



IDC：2019年第四季度苹果夺得全球智能手机出货量冠军，华为升至2019年全球第二位

北京，2020年2月4日——国际数据公司（IDC）全球手机市场季度跟踪报告初步数据显示，2019年第四季度全球智能手机出货量同比下滑1.1%。尽管全球智能手机在过去几年出货量增长保持持平，但2019年出货量相比2015-2018年的年均出货量有所下降。2019年第四季度全球智能手机总出货量为3.688亿部，比上一季度增长2.9%。

整体出货量下滑的部分原因在于中国市场出货量增长疲软。伴随着网络覆盖率提高、5G提速，中国消费者仍在等待更加亲民的5G智能手机面市。华为在2019年第三季度积累较高库存，加上国内竞争对手面临压力，导致了第四季度中国国内增长放缓。

“华为在中国市场的表现仍然强劲。但是，尽管华为作为一线智能手机厂商一直努力扩大西欧市场业务，但却在该市场遭遇了最大挫折，”IDC全球手机市场季度跟踪报告研究副总监Melissa Chau说道。“华为将继续面临挑战，因为中美贸易战尚未尘埃落定，武汉新冠肺炎又带来了新的不确定性，这对华为乃至依赖中国智能手机供应链的所有企业带来了不利影响。”

得益于其在假期促销季的强劲表现，苹果2019年第四季度夺得全球出货量第一，这与2018年的情况类似。三星仍保持2019年度全球第一。尽管华为在海外市场面临持续挑战，2019年第四季度出货量显著下滑，但仍超越了苹果成为2019年度全球第二。

“2019年度已经是出货量下滑的第三年，即便推出5G设备和折叠屏手机等创新产品也无力挽救，”IDC全球手机市场季度跟踪报告研究经理Anthony Scarsella说道。“尽管2019年全球市场再次下滑，但苹果、小米、OPPO等部分领先企业在第四季度仍然表现良好，这主要是因为它们推出新机型并将市场重心转向海外。小米和OPPO在印度表现亮眼，开始在西欧市场获得增长势头，与几年前的华为类似。苹果在美国国内取得了骄人的业绩，第四季度市场份额突破50%。展望未来，5G手机——准确来说是价格亲民的5G手机，将成为2020年扭转连续三年下滑的重要利器。”

前五大智能手机厂商亮点回顾：

Figure 1

2019年第四季度全球前五大智能手机厂商——出货量、市场份额、同比增长率

厂商	2019年第四季度出货量 (单位: 百万台)	2019年第四季度 市场份额	2018年第四季度出货量 (单位: 百万台)	2018年第四季度 市场份额	同比增长率
苹果	73.8	20.0%	68.4	18.3%	7.9%
三星	69.4	18.8%	70.3	18.8%	-1.2%
华为	56.2	15.2%	60.5	16.2%	-7.1%
小米	32.8	8.9%	25.0	6.7%	31.1%
OPPO	30.6	8.3%	29.3	7.9%	4.2%
其他	106.0	28.7%	119.5	32.0%	-11.3%
总计	368.8	100.0%	373.1	100.0%	-1.1%

来源: IDC Quarterly Mobile Phone Tracker, Q4 2019, January 30, 2020

备注:
 • 数据均为初始数据, 可能有所变动。
 • 对于所有厂商, 所有出货量为品牌设备出货量, 不包括OEM出货量。
 • “厂商”指拥有和运营旗下所有品牌和子公司的当前母公司(或控股公司)。
 • 数据均为新机出货量, 不包括翻新机。

Figure 2

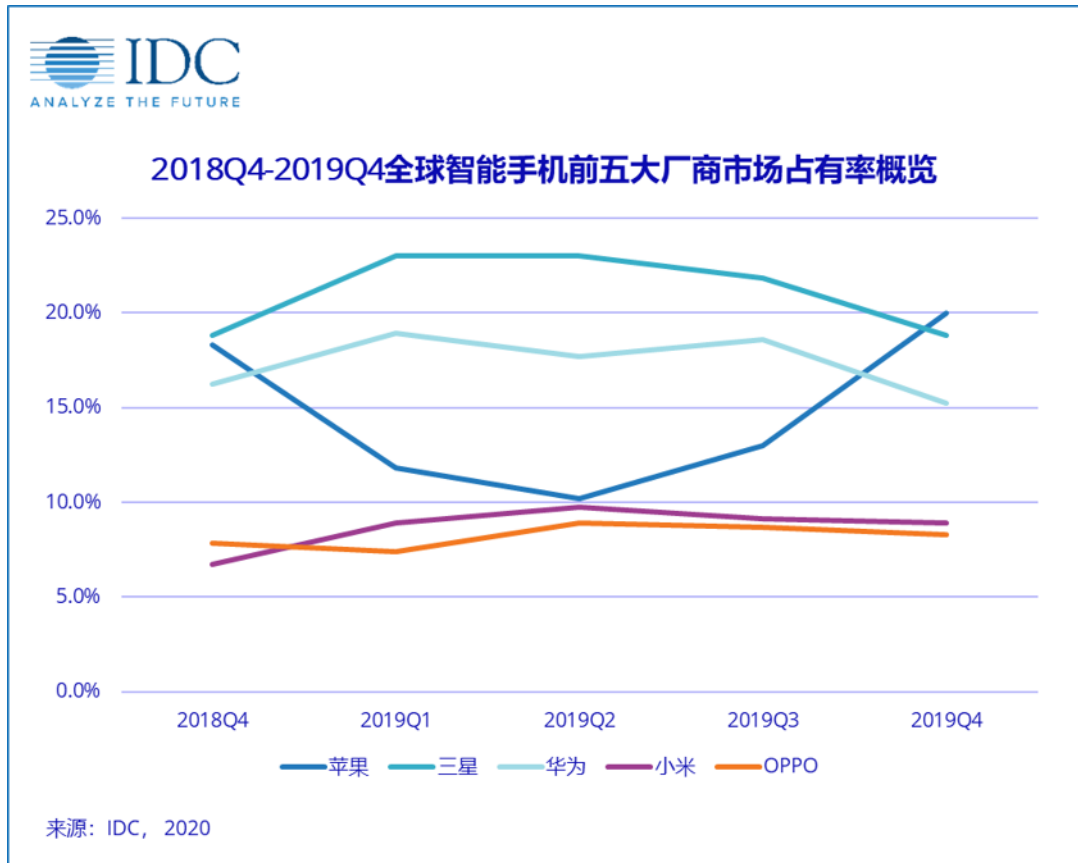


Figure 3

2019年全球前五大智能手机厂商——出货量、市场份额、同比增长率

厂商	2019年出货量 (单位:百万台)	2019年市场份额	2018年出货量 (单位:百万台)	2018年市场份额	同比增长率
三星	295.7	21.6%	292.2	20.8%	1.2%
华为	240.6	17.6%	206.0	14.7%	16.8%
苹果	191.0	13.9%	208.8	14.9%	-8.5%
小米	125.6	9.2%	119.1	8.5%	5.5%
OPPO	114.3	8.3%	113.3	8.1%	0.9%
其他	403.6	29.4%	463.2	33.0%	-12.9%
总计	1371.0	100.0%	1402.6	100.0%	-2.3%

来源: IDC Quarterly Mobile Phone Tracker, Q4 2019, January 30, 2020

备注:
 • 数据均为初始数据, 可能有所变动。
 • 对于所有厂商, 所有出货量为品牌设备出货量, 不包括OEM出货量。
 • “厂商”指拥有和运营旗下所有品牌和子公司的当前母公司 (或控股公司)。
 • 数据均为新机出货量, 不包括翻新机。

苹果2019年第四季度出货量为7,380万部, 同比增长7.9%, 夺得全球第一。iPhone 11系列在欧美等发达地区表现尤为抢眼, iPhone XR则在全球受到普遍欢迎。苹果数据显示, iPhone 11在12月份每周出货量均为第一, iPhone 11系列的三款新机型则是季度出货量前三。对iPhone 11的广泛需求加上成功的以旧换新、分期购机政策, 使得更多消费者可以买到这款新手机。展望未来, 如果苹果真如传言所说推出新款“SE”, 并且价格合适, 其在新兴市场的份额还会继续增加。

三星第三季度出货量就已趋于峰值, 所以第四季度被苹果超越也是意料之中。A系列表现保持良好, 但由于较少推出新款, 5G手机的国内出货量也有所下滑, 且国际出货量的增长还需时日, 导致三星总出货量增长有所放缓。最新的Galaxy S系列和下月即将推出的折叠屏手机将会给三星2020年第一季度的增长提供迟来的助力。此外, IDC预计更加平价的A系列也会推出5G版手机, 其价格将远低于S系列和Note系列。

华为在2019年第三季度累积了较高的库存水位, 第四季度出货量出现了预期当中的下滑。华为国内市场面临库存消化的问题, 而Mate 30系列的定价更成为了另一个限制因素。但不管如何, 国内渠道商仍愿意与华为合作, 因为华为在国内的品牌价值要高于主要竞争对手。再加上渠道商可以享受融资支持奖励, 华为仍然能够不断向渠道出货。但在海外市场, 华为仍然面临重重困难。华为在马来西亚、新加坡等国际市场发布了Mate 30系列, 但因为并没有预装谷歌移动服务, 出货量受到严重影响。

自小米市场重心转移到海外以来, 印度已经连续第二季度成为其最大的市场。排灯节期间的网购节支撑着2019年第四季度小米在印度市场的业绩。网购节之后, Redmi 8/Note 8系列继续保持增长势头, 支撑了小米年度总出货量。但小米也面临不少挑战, 如渠道管理问题、在印度与印尼市场遭遇真我 (realme) 的激烈竞争等。在国内, 小米推出了配备一亿

像素摄像头的CC9 Pro，但量级并不大。因整体利润率偏低、缺乏线下渠道支持，小米未能够从与华为的竞争中获取市场份额。

OPPO也将市场重心转移到海外，并且首次出现国内出货量占比低于全球总出货量50%的情况。2019年第四季度国内出货量主要来自于A系列，新推出的A11系列以四摄像头为针对低端市场的主要卖点，其Reno 3系列也加入到了中国手机企业的5G争夺战之中。然而，OPPO总体业绩还是受到了华为竞争和整体市场放缓的影响。在印度，OPPO强调其高端品牌形象，重点宣传Reno系列，此举巩固了其在400-600美元价位细分市场中的地位，而一加在印度的这一细分市场也拥有很高的市场地位。在印度尼西亚，OPPO计划扩大生产设施。与印度市场不同，OPPO在印尼市场被定位为中端品牌，Reno系列在印尼市场也表现疲软。

- 全文完 -

欲了解IDC报告的更多信息，请访问www.idc.com.cn。欲购买报告，请致电+86-10-5889 1666与IDC中国销售部联系，或发email至fwang@idc.com

关于 IDC

国际数据公司（IDC）是全球著名的信息技术、电信行业和消费科技咨询、顾问和活动服务专业提供商。IDC在全球拥有超过 1100名分析师，为110多个国家的技术和行业发展机遇提供全球化、区域化和本地化的专业视角及服务。IDC的分析和洞察助力IT专业人士、业务主管和投资机构制定基于事实的技术决策，以实现关键业务目标。欲了解更多信息，请登录www.idc.com.cn。

- ### -

相关咨询，请联系：

王勇，IDC中国 助理副总裁

电话：(+86-10) 5889 1588

电邮：fwang@idc.com

谢静，IDC中国市场部高级市场专员

电话：(+86-10)58891558

电邮：mxie@idc.com

扫描微信二维码，关注IDC 研究成果，掌握ICT市场脉搏Figure 4



About IDC

IDC is the premier global provider of market intelligence, advisory services, and events for the information technology and telecommunications industries. IDC helps IT professionals, business executives, and the investment community make fact-based decisions on technology purchases and business strategy. Over 775 IDC analysts in 50 countries provide global, regional, and local expertise on technology and industry opportunities and trends. For more than 40 years, IDC has provided strategic insights to help our clients achieve their key business objectives. IDC is a subsidiary of IDG, the world's leading technology media, research, and events company. You can learn more about IDC by visiting <http://www.idc.com/>.

IDC is a subsidiary of IDG, the world's leading technology media, research, and events company. Additional information can be found at www.idc.com.

All product and company names may be trademarks or registered trademarks of their respective holders.

For more information contact:

Maggie Xie
mxie@idc.com
+86-10-5889 1558
Frank Wang
fwang@idc.com
+86-10-5889 1558