

A young woman with long blonde hair, wearing sunglasses and a light blue tank top, is smiling and looking at her smartphone. She is holding several colorful shopping bags (yellow, pink, purple) in her left hand. The background is a blurred outdoor setting, possibly a shopping mall or street.

2017年双11手机市场洞察

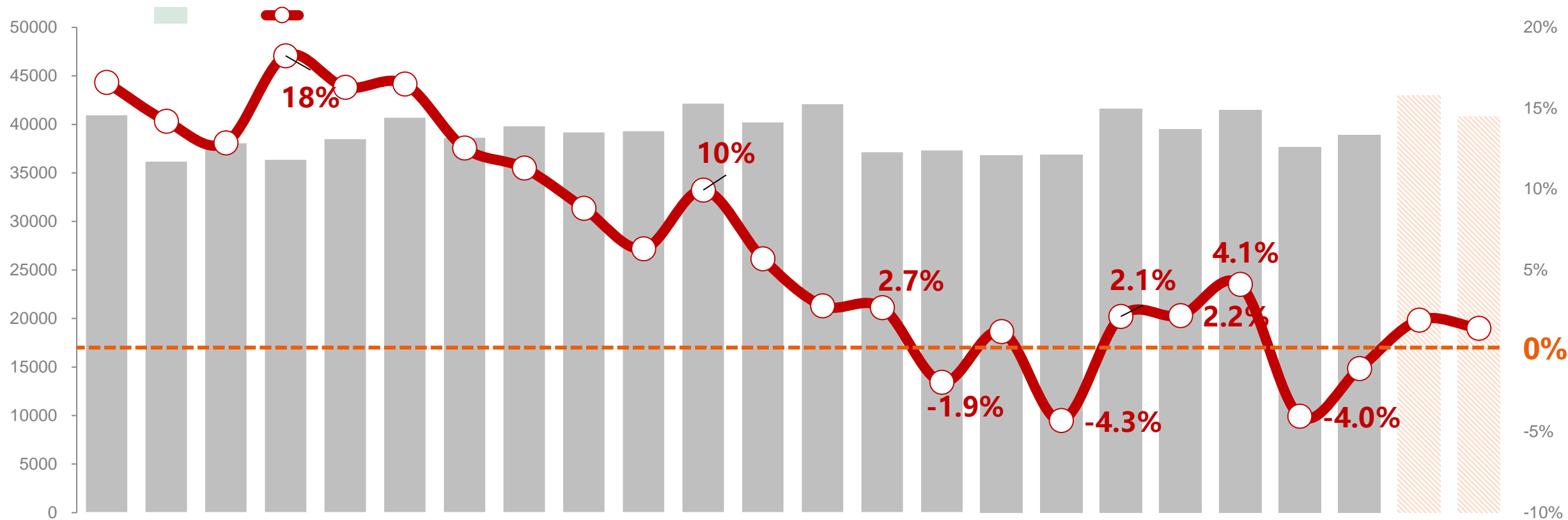
2017年手机市场零售量同比增长跌宕，市场平淡



- 2016年低线消费升级红利逐步消退，手机市场增长趋势放缓，2017年分月零售量同比增长正负波动，全年市场平淡，行业红利难觅，渠道、厂商等压力增大

中国手机市场月零售量&月同比增长率变化趋势201601-201712

单位：千台



数据来源：GfK中国手机零售监测数据 含线上、线下及官网市场

消费升级延续，但受成本上涨等因素影响，日趋被动



- 2015年年中，低线手机消费升级红利爆发，驱动市场均价大幅提升，成为2016年市场增长的主要驱动力；但进入2017年，受上游关键元器件价格上涨，品牌价值升级等因素影响，同系列产品价格逐步上扬，而消费者在对品牌或产品形成一定忠诚度后，只能被动接受，消费升级趋势日趋被动；作为手机厂商，需关注产品系列涨价后，低价位档空间的释放，从而对产品布局进行调整。

2017零售量同比：

+0.7%

2017零售量：**4.74**亿台

2017零售额同比：

+16.6%

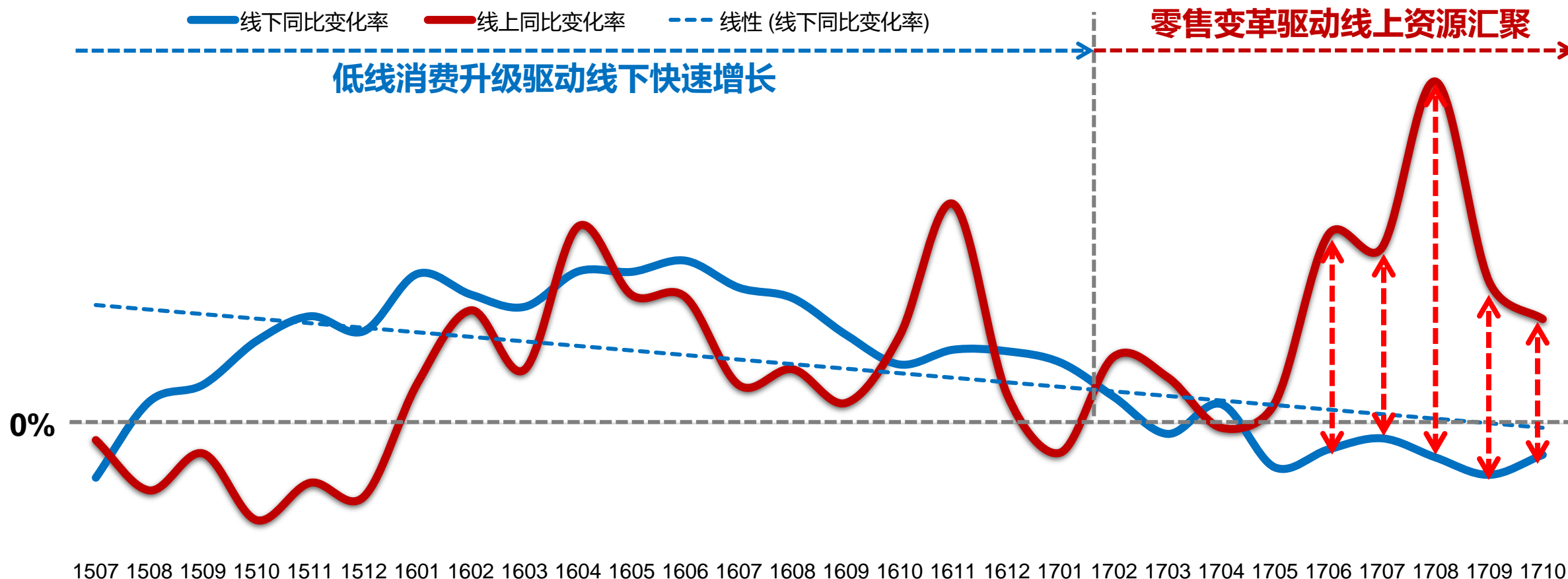
2017零售额：**1.03**万亿元

零售变革赋能，线上市场进入新一轮红利增长周期



- 2015年年中低线消费升级驱动线下市场进入快速增长周期，2016年线下增长趋势逐步放缓；2017年线上市场代表的企业受资本推动，凭借效率、数据、物流等优势，推行零售变革，冲击线下市场，资源再一次向线上汇聚，线上市场进入新一轮红利增长周期

中国手机市场线下与线上（不含官网）零售量分月同比变化率趋势201507-201710



客单价与货单价齐升，线上购物热情持续高涨



- 双十一消费者的客单价和货单价均上涨明显，说明消费者线上购物仍保持高涨的购物热情，并且消费升级趋势持续

天猫双十一购机消费者的客单价同比

2017.11.11 vs. 2016.11.11

↑ ¥ **766**

天猫双十一购机货单价同比

2017.11.11 vs. 2016.11.11

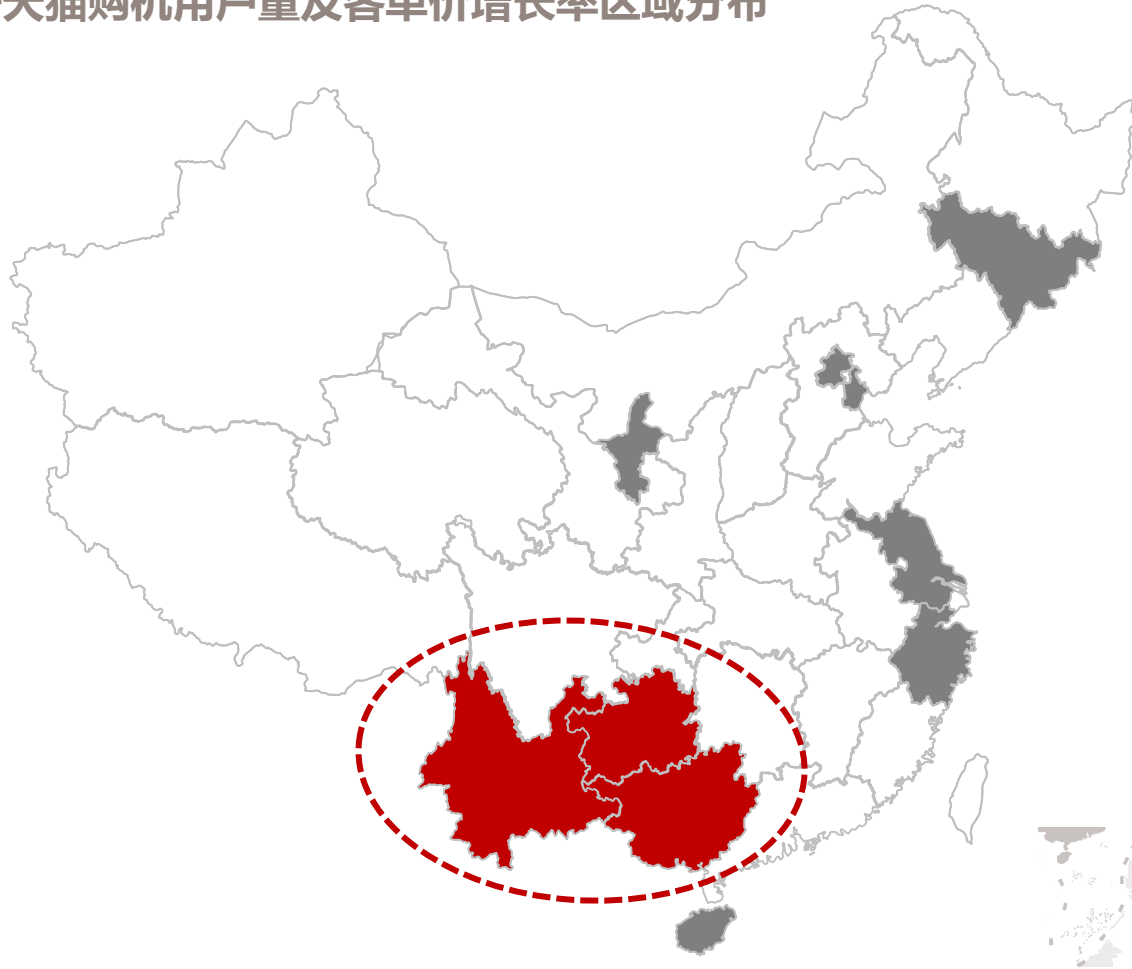
↑ ¥ **312**

东部沿海涨势持续，西南成为线上市场增长第二极



- 双十一节日热度进一步增加，用户量再次创新高，各省参与用户普涨，涨幅超30%的省份集中在东部沿海和西南地区，而西南地区客单价的同比增长表现同样优异，成为线上市场增长的第二极

2017年双十一天猫购机用户量及客单价增长率区域分布



北京、浙江、贵州、吉林、云南、宁夏、江苏、广西、天津、海南等省份的购买用户同比增长率均超过30%.

地区	省份	客单价同比	同比排名
西南地区	广西	38%	5
	云南	32%	11
	贵州	31%	13

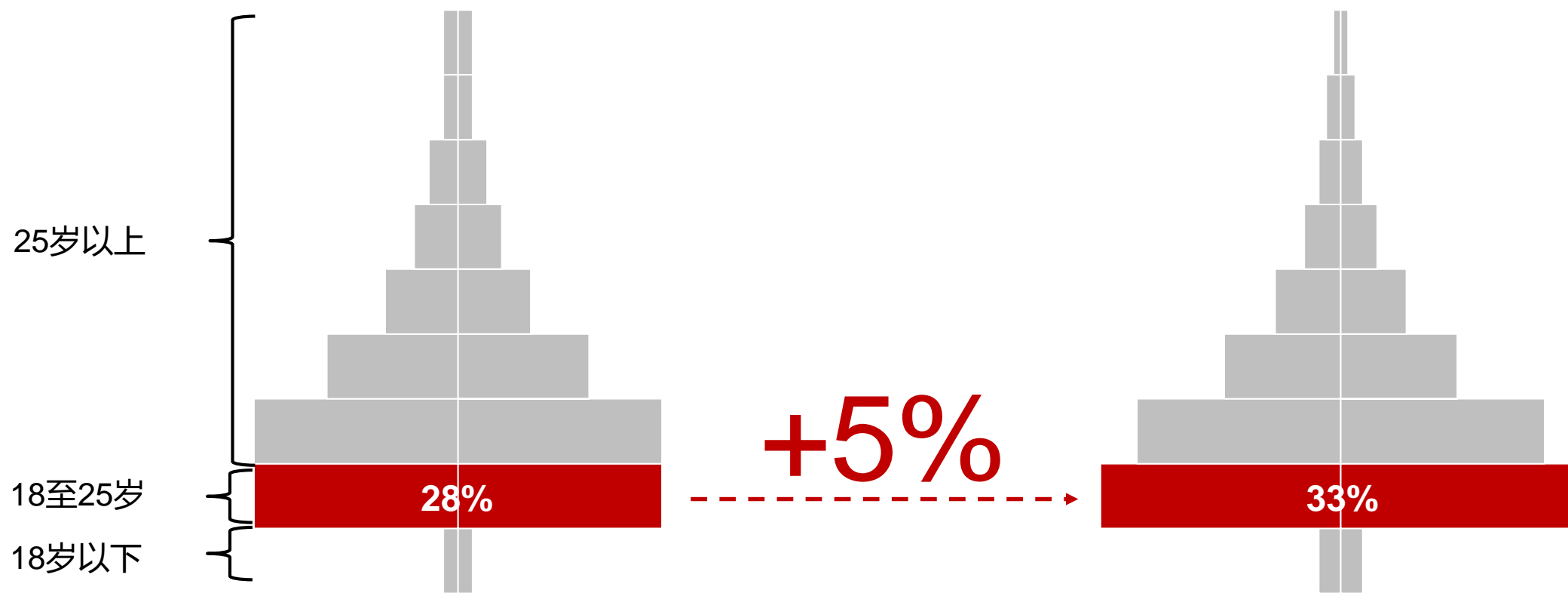
用户结构持续年轻化，新生代成线上增长主力军



- 2017年双十一用户年龄结构数据显示，18至25岁占比继续增加，年轻人作为新生代，追求时尚、个性及新事物，对互联网接受程度较高，成为线上增长主力军；对于厂商来说，如何定位产品系列及分配线上资源，以吸引新生代的眼球，成为线上运营关注点

2016年双十一天猫购机分年龄段人群比重

2017年双十一天猫购机分年龄段人群比重



消费分期渗透加速，成为购买力进一步释放的促进剂



- 选择消费分期的用户量同比增长76%，并且参与分期的商品均价继续下降348元，这些信号充分表明消费者对于消费分期的接受度进一步提高，所分期的产品范围也进一步扩大，消费分期将会成为消费者购买力进一步释放的促进剂

天猫双十一购机消费者选择分期消费的人数同比增长率

天猫双十一购机选择消费分期的商品均价



五大趋势洞察



- **消费升级延续，但受成本上涨等因素影响，日趋被动**
- **零售变革赋能，线上市场进入新一轮红利增长周期**
- **用户量及客单价同步增长，西南成为线上市场增长第二极**
- **用户结构持续年轻化，新生代成线上增长主力军**
- **消费分期渗透加速，成为购买力进一步释放的促进剂**