

2019 智能移动终端行业洞察



目录 CONTENTS

01	智能移动终端行业分析&走势	03
02	智能移动终端主流国产品牌人群洞察	10

1

智能移动终端行业分析&走势

市场规模
行业趋势

TalkingData

智能移动终端规模达到15.6亿，增速放缓，市场动力依靠迭代换新

2013-2018 智能移动终端市场规模及发展趋势

智能移动终端行业呈现平缓发展状态，2018年市场规模达到15.6亿台，同比增长9.4%，随着人口红利枯竭，智能移动终端市场增长动力主要依靠迭代换新。

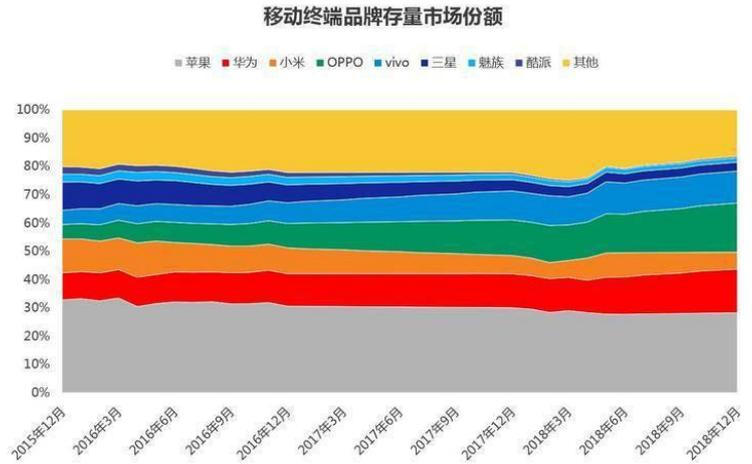


数据来源: TalkingData, 2013年-2018年。

注: 智能移动终端包括智能手机、平板电脑、可穿戴等设备。 4

移动终端市场竞争激烈，国产阵营品牌紧跟时代潮流

苹果在国内的市场首席地位并未被超越，但以华为、OPPO和vivo为首的国产阵营品牌抓住科技机遇和换机红利，不断扩大市场空间，而小米、三星、魅族和酷派等品牌则有所缩水。



TalkingData 2019/3/28

数据来源：TalkingData，2015年12月-2018年12月。
注：存量市场份额根据当前统计周期内活跃的智能移动终端规模计算得出。

移动终端迭代需求进一步释放，用户更加追求科技感、高端化

移动终端迭代演进弥补了人口红利动力减弱的损失，其通过更富科技感和时尚感的产品设计与定位，激发了人们换机的心理需求，推动全行业向更高层次市场进化。

移动终端 需求偏好趋势

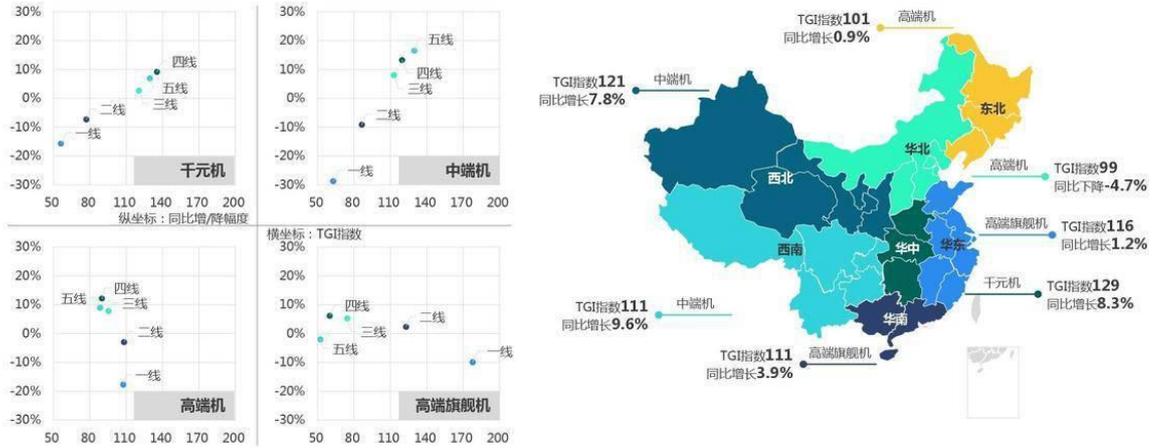


TalkingData 2019/3/28

数据来源：TalkingData，2017年12月和2018年12月。
注：千元机是指价位低于1000元的移动终端，中端机是指价位处于1000-1999元的移动终端，高端机是指价位处于2000-3999元的移动终端，高端旗舰机是指价位高于3999元的移动终端，报告下同；升温/降温需求，均为2018年12月该功能所占比重对比2017年12月数据结果。

一、二线城市引领高端市场，三、四、五线城市逐渐升级迭代

一、二线城市以及东部沿海地区引领高端移动终端市场，三、四、五线城市以及华中、西南、西北等内陆地区则不断升级设备，其中定位中端的移动设备较受欢迎。



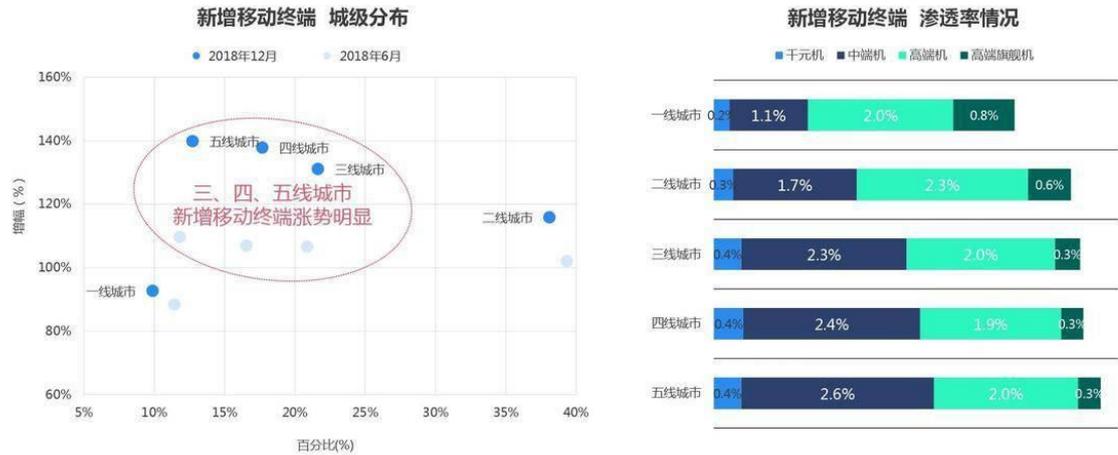
数据来源：TalkingData，2017年12月和2018年12月。

TalkingData 2019/3/28

注：即指Target Group Index (目标群体指数)，反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势；例如：移动终端价位区间分布TGI指数= [某区域目标价位区间7移动终端占比/移动终端整体的该价位区间占比]*标准数100；同比增长/下降，均为2018年12月目标区域该价位区间所占比重对比2017年12月数据结果。

一线城市新增乏力，三、四、五线城市受到智能移动终端市场重视

一线城市智能移动终端市场新增乏力，二线城市是新增智能移动终端主要市场，新增设备以高端机为主流，三线及以下城市的增幅更加明显，中端机更加受到用户青睐。



数据来源：TalkingData，2018年6月和2018年12月。

TalkingData 2019/3/28

增幅是指2018年12月数据对比2018年6月数据的结果。 8

智能移动终端内存升级需求旺盛，官方售后和传统维修是主流渠道

智能移动终端质量方面整体提升明显，电池、屏幕等主要故障问题逐步减少，但是，内存不足问题有所升温；智能移动终端维修渠道目前主要依赖官方售后和传统线下门店。

智能移动终端主要硬件问题和维修渠道概况



TalkingData 2019/3/28

数据来源：中国互联网协会网络营销工作委员会、比特网、TecTec联合发布的《2018手机维修O2O行业形态与用户研究报告》。

9

2

智能移动终端主流国产品牌人群洞察

主流国产品牌

华为、荣耀、OPPO、vivo、小米、红米、魅族、联想、努比亚

TalkingData

主流国产品牌分析

华为	荣耀	OPPO	vivo	小米	红米	魅族	联想	努比亚
----	----	------	------	----	----	----	----	-----

华为受男性用户青睐，26-35岁为品牌主力，近1/3是车主

华为更多吸引男性用户，65%为男性；26-35岁人群比重过半，TGI指数达到104，成为华为品牌智能移动终端消费主力；华为用户较多成家立业，29.2%有车，71.6%已婚。

华为品牌人群 人本属性

