

手机 - 中国 - 2016年1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



“为了在饱和的手机市场脱颖而出，鼓励消费者加大消费力度，品牌需要致力于满足消费者尚未被满足的需求、构建高端品牌，并打造与众不同的品牌形象。”

— 徐天韵，高级研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 智能手机市场在中国已达到饱和状态？
- 关注消费者尚未满足的需求
- 构建高端品牌
- 树立独一无二的品牌定位

2015年，中国手机市场增速放缓。4G网络的发展、购买周期的缩短、在线零售的繁荣以及多样化的价格选择均成功拉动了该市场的发展。就渗透率而言，中国手机市场已经趋向饱和，运营商补贴前景不明朗，加之安卓智能手机之间激烈的价格战均将成为市场的阻碍因素。

消费者更新智能手机的周期越来越短。然而，安卓手机用户的品牌忠诚度仍相对较低。其潜在的原因，是在品牌形象和手机性能的各个方面，安卓手机之间缺乏“区分点”。

为了刺激业务增长，公司和品牌需要关注消费者尚未被满足的需求、建立高端品牌，打造与众不同的品牌形象。

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

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@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 - 中国 - 2016年1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

概述

您所需要了解的

本报告所谈论的产品/主题如下

人口统计分类

家庭收入

综述

市场

市场概述

数据1: 中国手机市场销量, 中国, 2010-2020年

市场因素

数据2: 手机销量 (按非智能手机和智能手机区分), 2008-2015年

公司和品牌

小米、华为、魅族、OPPO和vivo销量份额出现增长

三星、联想和酷派销量份额下滑

数据3: 中国领先手机品牌 (按销量份额区分), 2014-2015年

苹果持续领衔销售额增长, OPPO和华为跟随其后

创新亮点

消费者

国产品牌抢占国际品牌市场份额

数据4: 目前的智能手机品牌, 2014年10月和2015年10月

领先品牌的用户特征

苹果手机用户满意度最高

处理速度是安卓手机最大的问题

数据5: 对目前智能手机的总体满意度 (按品牌区分), 2015年10月

除了OPPO以外, 其他安卓手机品牌缺乏“区分点”

数据6: 对应分析——智能手机品牌形象, 2015年10月

智能手机平均购买周期是1-1.5年

数据7: 目前智能手机的总体使用时间, 2015年10月

苹果依旧是最受青睐的品牌, 而国产品牌迎头赶上

数据8: 未来6个月打算购买的智能手机品牌, 2014年10月和2015年10月

苹果忠诚度保持最高位

我们的观点

关键议题和洞察

智能手机市场在中国已达到饱和状态?

现状

启示

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

手机 - 中国 - 2016年1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

关注消费者尚未满足的需求

现状

启示

构建高端品牌

现状

启示

数据9: 华为旗舰店, 上海, 2015年12月

树立独一无二的品牌定位

现状

启示

市场——您所需要了解的

中国手机市场增速放缓

手机市场有望在未来五年复苏

4G网络的发展、购买周期的缩短、在线销售渠道的繁荣、加上多样化的价位选择均刺激市场繁荣

饱和的渗透率、运营商补贴不明朗以及安卓用户品牌忠诚度低阻碍市场发展

智能手机仍占据主导地位，但发展速度放缓

市场规模和预测

中国手机市场增速放缓

数据10: 中国手机销售情况 (按销量区分), 2008-2015年

数据11: 中国手机销售情况 (按销售额区分), 2011-2015年

手机市场有望在未来五年复苏

数据12: 中国手机市场销量, 中国, 2010-2020年

市场因素

市场增长动力

4G网络继续发展

数据13: 2G、3G和4G手机销售量份额, 2009-2015年

智能手机购买周期缩短

在线零售蓬勃发展, 带动销量增长

不同价位的智能手机选择

市场挑战

智能手机渗透率饱和

未来运营商补贴前景不明朗

安卓用户品牌忠诚度低催生价格战

市场细分

智能手机继续主宰市场, 非智能手机不断下滑

智能手机增速放缓

数据14: 手机销售量 (按非智能手机和智能手机区分), 2008-2015年

主要公司——您所需要了解的

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

手机 - 中国 - 2016年1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

小米、华为、魅族、OPPO和Vivo销量份额出现增长

三星、联想和酷派销量份额下滑

苹果持续领衔销售份额，OPPO和华为紧随其后

国产品牌提供覆盖各个价位的机型

OPPO和Vivo赞助热门电视节目，充分利用名人效应

同时关注线上和线下渠道

发展海外新兴市场

手机功能、非智能手机、跨行业合作、智能手机贷款租赁以及儿童手机的创新

市场份额

小米、华为、魅族、OPPO和Vivo销量份额出现增长

三星、联想和酷派销量份额出现下滑

数据15: 中国领先手机品牌 (按销量份额区分), 2014-2015年

苹果持续领衔销售份额，OPPO和华为跟随其后

数据16: 中国领先手机品牌 (按销售额份额区分), 2014-2015年

竞争战略

国产品牌提供覆盖各个价位的机型

数据17: 不同价位智能手机举例 (按主要国产品牌区分), 2015年

OPPO和Vivo赞助热门电视节目，充分利用名人效应

同时关注线上和线下渠道

发展海外新兴市场

谁在创新？

手机功能创新

无菌手机

专属定制手机

道德品牌

功能型手机的逆袭

跨行业合作

本地电话

百事手机

使更多消费者有能力使用高端手机

手机贷款

租赁手机

儿童手机

消费者——您所需要了解的

国产品牌抢占国际品牌市场份额

联想、三星和华为吸引更多年长消费者，而OPPO、小米和魅族吸引更多年轻用户

OPPO吸引低线城市的消费者和低收入者

苹果手机用户满意度最高，而联想手机仍有待提高

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

手机 - 中国 - 2016年1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

苹果将优势最大化，而三星、华为和小米应该优先提升运行速度

安卓手机品牌缺乏差异化，而OPPO被贴上“女性化”的标签

智能手机平均购买周期是1-1.5年

苹果依旧是最受青睐的品牌，而国产品牌迎头赶上

苹果忠诚度保持最高位

智能手机拥有状况

国产品牌抢占国际品牌市场份额

数据18: 目前的智能手机品牌，国际品牌对比国产品牌，2014年10月和2015年10月

数据19: 目前的智能手机品牌，国际品牌对比国产品牌（按收入和城市级别区分），2015年10月

华为和小米的渗透率增加，而三星的渗透率下跌

数据20: 目前的智能手机品牌，2014年10月和2015年10月

领先品牌的用户特征分析

联想、三星和华为吸引更多年长消费群体

OPPO用户群体更倾向于年轻女性，而小米和魅族吸引更多年轻男性

数据21: 领先智能手机用户特征（按性别和年龄区分），2015年10月

苹果、三星和华为吸引更多成熟的消费群体

OPPO用户群体往往是生活在低线城市城市的较低收入群体

数据22: 领先智能手机用户特征（按城市级别和收入区分），2015年10月

智能手机总体满意度

苹果手机用户满意度最高

数据23: 对目前智能手机的总体满意度（按品牌区分），2015年10月

消费者的主要顾虑是待机时间和内存容量

在各个方面，苹果表现出类拔萃

在安卓手机之中，魅族品牌在内存容量性能方面表现最为出色

联想品牌消费者满意度仍有待提高

数据24: 对目前智能手机的总体满意度（按品牌区分），2015年10月

领先品牌各方面满意度

苹果保持并发扬竞争优势

数据25: 对目前智能手机各方面的满意度，2015年10月

运行速度是安卓手机需要优先关注的领域

三星优先关注运行速度相关领域

数据26: 对三星智能手机各方面的满意度，2015年10月

华为应该扩大手机的内存容量

数据27: 对华为智能手机各方面的满意度，2015年10月

小米应该优先关注上网速度和安全设置

数据28: 对小米智能手机各方面的满意度，2015年10月

智能手机品牌形象

苹果手机与“令人渴望的”、“时髦的”和“标准的制定者”的品牌形象息息相关。

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

手机 - 中国 - 2016年1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

“创新的”、“标准的制定者”和“值得信赖”是三星手机品牌形象的“代名词”

“有活力的”和“友好的使用体验”是小米品牌形象的“关键词”

华为具有“成熟稳重”的品牌形象

联想手机具有“高性价比”和“低调”的品牌形象

OPPO具有“女性化”的品牌形象

数据29: 对应分析——智能手机品牌形象, 2015年10月

智能手机使用时间和购买周期

目前智能手机的平均使用时间为1年

数据30: 目前智能手机的总体使用时间, 2015年10月

男性和年轻消费者未来6个月购买新手机意图强烈

数据31: 未来6个月购买新智能手机的意愿 (按人口统计区分), 2015年10月

智能手机平均购买周期是1-1.5年

数据32: 未来6个月购买新智能手机的意愿, 以及目前智能手机的总体使用时间, 2015年10月

苹果依旧是最受青睐的品牌, 而国产品牌迎头赶上

数据33: 未来6个月打算购买的智能手机品牌, 2014年10月和2015年10月

苹果忠诚度保持最高位

数据34: 领先品牌的忠诚用户, 2015年10月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群更青睐国际品牌

数据35: 目前的智能手机品牌, 国际品牌对比国产品牌 (按消费者分类区分), 2015年10月

数据36: 未来6个月打算购买的智能手机品牌 (按消费者分类区分), 2015年10月

在国产品牌当中, 英敏特城市精英人群更喜爱华为

数据37: 目前国产智能手机品牌和未来购买意愿 (按消费者分类区分), 2015年10月

英敏特城市精英人群智能手机的购买周期更短

数据38: 未来6个月购买新智能手机的意愿和目前智能手机的总体使用时间 (按消费者分类区分), 2015年10月

附录——市场规模和预测

数据39: 中国手机市场销售情况 (按销售量区分), 2010-2020年

数据40: 中国手机市场销售情况 (按销售额区分), 2011-2015年

附录——市场细分

数据41: 中国手机市场销售量 (按市场细分区分), 2010-2015年

附录——研究方法和 缩略词

研究方法

扇形图预测

消费者调研

关键动因分析

研究方法

领先品牌各方面满意度

数据42: 对苹果智能手机总体满意度的关键动因分析, 2015年10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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

手机 - 中国 - 2016年1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43: 对三星智能手机总体满意度的关键动因分析, 2015年10月

数据44: 对华为智能手机总体满意度的关键动因分析, 2015年10月

数据45: 对小米智能手机总体满意度的关键动因分析, 2015年10月

数据46: 对目前智能手机的总体满意度- 关键动因分析图表, 2015年10月

分析数据说明

数据47: 对目前智能手机的总体满意度- 关键动因分析结果, 2015年10月

数据48: 对目前智能手机各方面的满意度, 2015年10月

对应分析

研究方法

智能手机品牌形象

数据49: 对应分析——智能手机品牌形象, 2015年10月

数据50: 对应分析 – 智能手机品牌形象, 2015年10月

英敏特城市精英人群

为什么要命名为英敏特城市精英人群?

他们是谁?

数据51: 英敏特城市精英人群和其他人群的人口特征 (按性别、年龄和个人收入区分)

数据52: 英敏特城市精英人群和其他人群的人口特征 (按婚姻状况、城市级别和教育水平区分)

缩写词

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com