

## 手机 - 中国 - 2017年2月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

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



“在饱和的手机市场，随着消费者展示出消费升级的潜力，换机购买成为主要的市场推动因素。在低线城市和农村地区尤其如此。品牌应该专注出类拔萃的高端手机，同时也要注意重线下零售渠道的发展以取胜低线市场。”

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：

- 线上、线下渠道各司其职
- 在饱和的智能手机市场刺激购买
- 品牌应该丰富其产品组合

## 报告范围

本报告遵循英敏特报告《手机——中国，2016年1月》及《手机——中国，2015年1月》中的定义。

手机市场包括2G、3G、4G和其他手机。虽然本报告涉及非智能手机（包括基本手机和功能手机）和智能手机，但分析重心放在比重领先的智能手机上。

- 基本款手机主要用于通话和文字信息的收发。
- 功能手机的定义是能够连接2G网络（但是通常情况下不能连接3G网络），可能有彩色屏幕、音乐播放器或者照相机，但是往往没有智能手机那样先进的网络浏览能力，也没有下载多种应用程序的能力。
- 智能手机指能够连接互联网、并从应用程序商店下载应用程序的任何现代手机。

屏幕大小为对角线5-7英寸，能通过手机网络拨打接收电话的“平板手机”包括在内，比如iPhone 7或者iPhone 7 Plus。

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 - 2017年2月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

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

报告范围

个人收入

## 综述

市场

缓和增速且预计会持续

数据1: 中国手机销量, 2011-2021年

高端化推动市场增长, 线下渠道仍然重要

公司与品牌

华为在销量份额上拔得头筹, OPPO、Vivo随后

小米、苹果和三星面临挑战

数据2: 中国领先手机品牌(按销量份额区分), 2015-2016年

消费者

华为在一至三线城市享有增长

数据3: 目前的智能手机品牌和排名变化, 2015年10月和2016年11月

2016年购买意愿减弱

中等收入者和低线城市应该成为吸引购买的目标市场

数据4: 未来6个月购买智能手机的意愿, 2015年10月和2016年11月

华为继续赢得消费者欢心

数据5: 考虑购买的智能手机品牌, 2014年10月, 2015年10月, 2016年11月

当前智能手机价格越低、升级程度越高

数据6: 目前拥有或打算购买的智能手机价格区间, 2016年11月

产品驱动大于品牌驱动

数据7: 智能手机购买动机, 2016年11月

线上、线下渠道同等重要, 但各尽其责

数据8: 关于购买手机的态度——线上和线下渠道, 2016年11月

总会购买最新型号

我们的观点

## 议题与洞察

线上、线下渠道各司其职

现状

启示

数据9: 小米之家, 上海, 2016年2月

在饱和的智能手机市场刺激购买

现状

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 手机 - 中国 - 2017年2月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

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

启示

品牌应该丰富其产品组合

现状

启示

## 市场——您所需要了解的

手机市场缓慢但稳速增长

高端化推动市场销售额攀升

智能手机和4G移动电话双双增速下滑

## 市场规模与预测

手机市场2016年稳中有升

数据10: 中国手机销量, 2011-2016

数据11: 中国手机销售额, 2011-2016年

手机市场预计将小幅加速, 继续稳定增长

数据12: 中国手机销量, 2011-2021年

## 市场因素

消费者升级购买高端智能手机拉动销售额攀升

线下渠道仍然重要

升级4G不再是主要的增长动力

## 市场细分

4G手机出货量占比96%, 但不再是主要驱动力

数据13: 中国智能手机和非智能手机销量, 2011-2016年

数据14: 中国2G、3G和4G手机销量, 2014-2016年

## 重点企业——您所需要了解的

2016华为、OPPO和Vivo取胜, 而小米、苹果和三星丢失份额

品牌推出高端机

在低线城市开实体店+利用名人效应

创新屏幕设计和限量/特别版增加吸引力

## 市场份额

2016, 华为成最大赢家, OPPO、Vivo随后

小米、苹果和三星份额下滑

精简产品线, 精准受众群

数据15: 中国领先手机品牌(按销量份额区分), 2015-2016年

一个更集中的智能手机市场——就销售额而言

数据16: 中国领先手机品牌(按销售额份额区分), 2015-2016年

## 竞争策略

提供高端机型满足消费者的新需求

实体店取胜低线城市

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 手机 - 中国 - 2017年2月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

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

继续借力名人代言

丰富产品组合以实现新增长或分散风险

## 谁在创新？

差异化屏幕设计提升吸引力

以限量和特别版吸引高端消费者

## 消费者——您所需要了解的

以华为为代表的国产品牌主导

购买意愿降低，但低线城市显潜力

华为预计会强化优势

消费者显示出升级智能手机的潜力

功能和设计升级能刺激购买

线上和线下购买渠道均受青睐，但线上信息更受信赖

近半数买家一定会选择最新型号

## 目前使用的智能手机品牌

华为排名上升、小米面临挑战

数据17: 前五大智能手机品牌排名对比，2015年10月和2016年11月

国内品牌主导

数据18: 目前使用的智能手机品牌，2016年11月

## 购买意愿

购买意愿减弱

数据19: 未来6个月购买智能手机的意愿，2015年10月和2016年11月

谁有可能购买智能手机？

数据20: 未来6个月购买智能手机的意愿（按个人收入和城市线级区分），2015年10月和2016年11月

品牌用户差异不大

数据21: 未来6个月购买智能手机的意愿（按目前的智能手机品牌区分），2016年11月

## 考虑购买的手机品牌

苹果和三星跌落神坛，华为蜕变为最大赢家

数据22: 考虑购买的智能手机品牌，2014年10月，2015年10月，2016年11月

品牌忠诚度相对较低

数据23: 领先品牌的忠诚用户，2015年10月和2016年11月

## 智能手机价格区间

平均支出和未来预算降低……

数据24: 现有智能手机价格和未来购买预算，2014年10月和2016年11月

……但消费者仍然想要升级其智能手机

数据25: 目前拥有或打算购买的智能手机价格区间，2016年11月

20-24岁消费者展现强大的升级潜力

数据26: 现有智能手机价格和未来购买预算（按人口统计区分），2016年11月

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 手机 - 中国 - 2017年2月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

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

## 智能手机购买动机

## 新功能和外观推动购买

数据27: 智能手机购买动机, 2016年11月

## 以旧换新项目可以吸引那些还犹豫不决的消费者

数据28: 智能手机购买动机 (按未来6个月的购买意愿区分), 2016年11月

## 20多岁看重外观和设计, 30多岁和40多岁更注重口碑声誉

## 限量版/特别版手机仍然吸引高收入者

数据29: 智能手机购买动机 (按年龄和个人收入区分), 2016年11月

## 关于购买手机的态度

## 线上线下渠道对比

## 不是二选一的问题

数据30: 关于购买手机的态度——线上和线下渠道, 2016年11月

## 小米用户倾向在线购买手机, 华为用户没有特定喜好

数据31: 对线上和线下渠道的态度 (按人口统计区分), 2016年11月

## 什么时候购买新手机

## 大部分消费者不会等到旧手机不能用时才买新手机

数据32: 关于购买手机的态度, 2016年11月

## 30多岁的消费者是重要的目标受众

数据33: 关于购买手机的态度, 2016年11月

## 配饰与否

## 配饰可以成为提升吸引力的增值特性

数据34: 关于手机配饰的态度 (按人口统计区分), 2016年11月

## 认识英敏特城市精英人群

## 英敏特城市精英人群青睐华为和苹果

数据35: 目前使用的智能手机品牌 (按消费者分类区分), 2016年11月

## 英敏特城市精英人群购买意愿大幅降低

数据36: 未来6个月购买智能手机的意愿 (按消费者分类区分), 2016年11月

## 非英敏特城市精英人群显出更高升级率

数据37: 现有智能手机价格和未来购买预算 (按消费者分类区分), 2016年11月

## 使用最新科技和模块化设计吸引英敏特城市精英人群

数据38: 智能手机购买动机 (按消费者分类区分), 2016年11月

## 线上和线下渠道同等重要

数据39: 关于购买手机的态度 (按消费者分类区分), 2016年11月

## 附录——市场规模与预测

## 市场规模与预测详细列表

数据40: 中国手机销量, 2011-2021年

数据41: 中国手机销售额, 2011-2016年

## 附录——市场细分

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 手机 - 中国 - 2017年2月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

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

### 市场细分详细列表

数据42: 中国手机销量 (按细分市场区分), 2011-2016年

### 附录一—研究方法

#### 研究方法

扇形图预测

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)