

2016

第三季度

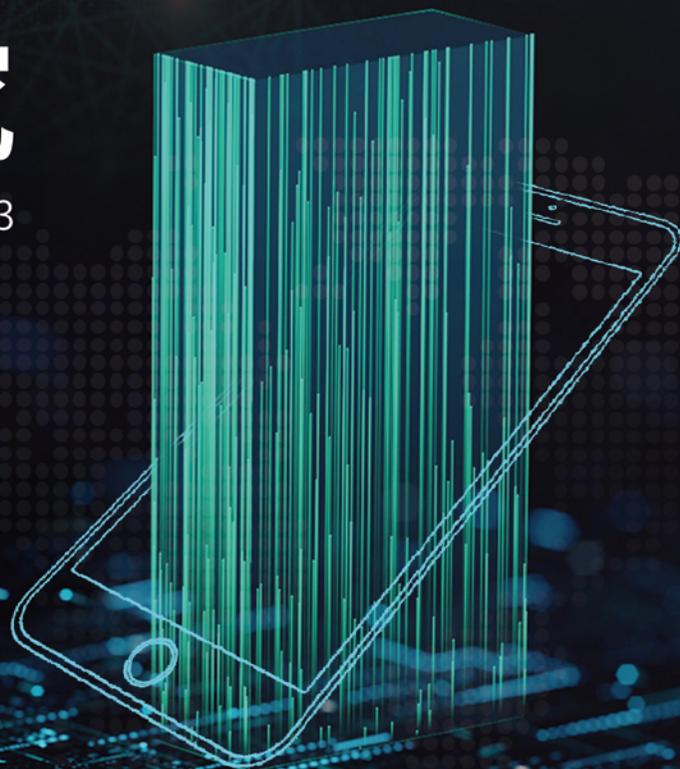
手机行业态势研究

MOBILE PHONE INDUSTRY DYNAMICS RESEARCH 2016 Q3

GRIDSUM 国双
Empower your e-Performance



GRIDSUM
DATA
CENTER





与您分享 中国互联网数据的未来

SHARE DATA • SHARE THE FUTURE



前言 FOREWORD

对于手机行业而言，2016注定是不平凡的一年。一方面，各大手机品牌厂商争相发布新机，竞争日益激烈；另一方面，手机市场容量趋于饱和，增长缓慢。再加上手机同质化现象愈发严重，手机行业逐渐进入“红海”甚至是“血海”阶段。面对激烈的市场竞争，如何利用技术创新和模式创新，在手机市场的“后风口时代”创造新的杀手锏，成为众多厂商需要迫切思考的问题。

2016年第三季度，虽不是手机市场最活跃的时期，但苹果、三星等国外品牌都有新机发布，国产厂商在营销策略上也有所应对，加之“爆炸门”、“专利案”等业内大事件的发生，消费者的关注方向也随之发生微妙变化。国双数据中心基于2016年第三季度互联网舆情讨论数据，从市场概况、行业动态、新机发布、用户画像等多维度对手机行业进行了解读。研究发现，国外品牌的粉丝经济模式效应在减弱，更加理性的消费观和产品同质化现象的加剧使得消费者的目光开始转向国产品牌。技术方面，众多厂商在努力发展“黑科技”，为产品差异化、拉动消费者新需求而寻求突破。三季度上市新机中不乏一些技术新亮点，或成未来手机市场新的发展趋势。除此之外，新机发布会、二手手机市场、用户需求等方面，也都有新的发现。

国双数据中心希望通过此报告，助力手机厂商洞察行业发展趋势，掌握行业最新动态及用户需求变化，从而更加合理地部署新机发布和市场营销策略。

01

市场概况
Market Overview

02

行业趋势与动态
Industry Trends & Dynamics

03

新机发布
Recent Launches

04

用户画像
User Profile

目录
CONTENTS



1

市场概况

Market Overview

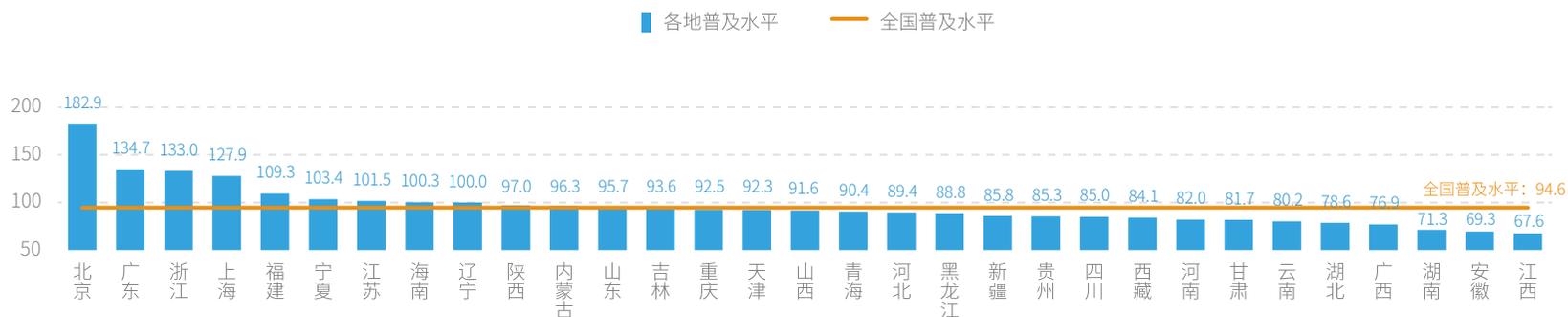
中国大陆地区手机市场保有量破 13 亿，发达地区手机普及率超 100%

作为红海市场的典型代表，手机市场已接近饱和，国民 13.9 亿的保有量，94.6 部 / 百人的普及水平，人手一部手机的时代即将到来；北京、广东、浙江等发达地区手机普及水平高，3 成以上用户拥有 2 部以上手机；

2016年手机市场保有量及上网手机渗透率情况 (单位: 千万部)



手机普及水平分省情况 (单位: 部/百人)



* 注: 数据来源于工业和信息化部公开数据整理

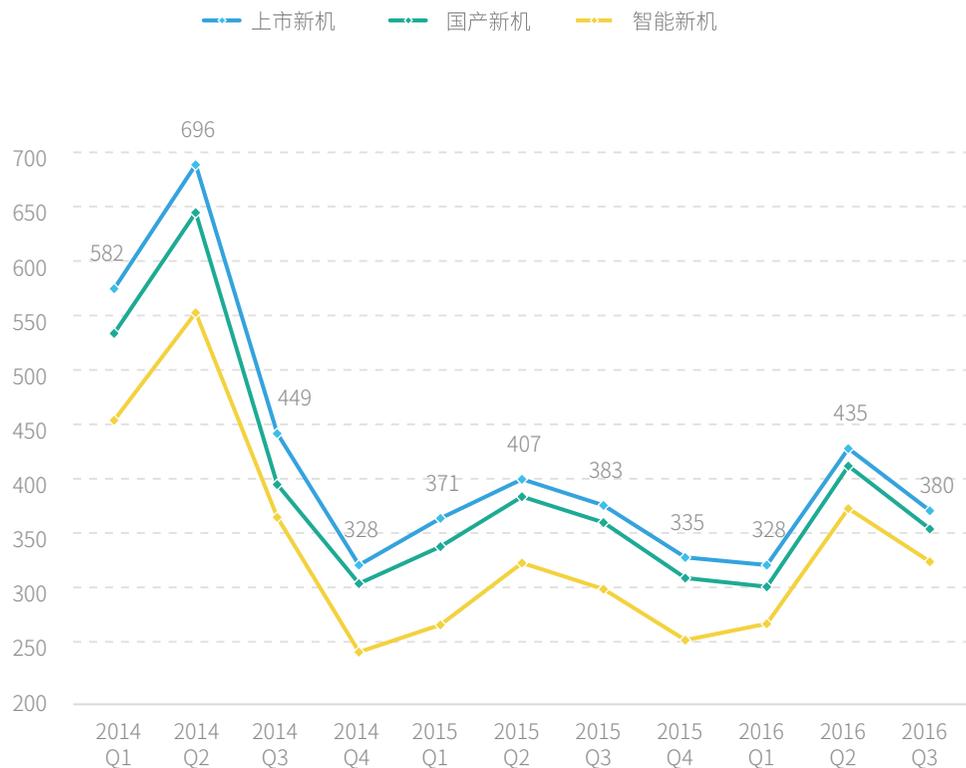


Confidential & Proprietary
Copyright © 2016 The Gridsum Holding Inc.

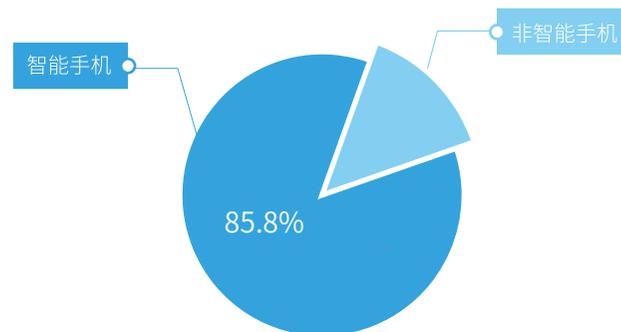
2016 年三季度上市新机 380 款, 与二季度相比增速放缓

在高位饱和的手机市场上, 新机上市年度内呈周期性变化, 三季度处于冲高后的回落阶段, 较二季度增速放缓; 与二季度相比, 智能新机占比略有降低, 达 85.8%; 国产新机三季度占比 94.7%;

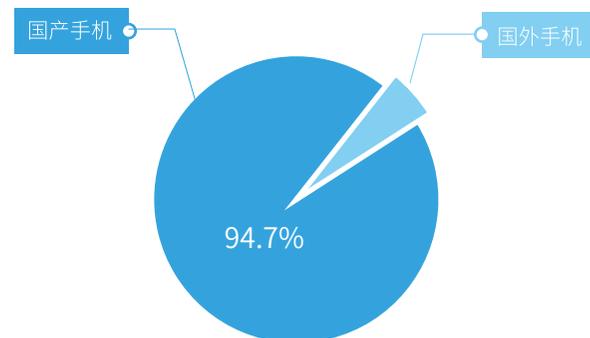
2014-2016年各季度新机上市情况 (单位: 款)



2016 第三季度智能新机分布



2016 第三季度国产新机分布



手机市场同质化, 众厂商努力探索“黑科技”

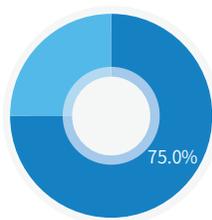
以三季度主流品牌发布的新机来看, 全网通、大屏、双摄像头、指纹识别等功能占7成以上, 产品同质化严重; 众厂商探究超声波指纹识别、快速充电等“黑科技”, 收量保质、产品功能的再精良化在众厂商中达成共识, 但突破性的创新仍显不足;

手机市场主流配置分布



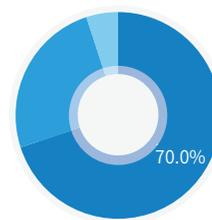
主流品牌新机网络制式分布

● 全网通 ● 非全网通



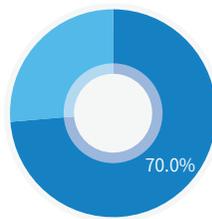
主流品牌新机主屏幕尺寸分布

● 5.5英寸-6.0英寸 ● 5.0英寸-5.4英寸 ● 5.0英寸以下



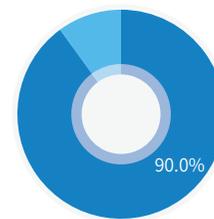
主流品牌新机后置摄像头分布

● 单摄像头 ● 双摄像头



主流品牌新机指纹识别功能分布

● 支持 ● 不支持



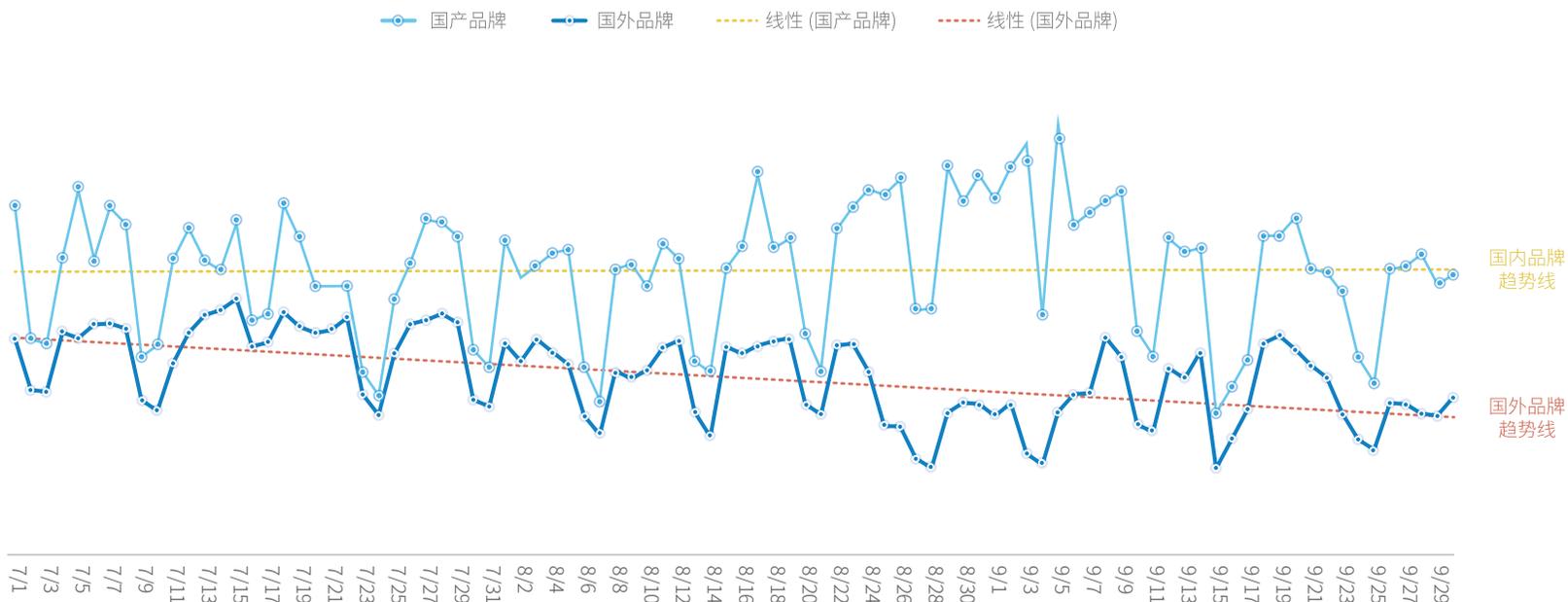
* 注：主流配置图中，气泡大小仅代表主流趋势，不定量区分主次；主流品牌，选取占据市场份额9成以上的品牌在三季度发布的新机型

季度内, 国内品牌关注趋势稳定, 国外品牌关注量呈下降趋势

国产品牌, 在新机发布前后, 预热造势、性能测评等内容会引起关注量的上扬, 但季度内整体趋势稳定, 无显著性波动;

国外品牌, 三季度虽受新机上市及“爆炸门”事件影响, 相关时间节点关注量较大, 但季度内呈下降趋势, 用户关注度减弱;

2016年三季度国产/国外品牌互联网日关注趋势



★ 注: 名词解释, 关注量即互联网上在一段时间内提及某特定领域相关信息的总量 (后同, 不赘述)

2

行业趋势与动态

Industry Trends & Dynamics

| 新技术
Latest Technology

| 二手市场
Second-hand Market

| 大事件
Breaking Events

新技术: 手机模块化让人眼前一亮, 远距离无线充电已成可能

1年前的指纹识别、金属机身、2.5D玻璃屏等都是市场上的新宠,如今已成为主流产品的标配,手机市场的迭代更新速度已远超出想象,因此时下新技术的问世,也会成为未来至少1年的大趋势,早洞察早跟进;

更安全

◎ 生物科技:

指纹识别已成为主流手机产品的标准配置,虹膜、人脸等识别技术在手机端也已有应用。小米5s的问世,带来超声波指纹识别,将整块屏幕变成识别器,不开孔,外观上更加美观,若能兼顾识别的准确性,或将成新趋势,未来利用声波原理的耳朵识别技术或可实现应用;

◎ 安全加密芯片:

安全芯片是个可信任平台模块,一个可独立进行密钥生成、加解密的装置,保护用户数据安全,解决安全顾虑;

模块化

◎ 智能手机模块就是用户不需要再去购买完整的手机,只需根据自己需要,选购所需的和必要的手机模块去组装手机,并且用户可以随意升级或更换这些模块,模块的智能手机可让手机维修、升级变得更加简单,这将是满足人们追求手机个性化、定制化的重要方式,前景广阔;

◎ 本季度, Moto Z的发布,让我们开始有机会体验模块化带给我们的新乐趣;

更高清

◎ 屏幕:

1年前的金属机身、玻璃屏幕,如今也已成为时下主流配置,目前市场鲜有的4K分辨率屏幕、实现屏幕弯曲甚至折叠的OLED柔性屏,未来将为用户带来更精致的手机外观及更畅快的视觉体验;

◎ 全息投影:

利用干涉和衍射的原理记录并再现物体真实的三维图像。随着3D、虚拟技术的发展,未来手机将集成全息投影的硬件和功能,给用户带来更多的游戏体验和影音效果;

无线充电

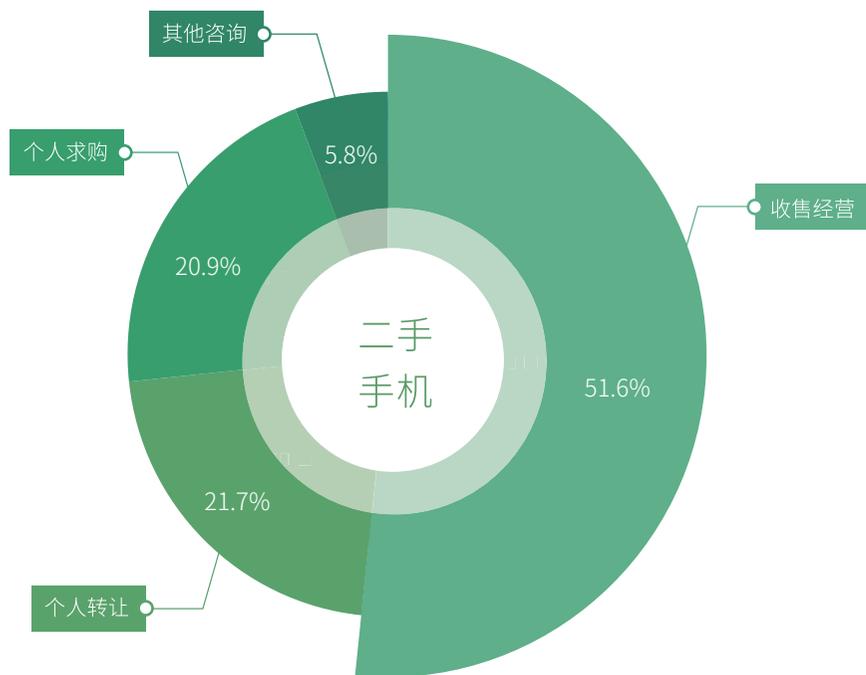
◎ 目前市场上的无线充电技术需要专门的充电底座,在价格、便携性和充电效率上,难以取代线充,使得目前在手机上的普及程度较低;

◎ 远距离无线充电技术,将进一步释放充电底座,实现“隔空”充电,相信无线充电有一天也会成为手机标配,解放各种数据线对移动终端的束缚,让用户体验更顺畅、更自由。

二手市场: 供需两旺, 价格、内存、全新、屏幕等关注热度高

从讨论内容上看, 5 成以上来自提供收售经营服务的个体经营者, 以个人名义求购、转让的各占 2 成, 市场诉求明显; 除品牌需求外, 用户更关注低于市场价的二手价格、内存大小、新旧程度以及屏幕好坏等;

社交平台二手手机讨论内容分布



二手手机讨论内容热点词



二手市场: 从无序逐渐走向有序, 二手手机市场加速标准化进程

二手手机市场上, 鱼龙混杂的个体经营者的无序经营、手机来源不详等, 使手机用户对二手交易市场缺乏信任, 对隐私安全存顾虑; 手机厂商、二手平台已纷纷涌向二手手机市场, 有序的标准化市场正在建立, 待与消费者建立信任关系;



 个体经营者

✦ 动态:

- “妖机”侵入二手手机市场:苹果的壳安卓的芯
- 网店谎称已售二手手机会爆炸 诱骗顾客将手机寄回
- 两名商贩借回收二手手机 花出一万四千余元假币
- 深圳华强北开展二手手机市场检查清理行动
- 老板贪小便宜低价收购赃物二手手机获刑半年并罚款



 手机用户

✦ 动态:

- 小伙网上发帖买二手手机 没想到信息暴露被敲诈
- 二手手机“秘密”多 隐私泄露成灾
- 网上出售二手手机遭骗 支付宝交易截图“以假乱真”



 厂商/平台

✦ 动态:

- 二手交易平台“转转”欲消化闲置二手手机
- 手机大佬以旧换新争夺二手市场厚利
- eBay趁iPhone 7上市 推二手手机交易平台处理老iPhone
- 亚马逊开始在印度销售二手和翻新手机
- 三星明年开卖经过翻新的二手Galaxy手机

魅族: 高通专利权纠纷

手机市场作为红海市场，国产品牌逐步立足，竞争也日益激烈，在研发技术、开拓市场的同时，知识产权的保护和创新也应成为各商家关注的重点，只有重视技术积累、实现自主研发和专利布局的手机企业，才能可持续发展；

由于魅族在使用高通的基本专利, 包括3G (WCDMA与CDMA2000) 及4G (LTE) 无线通信标准的相关专利, 但未能实际支付专利费用, 因此高通起诉, 要求索赔5.2亿。

高通再次向知识产权法院递交了17项最新指控。至此, 双方的纠纷开始全面升级。

持续升温, 高通与魅族专利权纠纷蔓延欧美。高通宣布在魅族手机在售的美国、德国和法国市场采取法律行动, 继续控诉魅族侵犯其专利。



6月24日
高通首次在中国发起专利诉讼



6月30日
高通递交最新指控



10月14日
高通三国起诉魅族



6月28日
魅族“黑盒子”论谈判

魅族在北京召开媒体沟通会, 会上承认使用了高通的专利技术, 表示会向高通付清专利费, 但“黑盒子”式不透明的专利费沟通机制, 无法保证市场的公平和公正, “所以难以简单接受高通单方面的条件”。



7-9月
魅族孤立, OPPO、VIVO等与高通签订专利协议

继高通魅族专利案后, OPPO于7月31日、VIVO于8月8日分别与高通签订协议。主流国产手机厂商仅魅族未与高通达成协议。

事件背景:

2013年11月, 国家发改委启动对高通的反垄断调查; 2015年2月, 发改委对高通开出60.88亿元罚单; 自此, 高通便开始大规模与中国的OEM厂商就专利许可展开谈判, 并相继达成协议。

三星: Note 7 “爆炸门”

三星 Note 7 全球发布不到 1 个月，就因电池配件导致“充电爆炸”安全问题，深陷公关危机，品牌形象严重受损；

“爆炸门”事件日关注度趋势及动态



3

新机发布

Recent Launches

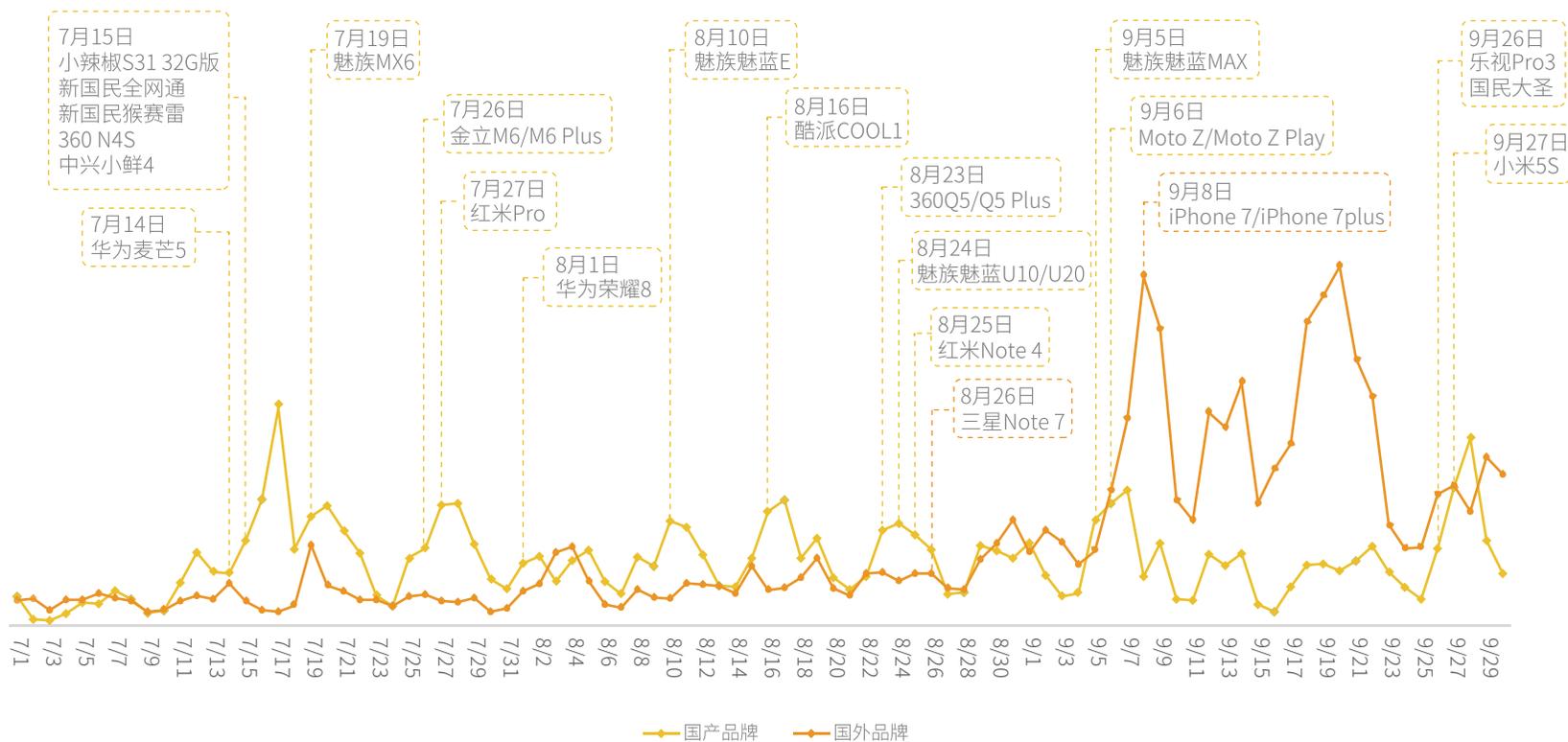
- | 三季度主流品牌新机发布
Mainstream Brands' Phone Launches
- | 新机发布前后关注趋势变化
Before & After User Attention Change
- | 新机发布前后关注内容变化
Before & After Focus Content Change
- | 发布会形式
Form of Release Conferences

主流国产品牌与苹果、三星错峰发布新机，7月份发布新机数量最多

三季度，荣耀 8、三星 Note 7、Moto Z、iPhone 7 等机型相继亮相，引起用户热议；

相比国产品牌预热期的主动造势，国外品牌新机发布前则略显低调，发布前后关注量较为稳定，但 9 月受三星“爆炸门”事件影响，国外品牌新机关注量猛增；

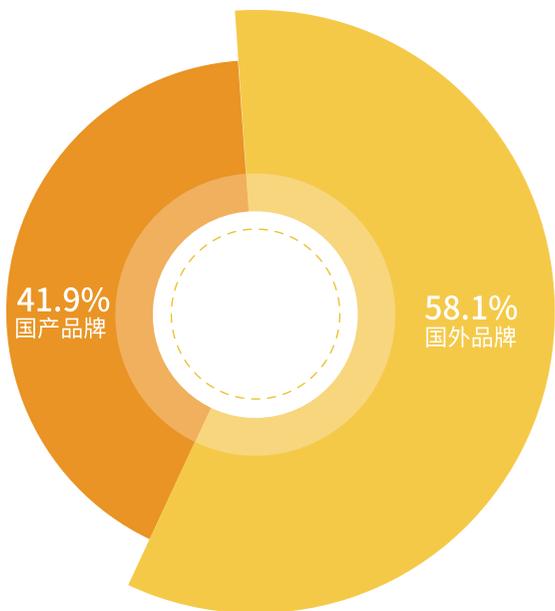
2016年三季度国产/国外品牌互联网新机日关注趋势



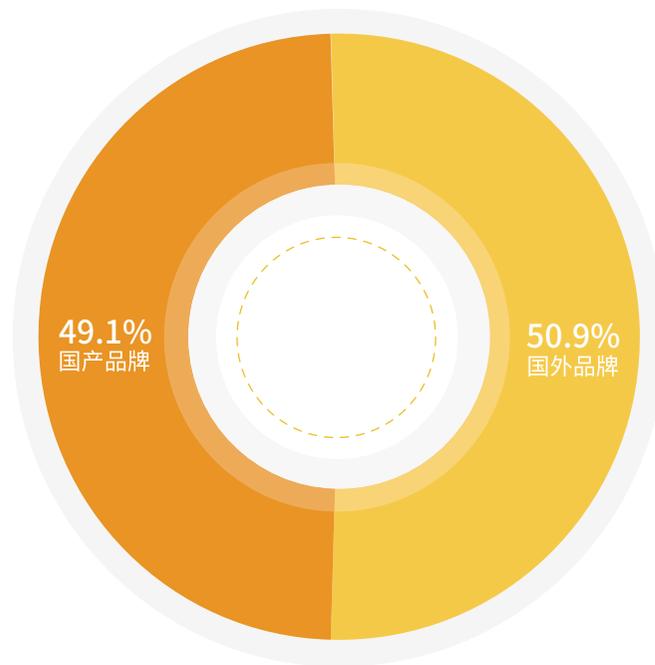
新机发布前，国外品牌手机关注度更高

去除“爆炸门”事件的影响，国外品牌新机发布后，关注量降低，用户“粉丝”心态减弱，多观望，购机行为更趋于理性；随着用户购机行为更理性，国产品牌的关注优势在新机发布后得到彰显，热度的持续升温，有利于销量上的突破；

新机发布前国外品牌 / 主流国产品牌关注量分布



新机发布后国外品牌 / 主流国产品牌关注量分布



新机发布前、后, 用户关注内容由产品配置转向购买渠道

随着预热期厂商造势及新机曝光, 用户在发布前, 即对产品配置、技术亮点等细节有所了解;

新机发布后, 受“爆炸门”事件影响, 用户对电池安全等引发高度关注, 除此之外, 如何购买, 哪里购买, 购买价格等成为用户主要关注内容;

新机预热期讨论内容分布



新机发布后讨论内容分布



发布会呈多样化: 娱乐风吸睛, 商务风惊艳, 线上、联合发布低调有内涵

伴随市场竞争的白热化, 相较于国外手机厂商发布会的简约风, 国产品牌手机厂商对于新机上市前的造势十分重视, 发布会的形式也呈现多样化, 除了以往的名人效应外, 时下热点人物、新兴媒介及科技新宠等, 都纷纷成为各厂商宣传新品的新武器;





4 用户画像 User Profile

| 性别年龄分布
Gender & Age

| 地域分布
Geographic

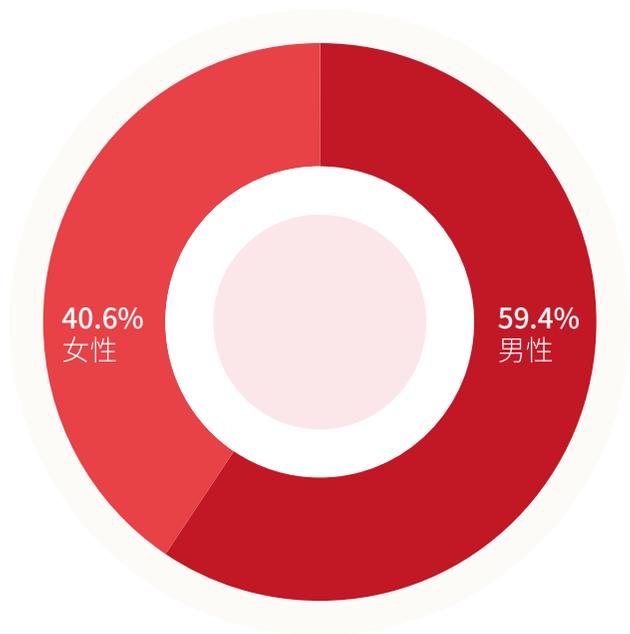
| 手机关注内容分布
User Focus

| 其他兴趣分布
User Interests

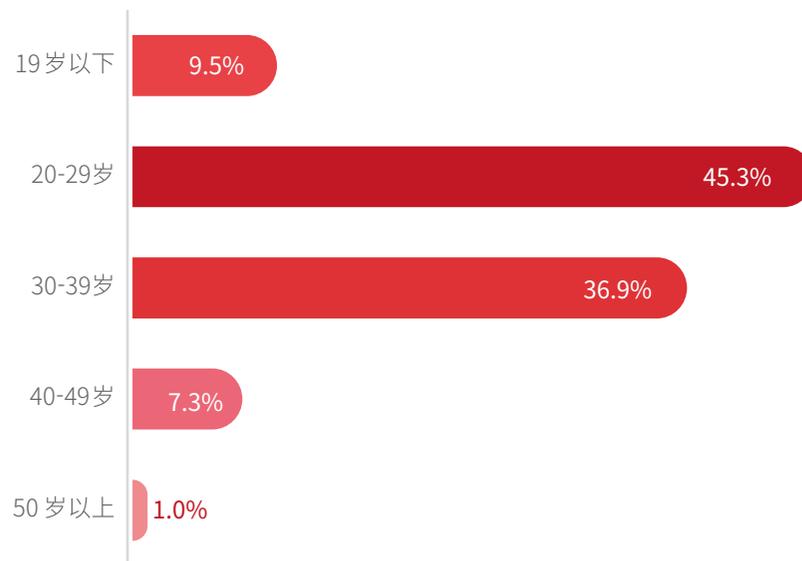
男性用户在互联网上对手机关注度高, 年龄集中在青壮年

女性手机用户数量虽然与男性用户数量不分伯仲, 但从实际关注行为上来看, 男性用户对手机资讯的关注程度更高; 20-39 岁的青壮年是关注手机的主要群体;

关注手机的用户性别分布



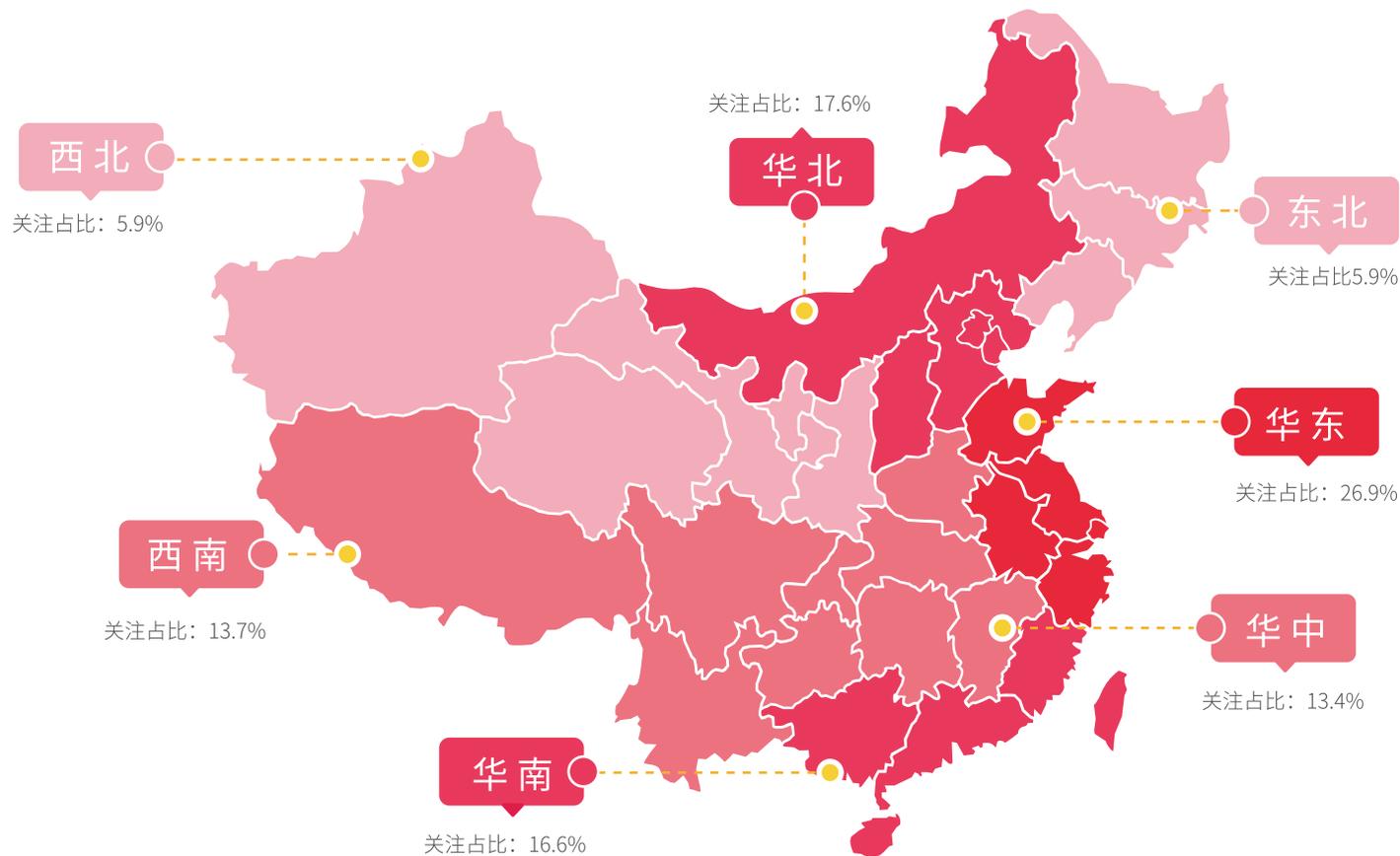
关注手机的用户年龄段分布



华东地区用户对手机行业关注度高，华北、华南地区次之

从地域分布来看，全国七大地区用户对手机行业的关注程度分为四个梯队，华东地区居首位，占比 26.9%，华北、华南次之，占比在 17.0% 左右，华中、西南紧随其后，占比 13.0% 以上，西北、东北地区对手机关注最低，占比均为 5.9%；

关注手机的用户地域分布

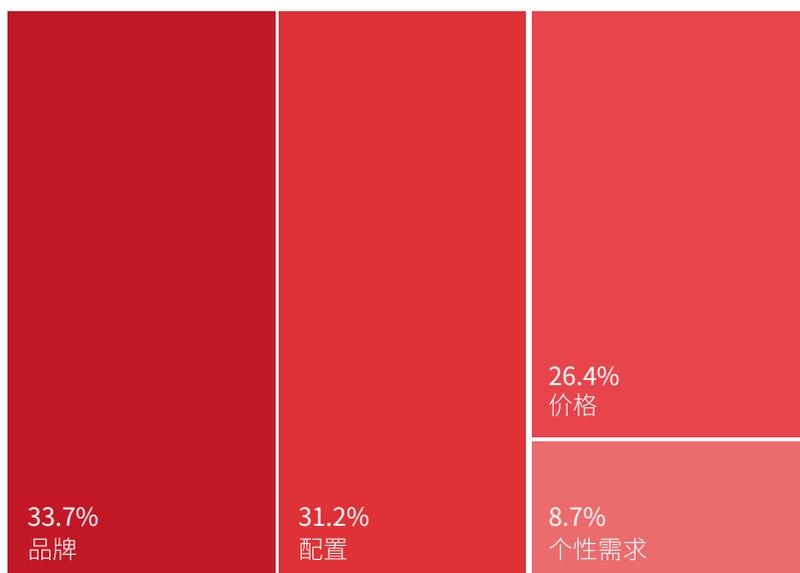


手机产品配置、价格差异不明显，品牌效应突显，个性需求露端倪

产品配置、价格一直是用户关注的重点，但随着用户时间的碎片化以及手机产品的同质化愈发严重，在互联网端，用户更倾向于有针对性的直接关注，因此品牌类的关注内容逐渐突显，而其他个性化需求呼声渐高，应引起关注；

新机发布、二手市场、国产手机等是关注热点，同时三星“爆炸门”、高通专利案等也引发了人们对手机安全及知识产权的关注；

用户关注内容分布



用户关注内容热点词



* 注：热点词图表中，“品牌”为主流品牌词包，以尽可能突显除品牌关注外的其他热点内容

作者 Author

李姗

国双科技北京总部

徐瑛

国双科技北京总部

杨韬

国双科技北京总部

设计团队 Design Team

孙绍玉

国双科技北京总部

刘晓晓

国双科技北京总部

陈晓晨

国双科技北京总部

刘鸽

国双科技北京总部

鸣谢 Thanks

祁国晟

国双科技北京总部

刘激扬

国双科技北京总部

张鹏

国双科技北京总部

于国发

国双科技北京总部

李峰

国双科技北京总部

续扬

国双科技北京总部

许云

国双科技北京总部

黄勇坚

国双科技北京总部

张继生

国双科技北京总部

周喜

国双科技北京总部

崔维福

国双科技北京总部

邓水平

国双科技北京总部

刘嘉

国双科技北京总部

徐文博

国双科技北京总部

方晓春

国双科技上海分公司

杨杰(技术)

国双科技北京总部

石岱曦

国双科技北京总部

王丹

国双科技北京总部

步明薇

国双科技北京总部

田苗

国双科技北京总部

杨杰(网络营销)

国双科技北京总部

张宁

国双科技北京总部

吴雅楠

国双科技北京总部

雷宏

商业线南区

孙婧

国双科技上海分公司

程玥

国双科技深圳分公司

李翔

国双科技广州分公司

胡杨

国双科技北京总部

李阳

国双科技北京总部

联系我们

北京总部

地址：北京市海淀区知春路翠宫饭店写字楼8层

邮编：100086

电话：（86-10）8261 9988

传真：（86-10）8261 9993

上海分公司

地址：上海市静安区南京西路1468号中欣大厦 3501

邮编：200040

电话：（86-21）6289 0099

传真：（86-21）6289 9993

成都分公司

地址：成都市高新区天府大道北段1700号环球中心W1号门1723、1725

邮编：610015

电话：（86-028）6626 9550

传真：（86-028）6517 7229

深圳分公司

地址：深圳市福田区彩田路东侧橄榄大厦2407室

邮编：518000

电话：（86-755）8271 6566

传真：（86-755）8271 6766

广州分公司

地址：广东省广州市天河区林和西路161号中泰国际广场A座38楼02室

邮编：510620

电话：（86-020）2881 6028

传真：（86-020）2881 6029

哈尔滨分公司

地址：哈尔滨市南岗区长江路398号工大集团大厦16层

邮编：150000

电话：（86-451）8289 2189

传真：（86-451）8289 8025

【免责声明】

本报告的各项内容和数据仅用于研究和参考，任何第三方对于本报告各项内容和数据的使用或者引用所导致的任何结果，本公司以及国双数据中心不承担任何的法律责任，请任何第三方在接受该免责声明的前提下，在法律允许和经过授权的前提下，合理使用本报告。



GSDC
国双数据中心