

2017 年国内手机市场运行情况及发展趋势分析

纵观 2017 年的手机行业，一方面，中国手机品牌厂商继续领跑全球市场，知名度和市场份额均在增长；另一方面，国内市场上，出货量结束两年来的高速增长，触顶后折返下滑，市场加剧洗牌，竞争尤为激烈。

一、中国手机品牌厂商在全球市场成果显著

当前国内市场趋近饱和，海外成为了国产品牌手机厂商极为重要的目标市场。从 Gartner 的公布数据来看，2017 年全球智能手机出货量 TOP5 中，中国厂商占据 3 席，分别为华为、OPPO 和 vivo，出货量分别为 9.8%、7.3%和 6.5%，较 2016 年相比均有所增长，三家厂商的合计出货量份额（23.6%）较 2016 年相比提高了 4.2 个百分点。

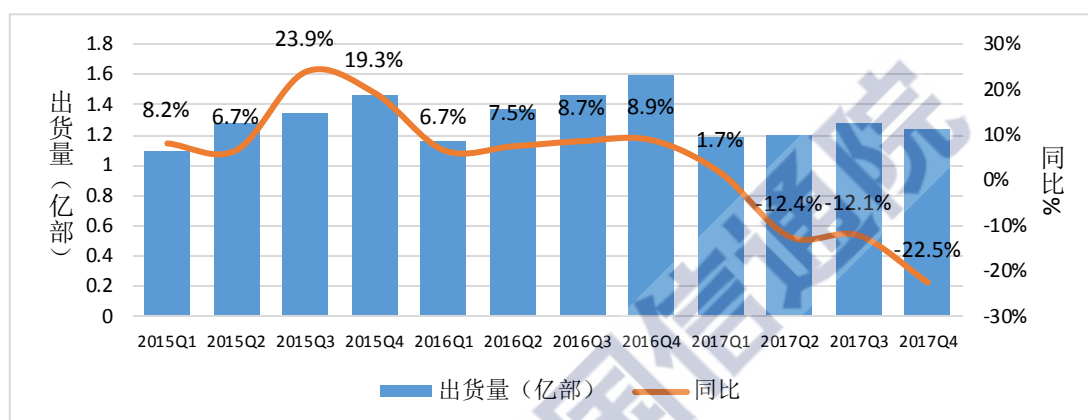
另外来自其他机构的统计数据 and 知名媒体的报道也均在显示中国品牌手机厂商在海外市场取得的丰硕成果：印度《经济时报》报道，2017 年，OPPO、vivo、一加、小米等中国智能手机品牌在印度的销售额均实现了数倍增长，合计销售额增长近 30 亿美元，中国的智能手机已经占据了印度市场的半壁江山；IDC 的报告称 2017 年第三季度中国传音以 30.1%的市场份额成为非洲市场排名第一的手机厂商；Counterpoint 的统计报告显示，在 2017 年的欧洲手机市场上，华为获得了 13%份额，中兴通讯和联想集团也各自获得了 4%和 3%的份额。

二、国内市场出货量触顶折返，市场竞争加剧

（一）国内手机市场出货量下滑

2017年国内市场出货量4.91亿部，同比下降12.3%。4G手机升级浪潮退去、性能提升带来的刚性换机需求走弱，致使国内市场出货量结束两年来的增长趋势。尤其是2017年第四季度，出货量下降幅度超过了20%。

图1：2015-2017年国内手机市场出货量及同比



数据来源：中国信息通信研究院

从产品分布来看，2G、3G和4G手机出货量份额分别为5.8%、0.1%和94.1%。其中，4G全网通手机出货量3.99亿部，占同期国内4G手机出货量的86.4%。

从智能手机操作系统来看，在2017年出货的4.61亿部智能手机中，Android手机占比82.9%，较2016年相比提高了1.3个百分点。

从国内外品牌的分布来看，2017年国产品牌手机出货量4.36亿部，占比88.8%，国产品牌手机厂商在市场份额上占据绝对优势。

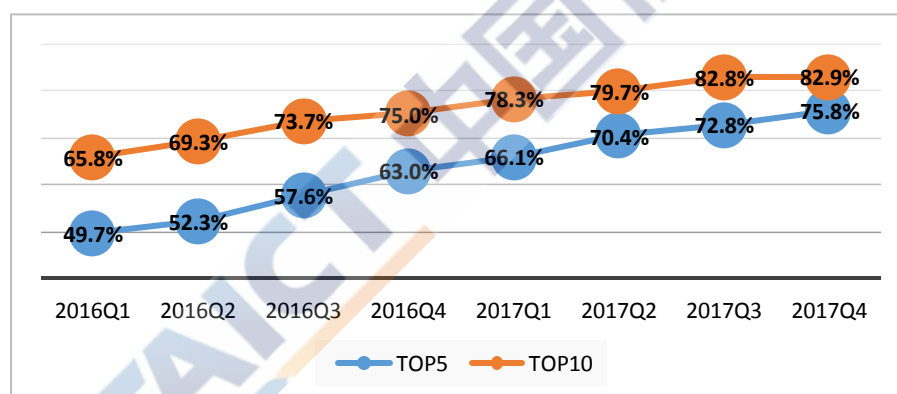
从价格趋势来看，2017年国内市场上智能手机均价较2016年相比上涨近20%。国产品牌手机价格处于不断跃升之中，其中，3000~4000元的国产品牌智能手机出货量同比增

长 74.9%，占比由 2016 年的 80.2% 升至 85.6%；4000 元以上的国产品牌智能手机出货量同比增长 170.8%，占比由 2016 年的 4.9% 升至 12.7%。

（二）国内手机市场集中度升至新高

根据 2017 年各手机厂商面向国内市场的出货量统计，TOP5 合计份额达到 71.3%，较 2016 年的 56.2% 提高了 15.1 个百分点，进一步扩大与二、三线手机品牌的领先优势。中小企业面临更为严峻的竞争压力，尤其是处于第二梯队（6-10 位）的厂商，份额受挤压的情况尤为明显，2016 年 TOP6 至 TOP10 厂商出货量合计份额 14.2%，2017 年则下降至 9.3%。

图 2：2016-2017 年国内市场 TOP5/TOP10 出货量份额



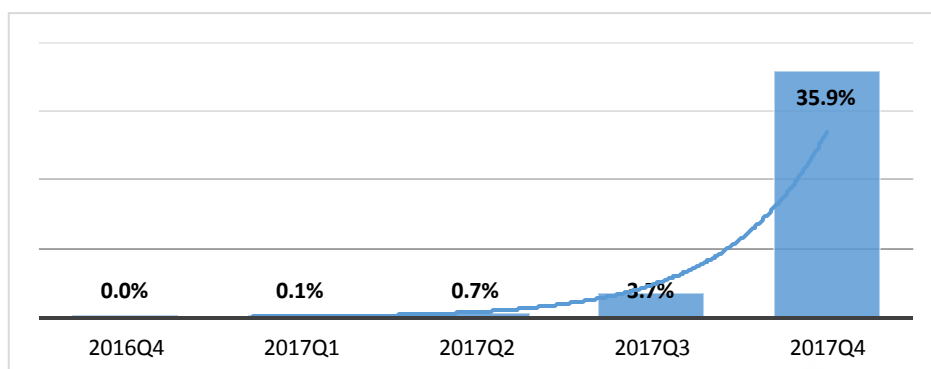
数据来源：中国信息通信研究院

（三）全面屏和 AI 技术引领手机创新趋势

全面屏手机在 2017 年下半年迎来爆发，大部分品牌都有全面屏手机面世。截至 2017 年末，30 余家国内外品牌手机厂商推出全面屏手机 120 余款，2017 年全面屏手机出货量超过 5000 万部，占比达到 10.2%。全面屏带动面板供应方重新排产线及工艺优化以应对新的需求，对前置摄像头、声学器件、天线、指纹识别等元器件带来升级和更新换代的需求，

推动此类器件向小型化和隐形化发展。

图 3：国内市场全面屏手机出货量份额



数据来源：中国信息通信研究院

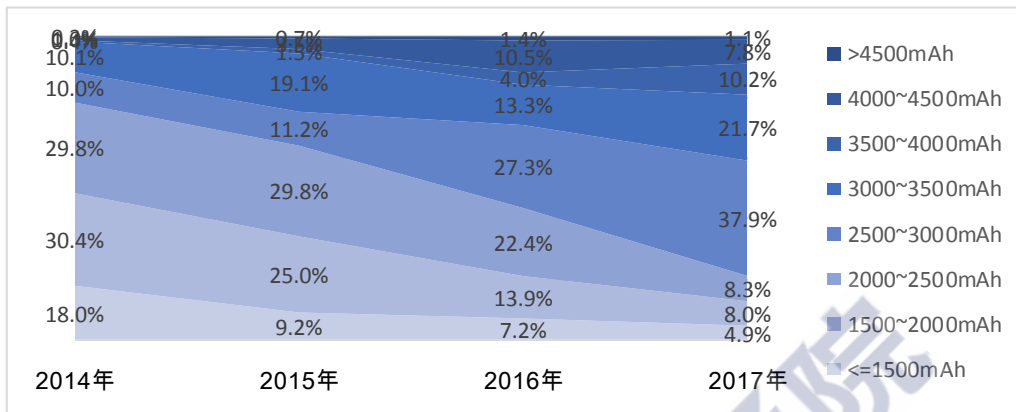
除了全面屏，人工智能也是智能手机市场发展的风向标之一，各智能手机厂商都抓紧在人工智能方面布局，人机深度交互逐渐成为大势所趋。华为发布了全球首款 AI 手机芯片麒麟 970，并应用在华为 Mate 10 手机上；苹果为 iPhone X 配备了 AI 芯片“A11 生物神经网络引擎”；三星为 Galaxy S8 配备了自主研发的人工智能平台“Bixby”，并提供“Bixby Voice”服务；小米通过大数据积累和云服务加上深度学习促成小 AI 产品的诞生；vivo 为 X20 手机上配备了“智慧引擎 4.0”功能。来自 Counterpoint 的最新数据显示，预计到 2020 年具有 AI 功能或者神经处理单元的智能手机会达到 1/3。

（四）产品细节改进提升用户体验

待机续航能力依然为关注焦点。越来越多的厂商选择给手机配备超大电池容量来提升电池的待机续航能力。2016 年出货智能手机中，超过 40% 的手机配备了 3000mAh 以上的电池。另外，在当前电池材质没有革命性更新的前提下，快速充电采用通过提升电压、提升电流或是两者同时提升的方式，

减少了充电时间，提高用户体验，成为现阶段手机市场的一大热点。

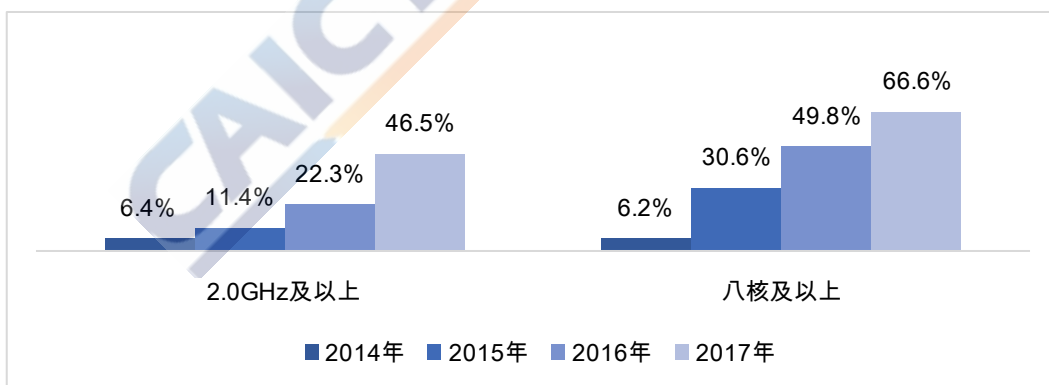
图 4：国内出货智能手机电池容量分布



数据来源：中国信息通信研究院

CPU 性能依然处于不断提升的过程中。2017 年国内市场出货智能手机中，采用八核及以上处理器的占比 66.6%，较 2016 年提高了 16.8 个百分点；CPU 主频在 2.0GHz 及以上的占比为 46.5%，较 2016 年提高了 24.2 个百分点。

图 5：国内出货智能手机 CPU 分布

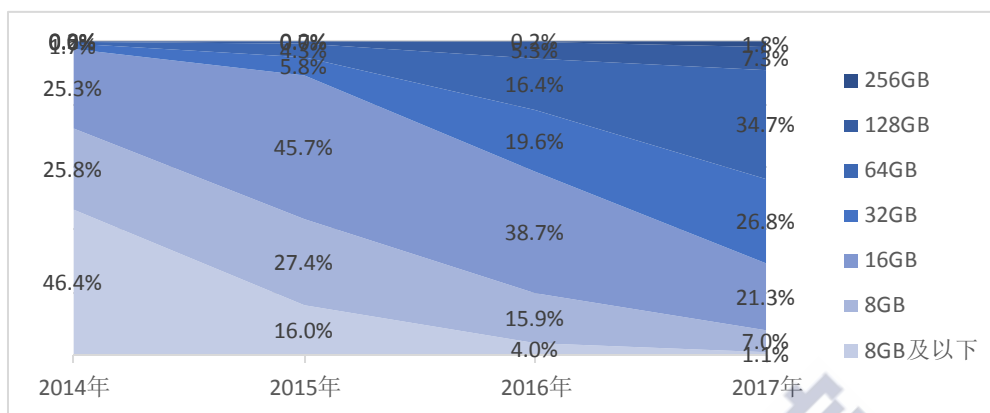


数据来源：中国信息通信研究院

需求推动手机存储空间增加。随着手机应用的不断丰富，对智能手机的存储能力提出了更高的要求，从 2017 年出货智能手机的 ROM 分布情况来看，增长最为明显的是 32GB 和 64GB，占比分别由 2016 年的 19.6% 和 16.4% 增长至 2017

年的 26.8% 和 34.7%。

图 6：国内出货智能手机存储 ROM 分布情况



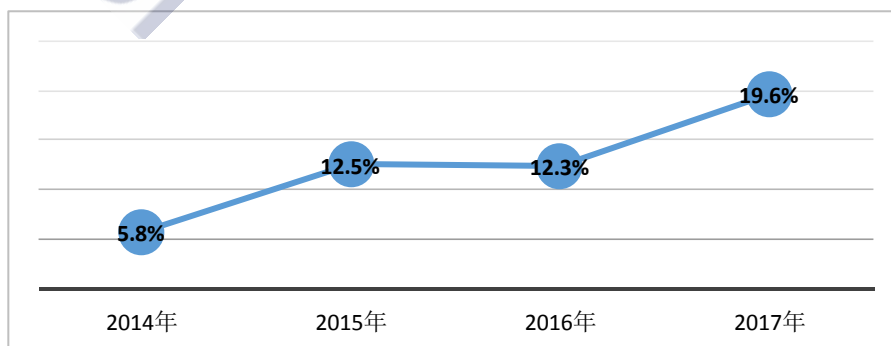
数据来源：中国信息通信研究院

三、产业链自主研发和自主生产能力均在提升

（一）国内 4G 移动芯片国产化率提升。

按照 2017 年面向国内市场的手机出货量统计，采用国产芯片的 4G 手机超过 9000 万部，同比增长 41.3%，较 2016 年相比提高了 7.3 个百分点。国产芯片在规模量产的同时，技术能力显著提升，华为发布了“麒麟 970”，是全球首款内置独立 NPU（神经网络单元）的智能手机 AI 计算平台，在人工智能芯片领域率先踏出了一步。

图 7：采用国产芯片的 4G 手机占比



数据来源：中国信息通信研究院

（二）京东方等国产 OLED 面板出货，逐步缩小国内显示

面板技术与日韩厂商的差距。

2017 年国内市场上 86.4% 的国产品牌手机 LCD 屏幕实现了国产化。在 OLED 屏方面，虽然目前被三星、LG 等品牌垄断的格局未改，但国产屏幕与其差距在逐渐缩小。鉴于柔性屏将带来重大影响的预期，各大公司不断加大 OLED 柔性屏投资力度，国内面板厂商加快布局，京东方已经有柔性 OLED 面板出货，已具备量产能力，预示着国产高端屏幕技术逐渐走向成熟，国外显示屏垄断高端市场的格局将会改观。随着产能的提高，AMOLED 屏幕将不仅仅是高端旗舰的专利，将会向中低端机型渗透。

四、2018 年手机行业前瞻

从需求来看，国际市场需求空间要高于国内。经过十多年高速发展，中国手机市场接近饱和状态，虽然全面屏、AI 等技术带动了手机行业的发展，但在 5G 到来之前，这些技术还不足以带来大面积的换机需求。而在国际上的一些新兴市场，如印度，依然存在增长红利，当前印度互联网渗透率只有约 30%。另外，据 Counterpoint Research 调查结果显示，约三分之二的印度手机用户计划在 2018 年升级其手机。

从竞争趋势来看，龙头企业的领先优势将会持续扩大。一线品牌企业依靠大规模订单，能以更低成本，获得更优先的供货，从而强化领先优势。从华为、小米、三星向媒体披露的 2018 年业绩指标来看，在全球市场整体出货量增长趋缓甚至

下降的背景之下,依然是持平甚至高于 2017 年的出货数量。

从技术发展来看,屏幕技术、摄像头、屏幕材质、芯片等多领域存在着创新趋势。配合手机全面屏的快速发展,屏幕本身工艺会有所创新,如异形设计、异形切割等,同时屏下指纹等技术更新将会快速跟进;摄像头会继续改良式演进,围绕多摄像头、脸部识别等方向发展;电池材质将伴随三星研发的石墨烯电池在 Galaxy S9 上的启用,打破困扰多年的技术瓶颈,引发电池技术的变革;芯片技术则着重与人工智能结合,语音识别、物体识别等在新一代处理器上将会有更好表现。

供稿人:王伟华

电话: 82052804

邮箱: wangweihua@caict.ac.cn