

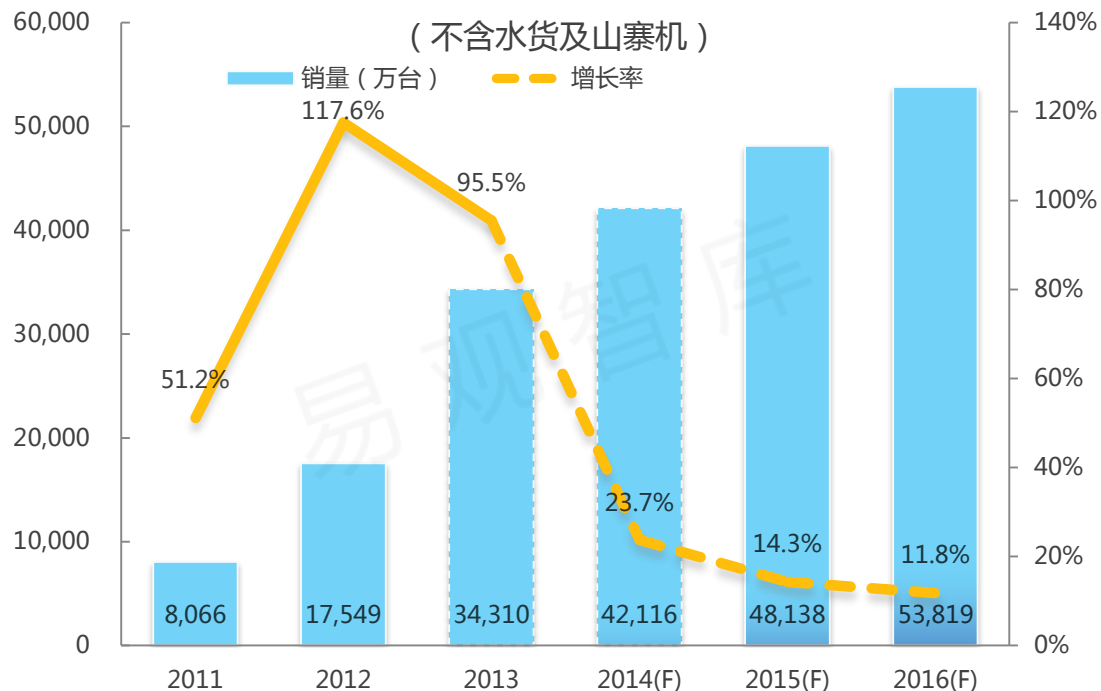
2013中国智能手机市场分析专题

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

2013年中国智能手机市场增速放缓

2011-2016年中国智能手机销量预测



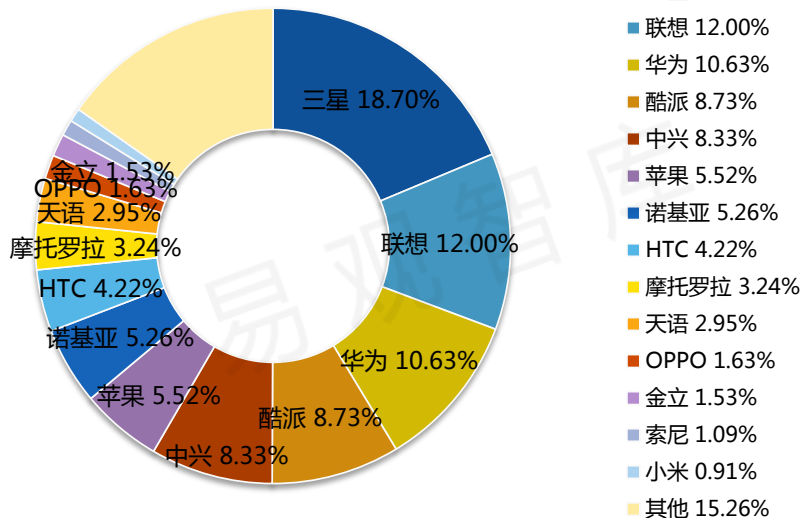
- 2013年第4季度环比第3季度增长率仅为4.9%
- 2013第4季度智能手机销量占整体手机市场91.4%

整体增长态势放缓，智能手机市场进入成熟期发展阶段

2013年中国智能手机市场国产大军显优势

2012年中国智能手机市场厂商份额

(不含水货及山寨机)

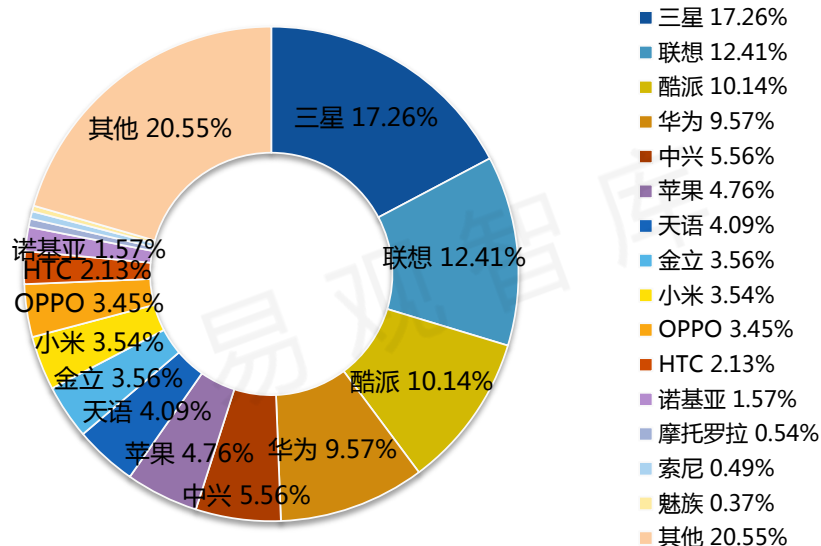


来源：易观国际·易观智库·中国互联网商情
SOURCE: EnfoDesk © Analysys International

www.enfodesk.com
www.eguan.cn

2013年中国智能手机市场厂商份额

(不含水货和山寨机)

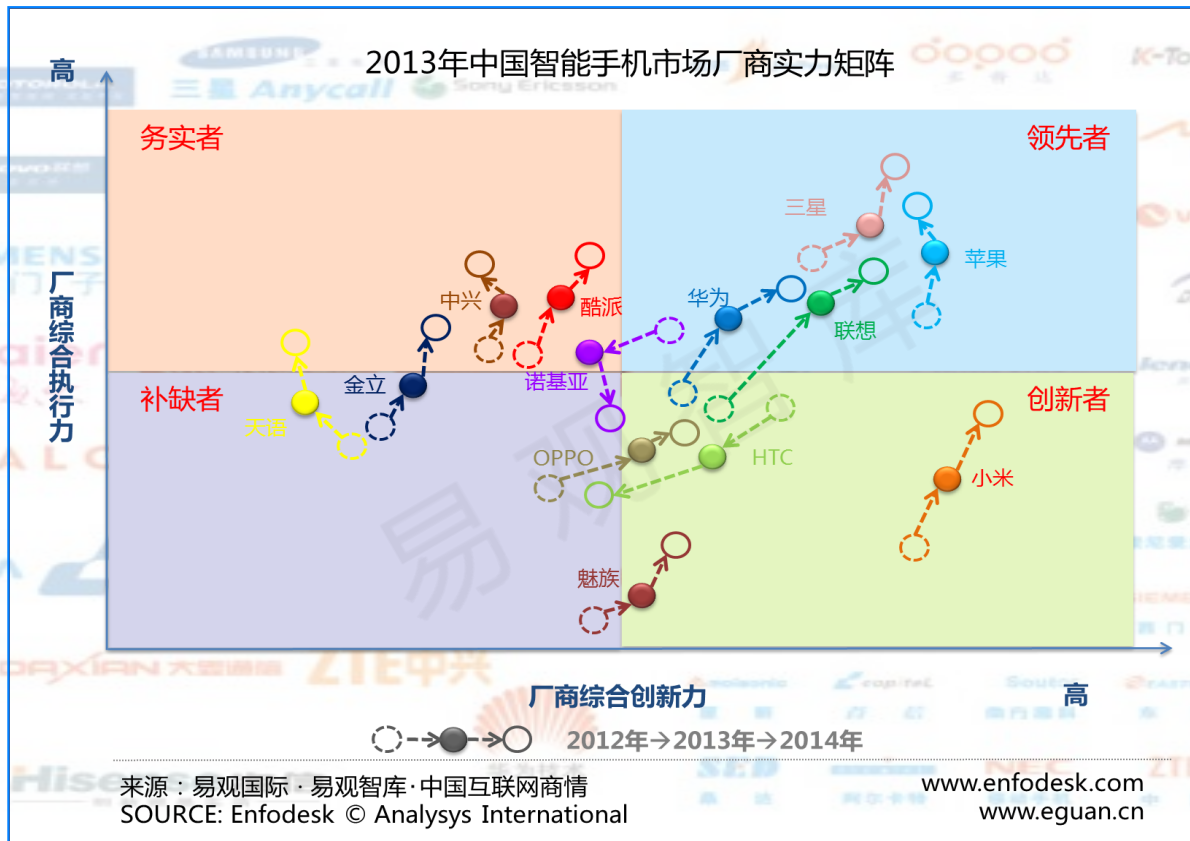


来源：易观国际·易观智库·中国互联网商情
SOURCE: EnfoDesk © Analysys International

www.enfodesk.com
www.eguan.cn

智能手机市场国际品牌份额缩水，2013年品牌Top10仅存三星、苹果。小米、金立等国产厂商后来居上

实力比拼，品牌商齐头并进



- 创新者——小米，互联网创新能力业内领先

- 务实者——诺基亚，业内竞争力颓势明显，手机业务收归微软亦难掩尴尬境地

领先者一马当先

- 国际品牌三星和苹果强势领先

- 国内品牌华为和联想涨势明显，双双跨入领先行列

领先者粉墨登场，决战智能手机市场

SAMSUNG

- 三星Galaxy系列手机畅销，为三星竞争格局打下坚实基础
- 引领大屏手机潮流，获消费者青睐
- 与移动网络服务商合作，获良好销路
- 利用屏幕专利技术优势，打造良好用户体验

- 依托与运营商的战略合作关系，借助其定制机的强势销售渠道，保证了其销量及市场份额处于市场第一集团
- “荣耀”作为独立品牌运营以高性价比、高品质赢得市场认可
- 发力电商渠道，提高品牌价值

lenovo

- 联想以独特UI界面和高性价比手机赢得消费者青睐
- 品牌效益明显，产品线丰富，各层级消费者均可覆盖

- iOS阵营唯一代表手机，品牌效益与用户口碑均有优势
- 定位高端机型，产品设计前卫，有特定粉丝拥护
- 2013年底苹果首次与中国移动达成战略合作，在大陆地区推出TD-LTE定制机

 HUAWEI



务实者的困扰，创新能力不足

ZTE中兴 营销模式创新不足



优势：

- 借助运营商渠道销售中低端手机
- 努比亚系列手机定位高端市场，做自主拓展渠道，自主推广品牌
- Firfox OS操作系统机型为中兴产品线增添筹码

劣势：

- 缺乏互联网化产品、品牌、渠道和营销经验
- 知名度有待提升，新品牌手机较难被市场认可
- 新品牌没有得到市场的认可

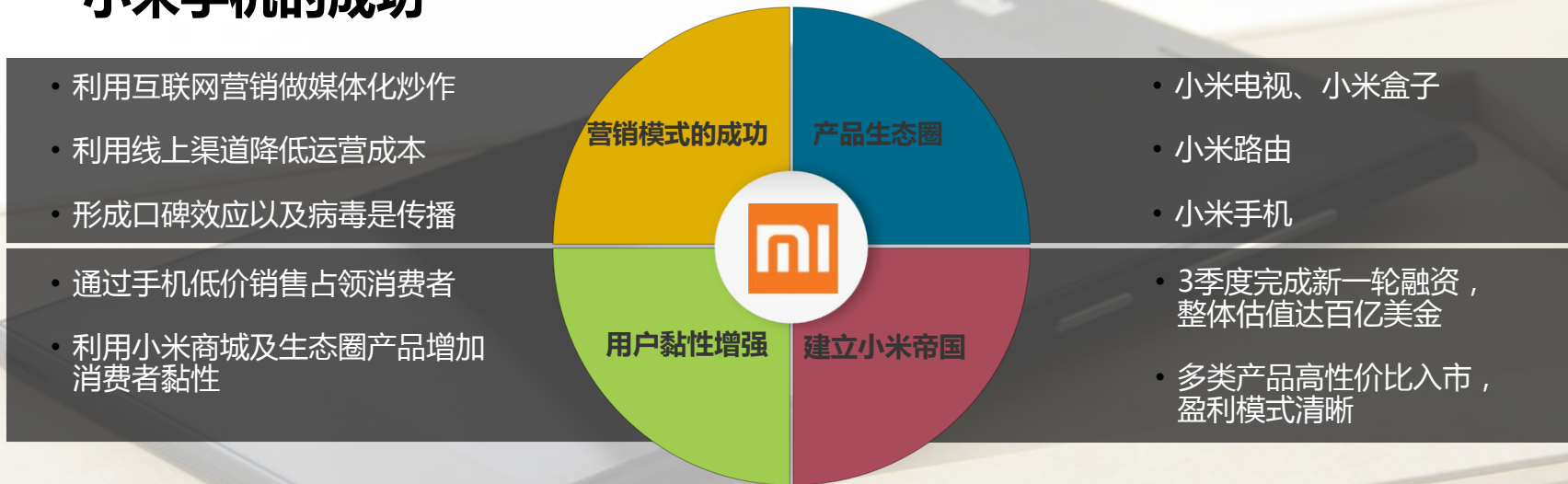


NOKIA

绝望中寻找希望

- 自有操作系统难以满足用户的广泛需求，用户体验差导致在市场竞争中掉队
- 微软与诺基亚战略结合，减缓份额缩水速度，并可以为诺基亚赢得更多的时间来寻找创新机会缓慢恢复

小米手机的成功



源自**互联网化的创新**

4G网络时代的轰炸

- ◆ 2013年12月，TD-LTE牌照正式发放，中国4G时代开启。中国移动投资过百亿元建设基站以及补贴终端设备，发力迅猛意图将4G信号覆盖网络迅速铺开
- ◆ 三星、索尼、HTC、中兴、华为、联想等品牌联合中国移动率先在国内打造4G定制机，争抢国内首批定制市场。苹果也首次与中国移动达成战略合作，在2014年推TD-LTE定制机
- ◆ 套餐资费与相关服务仍是消费者最关注问题，虽然运营商承诺4G资费门槛相较3G更低，但是中国4G服务的资费与国际水平仍有较大差距

中国开放4G网络，对现在的智能手机市场的发展是一轮新的催化，这意味着智能手机的更新速度以及普及力度将再一次有效提升

2013年智能手机终端大事件盘点

中国手机季度销量破亿

- 2013年第3、4季度中国手机销量连续破亿
- 销量破亿意味着整体手机市场还处于一个增长阶段，特别是在第三季度，学生开学季，形成的高增长态势。预计未来整体手机市场还将继续呈现上扬趋势
- 从手机销量来看，安卓阵营份额占据90%以上。机型覆盖多级消费者，能有效满足人们对于智能手机的需求，并在不断推陈出新

微软收购Nokia手机业务

- 2013第三季度，微软斥资72亿美元战略收购诺基亚手机业务
- 两大老牌厂商联手，微软巧借诺基亚多年积累的手机销售经验和销售渠道，将自己的Windows操作系统融入，寻求新的突破发展，打破自身移动互联网布局困境
- 微软收购诺基亚实属无奈之举，WP目前只有诺基亚手机在大范围使用，如若其倒戈，则微软的WP布局将回到原点，收购诺基亚是防御性策略，以规避风险。

iPhone 5 在华首发

- iPhone 5 全球首发，中国大陆首次成为苹果手机首发区域
- 苹果手机在华首发的同时，减少了在中国香港地区发售的手机储量。这一做法减少了苹果水货机在大陆市场的流量，同时促进了大陆区的销售份额
- 苹果的种种做法反应了国际大牌手机厂商逐渐将重心转移向了中国市场，是对中国智能手机市场的认可

小米估值超百亿美金

- 小米曾进行多次融资，3季度时，小米估值已超百亿美金，超越诺基亚。
- 小米2013的销售数据创造了智能手机行业的奇迹。主要归功于小米的互联网基因，以及其互联网化的商业模式创新，包括产品、营销、渠道、品牌的互联网化。
- 预计未来小米将依托以上优势，继续扩大其盈利能力；通过弥补自身产能不足的劣势，最终形成一个稳定的增长闭环。

1. 4G网络2015年显优势

4G牌照的发放，对于智能手机的销量有一定的促进作用，但是到4G的大规模商用还需要一年左右的市场培育期，其为手机销售带来的红利主要将在2015年集中体现。

4G



2013年底，智能机的销量占比已超过90%，因此2014年其涨幅将会有较为明显的下降。预计2014年中国智能手机销量可以突破4.2亿，2016年销量将突破5亿。

2. 整体智能手机市场接近饱和

3. 互联网化主导市场发展创新

小米以其互联网化创新能力在短短两年内杀入市场前十，预计未来发展中，更多的手机厂商将会学习小米在互联网化创新方面下功夫，构建自身品牌生态圈



大数据时代的**创新互联网终端**主题沙龙

凝聚、变革、创新、发展

联合主办：易观国际、易观智库、深圳互联网技术应用协会、华友会



云起龙骧势难当，风云变幻世有常，豪杰
不畏坎坷途，合力共赢论辉煌。

拥抱互联网思维，借力互联网。

易观国际联合深圳互联网技术应用协会、华友会将于2014年2月28日下午14:00--17:00举办“大数据时代的创新互联网终端主题沙龙”，届时将有权威行业报告发布，行业分析师热点解读、业内专家产业预测。诚邀智能手机、智能电视、可穿戴设备、智能家居、入口级应用等行业厂商分享互联网思维，让互联网与传统企业携手共赢，续写辉煌。

主讲议题：

移动互联时代传统企业产品创新之路
互联网思维下传统企业渠道创新之路

活动主办：北京易观国际集团、易观智库、深圳互联网技术应用协会、华友会

活动时间：2014年2月28日（14:00—17:00）

参会地址：深圳深航国际酒店七层空客厅（深圳市福田区深南大道6035号）

联系人：18600105399 宋先生

友情提示：报名请注明姓名、电话、公司、职务等信息

让你更懂市场,让市场更懂你!

易观智库



- 中国互联网商情
- 中国互联网应用监测系统
- 中国电商操盘手
- 中国数字消费者雷达