手机及其应用程序 - 中国 - 2014年 2月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



就销售额而言，中国是头号手机市场，且2013年该市场显示了积极的增长。在稳健的年度增长背后是热情高涨的消费者，他们对手机、特别是智能手机的需求旺盛。

在这篇报告中我们回答了以下问题:

- 如何在中国智能手机市场竞争中脱颖而出？
- 手机应用程序的未来与机遇何在？是否存在潜在的威胁？
- 在当前迅速发展的在线购物环境下，手机支付将如何发展？

就销售额而言，中国是头号手机市场，且2013年该市场显示了积极的增长。在稳健的年度增长背后是热情高涨的消费者，他们对手机、特别是智能手机的需求旺盛。

三星在中国市场处于领先地位。苹果得益于其高端定位同样表现出色，而国内公司的成长对国外领先手机品牌日益构成威胁。小米是一家年轻的移动通信产品制造商及软件开发商。作为新晋品牌，它凭借创新性的网上销售渠道、开放的产品优化思路、以及高性价比的形象吸引了市场的注意力。该品牌的成功反映了制胜中国手机市场的关键因素，比如可靠的品牌和高性价比。

尽管如此，手机的商品化致使竞争日益激烈、盈利愈发艰难。当今，能产生更高收益的领域是手机操作系统、应用程序以及网络运营。

智能手机的兴起带动了手机应用程序的发展，盈利潜力很大。然而，应用程序市场也很复杂，涉及多种企业，比如手机制造商、操作系统供应商、电信运营商和互联网公司。

要想在中国手机应用程序市场取得成功，重要的是理解这个独特的市场以及消费者不断演变的需求，同样重要的是加入刚刚兴起的手机支付系统新革命。

购买
这篇报告

地址:
store.mintel.com

电话:
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

中国
+86 (0) 6032 7300

邮件:
oxygen@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

手机及其应用程序 - 中国 - 2014年 2月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

引言

定义

手机应用程序

报告结构

研究方法

缩写词

综述

手机市场

预测

数据1: 手机市场预测（按销售量区分），2008-18年

中国手机市场在2013年取得蓬勃发展

数据2: 中国手机销售（按销售额和销售量区分），2011-13年

高速发展的智能手机市场

数据3: 非智能手机和智能手机的销售划分（按销售量份额区分），2008-13年

兼容3G的智能手机是目前的主流——但是未来属于4G

数据4: 3G和2G手机的销售划分（按销售量份额区分），2011-13年

市场推动因素和增长障碍

手机应用程序市场

应用程序市场情况复杂但充满潜力

市场推动因素和增长障碍

公司和品牌

三星领先，国内公司奋起直追

数据5: 排名靠前的手机公司（按销售量份额区分），2012-13年

商品化

应用程序市场的主要竞争者

消费者——手机拥有状况

数据6: 智能手机和非智能手机的拥有状况，2013年12月

数据7: 智能手机和非智能手机的拥有状况（按智能手机单纯用户、非智能手机用户和双重用户的百分比份额区分），2013年12月

消费者——当前手机操作系统

数据8: 当前手机操作系统（按百分比份额区分），2013年12月

消费者——目前智能手机的价格

数据9: 目前智能手机的价格（按价格段的百分比份额区分），2013年12月

消费者——手机购买考虑因素

数据10: 三个最重要的手机购买考虑因素，2013年12月

消费者——所使用应用程序的种类

数据11: 经常使用的应用程序种类（按门类区分），2013年12月

消费者——对手机应用程序的态度

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

中国 +86 (0) 6032 7300 |

邮件: oxygen@mintel.com

手机及其应用程序 - 中国 - 2014年 2月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据12: 关于手机应用程序的消费者态度，2013年12月

消费者——对于手机和应用程序的态度

数据13: 关于手机和应用程序的消费者态度，同意意见，2013年12月

关键议题：如何吸引手机市场不同的消费者细分群体

关键议题：如何在中国应用程序市场取得成功

数据14: 关于手机应用程序的态度(百分比)，是否同意“我希望看到更多为中国用户量身定制的手机应用”的说法，2013年12月

关键议题：手机支付革命

我们的观点

手机市场

要点

中国手机市场在2013年取得蓬勃发展

数据 15: 中国手机销售（按销售额和销售量区分），2011-13年

数据 16: 手机平均价格（每部手机），2011-13年

智能手机市场利润丰厚

数据 17: 非智能手机和智能手机的划分（按销售量份额区分），2008-13年

数据 18: 手机销售量增长率（按非智能手机和智能手机区分），2008-13年

4G新纪元的起点

3G手机是目前主流.....

数据 19: 3G和2G手机的销售划分（按销售量份额区分），2011-13年

.....但是未来属于4G

数据 20: 3G网络的注册用户，2013年

市场推动因素

国家经济继续增长

数据 21: 中国国内生产总值和增长率，2008-13年

城市和农村地区收入增加

数据 22: 中国城市和农村居民年度人均净收入以及实际增长率（人民币），2008-13年

现代生活中对手机的需求

一个热爱互联网的民族

手机网络的发展

增长障碍因素

技术发展的挑战

手机平台和产品创新的挑战

抄袭产品（山寨）的威胁

预测

数据 23: 手机市场预测（按销售量区分），2008-18年

手机应用程序市场

要点

应用程序市场复杂而充满潜力

市场增长驱动因素——应用程序

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

中国 +86 (0) 6032 7300 |

邮件: oxygen@mintel.com

手机及其应用程序 - 中国 - 2014年 2月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

蓬勃发展的智能手机市场

4G带来的机遇

热衷应用程序的中国消费者

增长障碍因素

免费使用心态和盈利模式之间的冲突

竞争环境

鱼龙混杂的应用程序商店

知识产权问题

公司和品牌

要点

三星领跑手机市场.....

数据 24: 排名靠前的手机公司（按销售量份额区分），2012-13年

数据 25: 排名靠前的手机公司（按销售额份额区分），2012-13年

.....其成功在于广泛的产品组合及对本地消费者需求的理解

商品化

具有强大竞争力的国内品牌涌现智能手机市场

应用程序市场的主要竞争者

本土平台是安卓的领先下载门户

互联网巨头的影响

公司档案

手机制造商

三星集团

苹果公司

诺基亚公司

联想集团

小米公司

应用程序平台：

苹果公司（iOS）

豌豆荚（安卓）

互联网公司：

腾讯公司

阿里巴巴集团

消费者——手机拥有状况

要点

手机是消费者生活中的关键部分

数据 26: 高科技产品拥有状况，2013年12月

智能手机是主流

数据 27: 智能手机和非智能手机的拥有状况，2013年12月

数据 28: 智能手机和非智能手机的拥有状况（按智能手机单纯用户、非智能手机用户和双重用户的百分比区分），2013年12月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

中国 +86 (0) 6032 7300 |

邮件: oxygen@mintel.com

手机及其应用程序 - 中国 - 2014年 2月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

双重用户往往年轻、单身，而且收入较低。

数据 29: 手机拥有状况（按智能手机单纯用户、非智能手机用户和双重用户的百分比份额区分），2013年12月

消费者——当前智能手机操作系统

要点

安卓是领先的智能手机操作系统

数据 30: 当前手机操作系统（按百分比份额区分），2013年12月

不同年龄或性别群体对于安卓或苹果iOS没有明显的偏好

数据 31: 当前手机操作系统（按性别和年龄区分），2013年12月

iOS/苹果手机吸引收入较高、教育程度更高的消费者。

数据 32: 当前智能手机操作系统（按收入、城市和教育区分），2013年12月

消费者——目前智能手机的价格

要点

一半智能手机来源于中等价位

数据 33: 目前智能手机的价格（按价格段的百分比份额区分），2013年12月

数据 34: 目前智能手机的价格，2013年12月

年龄较大的女性愿意在高端手机上花钱

数据 35: 目前智能手机的价格（按性别、年龄和收入区分），2013年12月

一线城市的消费者倾向于拥有比较贵的手机。

数据 36: 目前智能手机的价格（按城市区分），2013年12月

消费者——手机购买考虑因素

要点

高性价比是消费者选择手机时的首要考虑因素

数据 37: 选择手机时的最重要因素，2013年12月

综合排名前三的因素，运行速度快/配置高是最重要因素

数据 38: 三个最重要的手机购买考虑因素，2013年12月

大屏幕的梦想

对高质量照相机的需求

颜色的问题

对于那些愿意为手机支付溢价的人，品牌成为最重要的因素。

数据 39: 选择手机时的最重要因素（按目前手机价格区分），2013年12月

消费者——所使用的应用程序的种类

要点

社交类、日常生活服务类、娱乐类以及支付/投资类是使用最频繁的主要应用程序类型

数据 40: 经常使用的应用程序种类（按门类区分），2013年12月

社交网络和即时通讯类是最经常使用的应用程序

日常生活服务类应用程序的增长规模

娱乐需求

手机支付潜力

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

中国 +86 (0) 6032 7300 |

邮件: oxygen@mintel.com

手机及其应用程序 - 中国 - 2014年 2月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 41: 经常使用的应用程序种类， 2013年12月

女性和年轻消费者是使用社交聊天类最频繁的人群

数据 42: 经常使用的应用程序种类（按性别和年龄区分）， 2013年12月

消费者——对手机应用程序的态度

要点

半数消费者乐意尝试新应用程序

数据 43: 关于手机应用程序的消费者态度——新应用程序，2013年12月

口碑相传和推荐有助于增加应用程序的使用

数据 44: 关于手机应用程序的消费者态度——社交生活对应用程序的影响，2013年12月

消费者不介意手机应用程序里的广告，但是这些广告需要精心管理

数据 45: 关于手机应用程序的消费者态度——手机应用广告，2013年12月

设计良好的收费应用程序有能吸引更广泛的人群

数据 46: 关于手机应用程序的消费者态度——收费应用程序，2013年12月

消费者——对于手机和应用程序的态度

要点

消费者仍然认为国外手机品牌的质量更好

数据 47: 关于手机的消费者态度——国外品牌，2013年12月

消费者追求最新款手机

数据 48: 关于手机的消费者态度——功能和尺寸，2013年12月

有中国特色的应用程序吸引消费者

数据 49: 关于手机应用程序的消费者态度，2013年12月

广泛实现手机支付需要更多努力

数据 50: 关于手机应用程序的消费者态度——手机支付，2013年12月

关键议题：如何吸引手机市场不同的消费者细分群体

要点

消费者细分

数据 51: 目标消费群体，2013年12月

地位觉察者（样本占比27%）

应用爱好者（样本占比25%）

务实主义者（样本占比24%）

持怀疑态度者（样本占比24%）

数据 52: 关于手机和应用程序的消费者态度（按目标群体区分），2013年11月

针对不同消费者群体的差异化定价策略

低价手机应该首先以务实主义者和持怀疑态度者为目标.....

.....中等价位市场竞争激烈.....

.....高端定位机型应该优先瞄准地位觉察者和应用爱好者

数据 53: 目前智能手机的价格（按目标群体区分），2013年11月

iOS/苹果手机对地位觉察者和应用爱好者有更大吸引力

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

中国 +86 (0) 6032 7300 |

邮件: oxygen@mintel.com

数据 54: 目前智能手机的操作系统（按目标群体区分），2013年11月

这意味着什么

关键议题：如何在中国应用程序市场取得成功

要点

应用程序市场利润丰厚，但是竞争激烈，大有潜力

数据 55: 关于手机应用程序的消费者态度——新应用程序，2013年12月

中国化

数据 56: 关于手机应用程序的态度(百分比)，是否同意“我希望看到更多为中国用户量身定制的手机应用”的说法，2013年12月

增加社交元素

数据 57: 关于手机应用程序的态度(百分比)，是否同意“社交网站类程序已成了我生活必不可少的一部分”的说法，2013年12月

可持续发展的货币化模式

数据 58: 关于手机应用程序的消费者态度——收费应用程序，2013年12月

数据 59: 关于手机应用程序的消费者态度——手机应用广告，2013年12月

选择正确的下载平台

认清敌人

数据 60: 于手机应用程序的态度(百分比)，是否同意“山寨手机应用的安全隐患让我不太敢尝试新的手机应用了”的说法，2013年12月

这意味着什么

关键议题：跟上手机支付革命

要点

手机支付的潜力

支付的未来在于手机支付

数据 61: 经常使用的应用程序种类（支付和投资类），2013年12月

手机支付处于起步阶段

数据 62: 关于手机应用程序的消费者态度——手机支付，2013年12月

中国的主要手机支付公司和类型

近场通讯的未来机遇

手机应用程序支付的未来机遇

更广泛的覆盖和应用范围

更好地理解消费者从而进行更有针对性的营销

这意味着什么

附录——高科技电子产品拥有状况

数据 63: 高科技电子产品拥有状况 2013年12月

数据 64: 最普遍的高科技电子产品拥有状况(按人口统计区分)，2013年12月

数据 65: 第二普遍的高科技电子产品拥有状况（按 人口统计区分），2013年12月

附录——智能手机的操作系统和价格

数据 66: 智能手机操作系统，2013年12月

数据 67: 智能手机操作系统，人口统计，2013年12月

附录——智能手机的操作系统和价格

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

中国 +86 (0) 6032 7300 |

邮件: oxygen@mintel.com

手机及其应用程序 - 中国 - 2014年 2月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 68: 智能手机的价格， 2013年12月

数据 69: 最普遍的 智能手机的价格（按人口统计区分）， 2013年12月

数据 70: 第二普遍的智能手机的价格（按人口统计区分）， 2013年12月

数据 71: 其它智能手机价格（按人口统计区分）， 2013年12月

数据 72: 智能手机的价格（按高科技电子产品拥有状况）， 2013年12月

附录——应用程序使用的种类

数据 73: 经常使用的应用程序种类， 2013年12月

数据 74: 经常使用的应用程序种类（按智能手机操作系统区分）， 2013年12月

附录——手机购买考虑因素

数据 75: 重要的手机购买考虑因素， 2013年12月

数据 76: 最重要的手机购买考虑因素——等级1（按人口统计区分）， 2013年12月

数据 77: 第二重要的手机购买考虑因素——等级1（按人口统计区分）， 2013年12月

数据 78: 最重要的手机购买考虑因素——等级2（按人口统计区分）， 2013年12月

数据 79: 第二重要的手机购买考虑因素——等级2（按人口统计区分）， 2013年12月

数据 80: 最重要的手机购买考虑因素——等级3（按人口统计区分）， 2013年12月

数据 81: 第二重要的手机购买考虑因素——等级3（按人口统计区分）， 2013年12月

数据 82: 重要的手机购买考虑因素（按高科技电子产品拥有状况）， 2013年12月

数据 83: 重要的手机购买考虑因素（按智能手机的价格区分）， 2013年12月

附录——额外的关于手机应用的消费者态度

数据 84: 额外的关于手机应用的消费者态度， 2013年12月

数据 85: 额外的关于手机应用的消费者态度——社交对选择手机应用的影响（按人口统计区分）， 2013年12月

数据 86: 额外的关于手机应用的消费者态度——手机应用广告（按人口统计区分）， 2013年12月

数据 87: 额外的关于手机应用的消费者态度——新的手机应用（按人口统计区分）， 2013年12月

数据 88: 额外的关于手机应用的消费者态度——手机应用支付（按人口统计区分）， 2013年12月

数据 89: 额外的关于手机应用的消费者态度——以上都不是（按人口统计区分）， 2013年12月

附录——与手机和应用程序相关的消费者态度

数据 90: 与手机和应用程序相关的消费者态度， 2013年12月

数据 91: 是否同意“我乐意花钱去更新换代我的手机，让它一直是最新款的”的说法（按人口统计区分）， 2013年12月

数据 92: 是否同意“手机越大，使用起来越是方便”的说法（按人口统计区分）， 2013年12月

数据 93: 是否同意“功能简单的手机使用起来更加方便”的说法（按人口统计区分）， 2013年12月

数据 94: 是否同意“国外手机品牌的质量要比国内品牌的好”的说法（按人口统计区分）， 2013年12月

数据 95: 是否同意“为了更高质量的手机应用而多付点钱是值得的”的说法（按人口统计区分）， 2013年12月

数据 96: 是否同意“我希望看到更多为中国用户量身定制的手机应用”的说法（按人口统计区分）， 2013年12月

数据 97: 是否同意“山寨手机应用的安全隐患让我不太敢尝试新的手机应用了”的说法（按人口统计区分）， 2013年12月

数据 98: 是否同意“在手机上用社交网站类程序和别人交流已成了我生活必不可少的一部分”的说法（按人口统计区分）， 2013年12月

数据 99: 是否同意“目前市面上缺乏多种多样的手机支付服务/应用程序可供选择”的说法（按人口统计区分）， 2013年12月

数据 100: 是否同意“目前能使用手机来进行支付的地方还太少”的说法（按人口统计区分）， 2013年12月

数据 101: 是否同意“我希望能了解更多关于手机支付的信息”的说法（按人口统计区分）， 2013年12月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

中国 +86 (0) 6032 7300 |

邮件: oxygen@mintel.com

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 102: 是否同意“手机支付和其他传统的支付方式是一样安全的”的说法（按人口统计区分），2013年12月

附录——进一步分析

数据 103: 目标群体，2013年12月

数据 104: 目标群体（按人口统计区分），2013年12月

数据 105: 高科技电子产品拥有状况（按目标群体区分），2013年12月

数据 106: 智能手机操作系统（按目标群体区分），2013年12月

数据 107: 智能手机的价格（按目标群体区分），2013年12月

数据 108: 经常使用的应用程序种类（按目标群体区分），2013年12月

数据 109: 重要的手机购买考虑因素（按目标群体区分），2013年12月

数据 110: 额外的关于手机应用的消费者态度（按目标群体区分），2013年12月

数据 111: 与手机和应用程序相关的消费者态度（按目标群体区分），2013年12月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

中国 +86 (0) 6032 7300 |

邮件: oxygen@mintel.com