

手机与手机Apps - 中国 - 2022年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 消费者的手机品牌拥有率和品牌偏好
- 手机替换周期
- 购买手机时的考虑因素
- 下载和删除手机app（应用程序）的原因
- 消费者对手机和app的态度

经历了近10年的高速发展后，中国手机市场于2022年面临重重挑战。当前中国手机市场已趋近高度饱和且基本上由换新驱动，而消费者换新需求的下降也使得市场竞争更加激烈。手机制造商发力软件和IoT（物联网）生态系统以提高竞争力。在营销方面，品牌采取联名策略以瞄准细分市场。

英敏特调研数据显示，华为继续在拥有率和消费者品牌偏好方面居冠。这说明品牌在专注于产品之余，也应意识到与消费者建立紧密联系的重要性。消费者的品牌偏好与品牌对社会责任的关注程度密切挂钩，他们希望手机品牌为他们关心的社会问题提供解决方案。

由于新冠疫情急剧提高了消费者对心理健康的关注度，他们持续寻找方便且即时的渠道以获得更好的心理健康支持。科技可提供抚慰人心或愉悦的体验以助力消费者缓解焦虑情绪和压力，在满足消费者的心理健康需求方面扮演积极的角色。



“经历2021年的坚实复苏，中国手机市场于2022年面临重重挑战。这归因于换新需求萎缩以及手机创新的吸引力不复以往。软件和智联生态系统成为手机品牌实现突围的主要领域。除了产品之外，手机品牌需肩负社会责任以提升品牌形象以及赢得消费者的好感。”

— 许成维，研究分析师

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 定义

综述

- 市场
- 中国手机市场已达到饱和
数据1: 手机市场销售额及预测, 中国, 2017-2027年
- 折叠屏手机呈快速增长势头
- 5G预计在未来几年成为驱动市场的主引擎
- 手机品牌持续构建其IoT生态系统
- 公司与品牌
- 借助历史悠久的相机品牌以瞄准高端市场
- 借由软件创新打造差异点
- 通过联名扩大消费客群
- 消费者
- 华为享有高知名度
数据2: 手机品牌的拥有情况, 2022年
- 大多数消费者更倾向于每1-2年换新手机
数据3: 手机替换周期, 2022年
- 拍照功能成为另一关键特征
数据4: 购买手机时的考虑因素, 2022年
- 方便日常生活的app可吸引更多用户下载
数据5: 下载app的原因, 2022年
- 广告太多与技术问题是删除app的主要原因
数据6: 删除app的主要原因, 2022年
- 释放迎合特殊需求的科技解决方案的潜力
数据7: 对手机与app的部分态度, 2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 具有社会责任感的品牌有望脱颖而出
- 消费者期望借助科技解决方案缓解焦虑

市场规模与预测

- 中国手机市场已达到饱和
数据8: 手机市场销售额及预测, 中国, 2017-2027年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

市场因素

- 折叠屏手机呈快速增长势头
- 5G预计在未来几年成为驱动市场的主引擎
- 手机品牌持续构建其IoT生态系统

重点企业的表现

- 华为
- 苹果
- 小米
- vivo
- OPPO
- 荣耀

市场亮点

- 借助历史悠久的相机品牌以瞄准高端市场
数据9: 小米和OPPO与历史悠久的相机品牌合作，2022年
- 借由软件创新打造差异点
数据10: iPhone 14系列的灵动岛，2022年
- 通过联名扩大消费客群
数据11: OPPO与中国动漫联名推出限量款智能手机，2022年

手机品牌的拥有情况

- 华为享有高知名度
数据12: 手机品牌的拥有情况，2022年
- 拥有完善生态体系的手机品牌赢得更高的品牌忠诚度
数据13: 换新手机时计划购买同样品牌的消费者，2022年
- 苹果可吸引所有收入水平的消费者，而华为更受高收入者的青睐
数据14: 手机品牌的拥有情况（按个人月收入区分），2022年

手机替换周期

- 大多数消费者更倾向于每1-2年换新手机
数据15: 手机替换周期，2022年
- 激发年长消费者更换新手机的兴趣
数据16: 手机替换周期——3年以上（按年龄区分），2022年

购买手机时的考虑因素

- 拍照功能成为另一关键特征
数据17: 购买手机时的考虑因素，2022年
- 年轻一代重视充电功能，而年长群体会优先考虑电池寿命
数据18: 购买动因——电池寿命和充电功能（按代际区分），2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

下载APP的原因

- 实用性对于网上购物app至关重要
数据19: 下载app的原因——网上购物app, 2022年
- 社交媒体兴起, 成为主要的信息来源
数据20: 下载app的原因——社交媒体app, 2022年
- 影音播放app的吸引力取决于内容
数据21: 下载app的原因——影音播放app, 2022年
- 及时且多元的信息推送对新闻资讯app来说必不可少
数据22: 下载app的原因——新闻资讯app, 2022年
- 生活服务app的实用功能更具吸引力
数据23: 下载app的原因——生活服务app, 2022年

删除APP的原因

- 广告太多与技术问题是删除app的主要原因
数据24: 删除app的主要原因, 2022年
- 年轻消费者追求更好的app使用体验
数据25: 删除app的部分原因(按年龄区分), 2022年
- 消费者容易做出删除app的决定
数据26: 删除app的主要原因——频度分析, 2022年

对手机与APP的态度

- 缺乏迎合特殊需求的科技解决方案
数据27: 对手机与app的部分态度, 2022年
- 心理健康日益受到关注
数据28: 对手机与app的部分态度, 2022年
- 高收入消费者要求先进的功能与更好的使用体验
数据29: 对手机与app的部分态度(按个人月收入区分), 2022年

附录——市场规模与预测

数据30: 手机市场销售额及预测, 中国, 2017-2027年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容?

该报告是系列报告中的一篇, 旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font, contained within a bright yellow speech bubble shape. Below the main bubble are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

MINTEL

关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。