



变中取胜

——结构性转变下的中国手机市场发展趋势

GfK中国 移动通讯事业部

武晓锋

2014年12月23日

GfK市场研究



No. 1

全球第一技术类消费品市场研究公司

No. 4

全球四大市场研究公司之一

全球范围零售监测

100+ 国家

370,000+ 零售商

4500,000+ 科技类消费品SKU

通过零售销售数据洞察最客观的消费者行为与偏好

GfK市场研究领域



汽车



消费品



时尚



金融



健康



媒体&娱乐



公共服务



零售

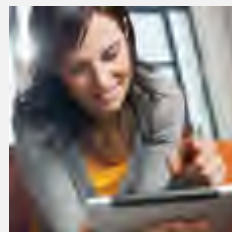


新技术



旅游

GfK 中国目前产品覆盖近90个产品品类



捷孚凯（GfK中国）零售监测覆盖的产品领域：大家电、消费电子、小家电、IT, 办公设备、家居生活、医疗保健、**通讯产品**、时尚生活、汽车、数码影像等。

→ 其中通讯产品主要包括手机、平板电脑、手机耳机，可穿戴设备等产品。





整体市场



4G市场



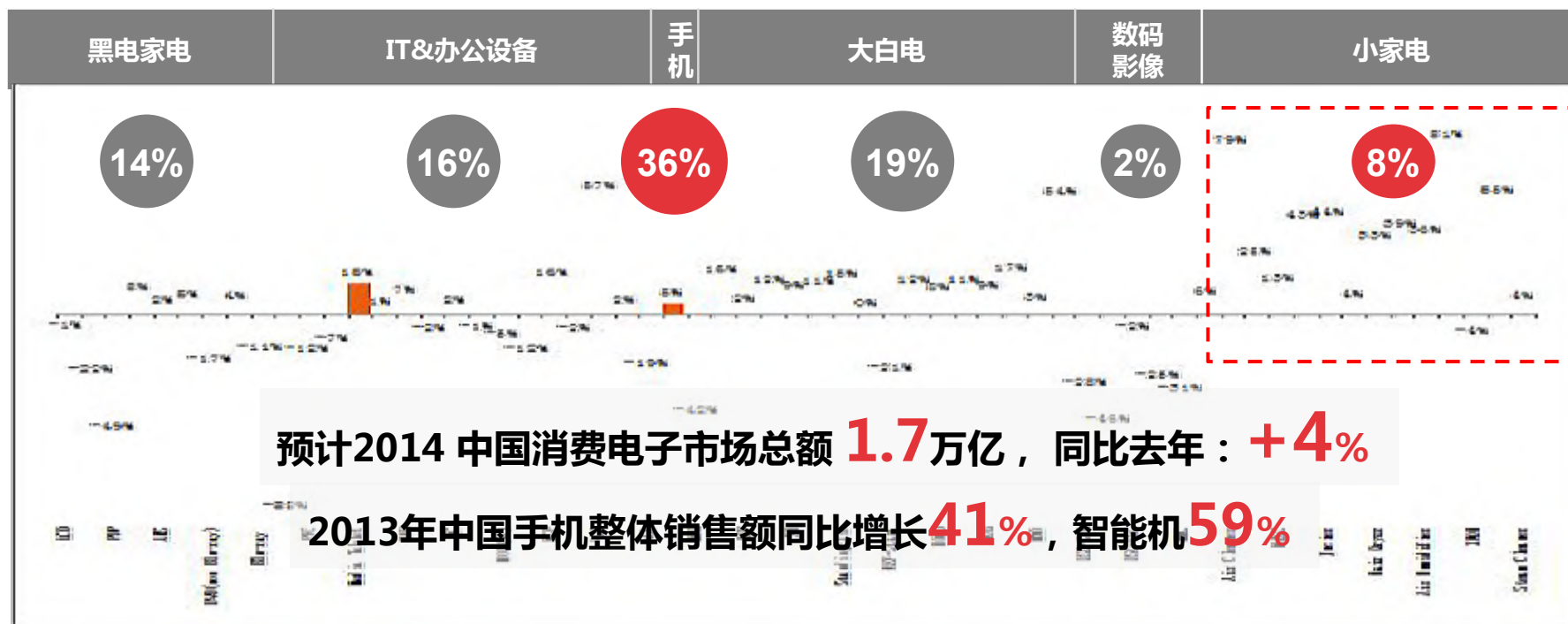
渠道&运营商



产品趋势

移动终端产品已成为中国消费电子行业主要驱动力

中国技术型消费电子零售市场各品类零售金额同比增长 - 2014E

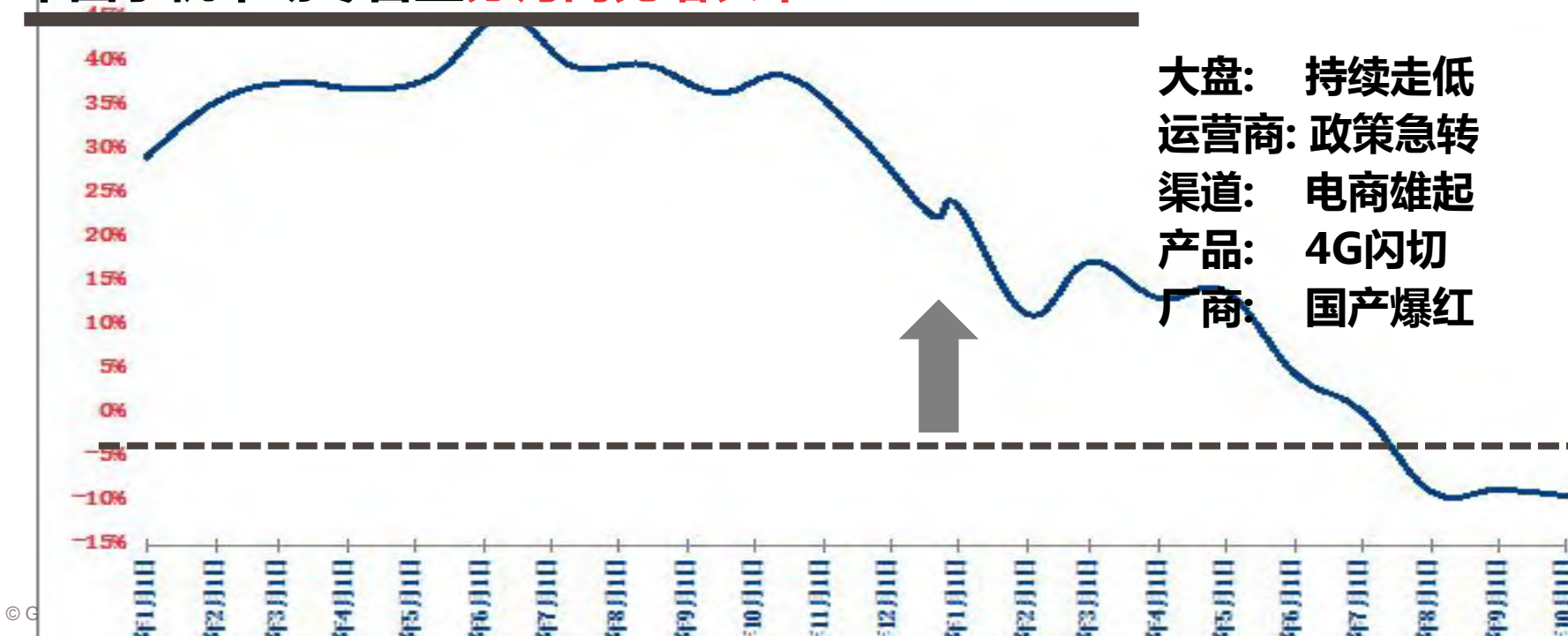


2014年中国手机市场表现



变-变化之大,变化之快!

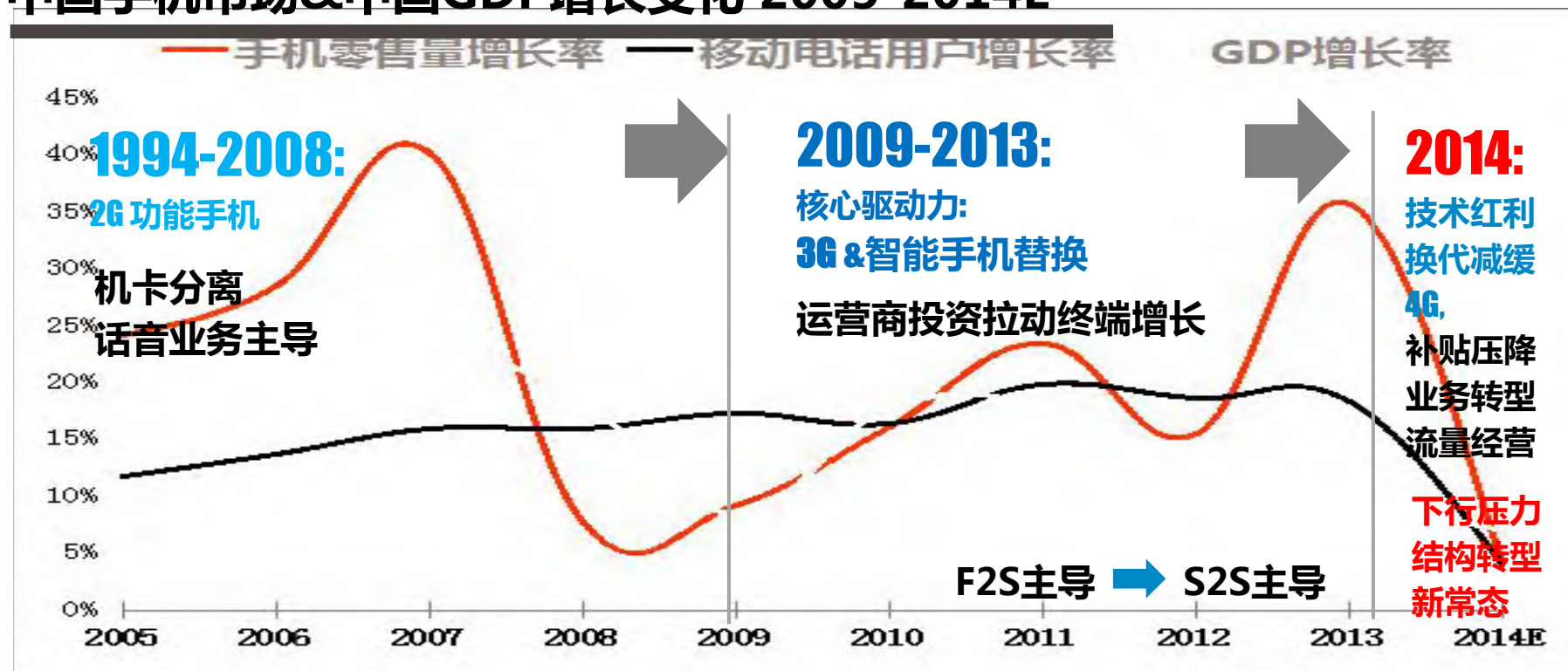
中国手机市场零售量分月同比增长率2013-201410



2015年中国手机市场将进入“新阶段”



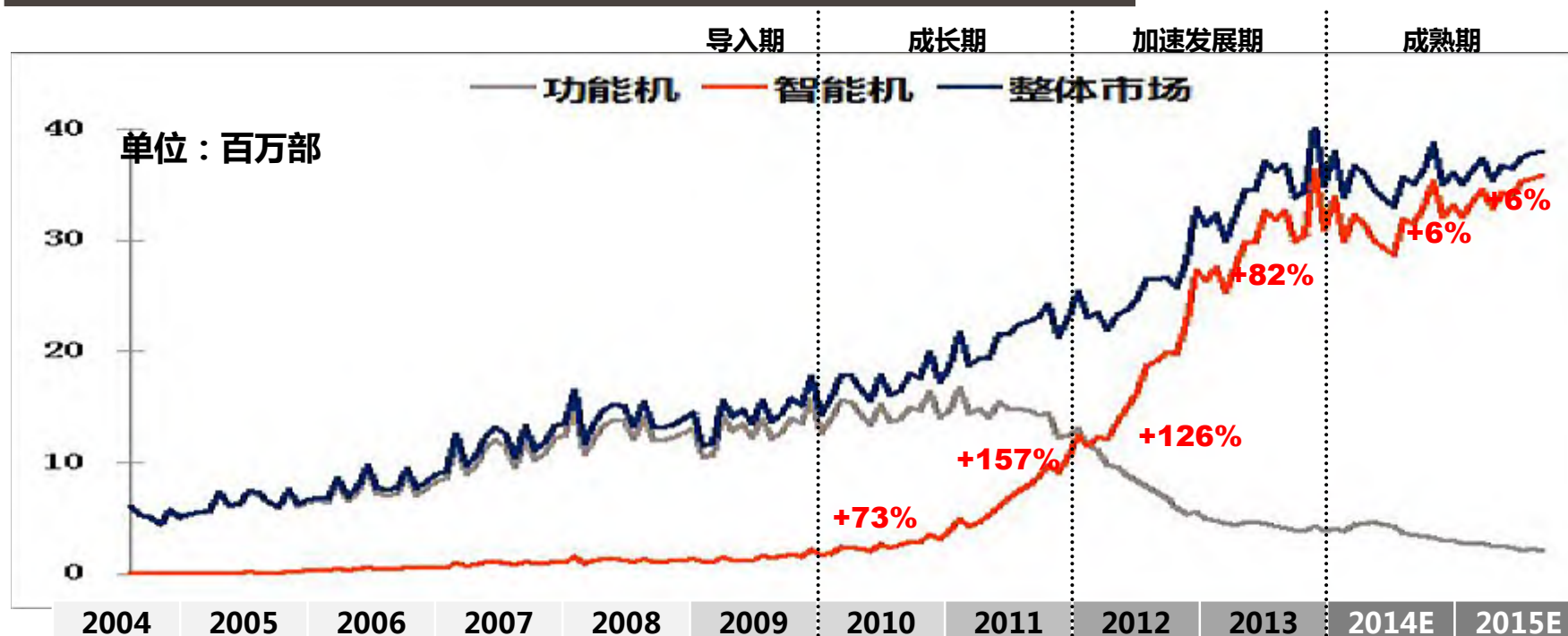
中国手机市场&中国GDP增长变化 2005-2014E



中国手机市场经过5年高速增长进入存量替换阶段



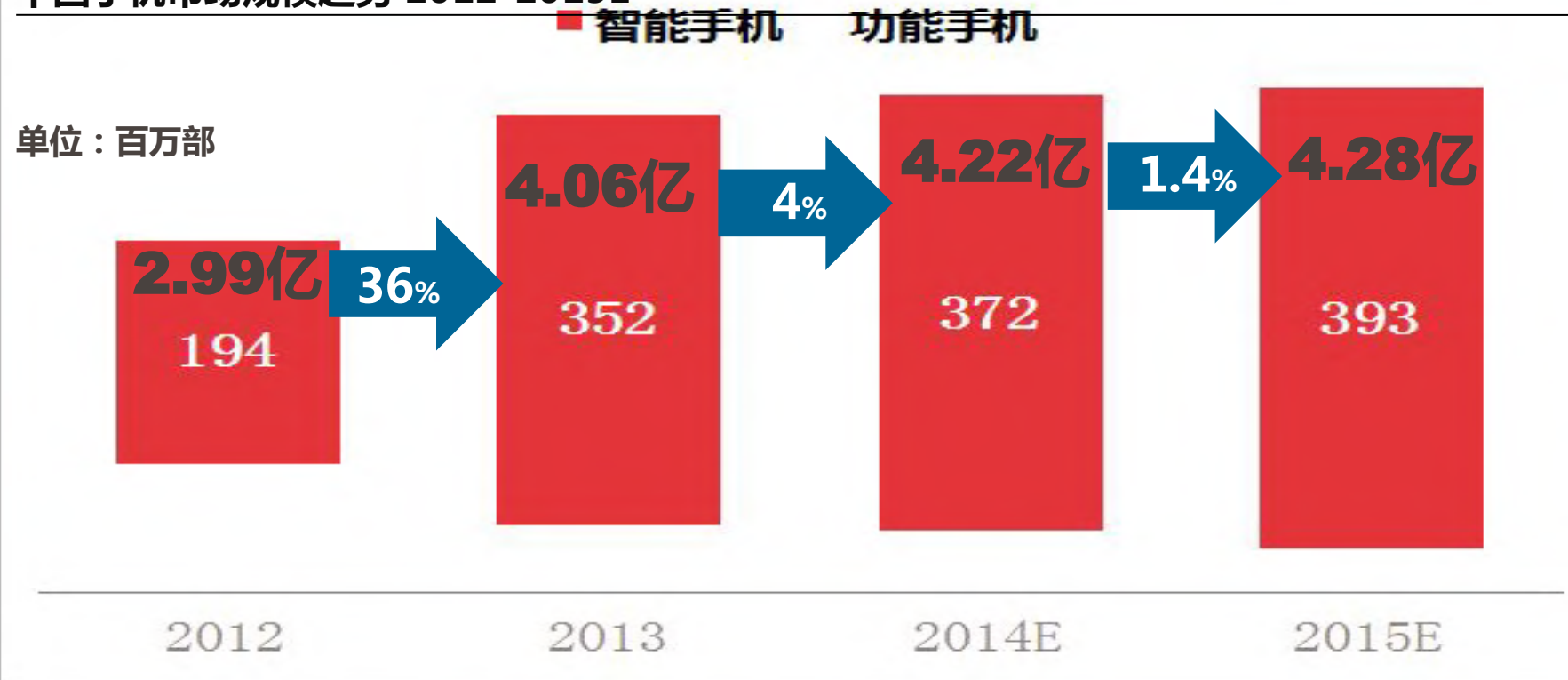
中国手机市场规模趋势2004~2015E



手机市场规模增速放缓，进入存量替换阶段



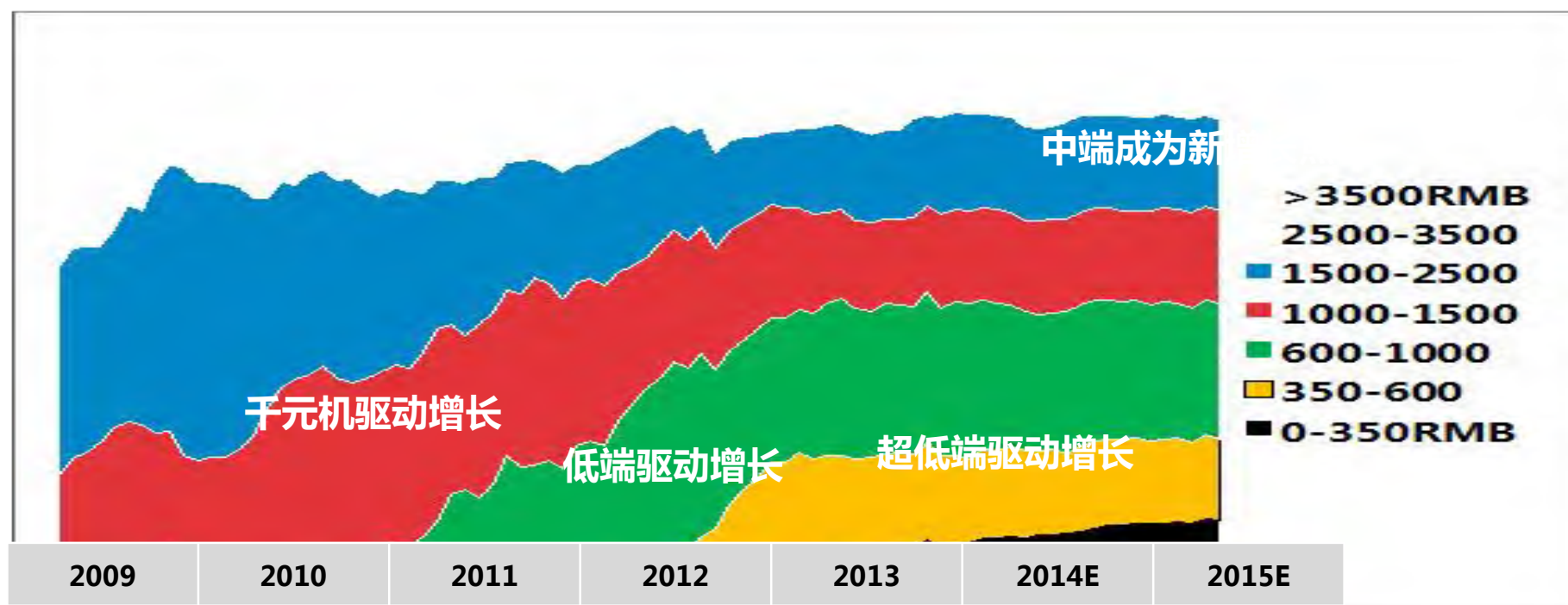
中国手机市场规模趋势 2012-2015E



智能机存量市场中高端产品持续扩大

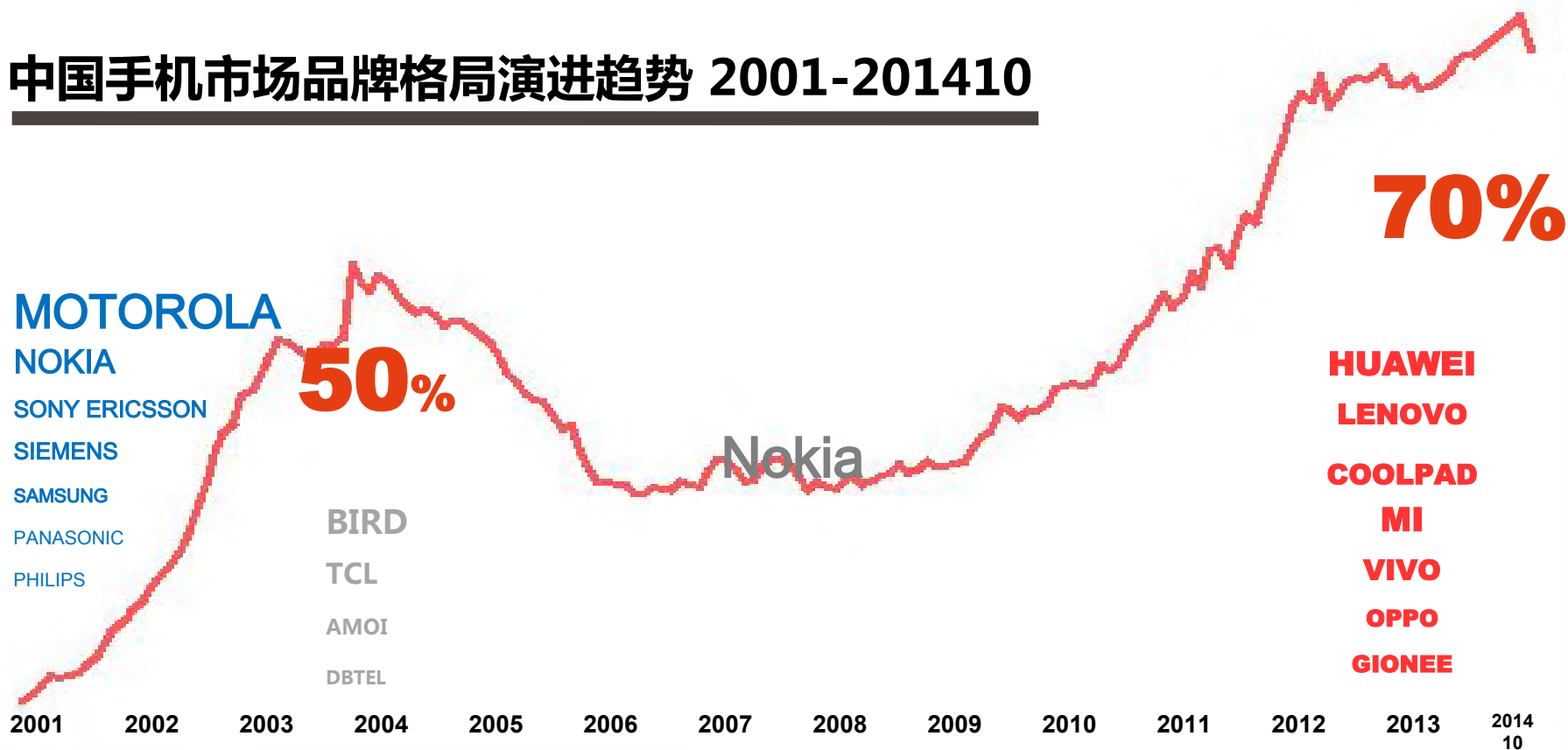


中国智能手机市场分价格段零售量份额发展趋势 2009-2015E



2014年国产品牌在智能机时代实现“二次”崛起

中国手机市场品牌格局演进趋势 2001-201410

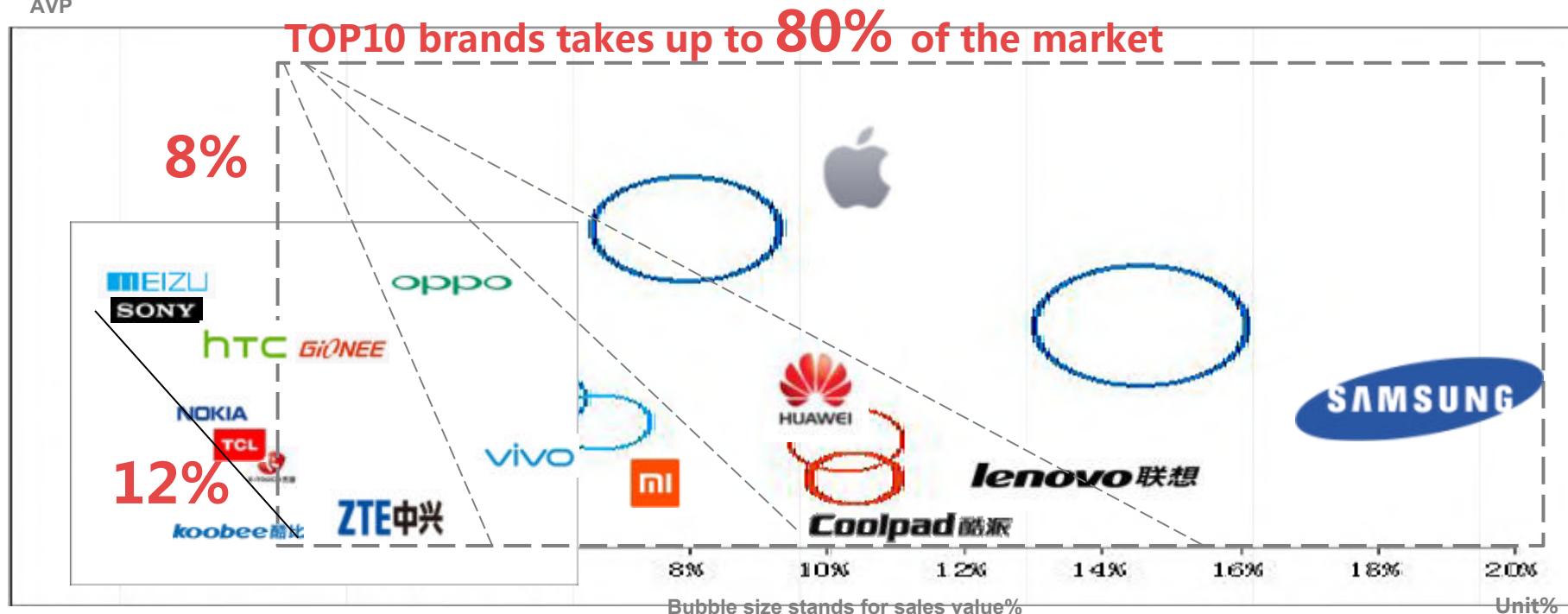


2014年品牌厂商二八格局下的差异化突围



中国手机市场品牌竞争格局 2014 1-10 月累计

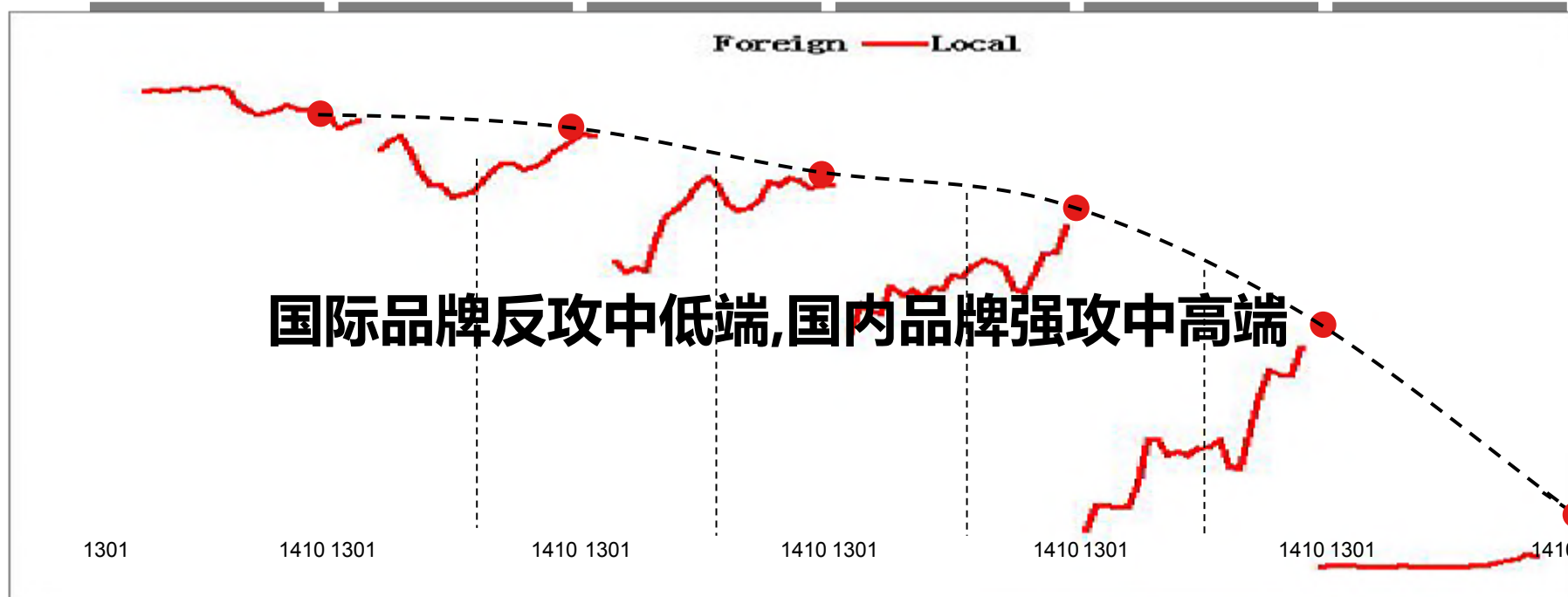
AVP



2015年品牌进入全面竞争



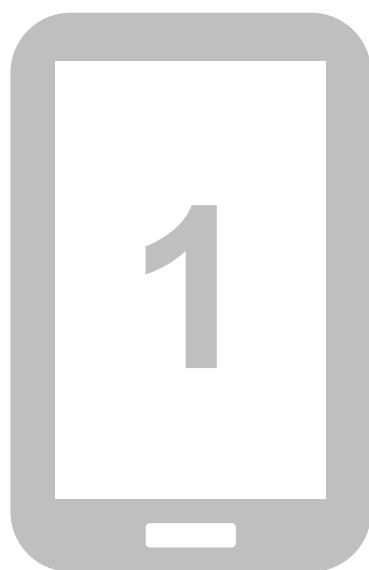
国产&国际品牌分价格段份额趋势 2013-201410



国产品牌基本形成分价位段梯次精品化



	华为	小米	OPPO	VIVO	联想	酷派	中兴	魅族
>3000RMB	Mate系列		Find系列 N系列	Xplay Xshot	Moto	大观系列	Nubia	
2000-3000	P系列		R系列	X系列	VIBE	IWI		MX
1000-2000	荣耀	小米		Y系列	S系列		Nubia 红牛	
<1000RMB		红米			乐檬	大神		魅蓝



整体市场



4G市场



渠道&运营商



产品趋势

4G替换进程较3G大幅缩短



中国手机市场分制式零售量趋势 2004-2015E

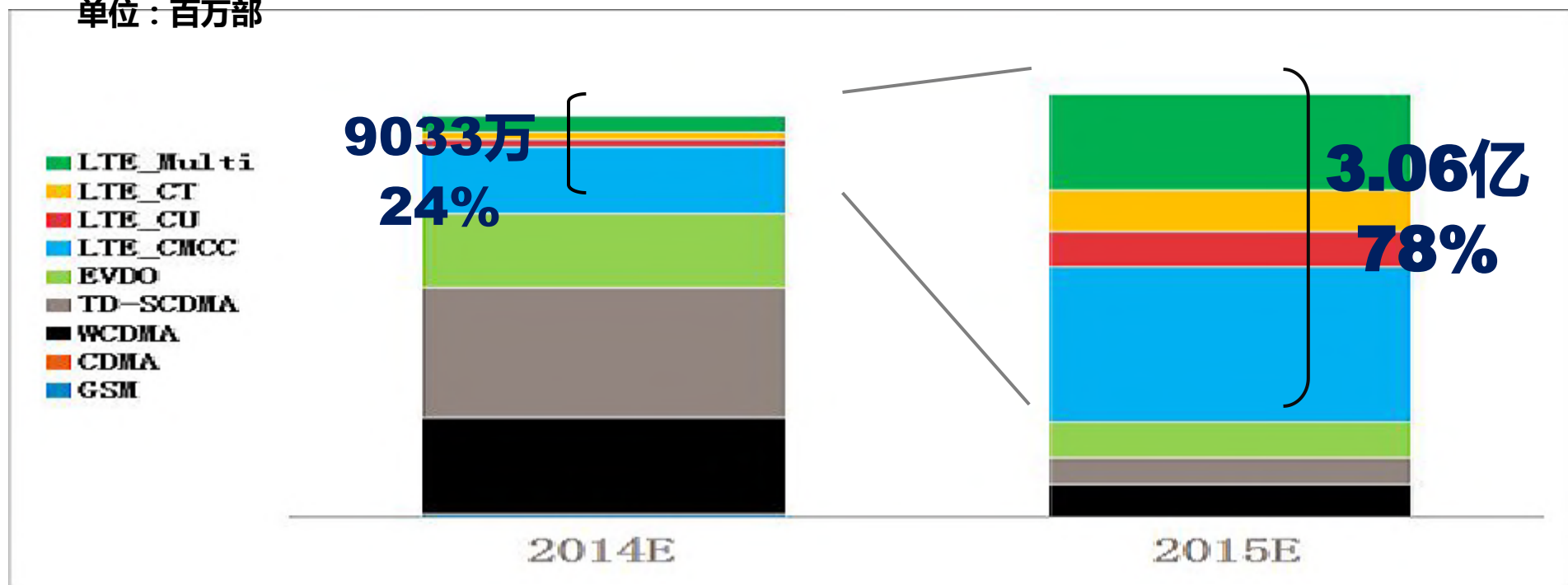


3G快速下降，4G爆发式增长



中国智能手机市场分制式规模趋势 2014E-2015E

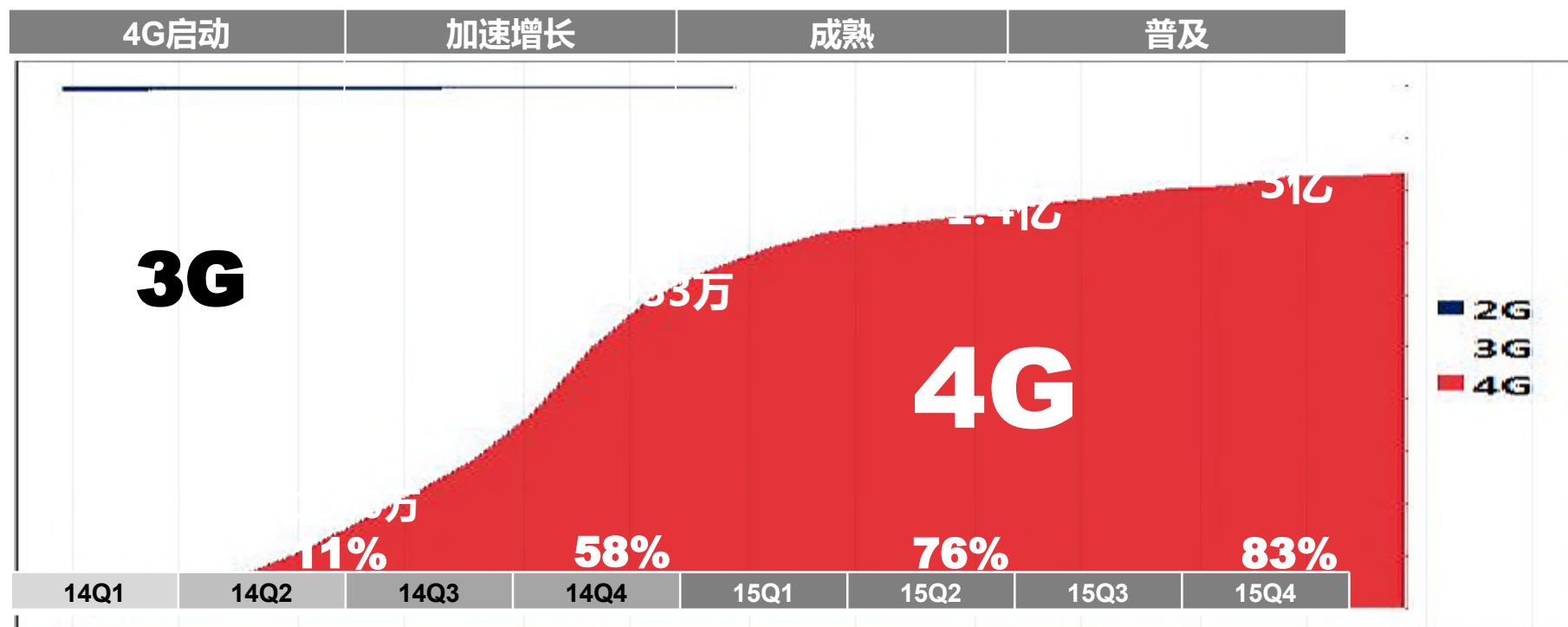
单位：百万部



2015年4G加速普及



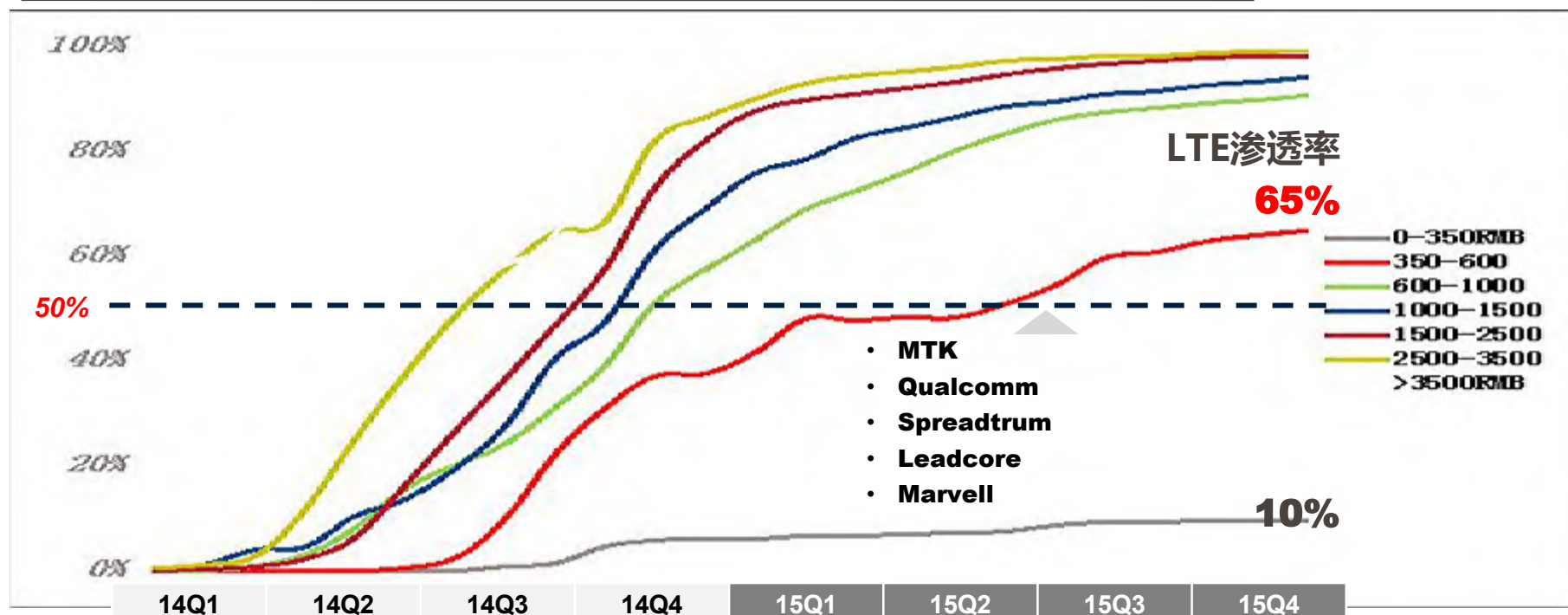
中国手机市场分制式份额趋势2014E-2015E

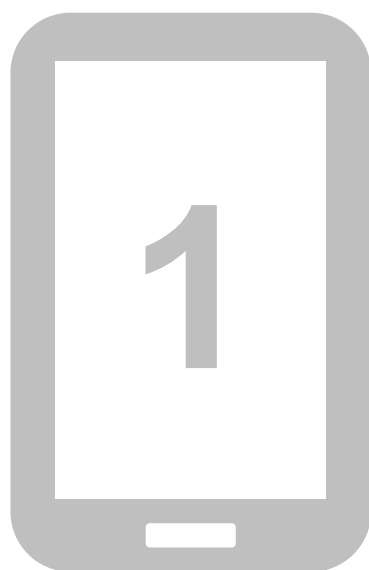


2015Q2开始 LTE在超低端市场加速渗透



中国智能手机市场分价位段LTE渗透率趋势2014E-2015E





整体市场



4G市场



渠道&运营商

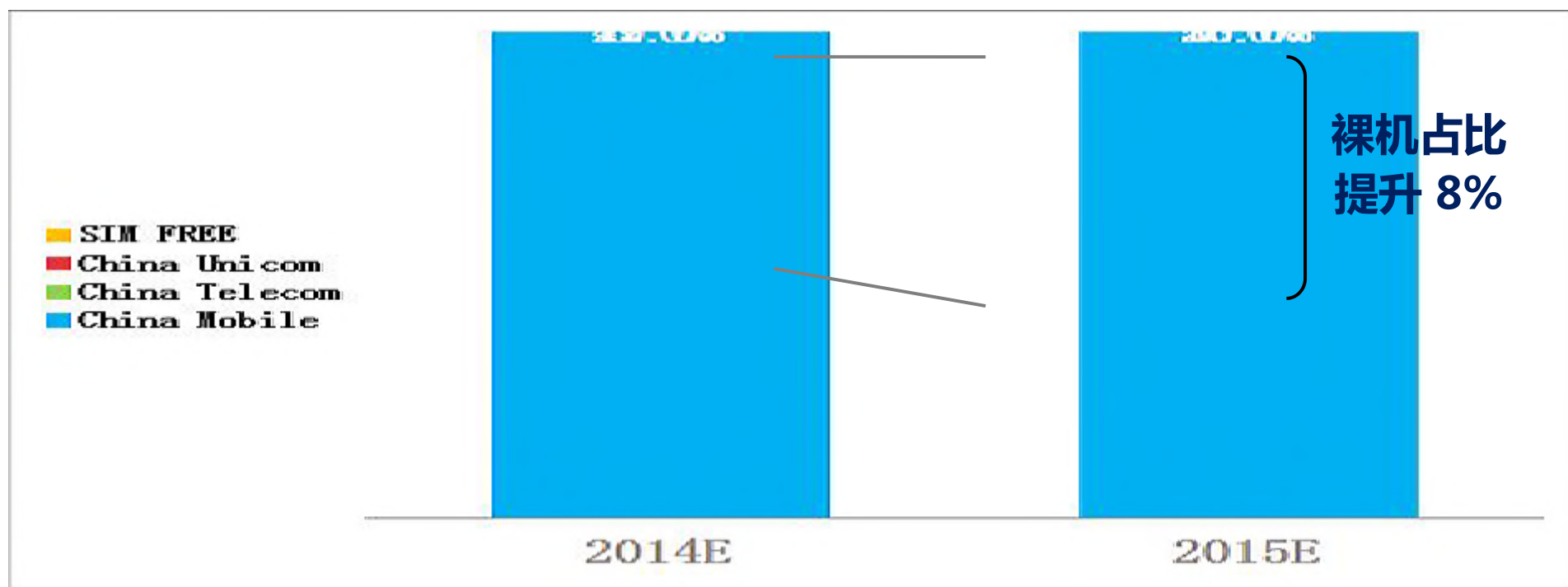


产品趋势

运营商投资拉力减弱，开放市场回归



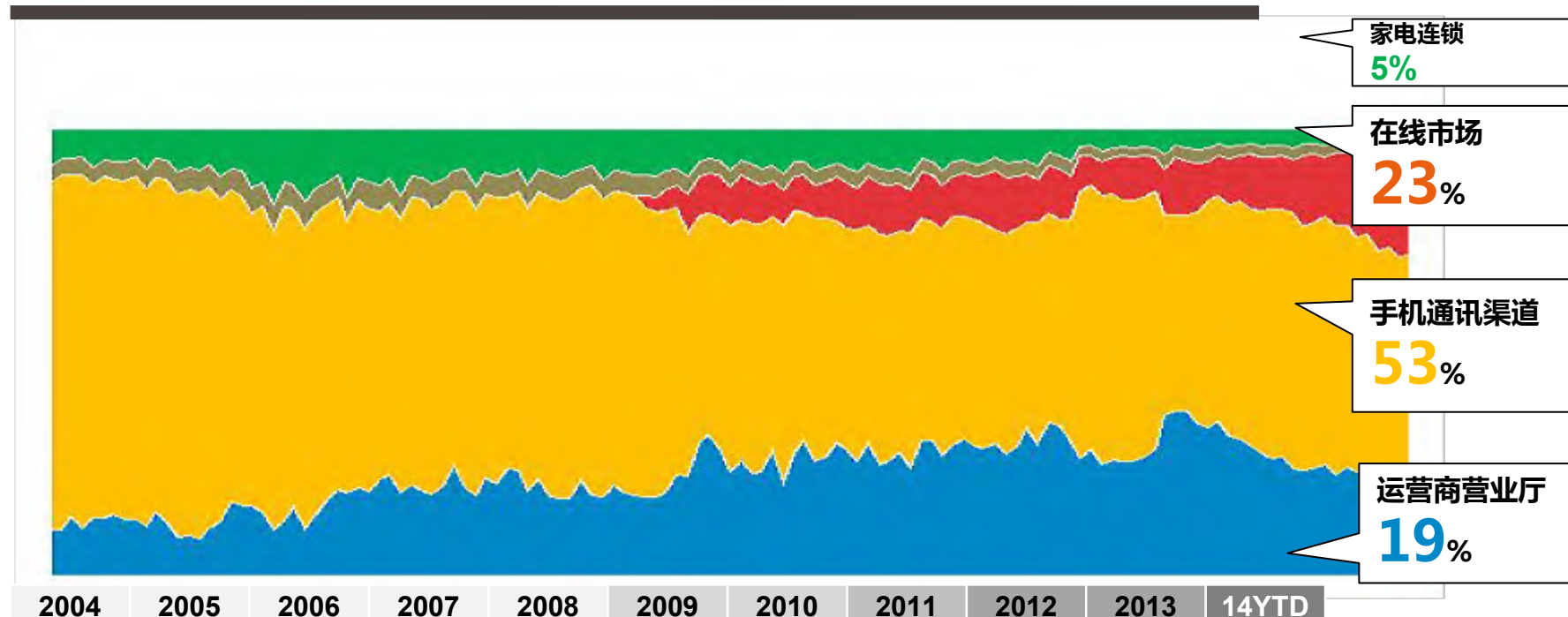
中国手机市场运营商趋势 2014E-2015E



在线市场高速增长，运营商市场缩水



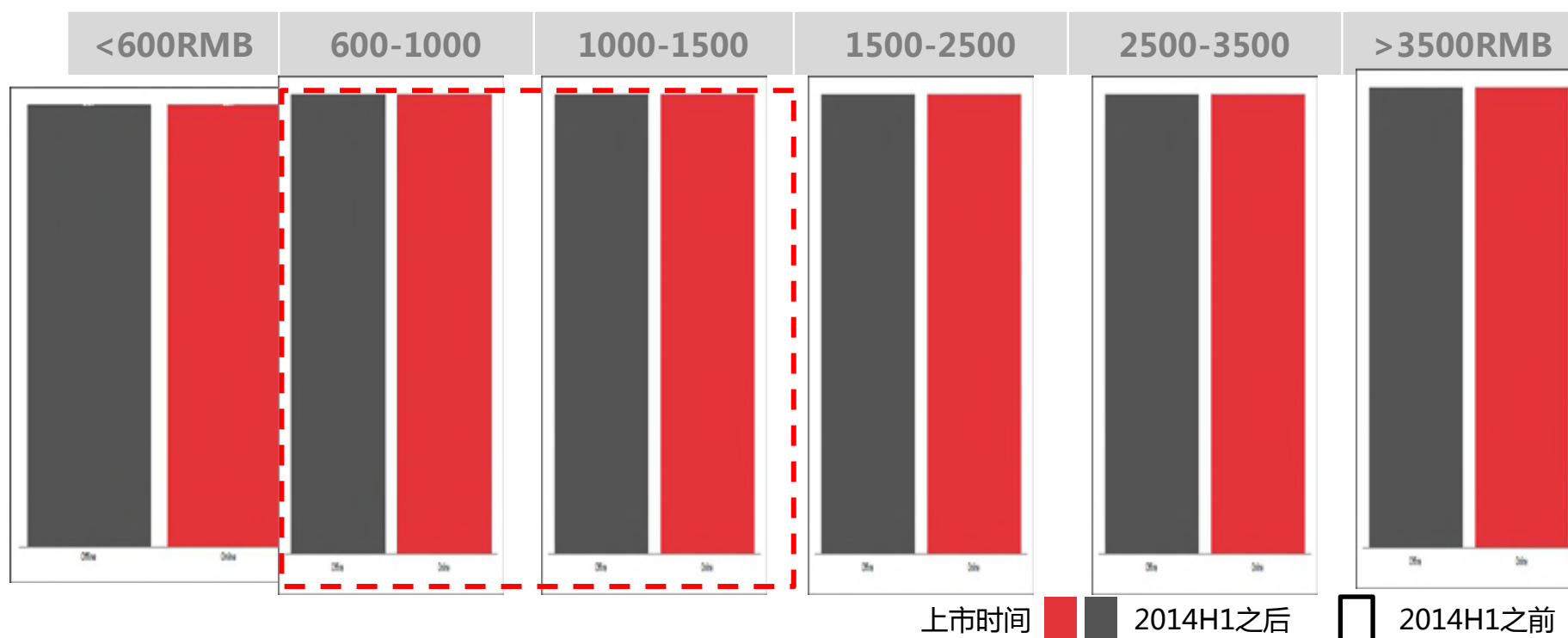
中国智能机市场分渠道销量份额发展趋势 2004-201410



2014年在线市场产品更迭节奏优势显现



线上市场 VS 线下市场新产品占比比较 201410

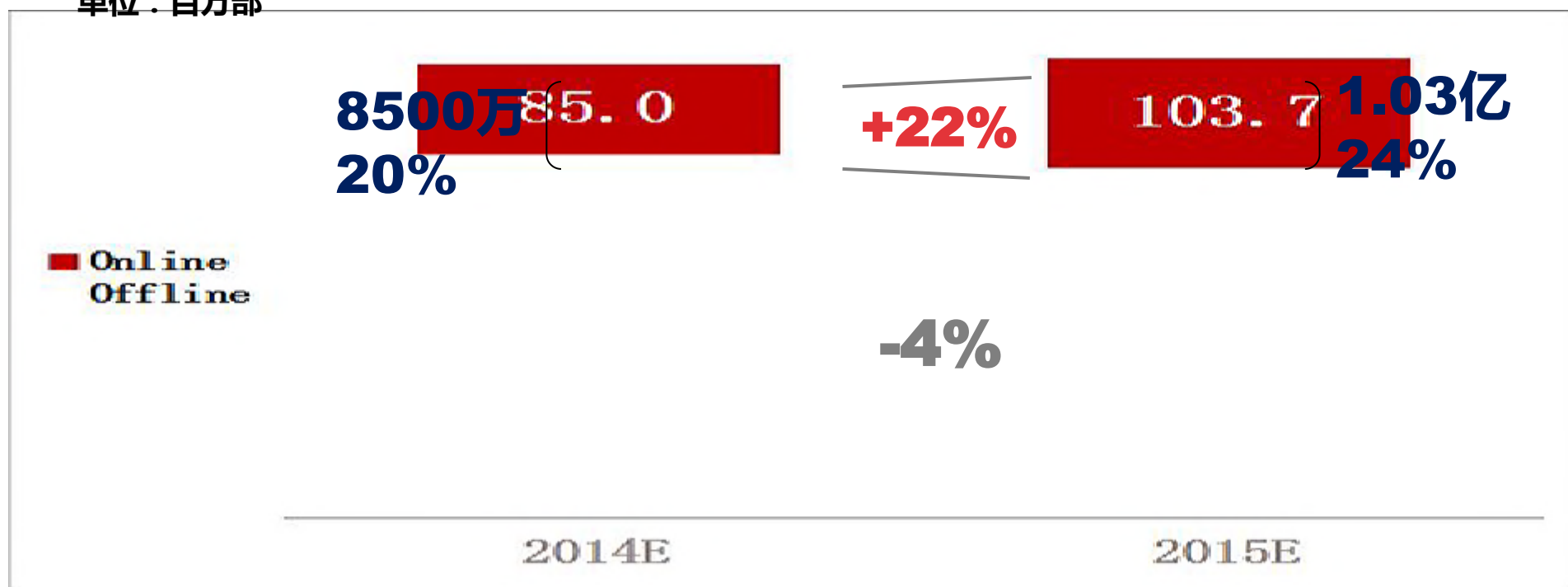


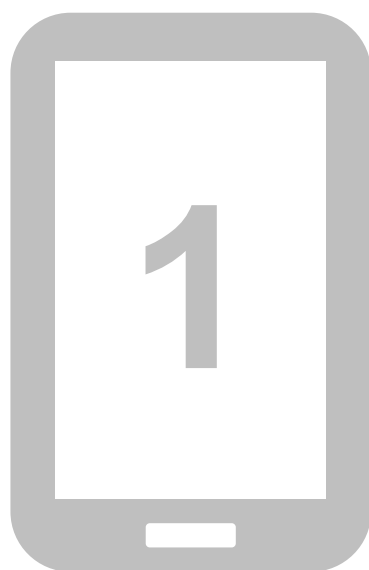
线上市场地位持续提升，将聚集更多资源



中国手机市场线上线下规模趋势 2014E-2015E

单位：百万部





整体市场



4G市场



渠道&运营商

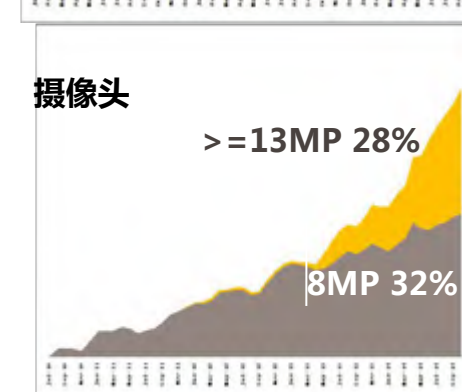
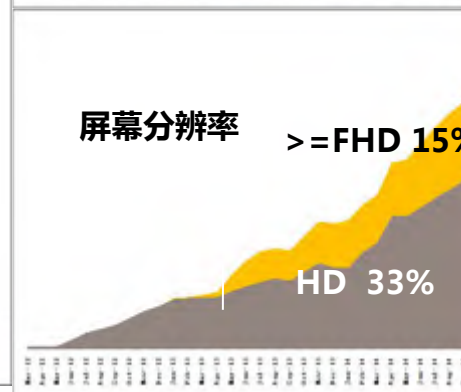
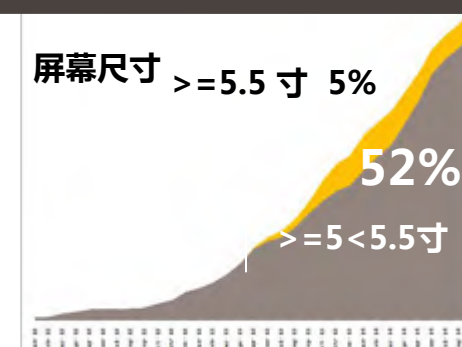
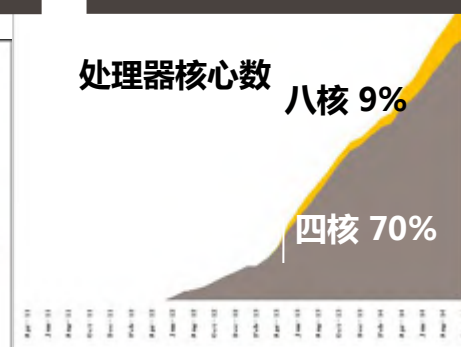
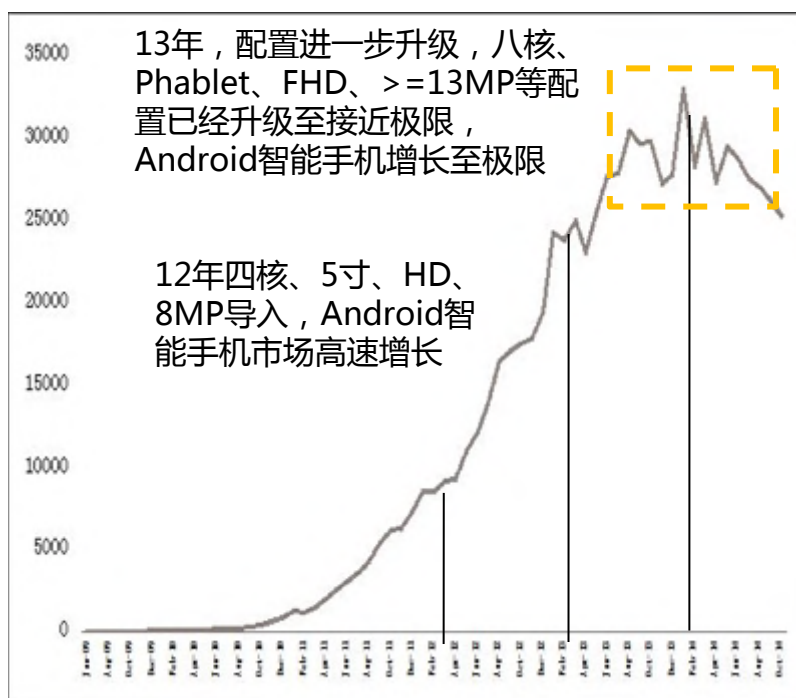


产品趋势

经过配置升级驱动，2014年技术红利开始减弱



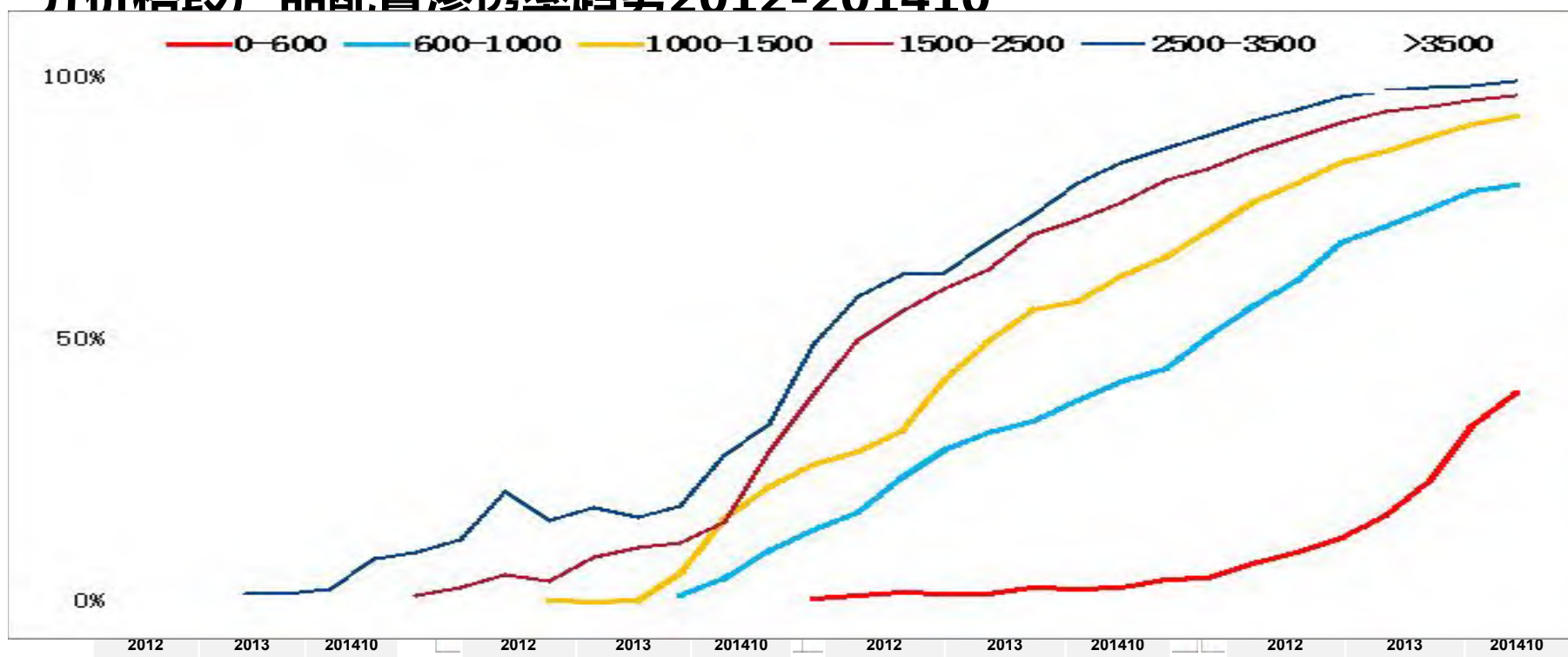
中国市场Android 智能手机零售量规模趋势 2012-201410智能手机配置升级趋势



2015年中低端产品配置将加速升级



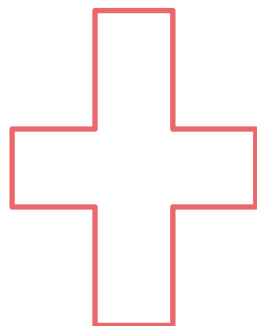
分价格段产品配置渗透率趋势2012-201410



2015旗舰智能手机配置向“Spec+”发展



2015年门槛配置



2015年Spec+配置

屏幕

- LTPS
- Incell

摄像头

- 双摄像头
- 光学防抖

外壳

- 铝合金一体化外壳
- 金属中框多种材质外壳

处理器、基带

- 64bit
- LTE-A

电池、电源管理

- 智能省电
- 快速充电

其它组件

- 指纹识别
- Sensor Hub

外延式应用创新驱动智能手机新一轮硬件升级



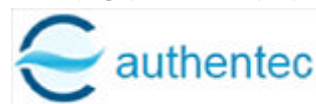
示例：上下游产业链联动驱动指纹识别成为手机新应用

指纹识别方案提供商

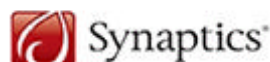
终端厂商

应用服务提供商

指纹传感器和算法



GOODiX



整合上游芯片、元器件和下游相关应用

iPhone6



- Authentec
- 与Home键结合
- 按压式

MEIZU MX4 Pro



- 汇顶科技
- 与Home键结合
- 按压式

Samsung Galaxy S5



- Synaptics
- 与Home键结合
- 滑动式

Huawei Mate7



- FPC
- 背部摄像头下面
- 按压式

OPPO N3



- FPC
- 背部摄像头下面
- 按压式

VIVO Xplay 3s



- FPC
- 背部摄像头下面
- 滑动式

应用服务方案



2015年中国手机终端市场发展趋势



趋势一: 中国手机市场在**增速放缓**下加速结构性转变,进入存量**新阶段**

趋势二: 品牌竞争重回战国时代,全价位、全渠道、全产业链,**全面竞争**

趋势三: 手机产品分梯次品牌化,**精品化**,在快速迭代中展开**节奏竞争**

趋势四: **4G爆发式**增长加速运营商在管道化形势下向移动互联业务转型

趋势五: 运营商费用**压降**推动资源重新向**开放市场**集结,向市场化运营倾斜

趋势六: 线上**电商渠道**已奠定坚实基础,并持续保持活力和聚集更多资源

趋势七: 手机产业竞争将从软硬件上升到**体验与创新**的移动生态系统层面

趋势八: 智能家居、可穿戴设备市场成长将驱动智能手机**外延式创新**



Thanks !