



IDC：温故而知新 盘点2018年国内智能手机市场

北京，2019年2月11日——国际数据公司（IDC）最新发布的手季度跟踪报告显示，2018年第四季度，中国智能手机市场出货量约1.03亿台，同比降幅9.7%。前五大厂商中，华为通过旗舰机型优秀的技术带动力及品牌势能的持续拉动成为第四季度国内市场最大赢家；OPPO，vivo则通过深耕主流价位段产品与线上市场的开拓保持稳定；日益严峻的国内市场环境与苹果高昂的产品单价间产生的不平衡，导致苹果在国内市场的下滑态势延续；而产品线及渠道库存调整、内部组织改编等原因，使得小米在本季度国内市场出现较大跌幅。

Figure 1



2018年第四季度中国前五大智能手机厂商——出货量、市场份额、同比增幅					
厂商	2018年第四季度 出货量 (单位: 百万台)	2018年第四季度 市场份额	2017年第四季度 出货量 (单位: 百万台)	2017年第四季度 市场份额	同比增幅
1. 华为	30.0	29.0%	24.3	21.3%	23.3%
2. OPPO	20.3	19.6%	20.0	17.5%	1.5%
3. vivo	19.4	18.8%	18.9	16.5%	3.1%
4. 苹果	11.8	11.5%	14.8	12.9%	-19.9%
5. 小米	10.3	10.0%	15.9	13.9%	-34.9%
其他	11.5	11.1%	20.4	17.9%	-44.4%
合计	103.3	100.0%	114.3	100.0%	-9.7%

来源：《IDC中国季度手机市场跟踪报告，2018年第四季度》

注：数据均为四舍五入后取值

受宏观经济增速下行，消费者换机周期拉长，碎片化智能终端分流等因素协同影响，2018年全年，国内智能机整体市场出货量同比下滑超10%。前五大厂商表现如下：

Figure 2

2018年中国前五大智能手机厂商——出货量、市场份额、同比增幅

厂商	2018年 出货量 (单位:百万台)	2018年 市场份额	2017年 出货量 (单位:百万台)	2017年 市场份额	同比增幅
1. 华为	105.0	26.4%	90.9	20.4%	15.5%
2. OPPO	78.9	19.8%	80.5	18.1%	-2.0%
3. vivo	76.0	19.1%	68.6	15.4%	10.8%
4. 小米	52.0	13.1%	55.1	12.4%	-5.6%
5. 苹果	36.3	9.1%	41.1	9.3%	-11.7%
其他	49.5	12.5%	108.1	24.4%	-54.2%
合计	397.7	100.0%	444.3	100.0%	-10.5%

来源:《IDC中国季度手机市场跟踪报告, 2018年第四季度》

注: 数据均为四舍五入后取值

•**华为** 通过自身长期以来的技术积淀与创新, 以及与上游合作伙伴的深入协作, 已逐渐形成了基于拍照成像、游戏、商务办公等典型应用场景下, 独特的技术壁垒。通过将相应的技术与不同产品线机型进行有机的结合, 华为的P、荣耀、Mate等系列在市场销售过程中, 既能在热销期内占据市场热度, 也可通过用户的口碑传播, 保证产品在整个生命周期内拥有稳定“后劲”, 从而使品牌形象与势能持续提升。因此, 对于4-6级市场的高速渗透顺理成章, 在2018年市场份额与同比增幅均位列前五大厂商之首也是水到渠成。

•**OPPO** 的2018年, 是品牌形象加速提升的一年。在保持对产品“美”的追求的同时, 通过诸多新技术元素融入R、Find系列高端产品, 逐渐将自身品牌重心继续向科技创新的方向加速倾斜。在主流价位段中, A、K系列稳定打造“爆款”, 保证了OPPO在2018年整体市场份额稳中有升。

•**vivo** 同样在2018年迎来了产品科技力爆发的一年。6月份业界首款“真全面屏”机型NEX发布后, 在迎来市场广泛认可的同时, 也带动vivo旗下全系列机型对消费者吸引力的持续提升; 通过发布线上专属产品Z系列, 对线上渠道的进军, 也为vivo开拓出另一块拥有深厚潜力的市场。2018年, vivo与华为同为前五中同比增幅超过两位数的厂商。

•**小米** 的2018年是品牌调整的一年。上半年, 通过红米系列, 及小米8系列大批量出货的带动, 小米延续了自2017年以来的增长态势, 但品牌形象、用户群体也面临了一定程度的固化, 产品线布局与长期盈利模式也亟需调整。下半年, 上市后的小米进入调整阶段, 出货量同比下滑, 但也能够保持产品平均单价和出货金额的稳步提升。在10月完成全球出货1亿台之后, 即进入了组织架构、产品线的重新梳理期。未来, 中高端产品线的合理布局、

以产品科技力为主的品牌形象提升，和更加细致的线下渠道运营将会是小米需要重点关注的方向。

•苹果自2016年开始，已经历了连续第三个出货量同比下滑的年份。2017的iPhone X，产品创新与拉动力十足，但平均单价的跳跃式提升，也已经将用户的心理预期换机周期拉长。而2018年新品除了常规性能升级，外观小改外，并无更大的创新点能支撑用户在其大幅提升的售价下继续换机。同时，国内严峻的宏观环境，国产品牌创新产品的冲击下，消费者日益严苛的眼光，也均是苹果在国内市场持续下滑的原因。

IDC中国高级分析师王希认为：“对于已经到来的2019年，国内智能手机市场整体环境仍然不算乐观。但通过盘点2018年业内众生的得与失，厂商可以从技术积累，产品运营，用户维护三方面应对新一年的挑战，并从中发掘新的机遇。”

技术积累

2018年已被看作5G元年，而国内5G相关领域的技术上也的确处于全球领先地位。但仍应清楚地看到，至2019年底，5G手机依旧将停留于极小规模试商用阶段，距离大范围普及仍有很长的路要走。因此，面向5G时代，技术的积累与铺垫、软硬件生态的建立、新场景的预测与打造，相比单纯的出货量级，更值得注重和投入。

产品运营

对于2019年的产品线运营，IDC认为，旗舰产品系列应当是各厂商顶级技术做加法的结果，是极致不妥协地展现品牌实力、提升品牌价值、巩固粉丝忠诚度的媒介。而肩负“走量”任务的主流价位段产品，除了令消费者满意的性价比宣传外，也可以尝试将部分旗舰级技术下放，作为新技术积累与量产测试的试验田，同时形成差异化卖点。

用户维护

在饱和的国内智能手机市场，存量用户的争夺将在2019年成为更加重要的课题，厂商应设法对自身存量用户，基于年龄、性别、所在城市级别、兴趣爱好、品牌流转等细分维度进行深度画像与分析，进而推动有限的产品及营销资源的精准投放与利用，达成更具效果的产出。

- 全文完 -

欲了解IDC报告的更多信息，请访问www.idc.com.cn。欲购买报告，请致电+86-10-58891666与IDC中国销售部联系，或发email至fwang@idc.co

关于 IDC

国际数据公司（IDC）是全球著名的信息技术、电信行业和消费科技咨询、顾问和活动服务专业提供商。IDC在全球拥有超过1100名分析师，为110多个国家的技术和行业发展机遇提供全球化、区域化和本地化的专业视角及服务。IDC的分析和洞察助力IT专业人士、

业务主管和投资机构制定基于事实的技术决策，以实现关键业务目标。欲了解更多信息，请登录www.idc.com.cn。

- # # # -

相关咨询，请联系：

王勇，IDC中国 助理副总裁

电话：(+86-10) 5889 1588

电邮：fwang@idc.com

俞岩，IDC高级客户服务代表

电话：(+86-10) 5889 1536

电邮：jyu@idc.com

谢静，IDC中国市场部高级市场专员

电话：(+86-10)58891558

电邮：mxie@idc.com

扫描微信二维码，关注IDC 研究成果，掌握ICT市场脉搏Figure 3



About IDC

IDC is the premier global provider of market intelligence, advisory services, and events for the information technology and telecommunications industries. IDC helps IT professionals, business executives, and the investment community make fact-based decisions on technology purchases and business strategy. Over 775 IDC analysts in 50 countries provide global, regional, and local expertise on technology and industry opportunities and trends. For more than 40 years, IDC has provided strategic insights to help our clients achieve their key business objectives. IDC is a subsidiary of IDG, the world's leading technology media, research, and events company. You can learn more about IDC by visiting <http://www.idc.com/>.

IDC is a subsidiary of IDG, the world's leading technology media, research, and events company. Additional information can be found at www.idc.com.

All product and company names may be trademarks or registered trademarks of their respective holders.

For more information contact:

Maggie Xie
mxie@idc.com
+86-10-5889 1558
Frank Wang
fwang@idc.com
+86-10-5889 1558
Juliana Yu
jyu@idc.com
+86-10-5889 1536