

中国手机行业发展深度分析与投资前景预测报告 (2024-2031年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国手机行业发展深度分析与投资前景预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202403/701272.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

1、我国手机市场终于迎来复苏时刻

2023年，华为强势回归，小米高端化战略成果初显，为沉寂已经的手机市场注入了新的动力，行业出货量恢复增长。根据数据显示，2023年，我国手机市场出货量累计2.89亿部，同比增长6.5%，其中5G手机出货量2.4亿部，同比增长11.9%，占同期手机出货量的82.8%。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

2、国产第一，稳住了！

对于中国手机市场来说，2023年是艰难的，也是荣耀的。虽然这一年苹果不断采取促销降价策略，以及华为回归市场带来的冲击，手机行业竞争格局非常激烈，厂商间排名也频繁变化，但vivo成功稳住国内市场第二、国产品牌第一的位置。数据显示，2023年，vivo以4450万台的出货量位居国内市场第二，国产品牌第一，市场份额达到16%，仅次于苹果。

数据来源：观研天下整理

此外，一份来自权威数据机构数据称，2023年12月，小米实现384.09万台的激活量和16.5%的销量市占率，一举超越苹果位列中国智能手机市场第一；同样华为和荣耀分别拿下294.11万台和335.21万台的激活量，销量市占率同比增长59.2%和12.4%。

2023年12月中国手机市场排名

排名

品牌

2023年12月激活量(万台)

2023年12月市场份额

同比增长

2022年12月激活量(万台)

NO.1

小米

348.09

16.5%

25.8%

276.80

NO.2

苹果

336.21

15.9%

-17.7%

408.34

NO.3

荣耀

335.21

15.9%

12.4%

298.33

NO.4

vivo

326.02

15.5%

-9.6%

360.80

NO.5

OPPO

322.34

15.3%

-23.8%

423.00

NO.6

华为

294.11

14.0%

59.2%

184.80

Others

其他

146.18

6.9%

31.6%

111.06

资料来源：观研天下整理

3、国产厂商正切走“iPhone蛋糕”，苹果自降身价

在2024年开年，在中国市场，2024年头六周苹果手机的销量下滑24%，华为则是逆势增长了64%。虽然，iPhone采取了种种降价举措，如三八大促期间，iPhone 15系列在天猫、京东的苹果官方旗舰店的售价均有明显下调，降价幅度达千元级别，但是成效甚微，国产手机厂商正逐渐切走“iPhone的蛋糕”。

对于高端手机品牌来说，自降身价是“杀敌一千自损八百”的下策，而此次苹果降价策略也充分反映出iPhone的销售压力。那么为什么苹果处于如此被动局面呢？最主要的还是创新不足。从近几代iPhone机型在性能、外观、材质等方面来看，差别不大，无法吸引消费者换机欲望。相反的是，国产厂商正从手机的各个维度进行突破，如在性能方面，国产手机积极和徕卡、哈苏、蔡司等影像和光学巨头合作，把创新的色彩处理技术和影像模组用到手机上，华为的品牌效应、小米影像上的剑走偏锋、vivo时尚路线以及各家的生态搭建，都撼动iPhone原有的优势。

目前，苹果已经感觉到了来自国产厂商的威胁，采取相关措施实施反击，如苹果宣布放弃造车，投入生成式AI，释放出与谷歌和中国大模型厂商等外部伙伴携手研发AI手机信号。

4、国产厂商瞻前又顾后

而在国产手机厂商这边，近几年处于“瞻前又顾后”局面：一方面要冲击高端市场，另一方面还得紧守性价比基本盘。

高端市场能为厂商换来更高的品牌溢价和利润。从价格段趋势看，我国智能手机价格段出现“K形分化”趋势，三四千元价位的中端手机销量下滑，价格高于600美元和低于200美元的手机份额都在上升。

数据来源：观研天下整理

苹果作为手机高端市场的龙头，近年市场份额有所下降。根据数据显示，2023年，iPhone高端市场份额为71%，与2022年相比减少4%；三星、华为、小米都切走一些属于苹果的蛋糕。

对于国产手机厂商来说，这背后也充满心酸，尤其是对小米、OPPOVIVO这些主打性价比、平价标签品牌，付出了很多努力。在影像方面，国产厂商用上更好的光圈、传感器、算法，持续构建自身在影像领域的辨识度，如vivo自研的影像芯片持续迭代，进一步发挥软硬一体的影像实力，和蔡司的合作也渐入佳境，在vivo X100上推出的超大光圈一英寸主摄、蔡司超级长焦备受好评。

另一方面，国产手机厂商始终守住性价比基本盘，采取多品牌战略，在各个价格段进行实践。例如，OPPO的一加，小米的红米，vivo的iQOO，其主要原因还是避免消费者认知的混淆和自我竞争。

5、AI浪潮的来袭，华为、VIVO等品牌宣战AI时代

目前，我国手机行业竞争仍然较为激烈，国产厂商实施的每一个措施、创新每一个技术或产品，都会影响其自身的市场份额。近几年，国产厂商在现有的手机维度框架内卷，在影像、屏幕、电池等差异化空间“卷”了个遍。但是，这并不是长久之计，尤其是在手机性能溢出的背景下，各大手机品牌均出现过“出货量增长乏力”的局面。

在竞争加剧、出货量乏力的压力之下，国产手机厂商们将新的发力点转向大模型，在这个全新的赛道上努力，以刺激消费者的换机欲望，2024年搭载AI功能的智能手机出货占比有望大幅提升，给行业带来新机遇和挑战。

虽然当下大模型在手机端尚未普及，但市场潜力已经开始显现。根据相关数据显示，2023年，全球生成式AI智能手机出货量将达约4700万部，占整体智能手机出货量比重约4%，预计2024年出货量将超过1亿部。

目前，多个国产手机品牌已经投入AI大模型，开启一场轰轰烈烈的智能终端革命，大模型将成为智能手机的“标配”。例如，2023年11月1日的vivo开发者大会上，vivo发布其自研AI大模型和大模型矩阵，包括1750亿、1300亿、700亿、70亿、10亿五款不同参数规模的大模型，vivo同时开源了70亿蓝心大模型7B，成为首个开源自研大模型的手机厂商；华为鸿蒙HarmonyOS4通过盘古大模型的加持，华为智慧助手小艺将具备AI大模型的能力；荣耀则表示要做平台级AI，用大模型重构底层操作系统，将对自然语义的理解、对资源的调配融入到操作系统中，荣耀Magic 6系列产品将成为首批搭载荣耀大模型的产品。

主要手机厂商大模型布局情况

手机厂商

大模型名称

大模型参数

华为

盘古3.0

100亿、380亿、710亿、1000亿

小米

MiLM（轻量级）

64亿、13亿

OPPO

安第斯（AndesGPT）

10亿~1000亿

vivo

蓝心（BlueLM）

10亿、70亿、700亿、1300亿、1750亿

荣耀

Magic

70亿

苹果

Ajax/AppleGPT

或达2000亿

三星

高斯

（暂未公布）

资料来源：观研天下整理

6、折叠屏手机增量和竞争

除了上述AI手机外，国产厂商将创造增量、冲击高端的方式瞄准折叠屏手机。在智能手机市场大环境整体疲软的情况下，折叠屏赛道却是热闹非凡，并取得不错的成绩，并且成为智能手机行业发展新的机会点。自2019年首款产品上市以来，中国折叠屏手机市场连续4年同比增速超过100%。数据显示，2023年，中国折叠屏手机市场出货量约700.7万台，同比增长14.5%；在第四季度，折叠屏手机市场出货量约277.1万台，同比增长149.6%。

数据来源：观研天下整理

不过，随着供应链不断成熟，我国折叠屏手机市场也出现新现象。在价格方面，折叠屏手机售价不断下探，直接接近直板机，如vivo的X

Fold3基础款（12G+256G）售价仅为6999元，较X Fold2 8999元的起售价下降2000元。

此外，各大手机品牌也不断推陈出新，不在仅仅依靠折叠屏卖点，还增加轻薄、续航、影像等卖点，折叠屏手机细分市场或将加剧。例如，2024年2月，华为发布了小折叠旗舰华为Pocket 2，主要定位女性群体，在外观采用大溪地黑珍珠，形成了这种3D的效果，并且首次搭载四摄模组的纵折机。

7、结语

综上所述，2024年，我国手机行业将面临更加激烈的市场竞争和技术变革，国产厂商仍然需要就新技术和新体验作出突破。中国手机市场，正在迎来考验“定力”的时刻。（WYD）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国手机行业发展深度分析与投资前景预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国手机行业发展概述

第一节手机行业发展情况概述

- 一、手机行业相关定义
 - 二、手机特点分析
 - 三、手机行业基本情况介绍
 - 四、手机行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
 - 五、手机行业需求主体分析
- #### 第二节中国手机行业生命周期分析
- 一、手机行业生命周期理论概述
 - 二、手机行业所属的生命周期分析
- #### 第三节手机行业经济指标分析
- 一、手机行业的赢利性分析
 - 二、手机行业的经济周期分析
 - 三、手机行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球手机行业市场发展现状分析

第一节全球手机行业发展历程回顾

第二节全球手机行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲手机行业地区市场分析

- 一、亚洲手机行业市场现状分析
- 二、亚洲手机行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲手机行业市场前景分析

第四节北美手机行业地区市场分析

- 一、北美手机行业市场现状分析

二、北美手机行业市场规模与市场需求分析

三、北美手机行业市场前景分析

第五节 欧洲手机行业地区市场分析

一、欧洲手机行业市场现状分析

二、欧洲手机行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲手机行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界手机行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球手机行业市场规模预测

第三章 中国手机行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对手机行业的影响分析

第三节 中国手机行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对手机行业的影响分析

第五节 中国手机行业产业社会环境分析

第四章 中国手机行业运行情况

第一节 中国手机行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国手机行业市场规模分析

一、影响中国手机行业市场规模的因素

二、中国手机行业市场规模

三、中国手机行业市场规模解析

第三节 中国手机行业供应情况分析

一、中国手机行业供应规模

二、中国手机行业供应特点

第四节 中国手机行业需求情况分析

一、中国手机行业需求规模

二、中国手机行业需求特点

第五节 中国手机行业供需平衡分析

第五章 中国手机行业产业链和细分市场分析

第一节 中国手机行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、手机行业产业链图解

第二节 中国手机行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对手机行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对手机行业的影响分析

第三节 我国手机行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国手机行业市场竞争分析

第一节 中国手机行业竞争现状分析

一、中国手机行业竞争格局分析

二、中国手机行业主要品牌分析

第二节 中国手机行业集中度分析

一、中国手机行业市场集中度影响因素分析

二、中国手机行业市场集中度分析

第三节 中国手机行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国手机行业模型分析

第一节 中国手机行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国手机行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国手机行业SWOT分析结论

第三节中国手机行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国手机行业需求特点与动态分析

第一节中国手机行业市场动态情况

第二节中国手机行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节手机行业成本结构分析

第四节手机行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国手机行业价格现状分析

第六节中国手机行业平均价格走势预测

一、中国手机行业平均价格趋势分析

二、中国手机行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国手机行业所属行业运行数据监测

第一节中国手机行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国手机行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国手机行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国手机行业区域市场现状分析

第一节中国手机行业区域市场规模分析

一、影响手机行业区域市场分布的因素

二、中国手机行业区域市场分布

第二节中国华东地区手机行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区手机行业市场分析

(1) 华东地区手机行业市场规模

(2) 华南地区手机行业市场现状

(3) 华东地区手机行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区手机行业市场分析

(1) 华中地区手机行业市场规模

(2) 华中地区手机行业市场现状

(3) 华中地区手机行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区手机行业市场分析

- (1) 华南地区手机行业市场规模
- (2) 华南地区手机行业市场现状
- (3) 华南地区手机行业市场规模预测

第五节华北地区手机行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区手机行业市场分析

- (1) 华北地区手机行业市场规模
- (2) 华北地区手机行业市场现状
- (3) 华北地区手机行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区手机行业市场分析

- (1) 东北地区手机行业市场规模
- (2) 东北地区手机行业市场现状
- (3) 东北地区手机行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区手机行业市场分析

- (1) 西南地区手机行业市场规模
- (2) 西南地区手机行业市场现状
- (3) 西南地区手机行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区手机行业市场分析

- (1) 西北地区手机行业市场规模
- (2) 西北地区手机行业市场现状
- (3) 西北地区手机行业市场规模预测

第十一章 手机行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第八节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国手机行业发展前景分析与预测

第一节中国手机行业未来发展前景分析

- 一、手机行业国内投资环境分析
- 二、中国手机行业市场机会分析
- 三、中国手机行业投资增速预测

第二节中国手机行业未来发展趋势预测

第三节中国手机行业规模发展预测

- 一、中国手机行业市场规模预测
- 二、中国手机行业市场规模增速预测
- 三、中国手机行业产值规模预测
- 四、中国手机行业产值增速预测
- 五、中国手机行业供需情况预测

第四节中国手机行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国手机行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国手机行业进入壁垒分析

- 一、手机行业资金壁垒分析
- 二、手机行业技术壁垒分析
- 三、手机行业人才壁垒分析
- 四、手机行业品牌壁垒分析
- 五、手机行业其他壁垒分析

第二节手机行业风险分析

- 一、手机行业宏观环境风险
- 二、手机行业技术风险
- 三、手机行业竞争风险
- 四、手机行业其他风险

第三节中国手机行业存在的问题

第四节中国手机行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国手机行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国手机行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国手机行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节手机行业营销策略分析

- 一、手机行业产品策略
- 二、手机行业定价策略
- 三、手机行业渠道策略
- 四、手机行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202403/701272.html>