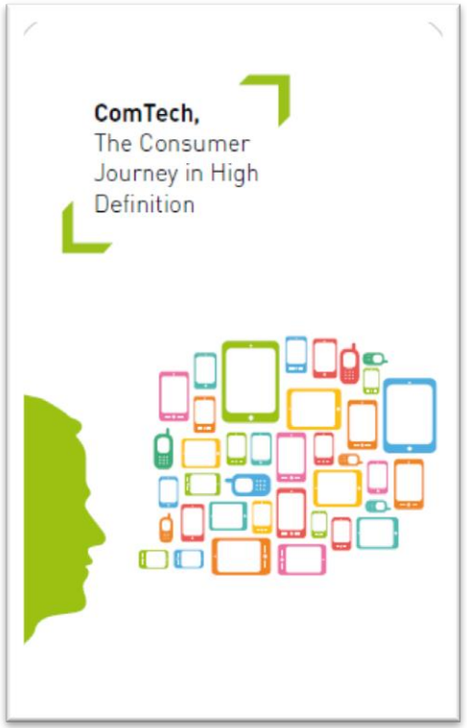
KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

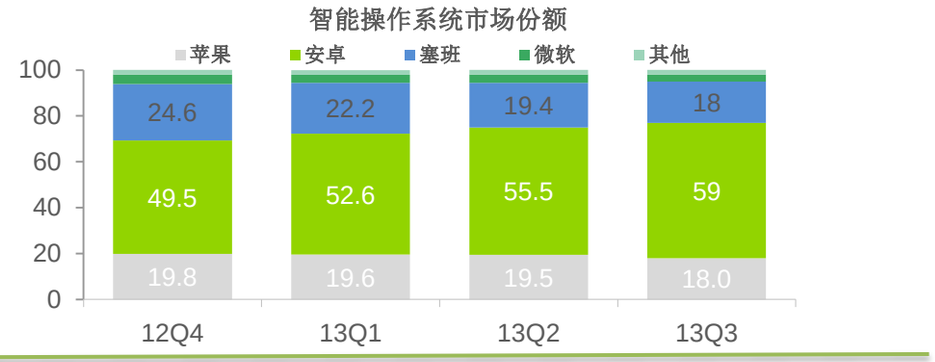


Smartphone Focus

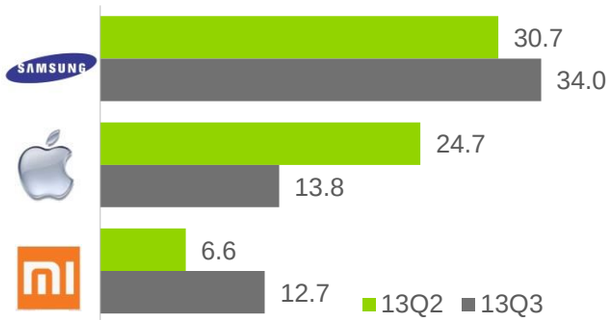
数据来源:
Kantar Worldpanel ComTech

发布时间:
2013年， 第三季度

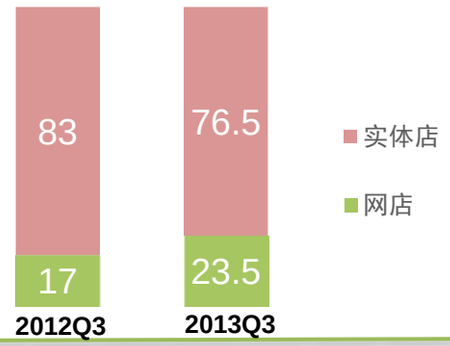
2013年第三季度安卓在中国的市场份额接近60%，并且继续保持每季度3%的增长



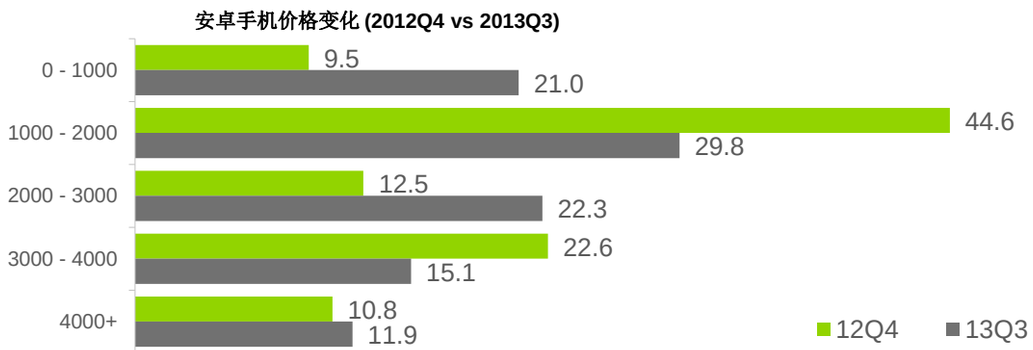
第三季度，三星，苹果与小米已经占有中国60%的智能机销售，并且消费者对小米的喜爱使其对苹果的销售份额构成威胁



与去年同期相比，消费者更加接受从电商渠道购买智能手机，在第三季度，每出售4台智能机中就有一台来自于电商渠道



安卓手机的平均购买价格在过去9个月中发生了很大的变化。与去年底相比，消费者更加青睐1000元以下和2000元到3000元单价的手机，而价位在1000元-2000元的手机似乎失去之前的吸引力- 虽仍有30%的市场份额, 但与去年年底相比，跌了将近15个百分点.



Kantar Worldpanel POV

- 安卓占据60%的智能机使用人群，并仍然保持平稳的增长速度。国产品牌与高性价比的手机是促其增长的重要动力之一。
- 在苹果手机5s、5c正式发布前，市场对这两系列产品有许多的关注与猜测，但由于大多数人期待着新机型的发布，都处在观望状态，导致苹果在三季度的销售份额与上季度相比，下跌了近50%。
- 消费者通过电商渠道能以优惠的价格购买到智能手机，所以该通路的销售份额也与去年同期相比上升了6.5个百分点。但除了价格之外，我们的研究发现，消费者在购买前真机的实体使用体验也是影响购买手机的一个重要因素，所以手机厂商、零售商应该考虑如何结合好线上和线下的营销，促进企业业绩成长.
- 由于安卓手机的同质化日益严重，高价位的机型往往不一定能给消费者带来更好的用户体验，加上厂家纷纷通过高配置、低价格机型来吸引消费者，所以在过去的9个月里，消费者在购机时更加关注手机性价比，因此安卓系统手机平均购买价格正在发生了很大的转变.