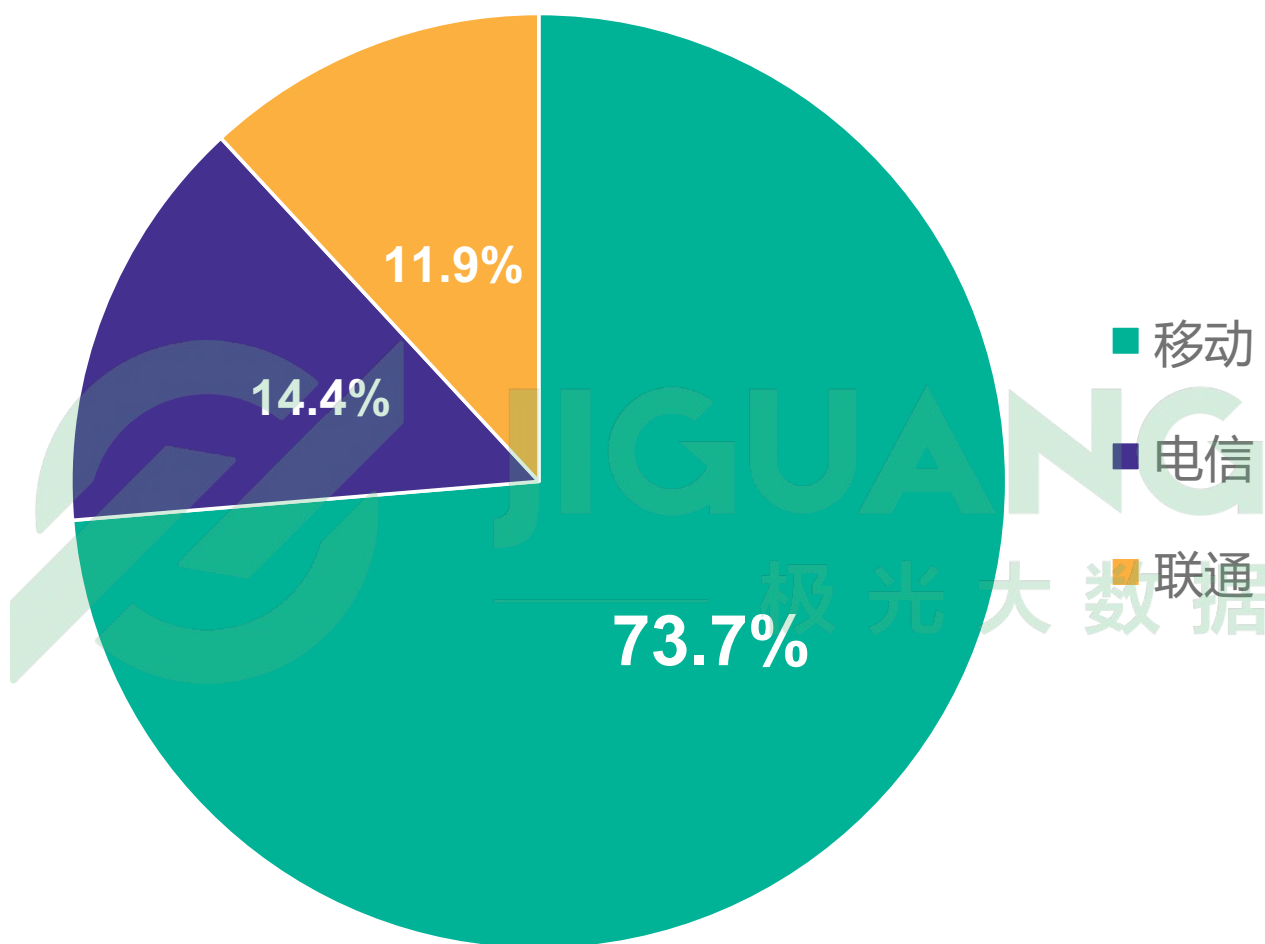
# 运营商专题研究

# 三大运营商市场份额

## 73.7%的中国移动网民是移动的用户

- 根据极光大数据显示，移动、电信和联通的市场份额分别为73.7%、14.4%和11.9%，意味着每100个中国移动网民中，有接近74个移动用户，其余26个为电信和联通用户

### 三大运营商市场份额



数据来源：极光大数据

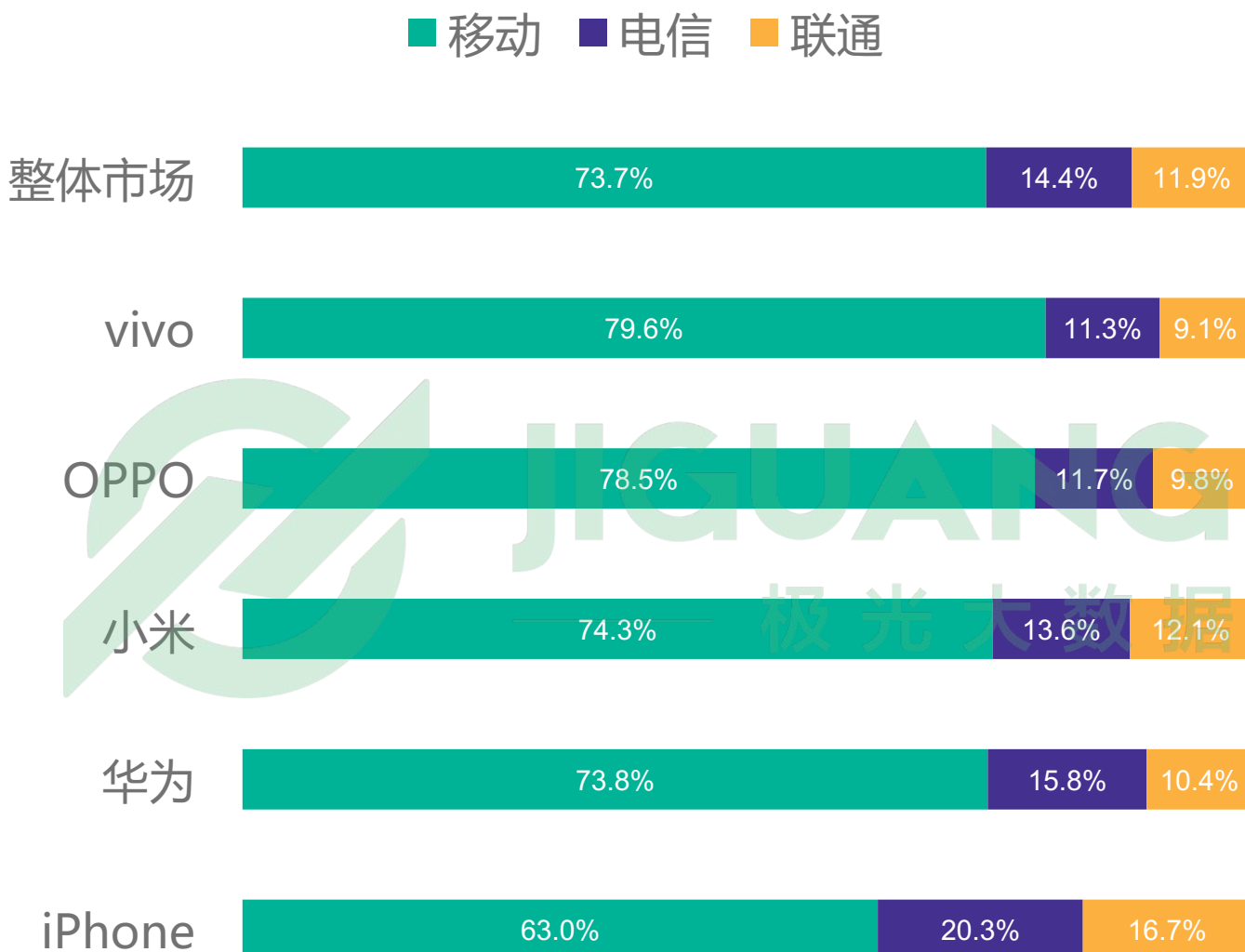
取数周期：2018.03

## 三大运营商在主流手机品牌中的市场份额

iPhone的移动用户占比为63.0%，比整体市场占比低10.7%

- 根据极光大数据统计，OV、小米和华为拉动了移动用户在整体市场中的占比，其中华为的电信用户占比较整体市场高1.4%，小米的联通用户占比较整体市场高0.2%

### 三大运营商在主流手机品牌中的市场份额



数据来源：极光大数据

取数周期：2018.03

# 三大运营商市场份额变化趋势

电信在18年Q1逆袭，市场份额超过联通

## 三大运营商市场份额变化趋势

■ 移动 ■ 电信 ■ 联通



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.01-2018.03

# 报告说明

## 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：2017年01月-2018年03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

## 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 ( www.jiguang.cn ) 是中国领先的移动大数据服务商。其团队核心成员来自腾讯、摩根士丹利、豆瓣、Teradata和中国移动等公司。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、短信和社会化分享组件等开发者服务。 **至今我们已经服务了超过70万款移动应用，30万开发者，累计覆盖超过130亿个移动终端，月独立活跃设备超过9亿，日发送消息60亿，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，包括极光效果通和极光数据服务。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](mailto:hucd@jiguang.cn)**

**华东、华南地区数据咨询**

**Oliver : [jianghh@jiguang.cn](mailto:jianghh@jiguang.cn)**

**全国商务咨询**

**[sales@jiguang.cn](mailto:sales@jiguang.cn)**

**媒体数据引用 :**

**[marketing@jiguang.cn](mailto:marketing@jiguang.cn)**