



JIGUANG

—— 极光 数据服务

2018年Q2智能手机行业研究报告

极光大数据

2018.07



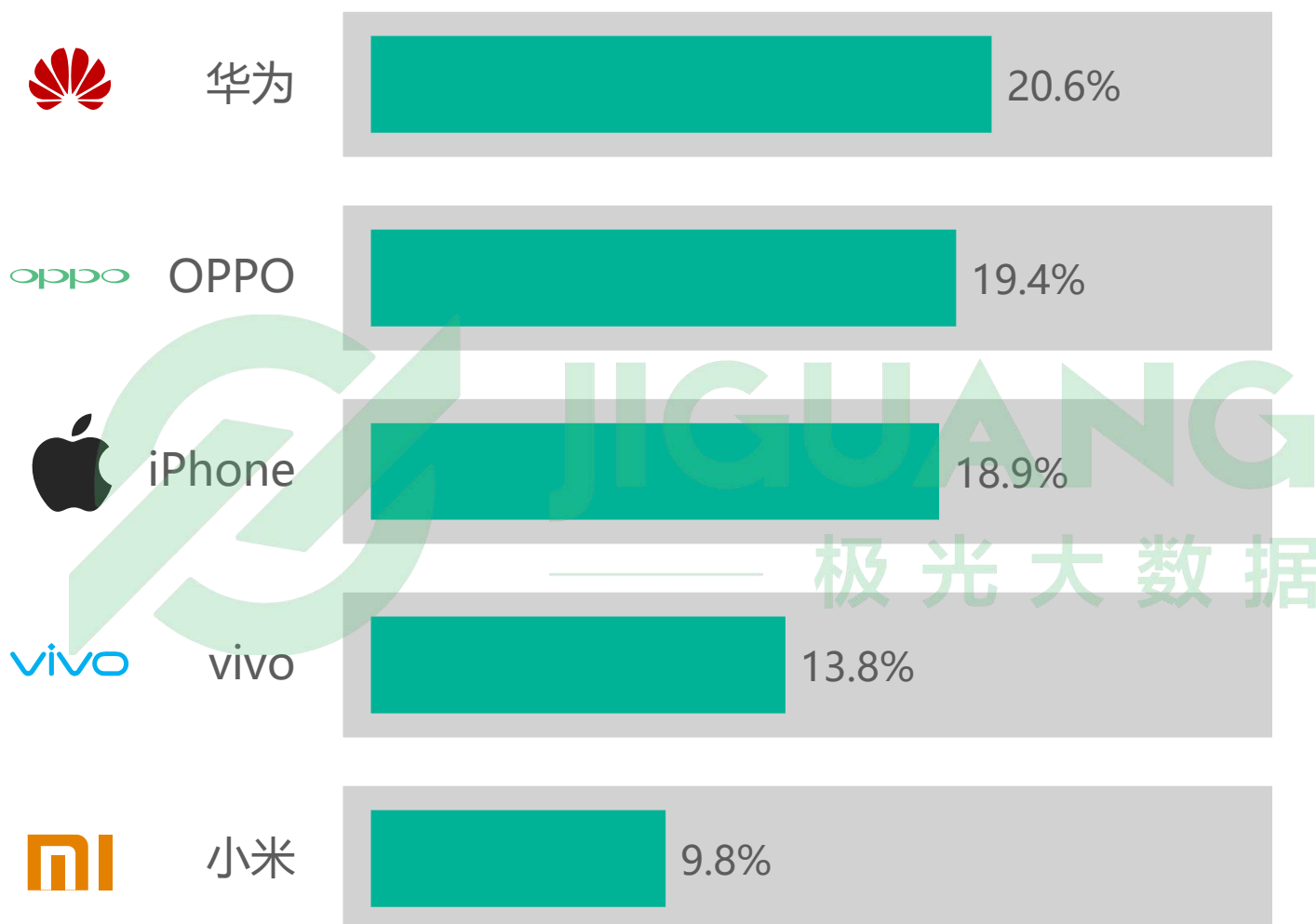
智能手机保有率分析

2018年Q2国内主流手机品牌保有率

华为是2018年Q2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Q2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20.6%和19.4%的保有率名列第一和第二位

2018年Q2国内主流手机品牌保有率



数据来源：极光大数据

取数周期：2018.06

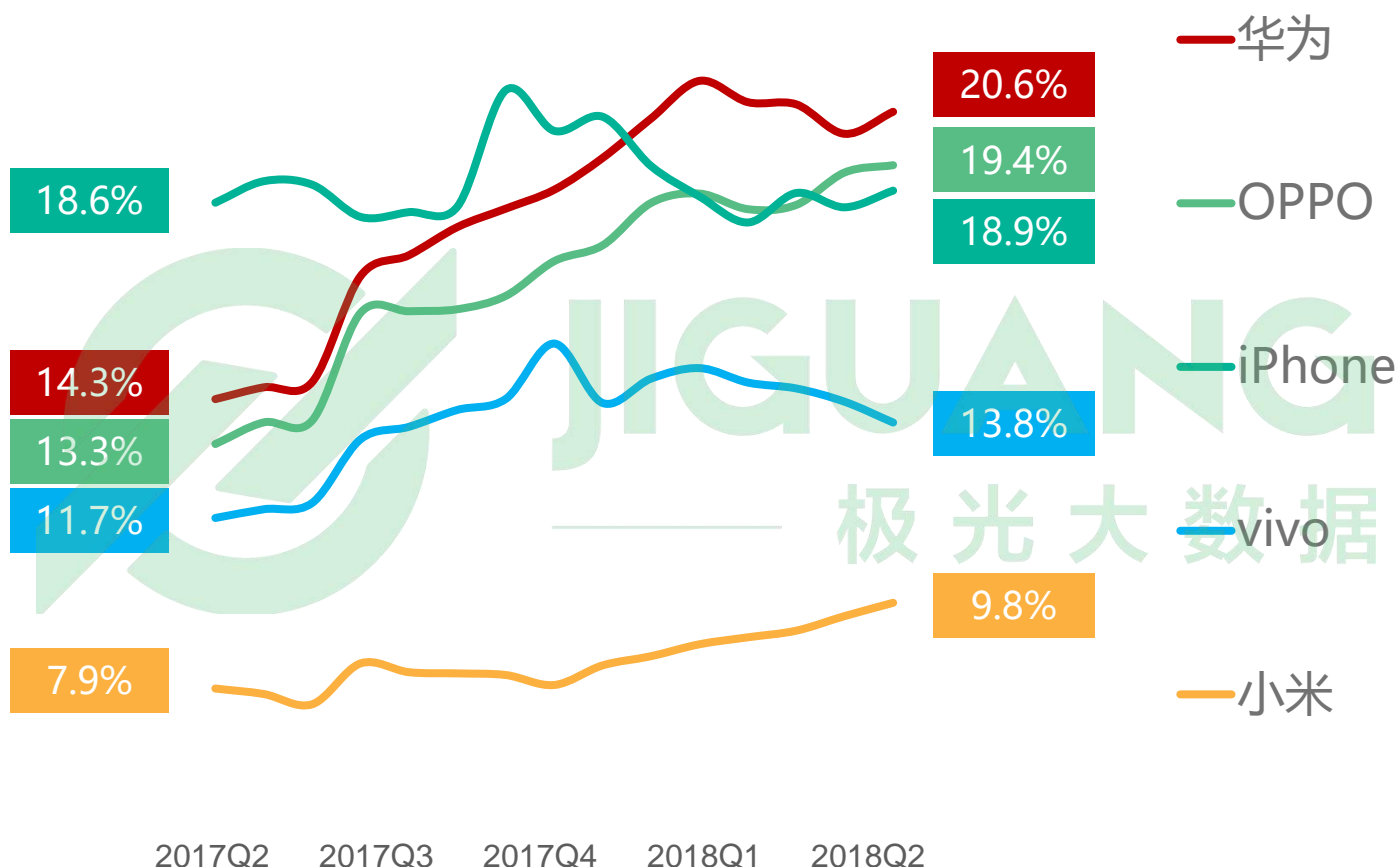
*报告中所涉及的华为手机品牌数据包括子品牌荣耀

Q2主流手机品牌保有率变化趋势

OPPO和iPhone竞争激烈，OPPO以19.4%的保有率压过iPhone

- 根据极光大数据统计，2018年上半年OPPO和iPhone保有率较为接近，截至2018年6月底，OPPO保有率为19.4%，iPhone为18.9%

2018年Q2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：2017.04-2018.06

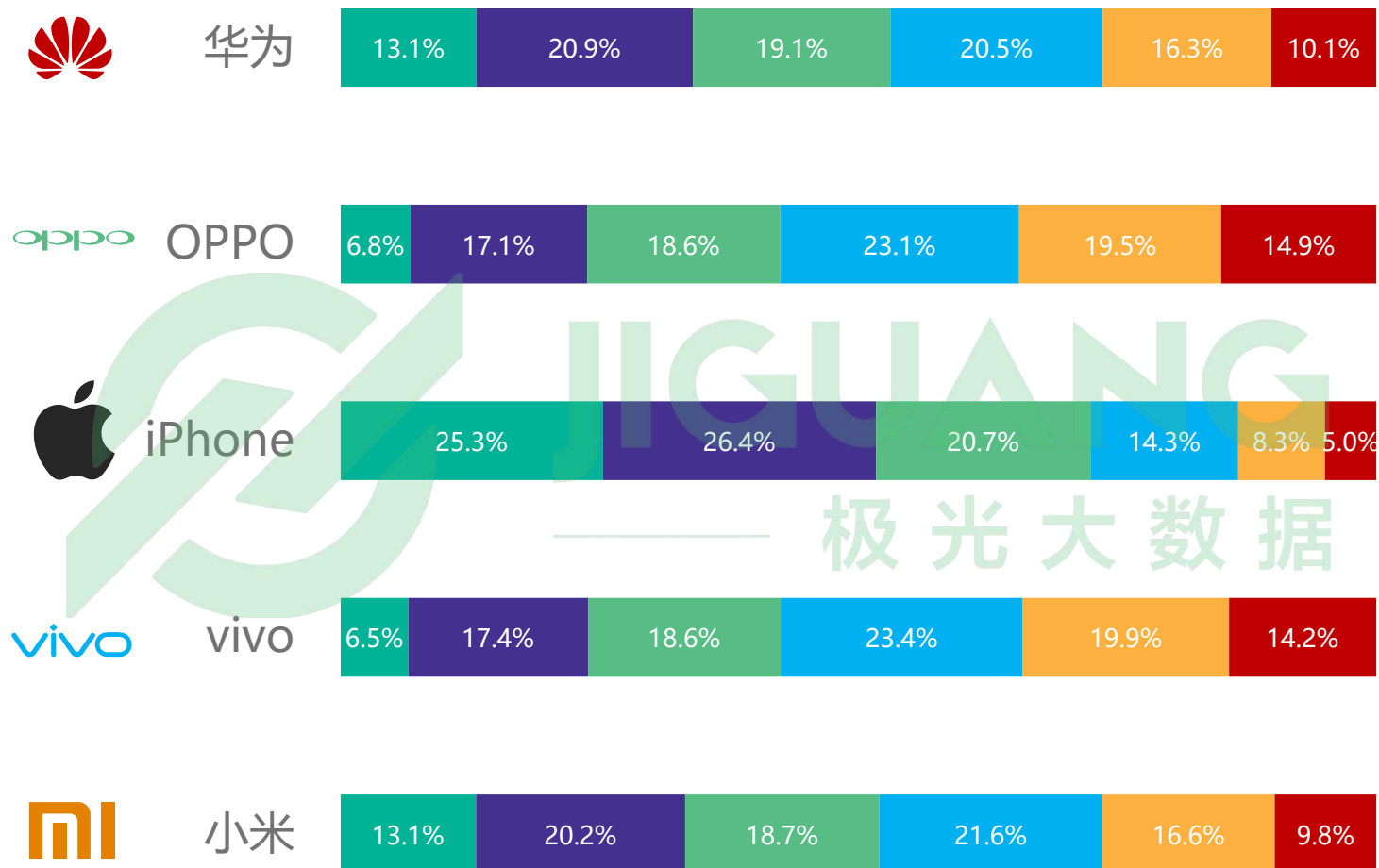
Q2各主流手机品牌城市等级分布

OV约六成用户来自三线及以下城市

- 极光大数据显示，iPhone用户中新一线城市用户占比最高，OV用户中约六成来自三线及以下城市，而华为和小米的用户城市等级分布则相对均匀

2018年Q2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：2018.06

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

Q2主流手机品牌型号分布

iPhone的型号分布最为集中，top 5占了约七成

2018年Q2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

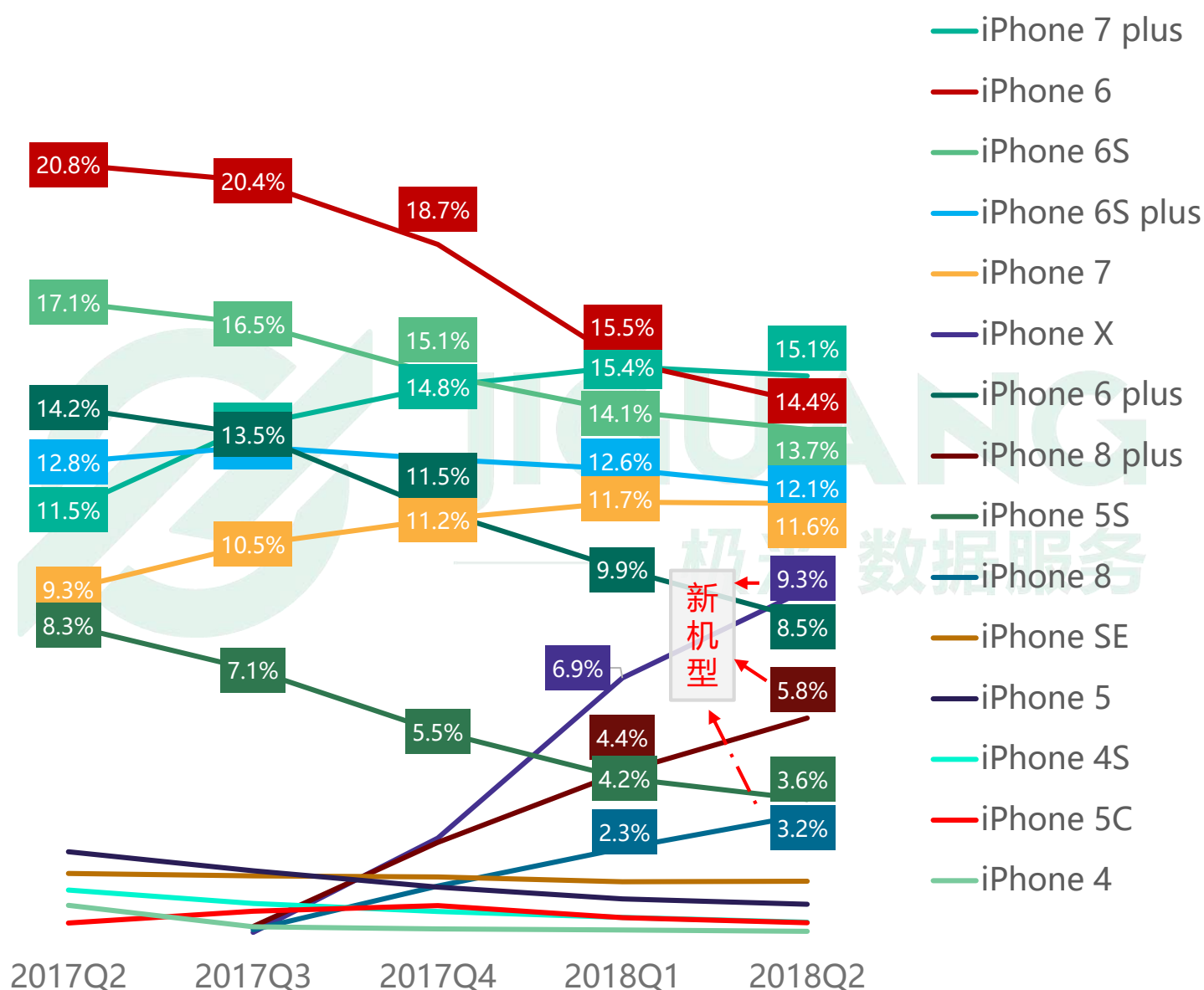
取数周期：2018.06

iPhone机型分布变化趋势

截至18年Q2，iPhone X在iPhone用户中的占比为9.3%

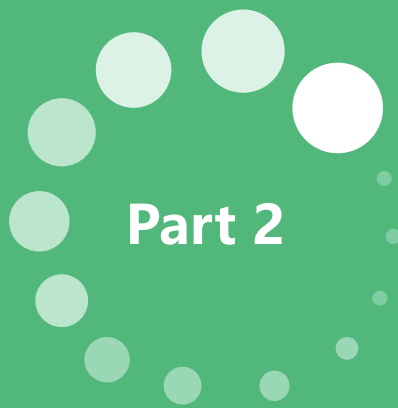
- 极光大数据显示，17年Q4发布的新机型iPhone X、iPhone 8 plus和iPhone 8在iPhone用户中的占比分别上升至9.3%、5.8%和3.2%
- iPhone 7 plus占比上升至15.1%，超过iPhone 6居于各机型占比首位

iPhone机型分布变化趋势



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.04-2018.06



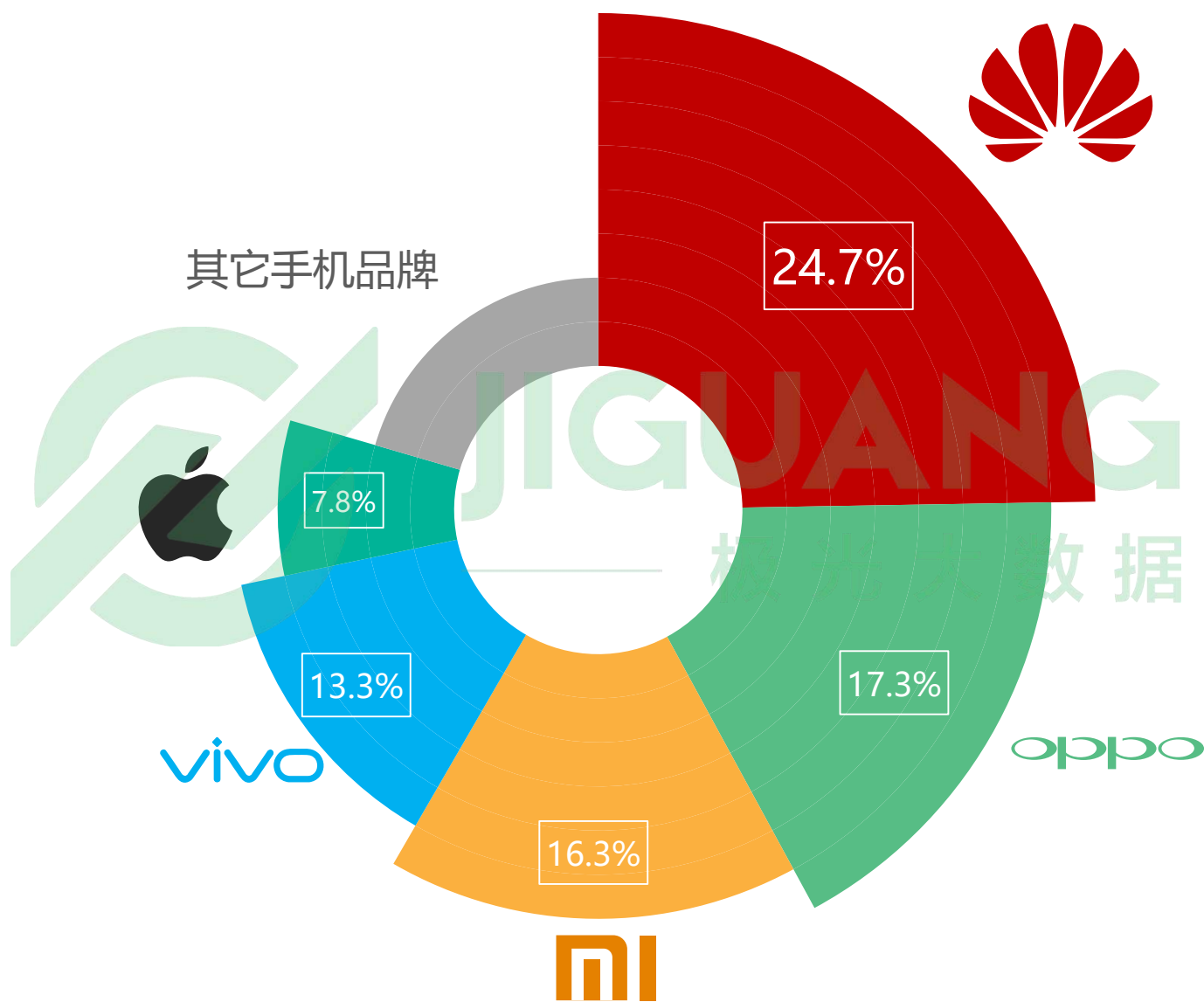
智能手机销量分析

2018年Q2国内手机品牌销量占比

2018年Q2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Q2国内手机品牌销量占比top 5分别是华为、OPPO、小米、vivo和iPhone，其中华为以24.7%销量占比居于首位，OPPO以17.3%销量占比居于第二位，小米销售占比超过vivo居于第三位

2018年Q2国内手机品牌销量占比



数据来源：极光大数据

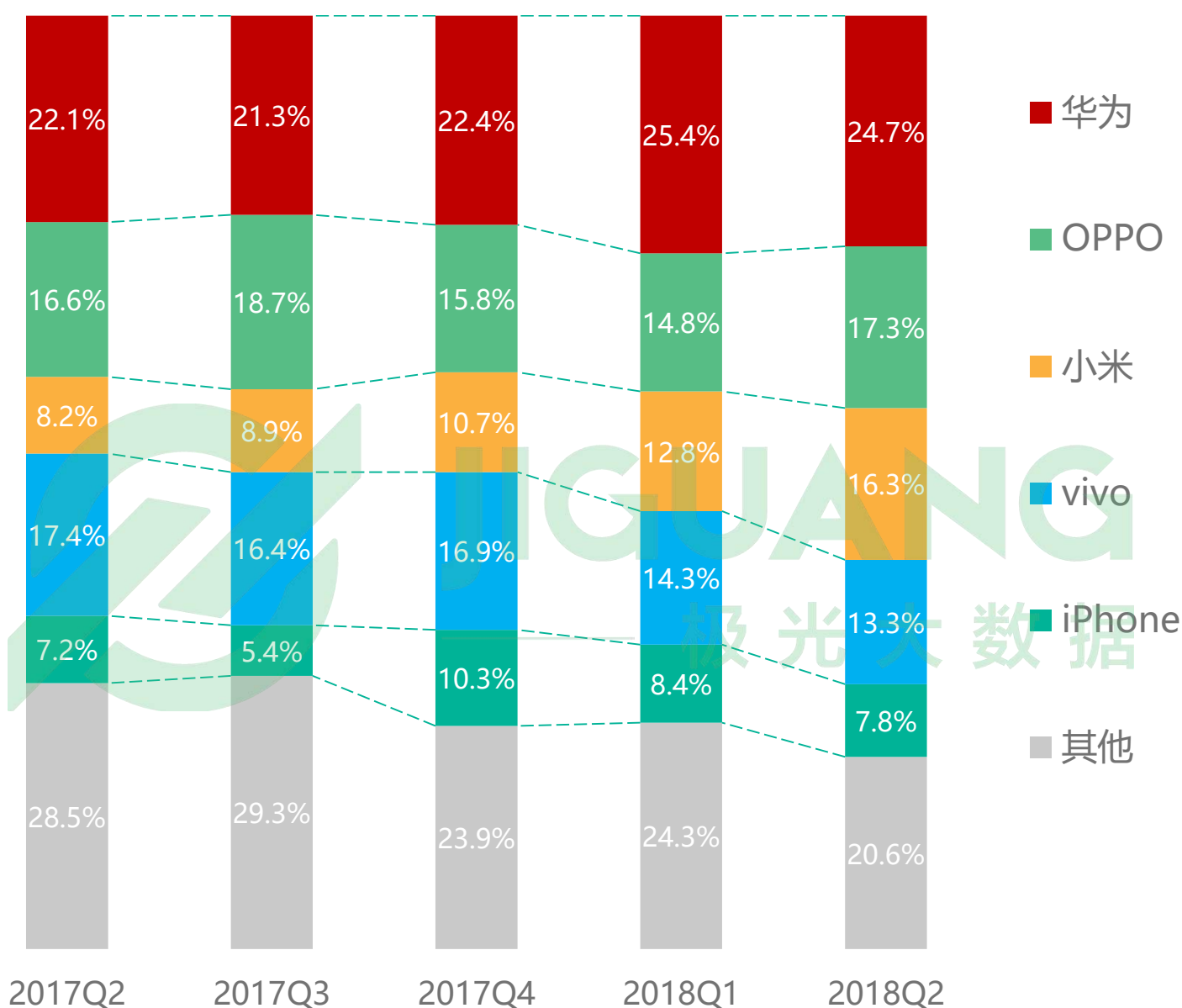
取数周期：2018.04-2018.06

Q2主流手机品牌销量占比变化趋势

销量向大品牌集中的趋势更加明显

- 极光大数据显示，华为在18年Q2的销量占比为24.7%，OPPO销量占比增长至17.3%，小米销量占比为16.3%，超过vivo紧追OPPO

2018年Q2主流手机品牌销量占比变化趋势



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.04-2018.06

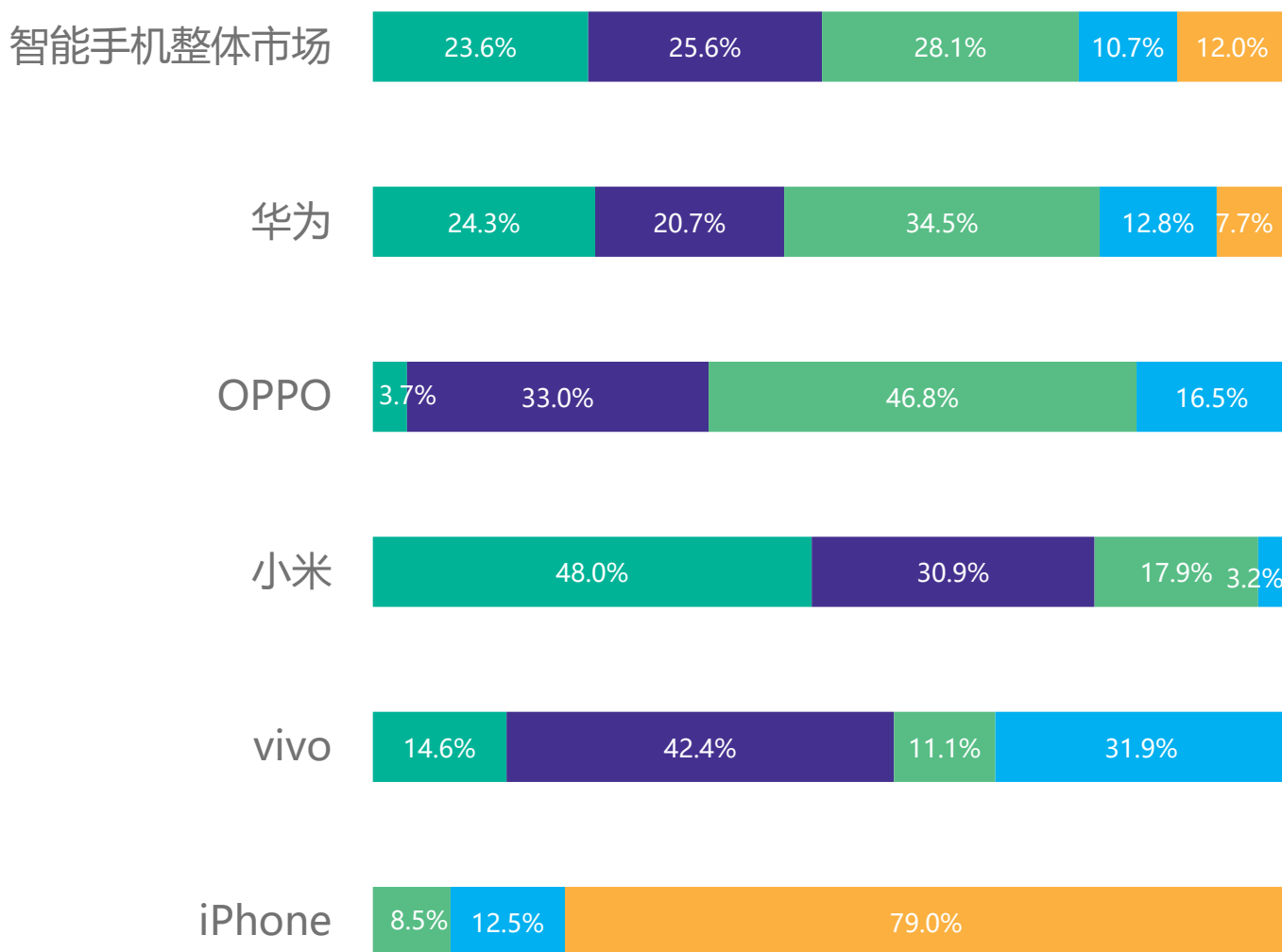
Q2主流手机品牌销量价格分布

Q2所售智能手机中，约半数价格为2000元及以上

- 极光大数据显示，2000-2999元的机型为Q2国内手机市场贡献了28.1%的销量，华为此价格段手机销量占比为34.5%，OPPO此价格段手机销量占比为46.8%；小米主要聚焦于低端机，iPhone则聚焦于高端机

2018年Q2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：2018.04-2018.06

*报告中将2018年6月市场报价低于1K的机型定义为低端机，市场价在1000-3000之间的机型定义为中端机，市场价高于3000的机型定义为高端机

Q2销量top 10手机机型

OPPO R15以4%销量占比强势登顶

- 极光大数据显示，2018年3月底发布的OPPO R15成为Q2销量占比最高的机型，vivo X21和OPPO R11s分别居于二、三位

2018年Q2销量top 10手机机型



数据来源：极光大数据

取数周期：2018.04-2018.06



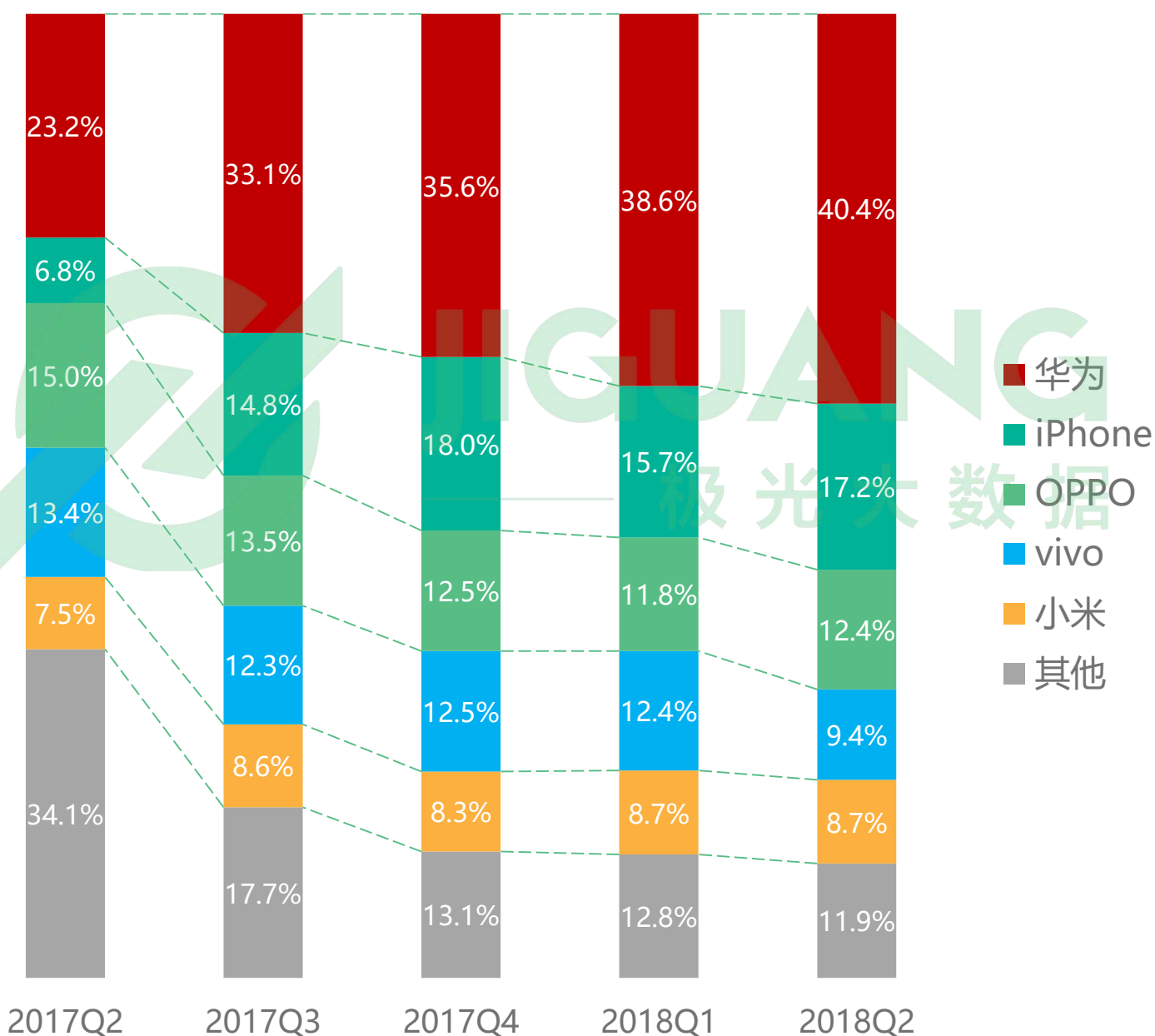
主流手机品牌用户忠诚度分析

主流手机品牌用户忠诚度——华为

华为的换机用户忠诚度不断提高，超四成用户会继续选择华为

- 极光大数据显示，iPhone对华为换机用户的吸引力提升，华为换vivo用户比例降至9.4%

2018年Q2 华为用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

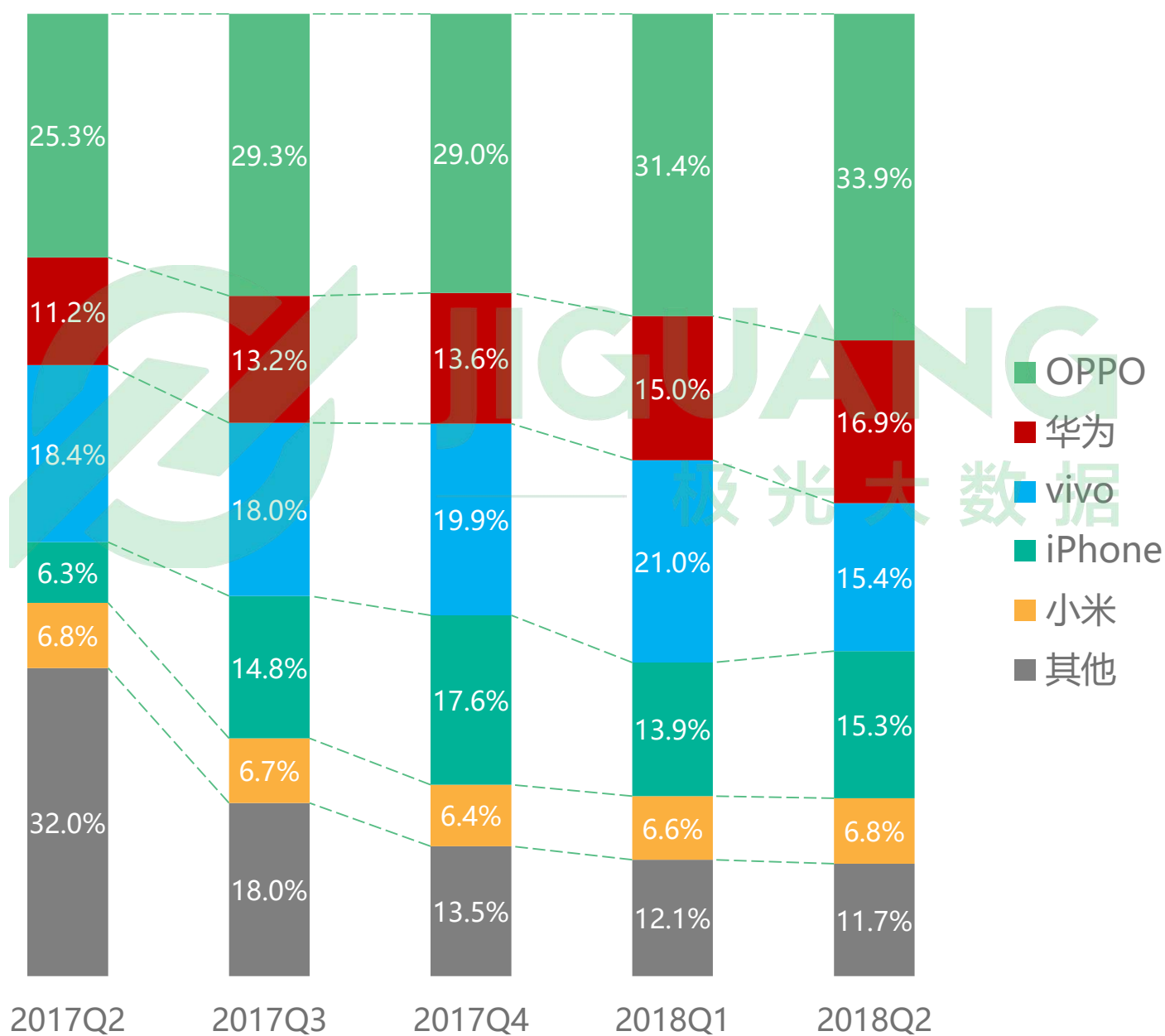
取数周期：2017.04-2018.06

主流手机品牌用户忠诚度——OPPO

OPPO换机忠诚度达近一年新高，为33.9%

- 极光大数据显示，vivo对OPPO换机用户的吸引力在这一季度明显削弱；换机时选择华为、vivo和iPhone的用户均超15%

2018年Q2 OPPO用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

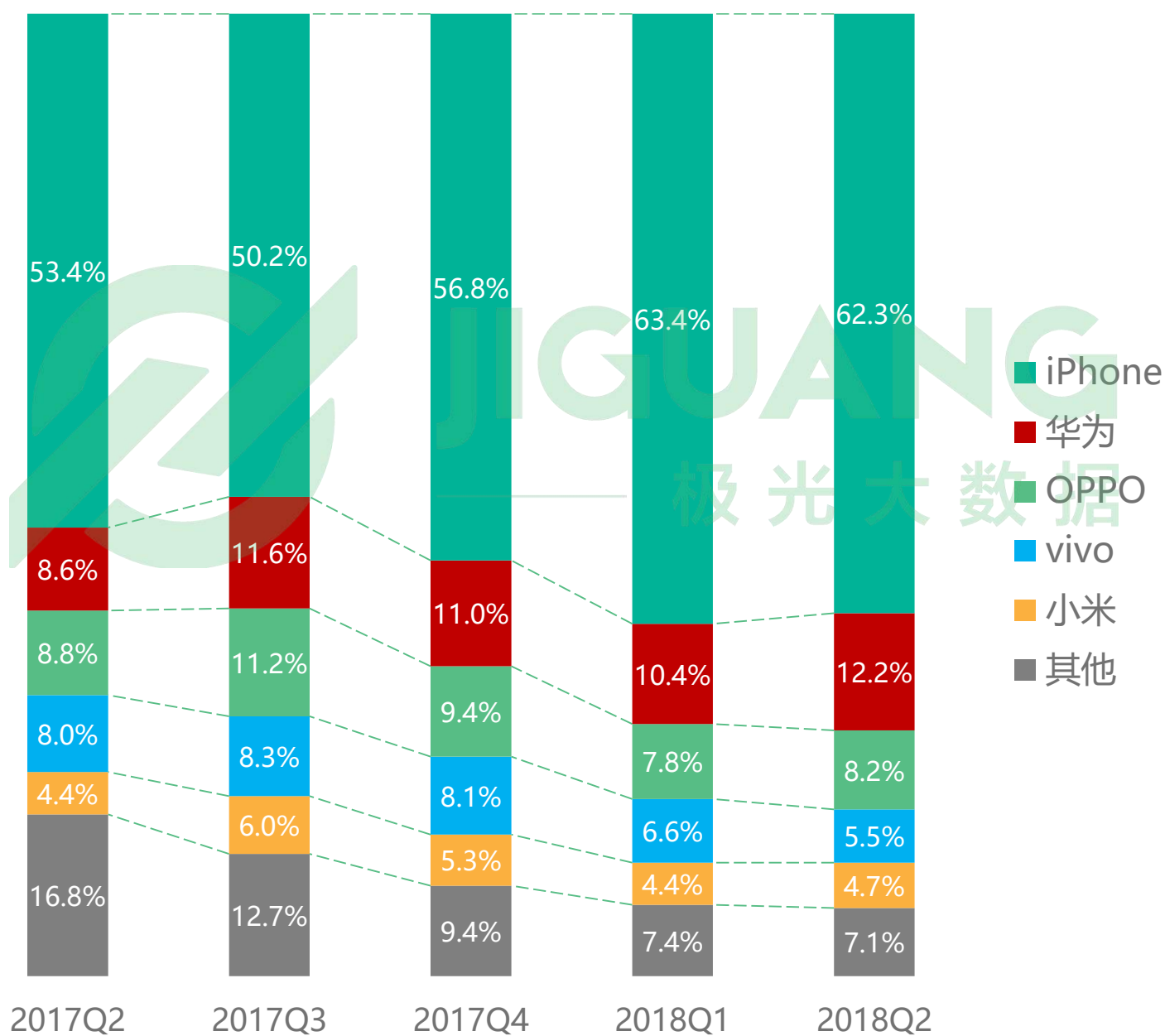
取数周期：2017.04-2018.06

主流手机品牌用户忠诚度—— iPhone

iPhone用户忠诚度极高，有62.3%换机不换品牌

- 根据极光大数据统计，18年Q2换手机的iPhone用户中，有超过六成会继续使用iPhone；其余部分流失到华为、OPPO等品牌，iPhone换华为用户比例为12.2%

2018年Q2 iPhone用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

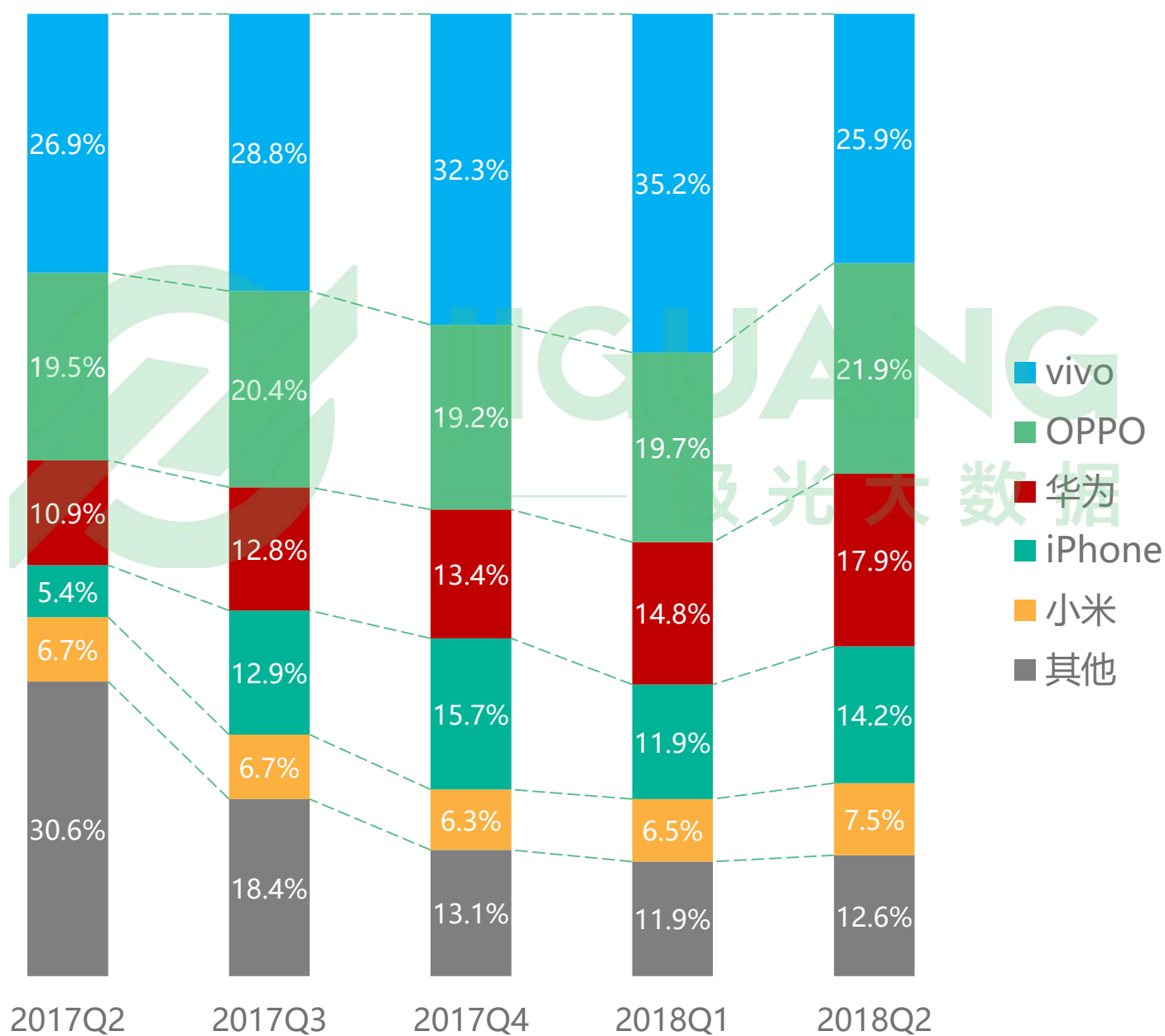
取数周期：2017.04-2018.06

主流手机品牌用户忠诚度——vivo

25.9%的vivo换机用户仍然选择本品牌，该比例相比Q1明显下降

- 极光大数据显示，2018年Q2有25.9%的vivo用户换机不换品牌，另外有21.9%的用户转向使用兄弟品牌OPPO，转向华为的vivo换机用户占比增长至17.9%

2018年Q2 vivo用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

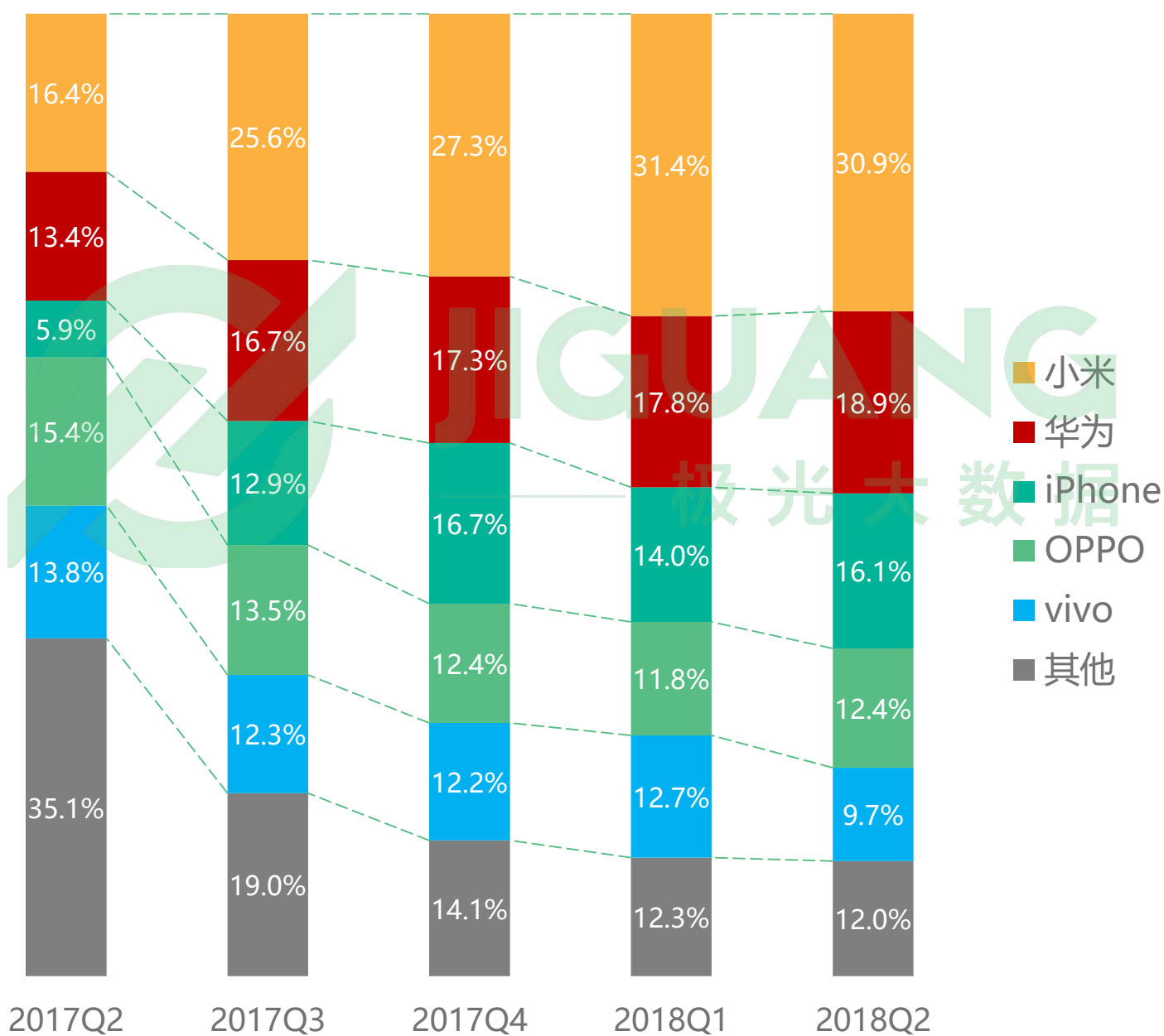
取数周期：2017.04-2018.06

主流手机品牌用户忠诚度——小米

约三成小米用户换手机后继续使用小米

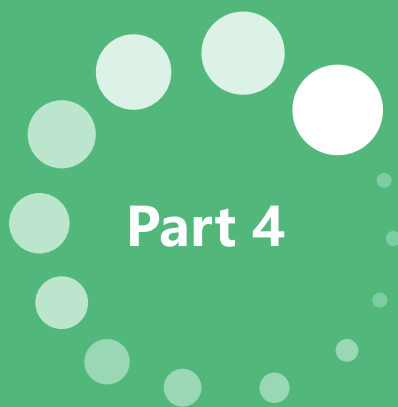
- 极光大数据显示，小米用户忠诚度保持稳定
- Q2的小米换机用户中18.9%转向华为，16.1%转向iPhone，12.4%转向OPPO，对比Q1占比均有所上升

2018年Q2 小米用户忠诚度变化



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.04-2018.06



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：近七成用户是男性，爱看电影

- 极光大数据显示，67.7%的华为用户为男性，26-35岁用户占比一半以上；华为用户倾向通过具有知识青年、运动健美属性的渠道交友

华为用户画像

年龄



兴趣爱好TGI



社交风格TGI



性别



数据来源：极光大数据

取数周期：2018.06

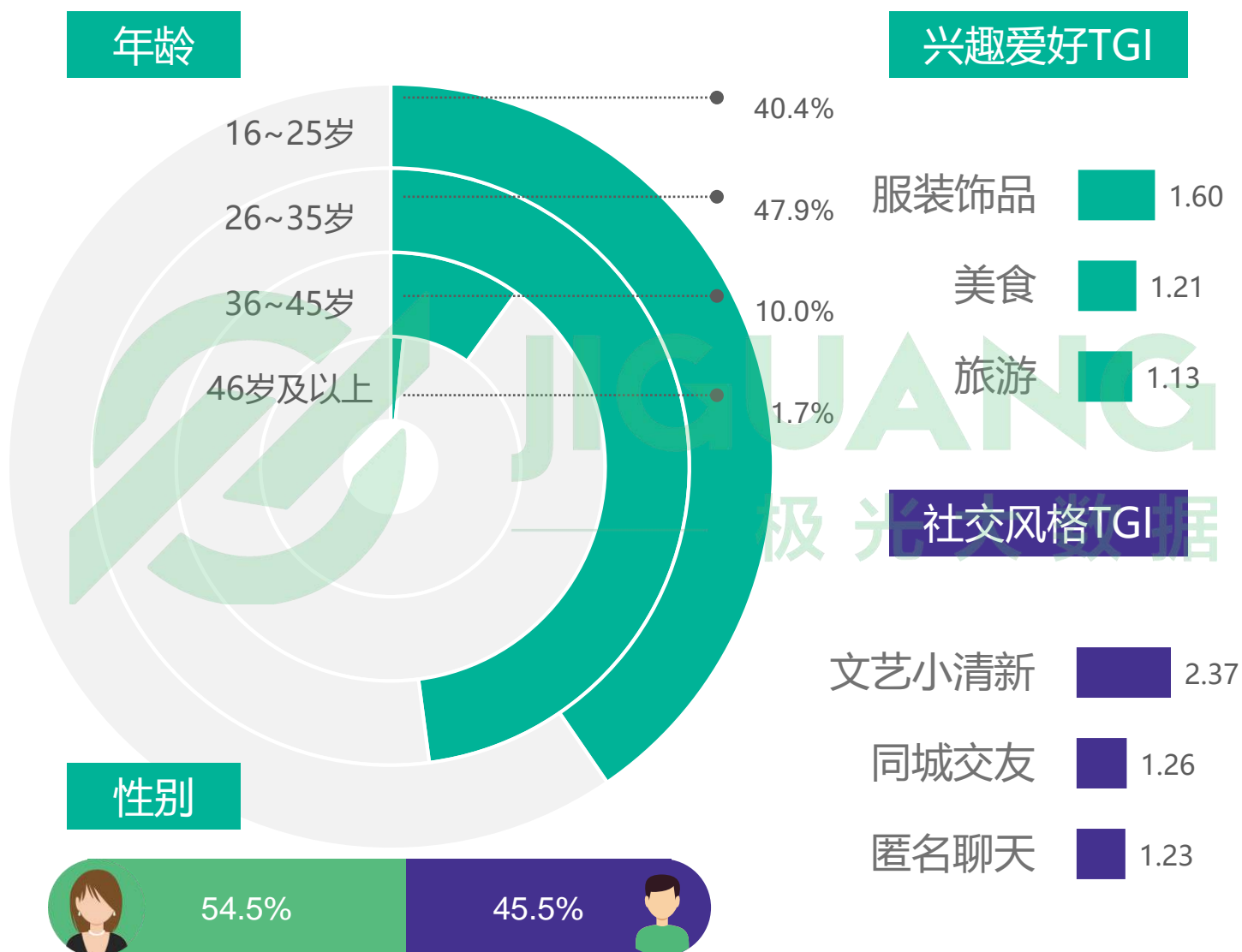
某标签 TGI = 应用人群某标签占比 / 市场总人群某标签占比

主流安卓手机品牌用户画像——OPPO

OPPO用户：年轻女性用户为主，54.5%的用户性别为女性，88.3%的用户在35岁及以下

- 根据极光大数据显示，OPPO用户对服装饰品的兴趣表现明显，对文艺小清新的社交风格最为偏好

OPPO用户画像



数据来源：极光大数据

取数周期：2018.06

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：男性用户略超女性用户

- 极光大数据显示，vivo用户对美容美妆更感兴趣，对运动健美风格的交友渠道偏好明显

vivo用户画像

年龄



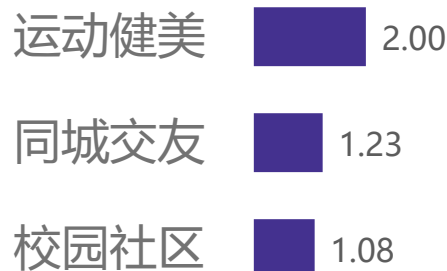
兴趣爱好TGI



性别



社交风格TGI



数据来源：极光大数据

取数周期：2018.06

某标签 TGI = 应用人群某标签占比 / 市场总人群某标签占比

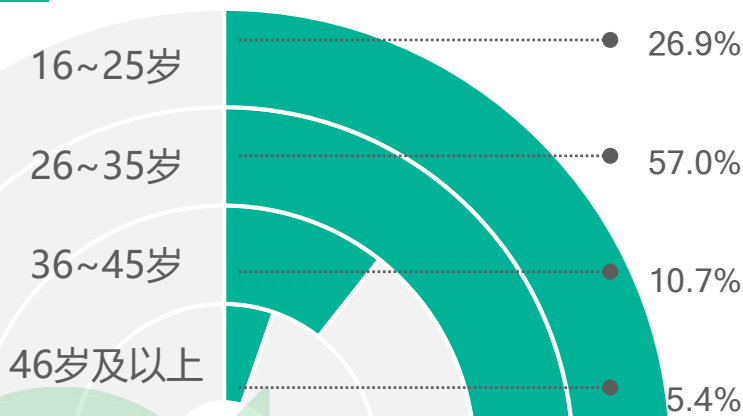
主流安卓手机品牌用户画像——小米

小米用户：以男性为主，爱好直播聊天

- 根据极光大数据统计，小米用户中有70.2%为男性，其中83.9%的用户不到35岁
- 小米用户爱好直播聊天、运动和动漫，最偏好二次元社交风格

小米用户画像

年龄



兴趣爱好TGI



社交风格TGI



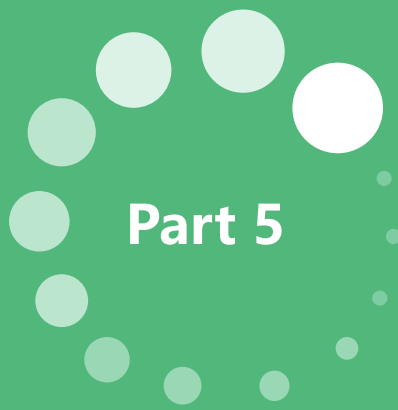
性别



数据来源：极光大数据

取数周期：2018.06

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



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51款app

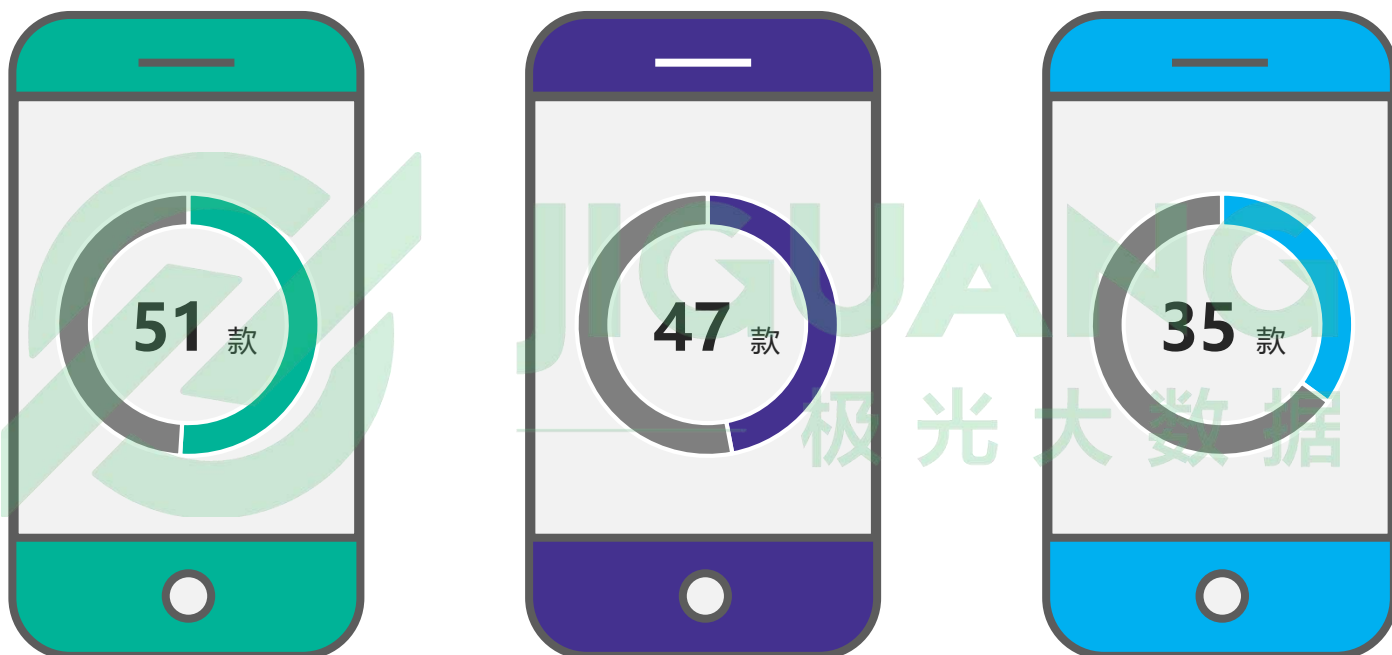
- 极光大数据显示，平均每台高中低端手机中安装的app分别为51款、47款和35款，低端机用户安装的app数量与高中端机有一定的差距，或受运存和内存等因素的影响

高中低端机型每台手机平均安装app数量

高端机

中端机

低端机



数据来源：极光大数据

*报告中将2018年6月市场报价低于1K的机型定义为低端机，市场价在1000-3000之间的机型定义为中端机，市场价高于3000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是凤凰新闻

- 极光大数据显示，高中低端手机最偏爱的app分别是凤凰新闻、语音助手类app小爱语音引擎和聚合视频类app云视听.企鹅；各自的top5偏好app中，中端机有3款是系统工具类，低端机有4款是网络视频类

高中低端手机偏好指数top 5



高端机



中端机



低端机

凤凰新闻

64.6

小爱语音引擎

54.0

云视听.企鹅

55.4

微软翻译

63.4

武林外传

42.7

CIBN高清影视

53.4

神州专车

61.6

支付宝

42.4

电视猫

52.4

大众点评

61.1

一加录音机

40.7

Compote

52.4

携程旅行

59.5

文件管理

40.7

银河·奇异果

51.3

数据来源：极光大数据

取数周期：2018.06

*统计模型：极光app偏好指数

主流安卓手机偏好指数

华为用户最为偏爱app为华为运动健康，OPPO用户偏爱搜狗输入法，小米用户top5偏好多为工具型app

- 极光大数据显示，华为、OPPO、vivo和小米用户最偏爱的app分别是华为运动健康、搜狗输入法、聚美优品和多看阅读

主流安卓手机偏好指数top 5



oppo

vivo



华为	OPPO	vivo	小米
华为运动健康 76.7	搜狗输入法 71.1	聚美优品 60.9	多看阅读 85.5
百度输入法 76.1	一点资讯 60.6	搜狐视频 47.9	小爱语音引擎 77.8
造物家 60.8	网易邮箱大师 58.1	58同城 45.5	小米直播 77.7
小萌逗 59.9	唯品会 54.7	腾讯视频 45.0	Microsoft PowerPoint 71.8
微软翻译 58.6	真人天天斗地主 53.8	北语360度全景漫游 44.9	Microsoft Excel 71.6

数据来源：极光大数据

取数周期：2018.06

统计模型：极光app偏好指数



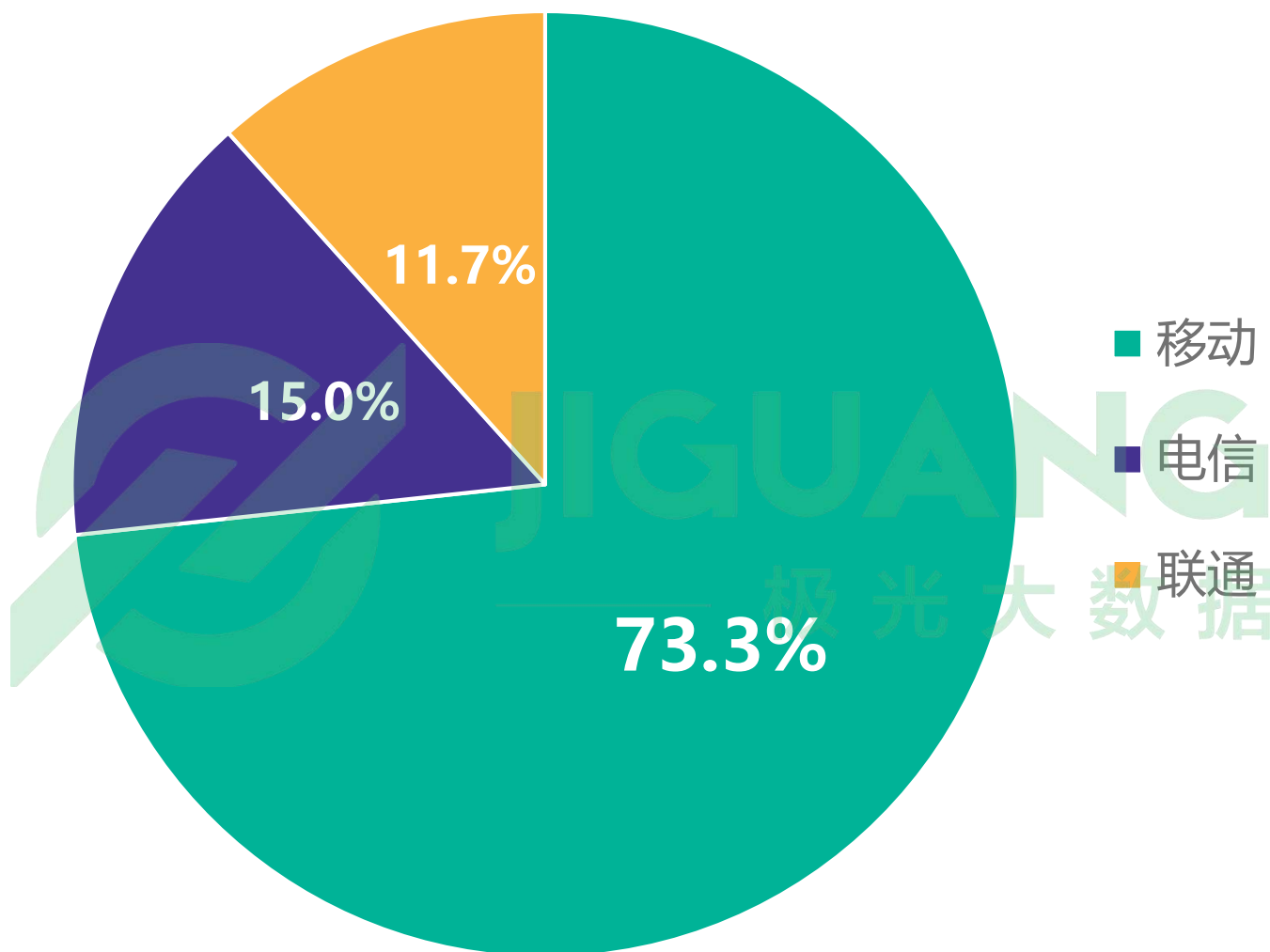
国内运营商市场分析

三大运营商市场占比

73.3%的中国移动网民是移动的用户

- 根据极光大数据显示，移动、电信和联通的市场占比分别为73.3%、15%和11.7%，意味着每100个中国移动网民中，有接近73个移动用户

三大运营商市场占比



数据来源：极光大数据

取数周期：2018.06

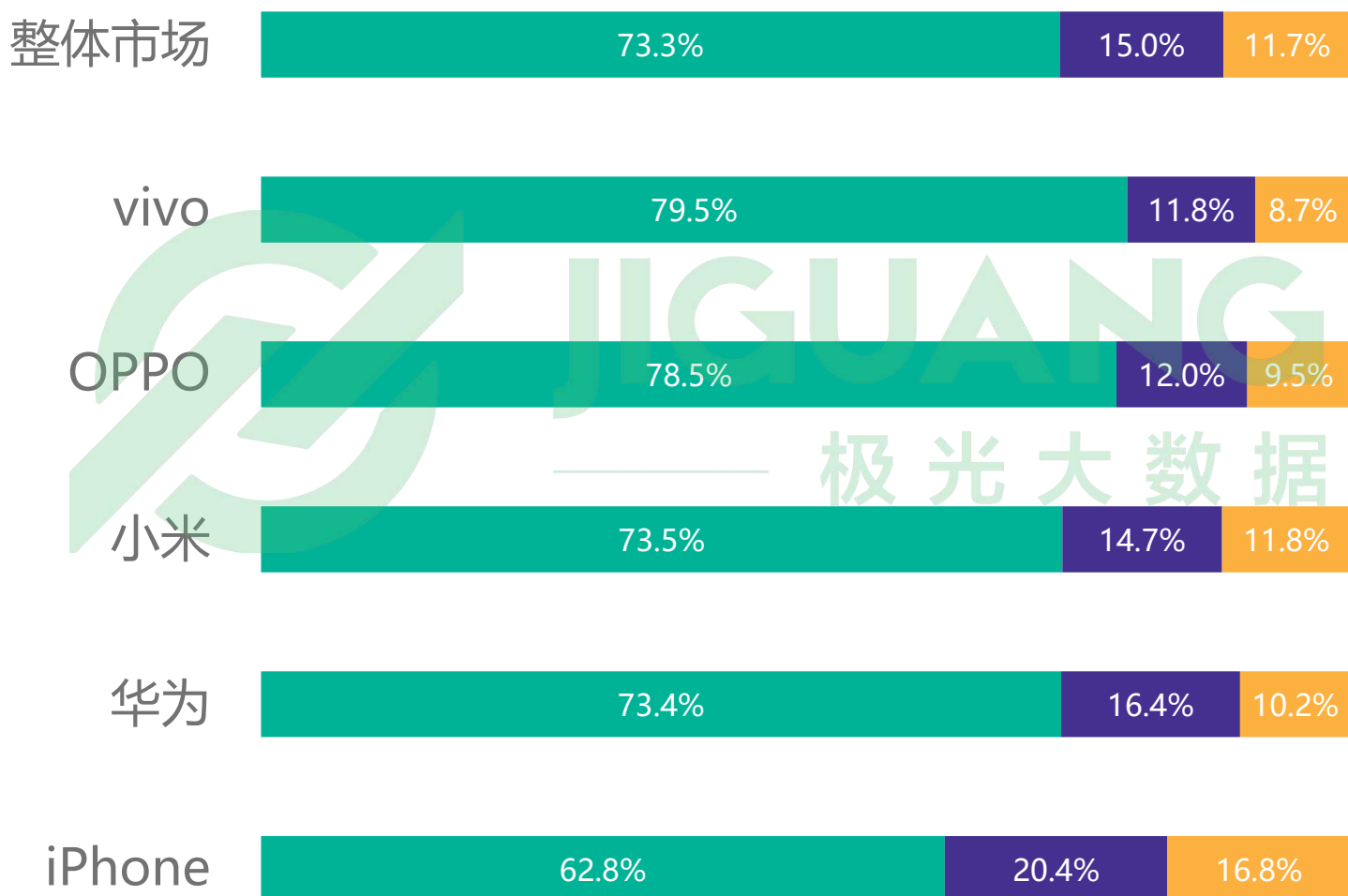
三大运营商在主流手机品牌中的市场占比

iPhone的移动用户占比为62.8%，比整体市场占比低10.5%

- 根据极光大数据统计，OV拉动了移动用户在整体市场中的占比
- iPhone用户中联通用户占比16.8%，比整体市场联通用户占比高5.1%

三大运营商在主流手机品牌中的市场占比

■ 移动 ■ 电信 ■ 联通



数据来源：极光大数据

取数周期：2018.06

三大运营商市场占比变化趋势

电信在18年Q2市场占比进一步扩大，而移动和联通均有所下跌

三大运营商市场占比变化趋势



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.04-2018.06

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04月-2018年06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（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6月份，极光已经为34.4万移动应用开发者和88.7万款移动应用提供服务，其开发工具包（SDK）安装量累计近150亿，月度独立活跃设备近10亿部。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