

## IDC：一季度表现好于预期，未来手机市场“危，机”新常态

北京，2020年5月6日——根据国际数据公司（IDC）手机季度跟踪报告，2020年第一季度，中国智能手机市场出货量约6,660万台，同比下降20.3%。IDC认为，受“新冠”疫情影响，一季度国内市场虽有较大下降幅度，不过最终整体表现优于预期。未来疫情逐渐“常态化”的背景下，手机市场将依旧处于诸多负向因素中，但危机始终与机遇并存，如何准确、及时地捕捉机遇，采取更加灵活的市场策略应对危机，将会是在极具挑战的市场环境中保持稳定竞争力的关键。

Figure 1

2020年第一季度，中国前五大智能手机厂商——出货量、市场份额、同比增幅					
厂商	2020年第一季度 出货量 (单位: 百万台)	2020年第一季度 市场份额	2019年第一季度 出货量 (单位: 百万台)	2019年第一季度 市场份额	同比增幅
1. 华为	28.4	42.6%	29.7	35.5%	-4.4%
2. vivo	12.0	18.1%	16.0	19.1%	-24.5%
3. OPPO	11.8	17.8%	14.1	16.8%	-15.8%
4. 小米	7.0	10.6%	10.6	12.7%	-33.8%
5. 苹果	5.1	7.6%	5.8	6.9%	-12.2%
其他	2.3	3.4%	7.6	9.0%	-69.9%
合计	66.6	100.0%	83.6	100.0%	-20.3%

来源:《IDC中国季度手机市场跟踪报告, 2020年第一季度》

注: 数据为初版, 存在变化可能  
数据均为四舍五入后取值

华为在严峻的市场环境中取得了中国前五大厂商中的最佳表现。在疫情期间，因用户在线教育、远程办公需求的攀升，华为线下门店的平板电脑、笔记本等产品成功地帮助华为在有限的线下客流中产生了更大的拉力，而华为多终端协同的生态优势，也对手机产品产生了一定带动。而在3月初，旗舰产品的提早调价，荣耀品牌的线上促销，也顺利迎合了疫情逐渐好转后的终端消费需求释放，带动华为整体市场份额继续攀升至历史新高。

vivo依靠丰富的线上产品线覆盖，在疫情期间的线上渠道市场表现稳定。而在2月和3月内推向市场的iQOO 以及Z系列新品，除继续重点面向线上市场外，也迅速将vivo的5G产品覆盖到了更广泛的价位段及用户群体。

OPPO继续保持第三的位置，降幅相比2019下半年有所收窄。第一季度，Reno 3系列产品市场表现稳定，帮助OPPO巩固了中高端价位5G市场的表现，而3月份更新的其高端旗舰产品Find X2系列，相比于更侧重外观设计的前一代，更专注于产品综合实力、以及高端市场和用户的长期运营准备。

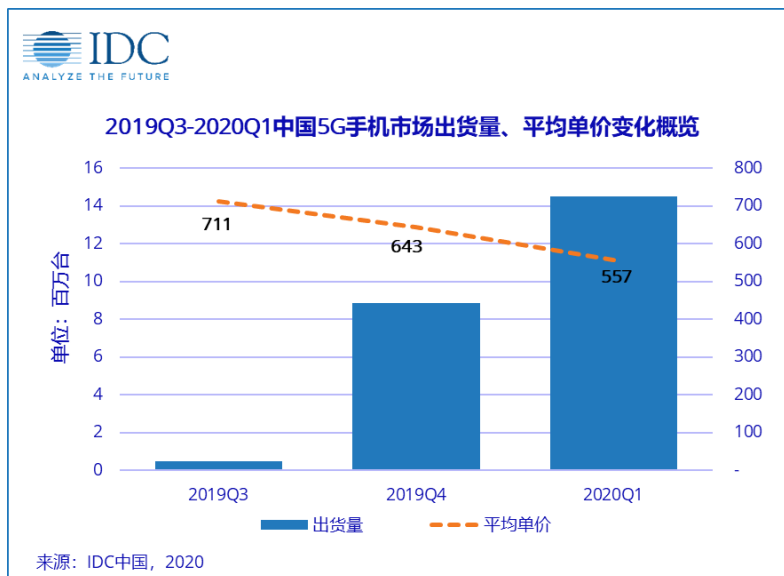
小米受限于疫情对供应链产能的影响，以及较低的库存水位，在一季度上半段时间产生了一定的缺货现象，影响了其整体表现。而一季度下半段，通过小米、Redmi旗舰新品在产品体验、用户定位上有更明显的区隔，联合覆盖3,000元以上价位段，发力冲击高端市场。而除产品配置实力外，小米在高端市场的未来发展，将需要持续关注高端用户和渠道，长期的诉求与运营。

苹果受疫情影响，相关供应链受到的冲击较国内其他安卓厂商更大。在零售端，苹果的直营门店渠道相比国内其他安卓厂商，占有更大的比重，而疫情期间的闭店，也进一步影响了苹果的市场表现。第一季度，苹果国内出货量约510万台。

## 5G手机市场

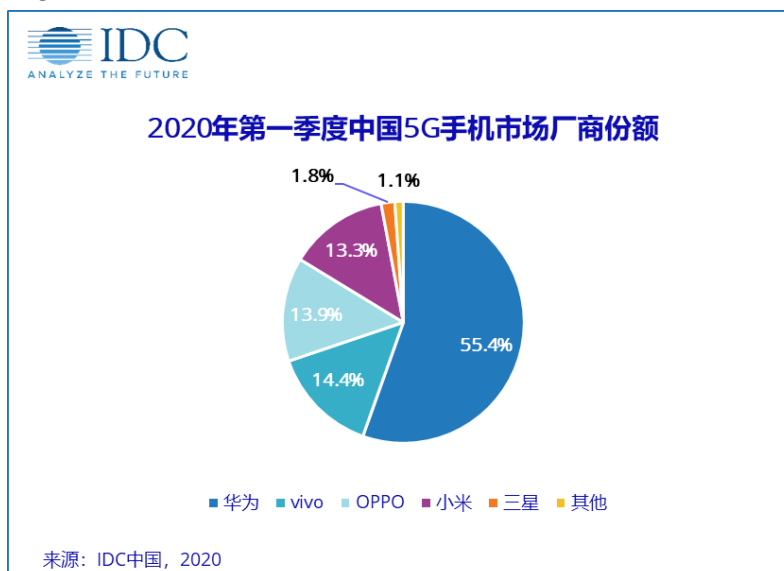
5G手机正式进入市场三个季度以来，国内5G智能手机出货量累计达2,380万台，而平均单价也在的迅速下探，2020年第一季度，已降至\$600（美元不含税基准）以内。

Figure 2



2020年第一季度，国内5G手机出货量约1450万台，占整体市场21.8%，环比上季度增长64%。5G市场，华为依旧占据半数以上份额，但随着众多头部厂商面向各价位段、不同产品定位的5G手机陆续进入市场，二至四名也已占据了超过40%的市场，且互相之间的竞争关系日趋激烈。

Figure 3



IDC认为，未来国内手机市场，危机与机遇并存。一方面，第一季度市场的表现优于预期，但我们也应该看到三月份需求端有不少来自于一、二月份延后的需求释放，而未来短期内，服务、零售等行业受到的影响将继续。在海外疫情的影响下，国际经贸活动受到的冲击也将继续，因此整体经济环境，乃至消费者预算依旧处于非常具有挑战性的环境下，国内市场回归正增长尚需时日。

积极方面，从全球范围来看，国内本就是全球5G市场的主力战场，而目前海外北美、西欧等5G重点发展地区，依旧遭受较为严重的疫情影响。因此，5G产品资源的投入力度，有望更聚焦于更加稳定的国内市场。同时，“新基建”概念的再次强调，也无疑将助力国内5G网络覆盖的加速推进，对国内5G市场的加速发展带来促进作用。

IDC中国研究经理王希表示，短期内更低价位的5G产品，为各厂商端对产品定位的准确度提出了更严格的考验。既要考虑5G带来的成本提升，又需要紧跟市场趋势，将价位下沉至更主流的价位段。因此，现阶段的5G产品，应面向不同目标群体，灵活和精准地采取更具针对性的产品功能及营销定位，以保证产品损益良性的同时，激发对应目标群体的换机需求。

- 全文完 -

欲了解IDC报告的更多信息，请访问[www.idc.com.cn](http://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](mailto: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](http://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



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](http://www.idc.com). All product and company names may be trademarks or registered trademarks of their respective holders.

For more information contact:

Frank Wang  
fwang@idc.com  
+86-10-5889 1588  
Maggie Xie  
mxie@idc.com  
+86-10-5889 1558