



2019年 百度手机行业洞察报告

百度大客户销售部3C运营商行业
百度观星盘&百度指数专业版

2020.04



CONTENT

手机行业整体洞察

- 手机品牌整体市场格局
- 手机行业搜索资讯趋势

手机品牌表现

- 品牌搜索关注
- 品牌内容资产
- 品牌竞争表现

手机行业消费者洞察

- 消费者换机趋势
- 消费者行为洞察
 - 消费者画像



PART 01


手机行业整体洞察



全球智能手机市场持续低迷的背景下，5G、摄像、屏幕技术升级将成为国产手机行业未来发展的主要推力；

5G稳居全年行业搜索资讯关注点首位，2020年折叠屏或将成为行业另一重要发力点；

手机用户消费认知逐步升级，通过内容营销塑造品牌力和产品力变得尤为重要。





核心洞察

1

全球手机出货量持续下滑的情况下，华为逆势反超苹果成为全球第二大手机厂商；下半年5G手机发布高峰驱动行业增长，预计未来一年技术创新仍将是刺激增速的有效手段。

2

百度手机行业整体流量同比增长51%，主要增长点来自于行业资讯大涨83%；百家号作者数量及质量大幅提升，带动行业文章数量及阅读评论量稳步增长，平台媒体属性愈发显著。

3

手机行业搜索+资讯指数波动仍旧主要受新品发布及电商节影响，年末达到全年指数高峰。

4

5G稳居全年行业关注点首位：行业TOP20搜索热词中，5G相关词占TOP20词总PV的80%；5G相关文章数及阅读量互动量均较去年大幅增长300%以上；相应地，全面屏在2019年关注度下降退出历史舞台，折叠屏或将在2020年成为行业另一重要发力点。

5

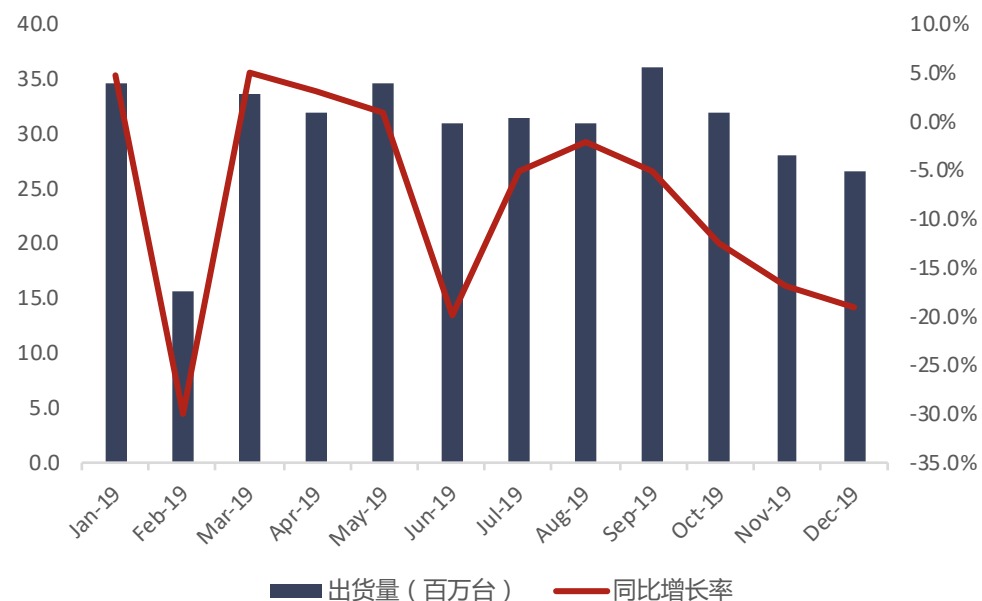
随着行业整体对于品牌产品曝光的不断投入，用户教育成效显著，品牌产品相关搜索持续下降；未来品牌营销重点将偏向话题常识、口碑评价等内容类信息的传播上。

- 洞察一：国内市场手机厂商Top 5中，华为继续保持出货量和市场份额领先，2019全年华为国内市场份额同比大增33.9%，是所有头部厂商中唯一取得增长的品牌；
- 洞察二：2019年全年，中国整体市场出货量约为3.7亿台，同比下滑7.5%，延续了18年的下降趋势；Q3在5G手机发布的带动下出货量降幅有一定缓和

2019年中国前五大智能手机厂商--出货量、市场份额

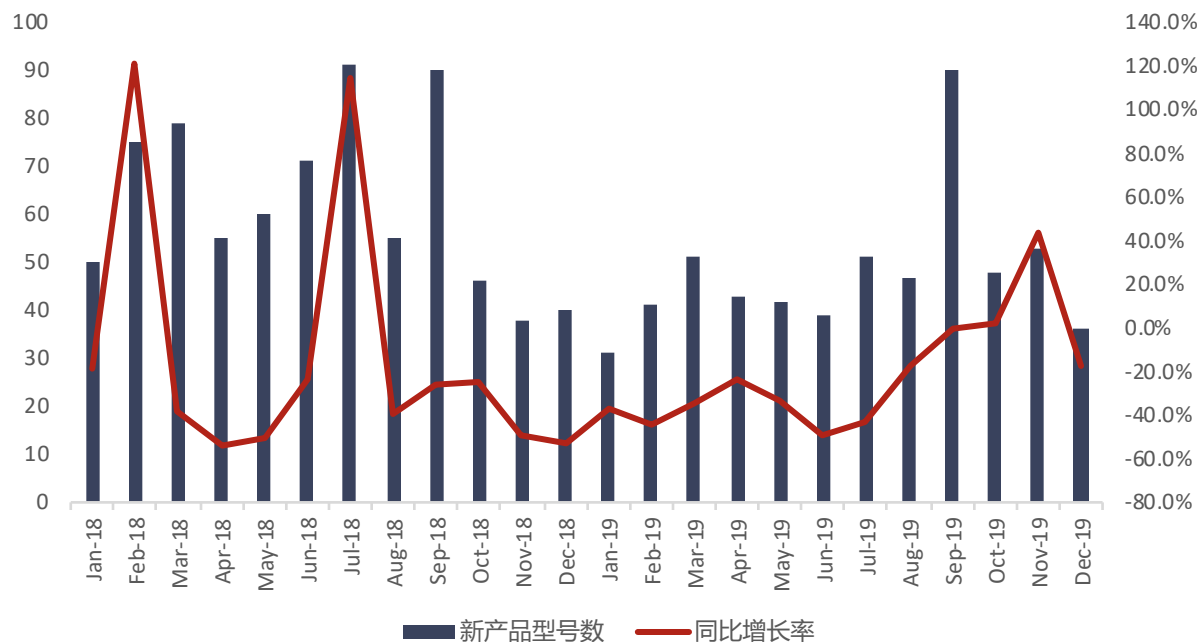
厂商	2019年出货量 (单位：百万台)	2019年市场份额	2018年出货量 (单位：百万台)	2018年市场份额
华为	140.6	38.3%	105.0	26.5%
vivo	66.5	18.1%	76.0	19.2%
OPPO	62.8	17.1%	78.9	19.9%
小米	40.0	10.9%	50.8	12.8%
苹果	23.9	8.3%	113.3	8.1%
其他	23.9	6.5%	49.6	12.5%
总计	366.7	100.0%	396.5	100.0%

2019年中国智能手机市场月度出货量及增长率

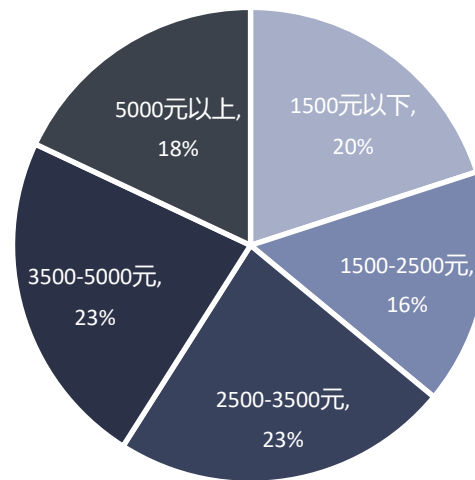


- 洞察一：2019年全年上市新机型573款，同比下降 25.0%，其中4G手机399 款、5G手机 35 款，年末成为5G手机发布高峰
- 洞察二：各品牌价格战的影响下，1500-2500元价位段与2500-3500元价位段发布的手机数量较2018年共提升了9%；2019年下半年各大厂商加大研发力量为5G手机加持，5000元以上高端机型数量提升，高端市场将成为头部品牌布局方向

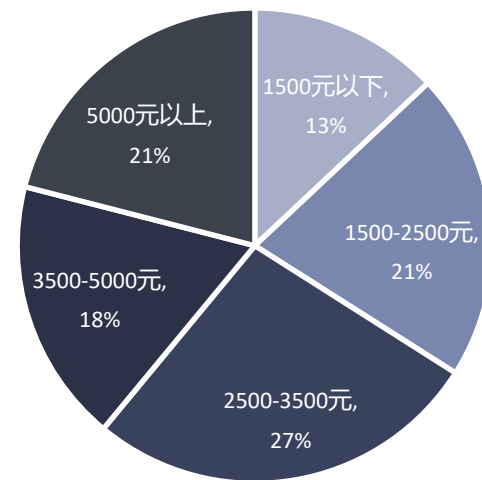
2018-2019年国内手机市场上市新机型数量



2018年主要发布机型占比



2019年主要发布机型占比



手机行业百度整体流量增长51%

- 洞察一：手机行业在百度整体流量同比增长51%，主增长点是资讯大增93%
- 洞察二：爆发式增长的资讯指数将行业整体流量结构从四六分转变为三七分的结构

资讯



+93%

增长点来自于
手机相关资讯增长

整体流量占比



77% : 23%



2019行业资讯总占比

2019行业搜索总占比

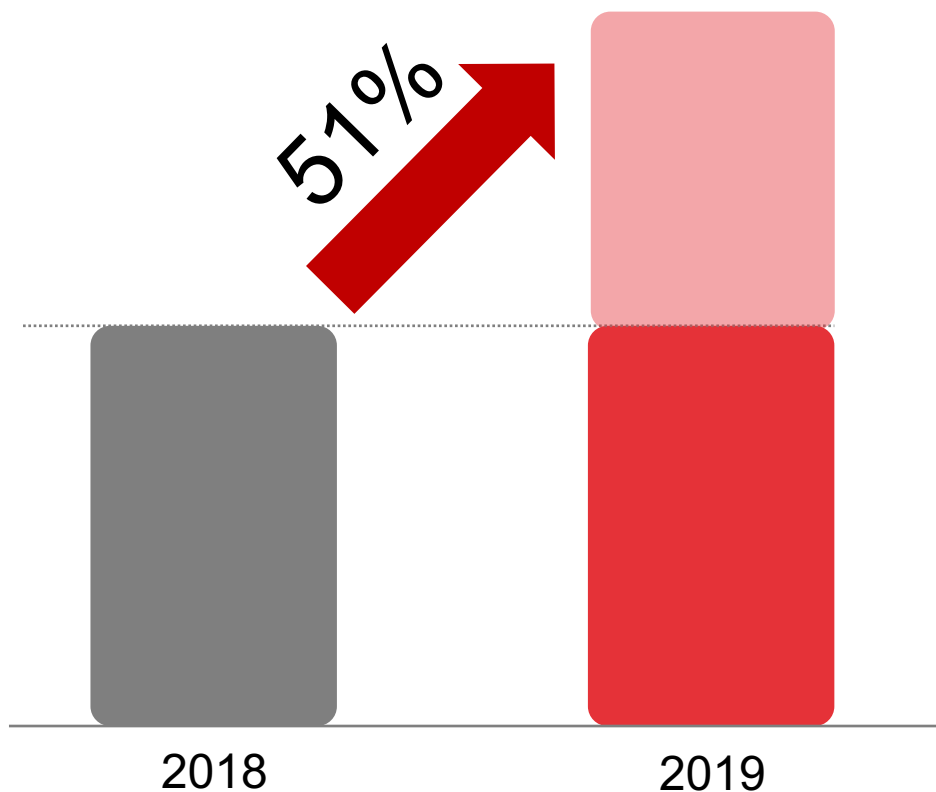


60% : 40%

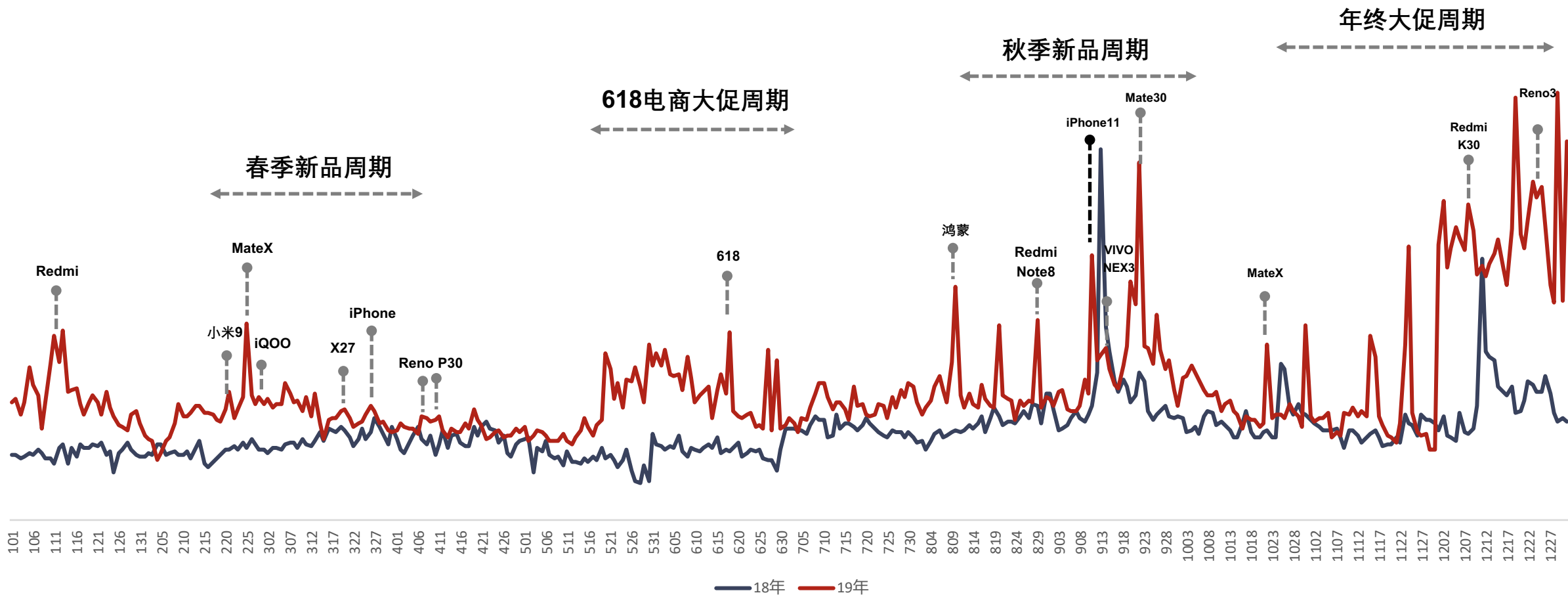


2018行业资讯总占比

2018行业搜索总占比

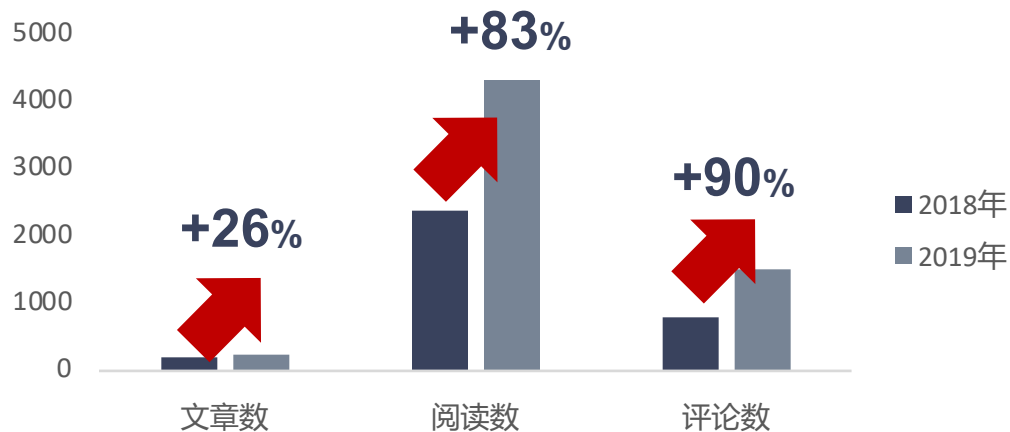


- 洞察一：春季新品带动第一波周期，大促第二周期，秋季新品拉动第三波周期，年终电商大促+送礼季需求推动行业指数到达高峰
- 洞察二：全年搜索+资讯高峰出现在Mate30新机发布，iPhone11发布则创造了全年搜索峰值

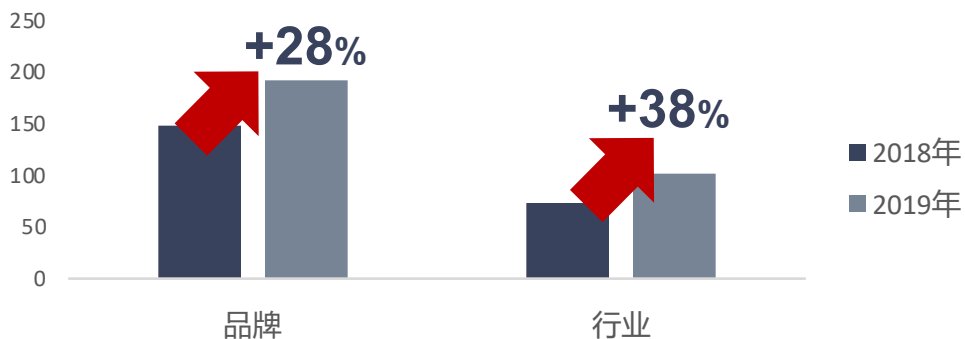


- 洞察一：百度手机行业在文章数、阅读评论量上均有大幅提升；文章分类上与品牌相关内容仍占比较高，但行业相关内容增长更快
- 洞察二：经过19年百家号的快速发展建设，目前3C领域的作者数量及质量也有大幅提升，平台媒体属性愈发显著

手机行业相关文章数（万）、阅读数（百万）、评论数(万)



行业分类文章数量（万）



19年3C行业百家号作者数量及内容产量

3C数码行业原创作者量



+149%

优质内容总产量



+77%

月活优质作者量

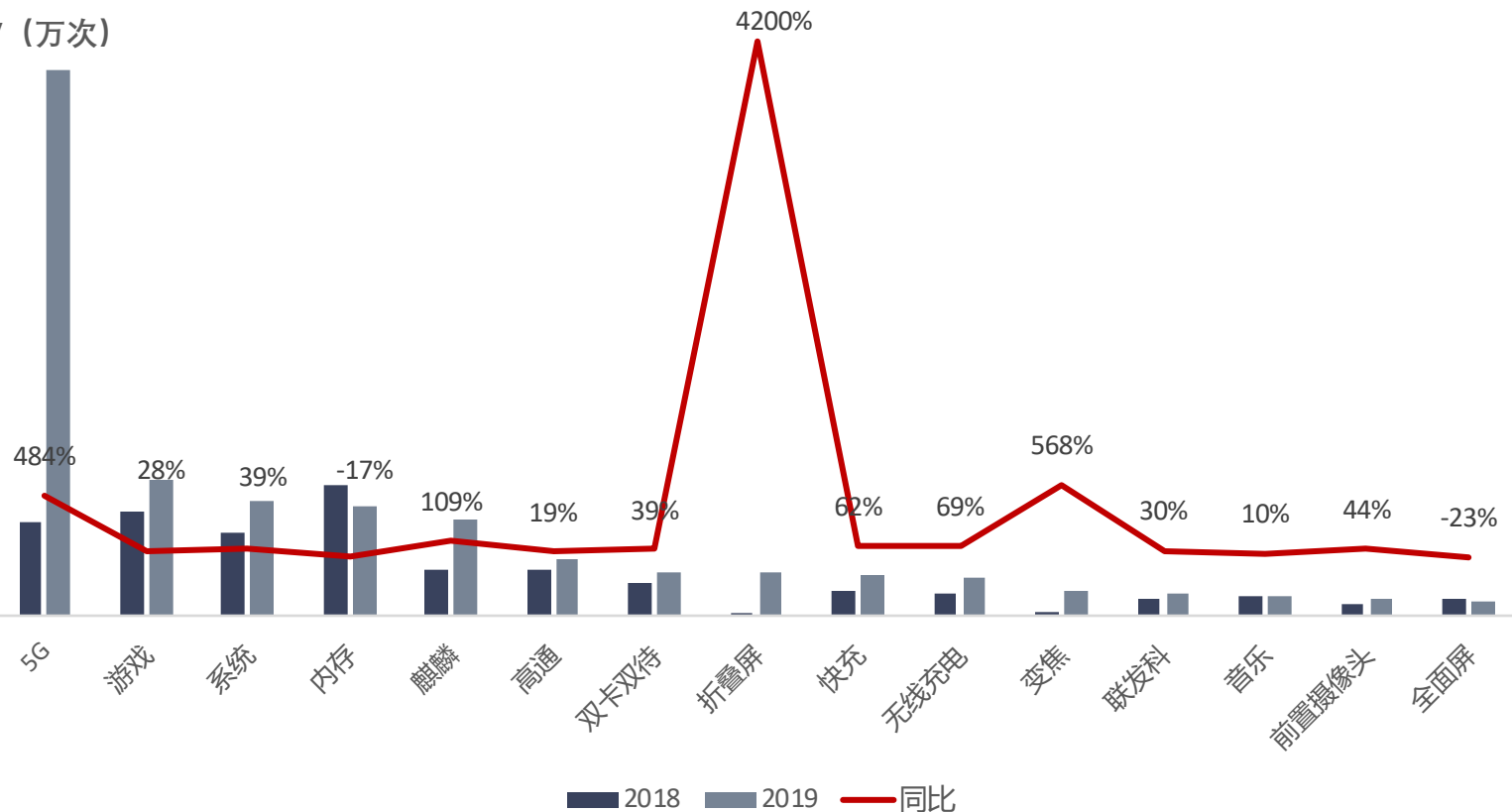


+127%

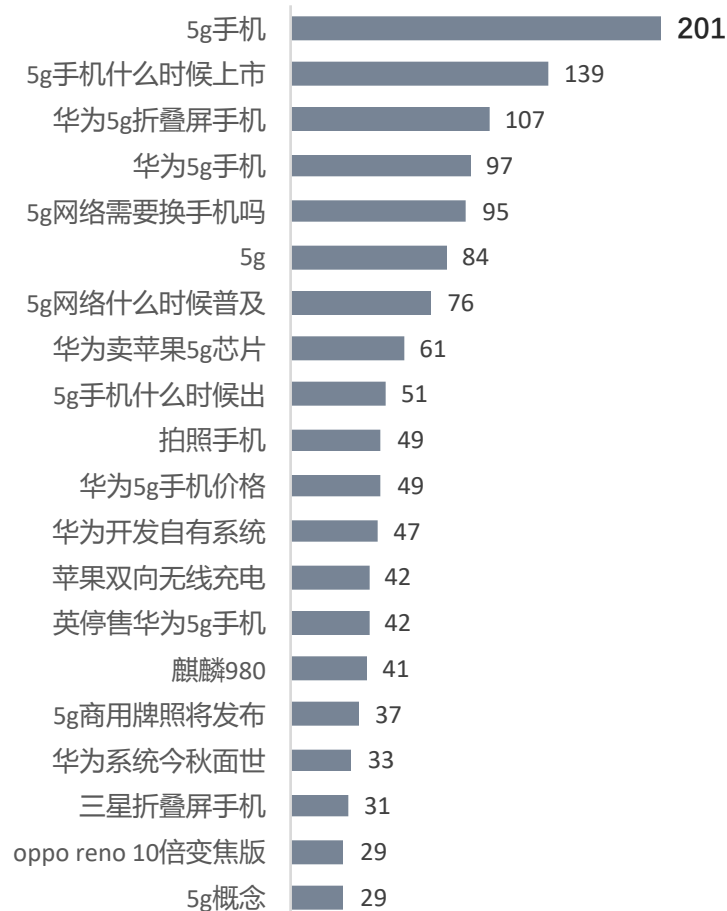
- 洞察一：搜索关注排名前三的功能点分别为：5G、游戏、系统；行业TOP20搜索热词中，5G相关词占13个，占TOP20词总PV的80%
- 洞察二：折叠屏搜索量较18年大幅上涨4200%；同时内存和全面屏用户关注度相较去年下降

2019手机行业搜索量TOP15功能点

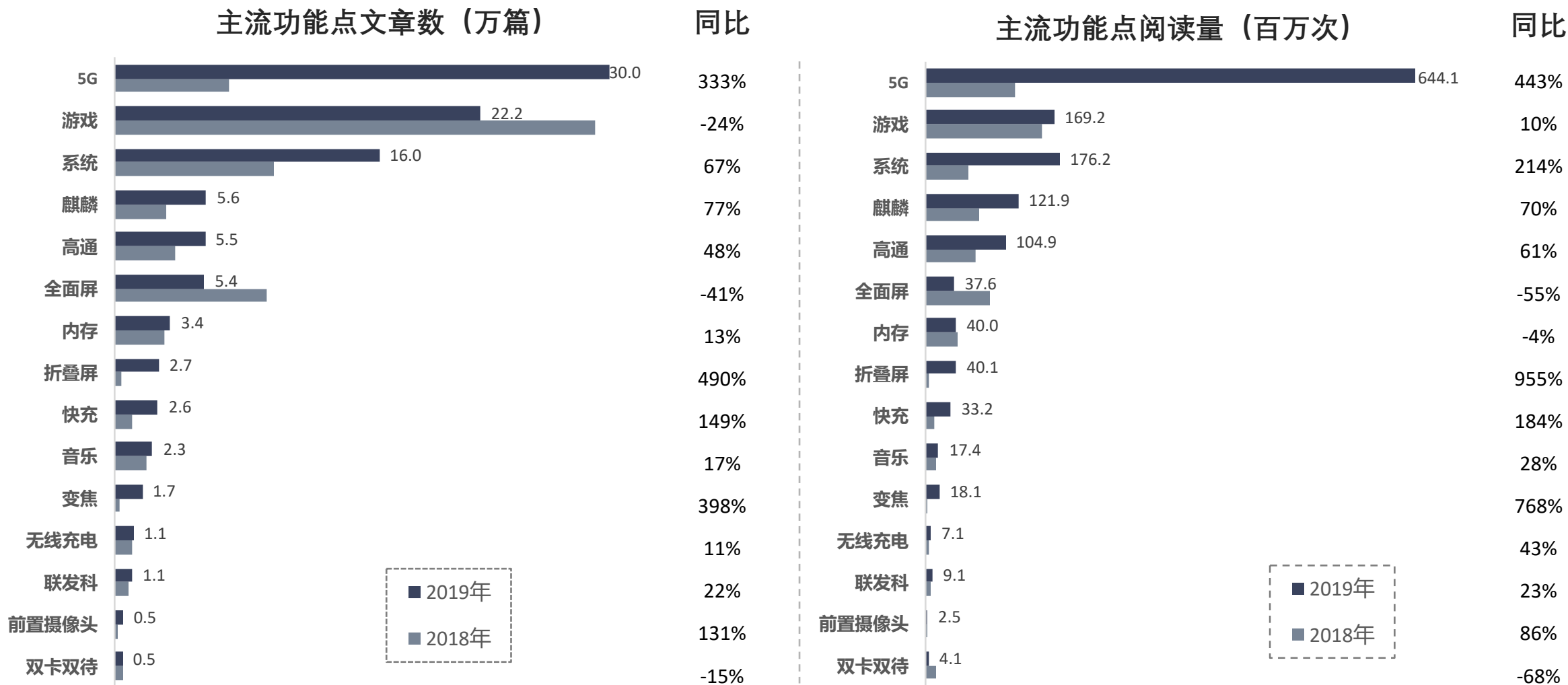
搜索PV (万次)



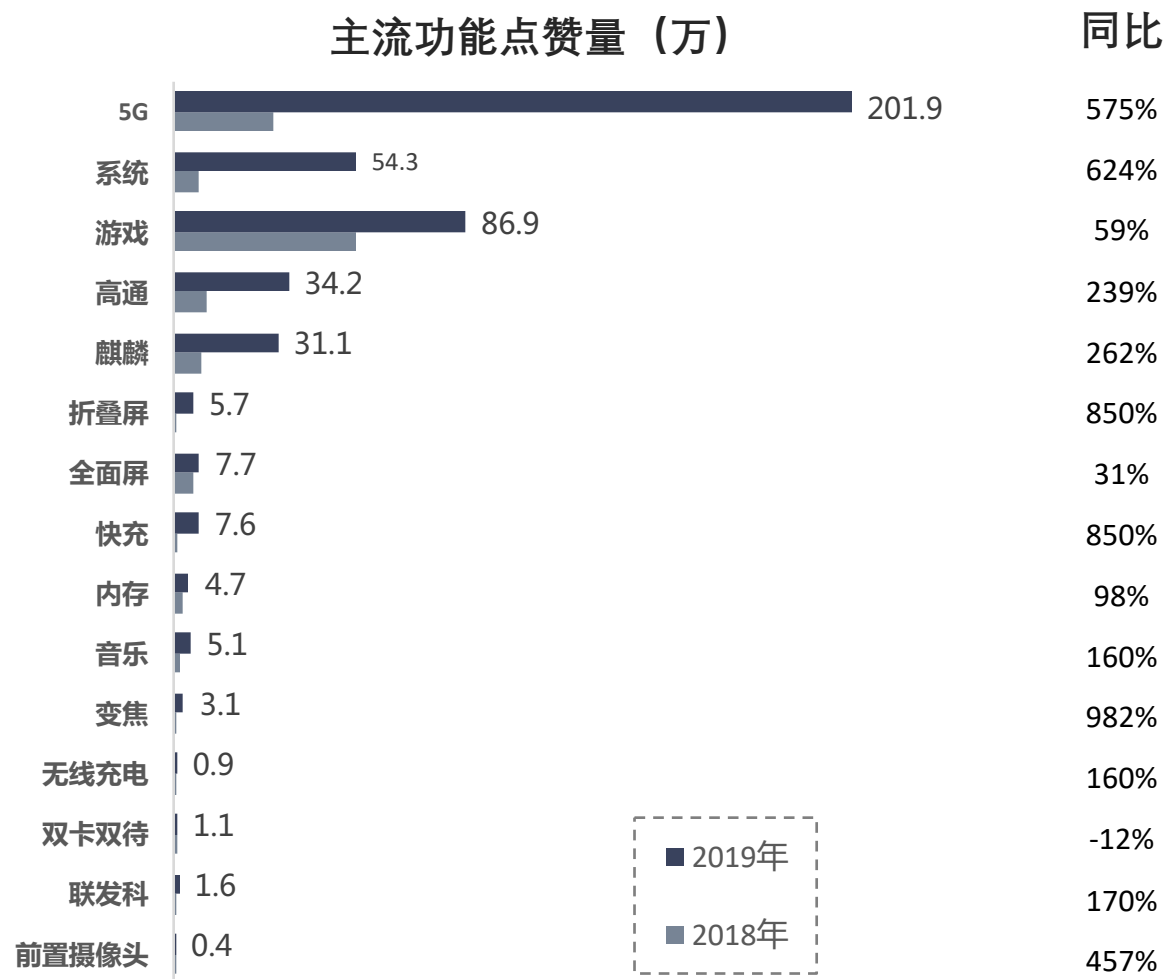
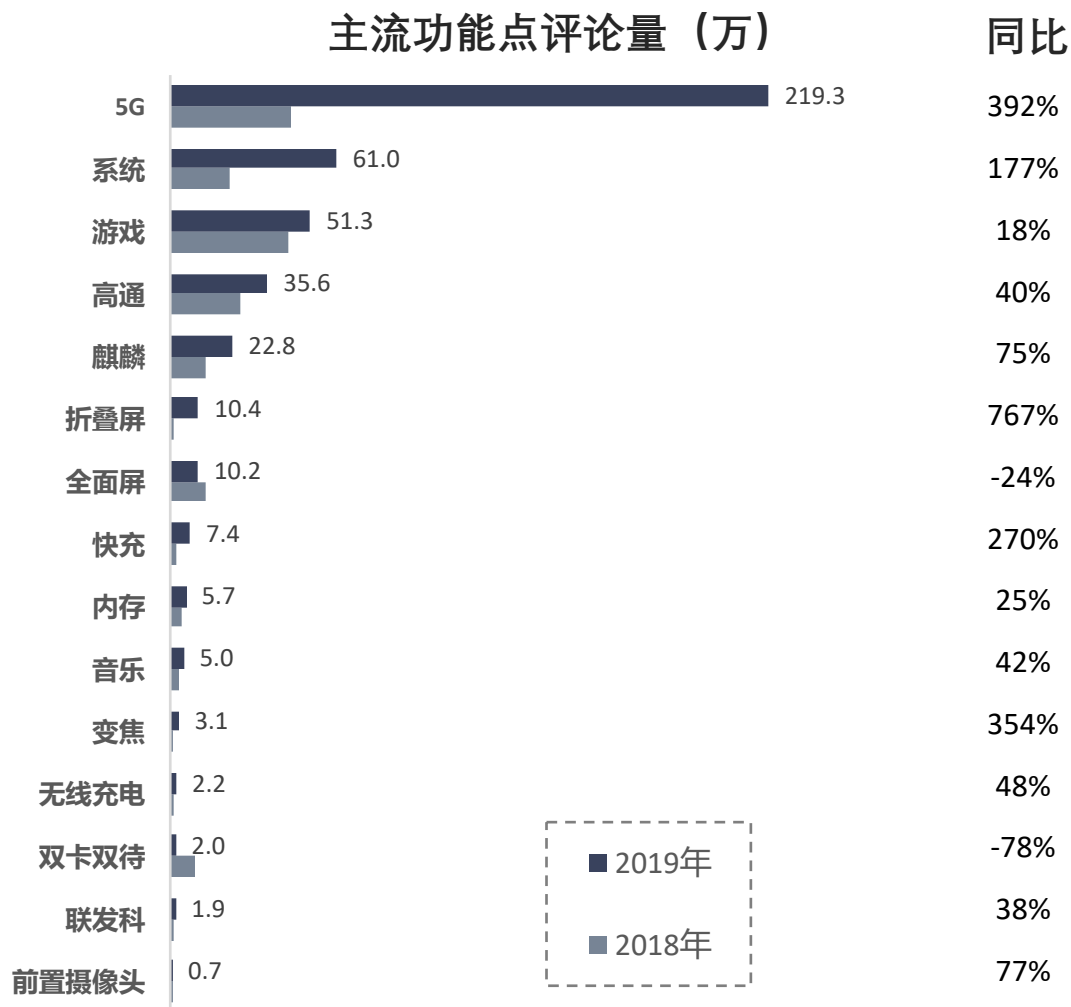
行业热词(万次)



- 洞察一：5G在资讯传播上仍广受关注，但折叠屏相关文章数量及阅读量上升最快，预计在2020年将成为行业另一重要发力点
- 洞察二：全面屏/双卡双待相关文章数和阅读量均有回落，行业关注度下降



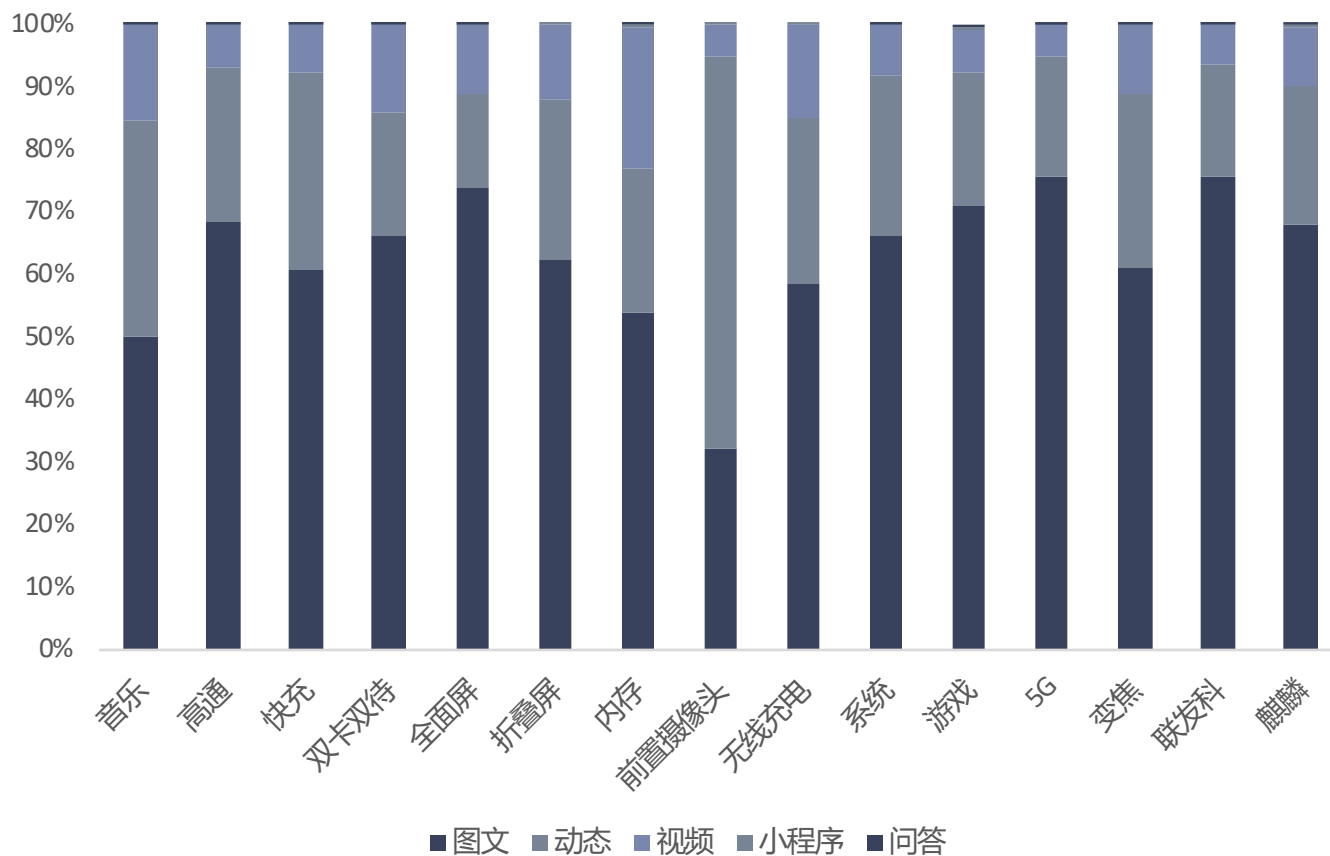
- 洞察一：用户互动最多文章与5G, 系统和游戏相关，反映出用户对于以上功能点的高度关注
- 洞察二：针对变焦，折叠屏和快充的文章点赞量爆增，说明用户对于行业创新技术有着强烈兴趣



- 洞察一：图文虽占比上仍占主导，但相较去年比例有所下降；同时越来越多的行业相关内容开始通过作者的百家号动态进行发布
- 洞察二：5G和联发科使用图文形式最多，动态形式占比最多的是前置摄像头，视频形式占比最多的是内存



行业功能点内容类型占比



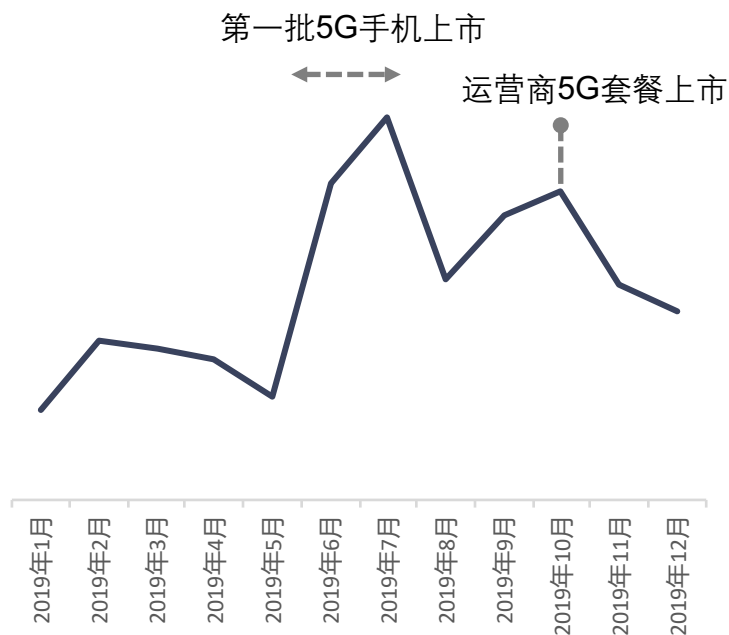
- 洞察一：行业重大5G发展及新机发布带动用户搜索需求，与5G相关的搜索主要聚焦于5G手机和品牌，且搜索关注度逐步上升
- 洞察二：5G相关文章传播量也相应大幅增长率，行业对于5G的关注度主要聚焦在华为，其次是苹果和小米

5G 相关信息搜索

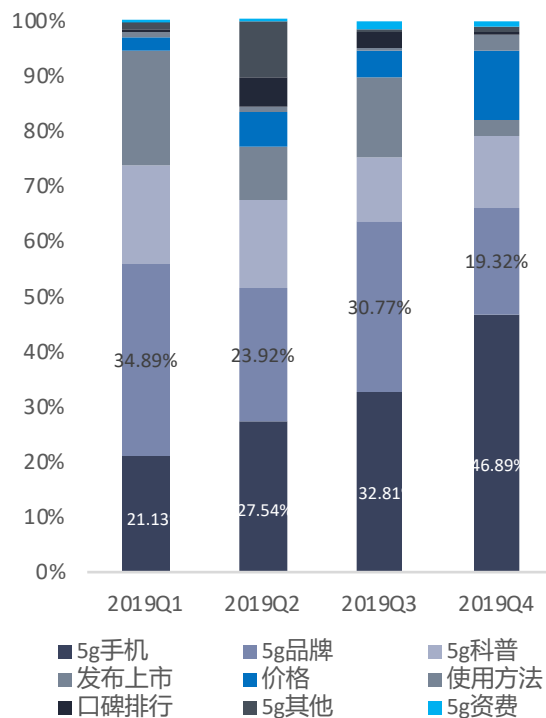
百度搜一搜

5G年度检索增长率 PC 移动

+484% **18%** **82%**



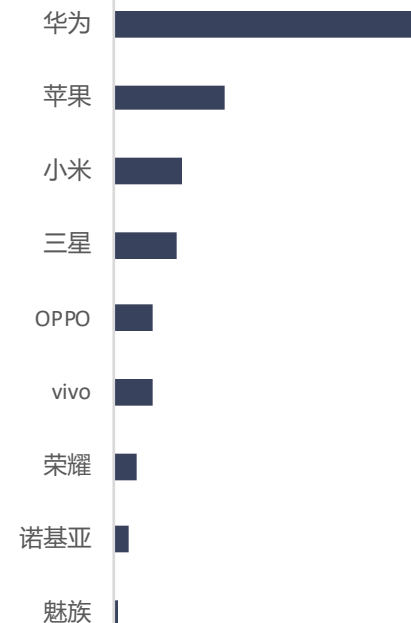
5G相关用户关注点



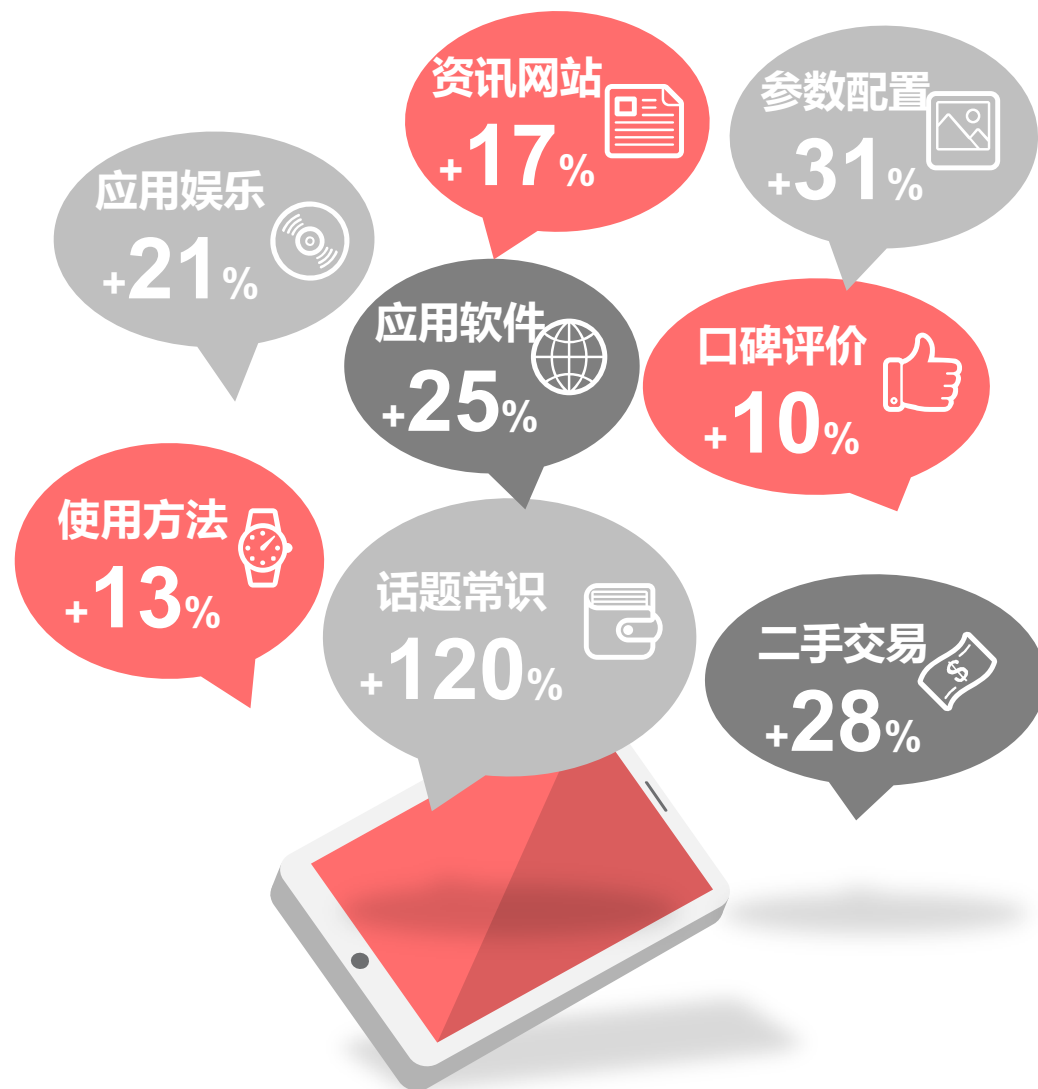
百度看一看

手机行业文5G
相关文章同比文章数
+333%阅读量
+443%

5G文章提及各品牌数量



- 洞察一：随着行业整体对于品牌产品曝光的不断投入，用户教育成效显著，品牌产品相关搜索持续下降
- 洞察二：用户将更多的注意力放在诸如话题常识、参数配置、口碑评价等实用信息上；其中针对话题常识的搜索主要围绕新机发布相关信息





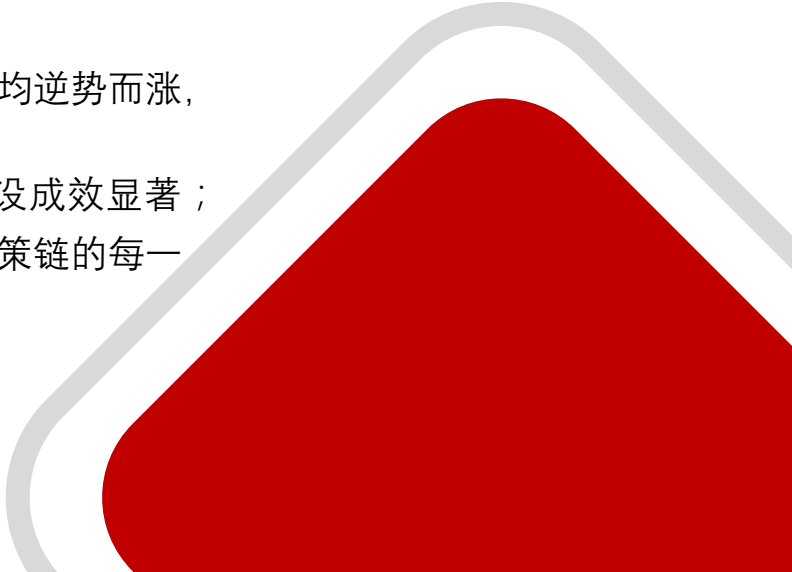
PART 02

手机品牌表现



手机厂商头部玩家优势继续扩大，华为在品牌搜索资讯关注度上均逆势而涨，小米vivo稳步前进，苹果面临来自国产手机的挑战；

19年各大头部品牌在百度资讯传播均有不同程度提升，内容建设成效显著；随着几大品牌间竞争越发白热化，品牌营销应更加深入到用户决策链的每一环节，从曝光到互动到转化，持续影响用户心智。





核心洞察

1

头部品牌竞争加剧下，华为全年在搜索资讯上都保持了高速增长，搜索资讯指数同比分别提升43%和479%；P30成为全年最受关注机型。

2

19年各头部品牌在发力百度资讯传播下均取得显著成果：在品牌资讯指数、文章量、阅读量和用户互动量上均有不同程度提升。

3

5G成为绝大部分品牌文章涉及最多功能点，但提到5G行业最关注的品牌是华为、苹果和小米；此外各品牌主打核心功能点也通过资讯进行不同程度的传播，如华为的芯片，OPPO的变焦，三星的折叠屏等。

4

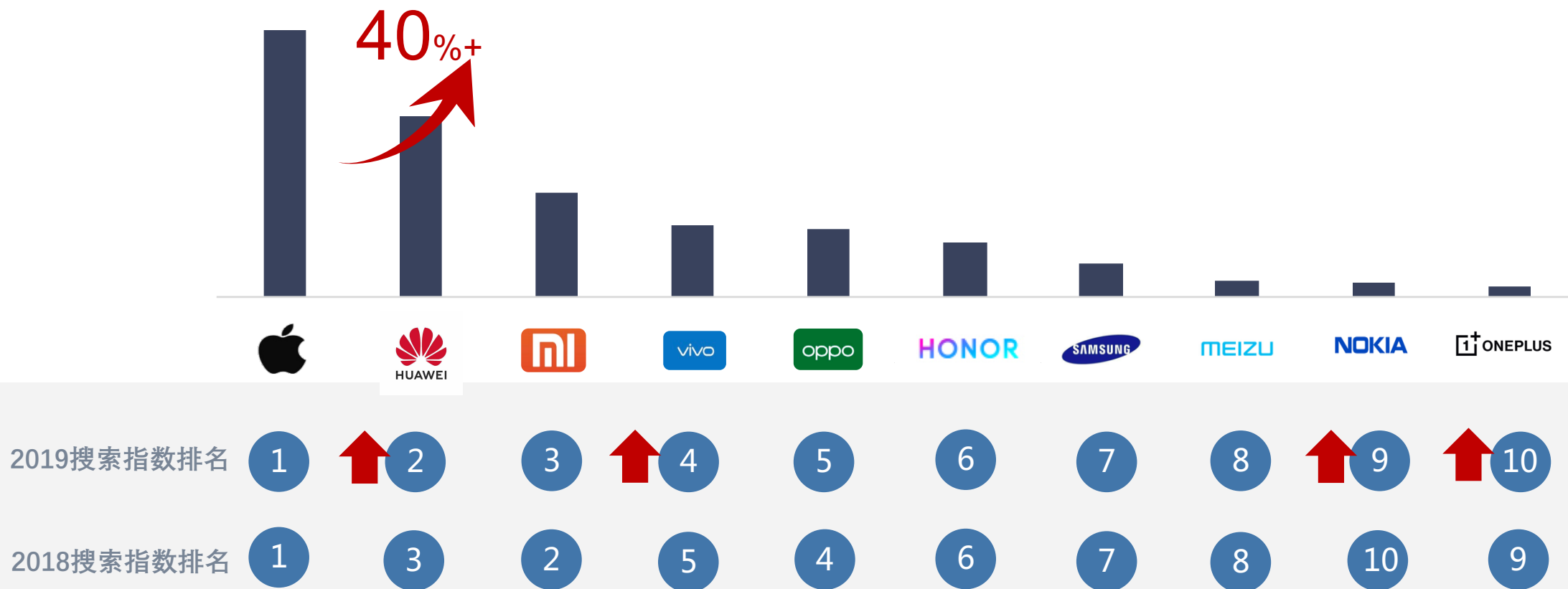
品牌竞争方面，华为已成为行业参考标准出现在各品牌相关文章中作为竞对被提及，带有华为标签的文章阅读量大大高于其他品牌；资讯传播中形成最强竞争关系的是华为之于苹果，华为之于小米，以及华为之于魅族。

5

除三星/魅族外，各品牌搜索资讯行为主要都来自于本品用户，但相较搜索，用户在资讯阅读上行为更加分散，会同时浏览来自多个品牌的内容；因此品牌可以通过信息流更广泛触达不同品牌持机用户，从而扩大自身潜在受众。

- 洞察一：苹果华为小米OV仍稳居搜索榜单前五位，华为搜索指数同比大幅上升40%以上，超越小米成为搜索指数第二位
- 洞察二：vivo搜索指数超越OPPO上升一位，中段位荣耀/三星/魅族排名稳定，诺基亚/一加取代锤子/努比亚进入前十

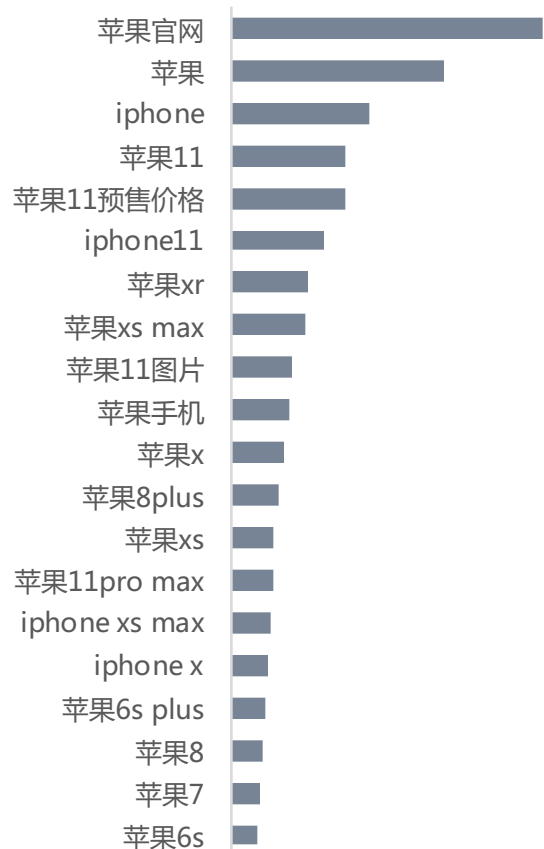
2019手机行业搜索指数TOP10品牌



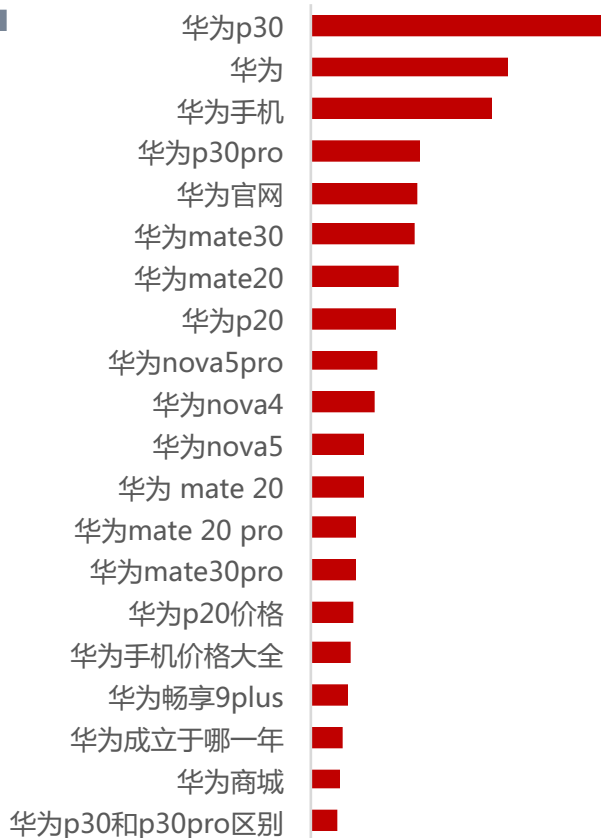
- 洞察一：苹果官网需求最大，华为P30搜索量超过品牌，小米9关注度在全系产品中最高，vivo品牌词搜索远超产品
- 洞察二：除品牌产品外，用户对于知识/话题类也表现出相当兴趣，如“华为成立于哪一年”“董明珠谈小米空调”



苹果热词(万次)



华为热词(万次)



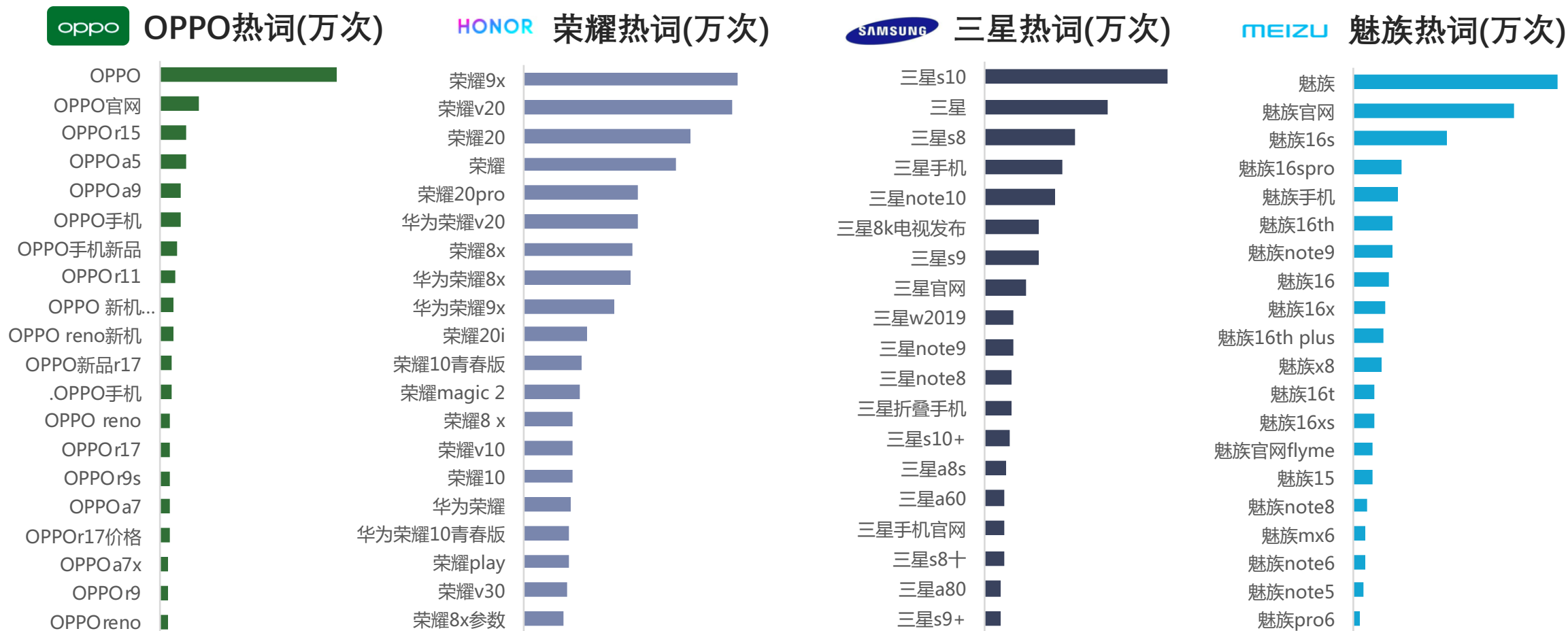
小米热词(万次)



vivo热词(万次)

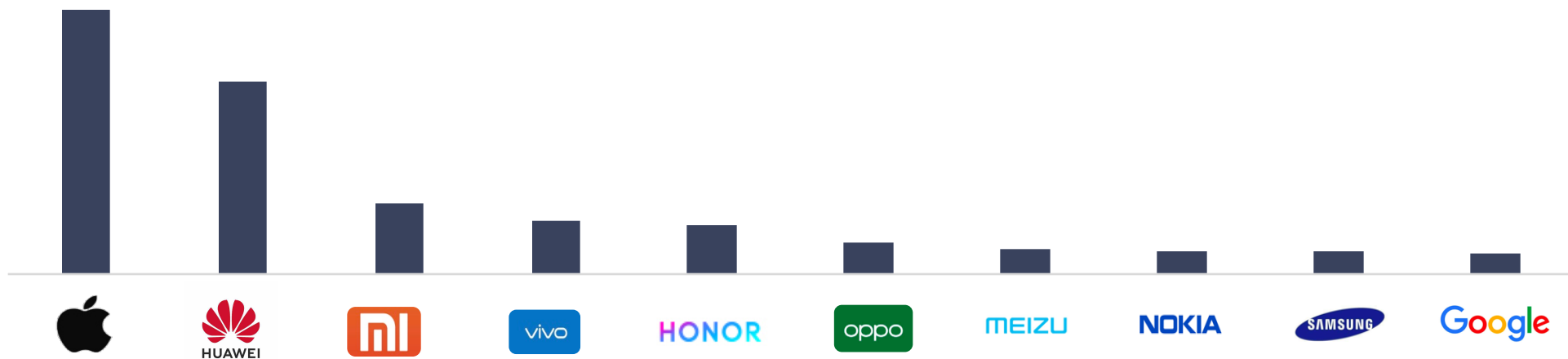


- 洞察一：OPPO品牌词搜索量在所有品牌中最大，荣耀和三星明星机型搜索量超品牌
- 洞察二：用于对于19年以前机型仍保持较高关注，如OPPO R15, 荣耀V20, 三星S8等



- 洞察一：手机行业资讯整体利好形势下，各品牌资讯指数同比均大幅提升，其中谷歌/华为/小米涨幅远超行业均值
- 洞察二：与搜索指数相比，OPPO在排名/同比上表现均较弱，建议在资讯上重点发力

2019手机行业资讯指数TOP10品牌



2019资讯指数排名

1



2



3

4

5

6

7

8

9



10

指数同比变化

+42%

+479%

+130%

+44%

+41%

-6%

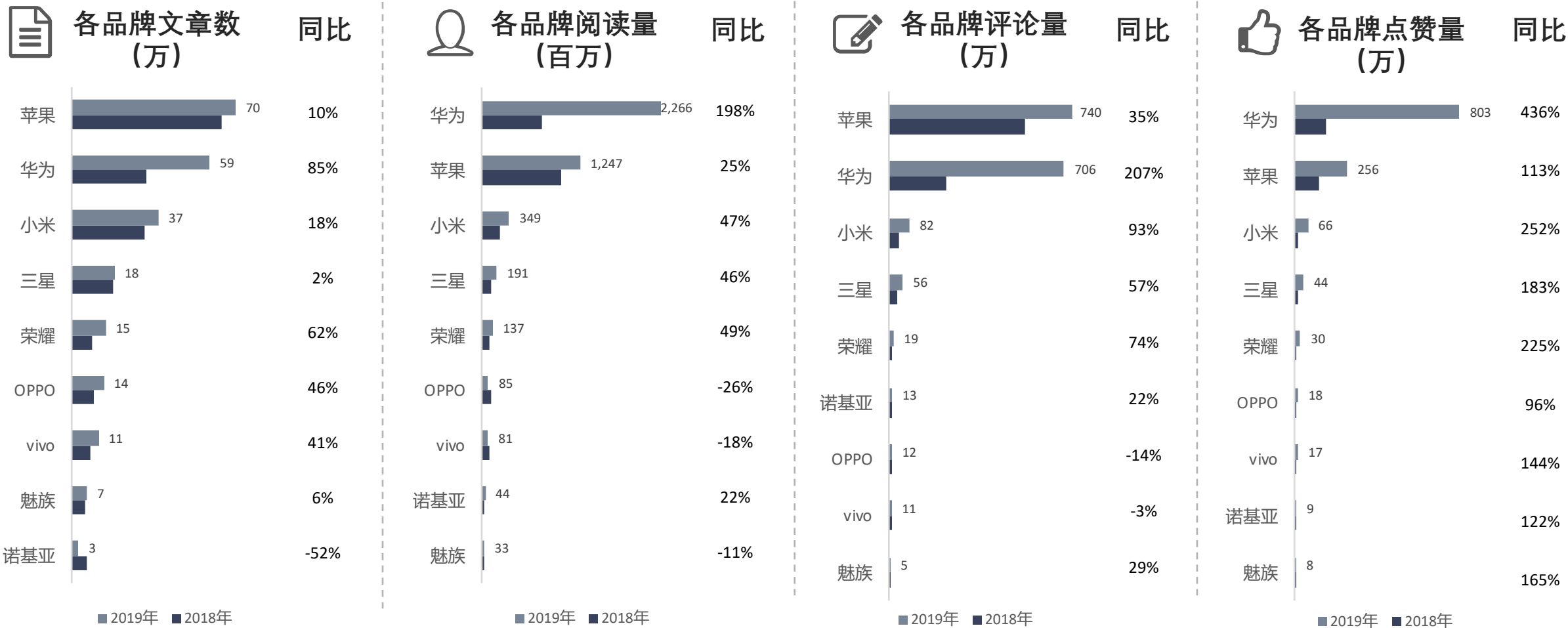
+23%

+49%

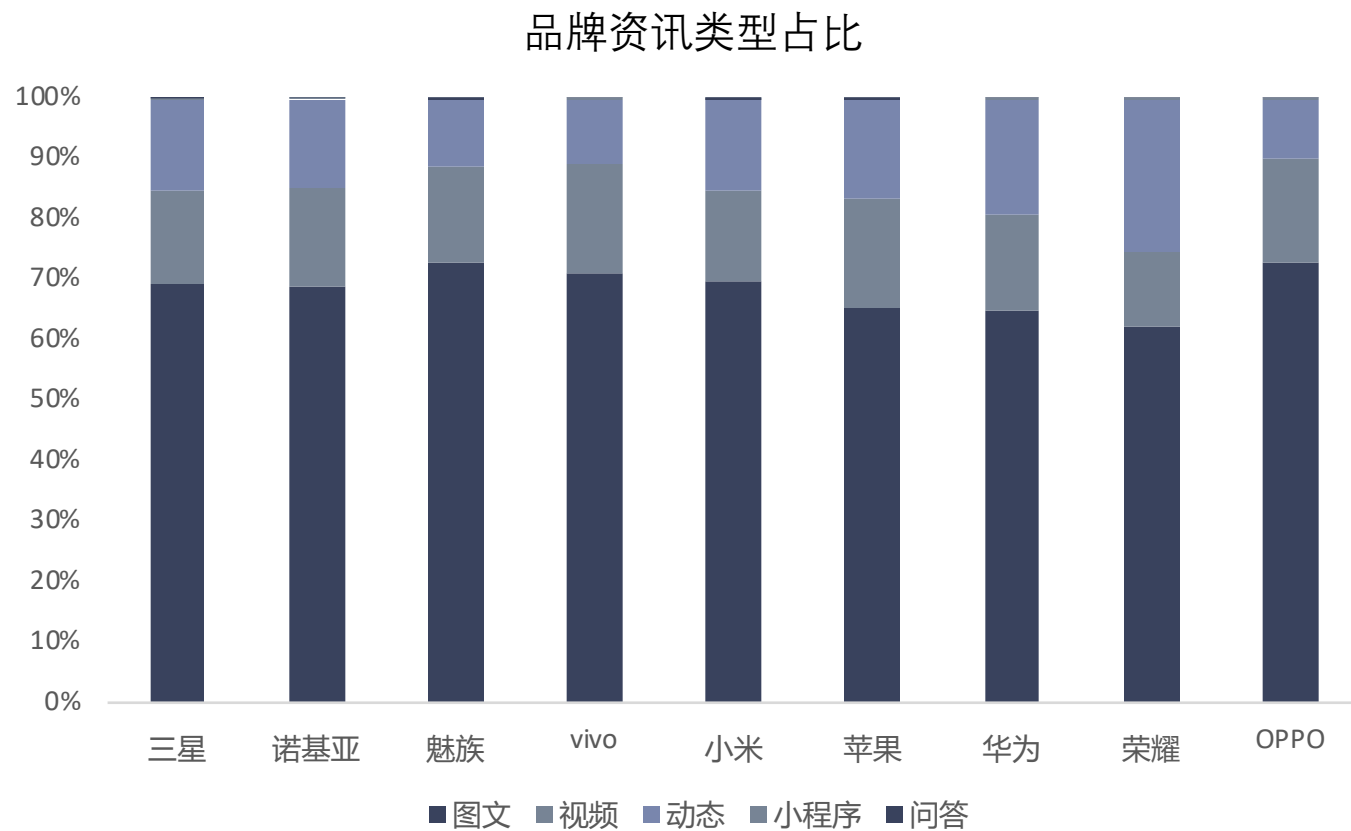
+65%

+706%

- 洞察一：华为在四个维度上相比去年涨幅均最大，诺基亚文章数同比下降，OPPO/vivo阅读量及评论量均有下降
- 洞察二：各品牌文章点赞量相比去年均有显著提升，此外用户更倾向评论苹果相关文章，点赞华为相关文章

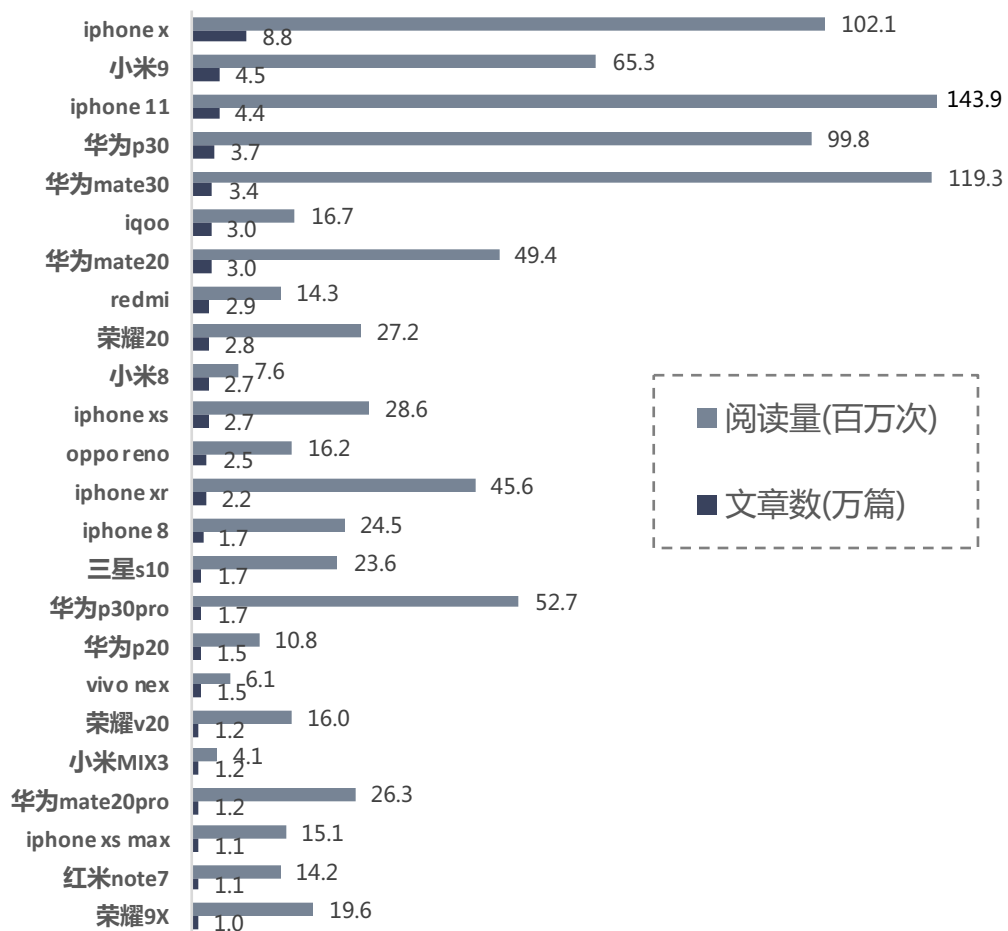


- 洞察一：品牌资讯类型变化趋势与行业一致，图文及问答占比下降，在视频/动态/和小程序上均有提升
- 洞察二：图文形式占比最多的是OPPO和魅族，苹果在视频类内容占比上高于其他品牌，荣耀动态占比较高，vivo在小程序上占比较高

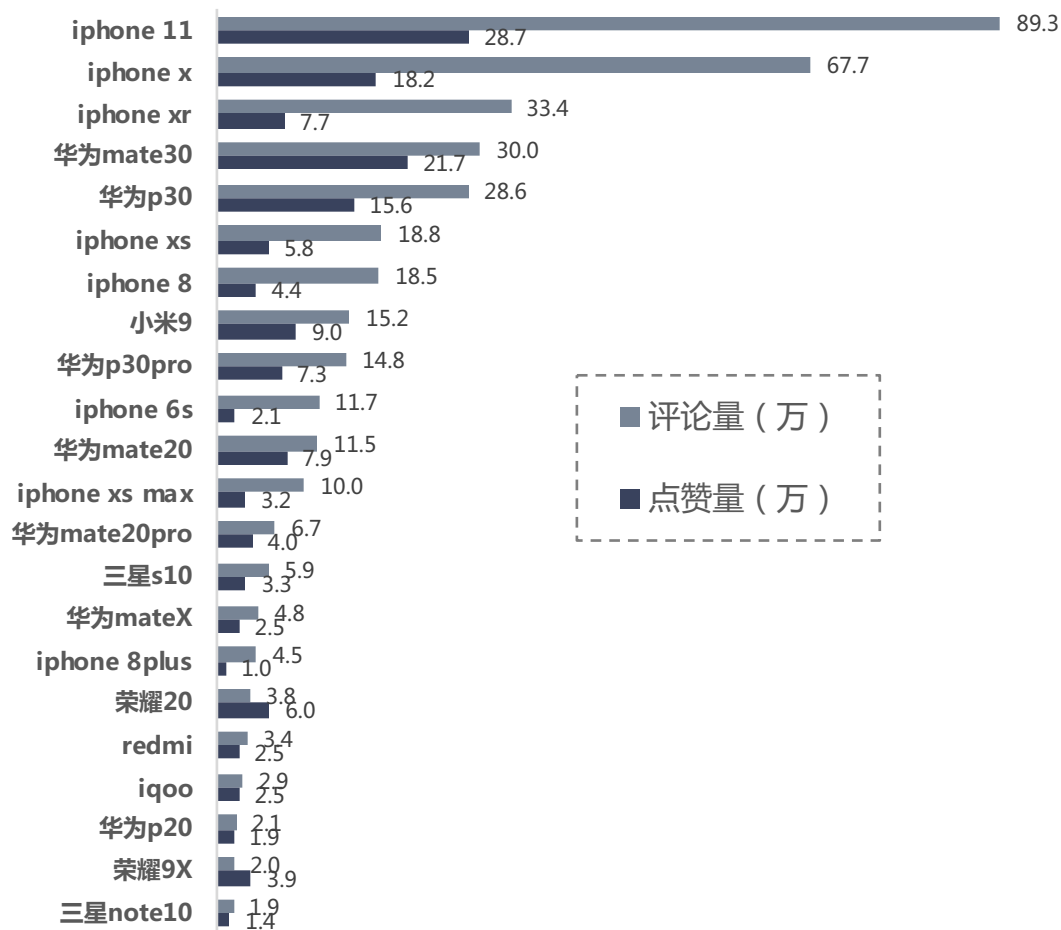


- 洞察一：iPhoneX相关文章数最多，但阅读量最高的是iPhone11及华为Mate30; 此外19年发布的新机小米9和iQoo也有良好表现
- 洞察二：用户对于iPhone机型兴趣最强，文章评论量最高；对于荣耀用户的互动行为更倾向于点赞而非评论

主要机型文章数&阅读量



主要机型评论量&点赞量



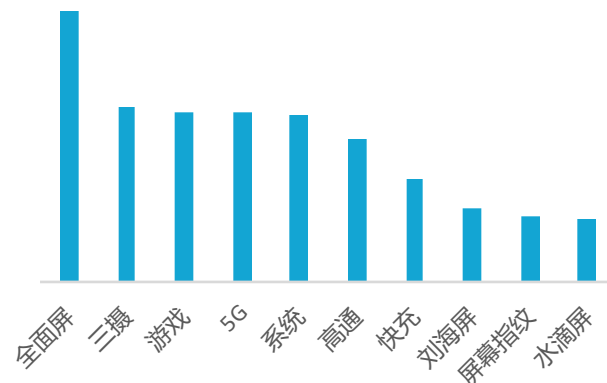
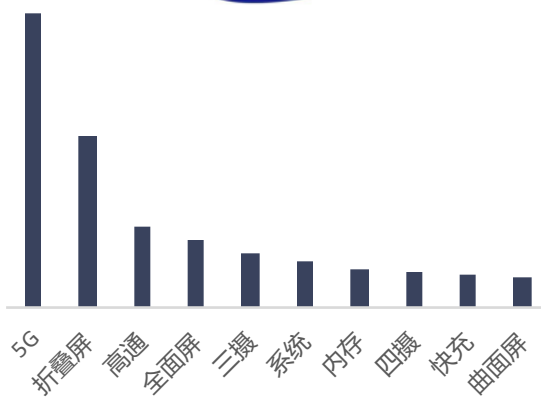
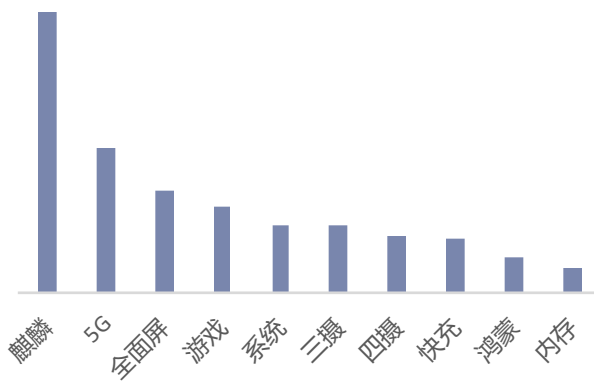
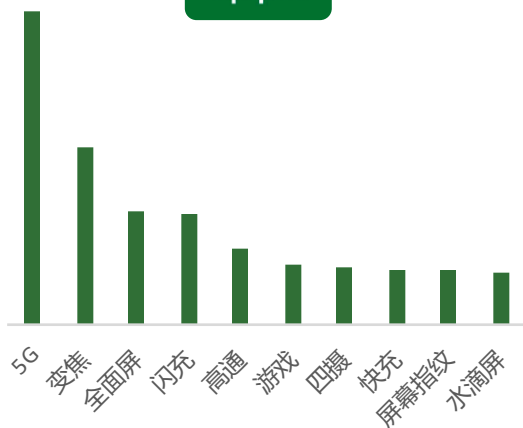
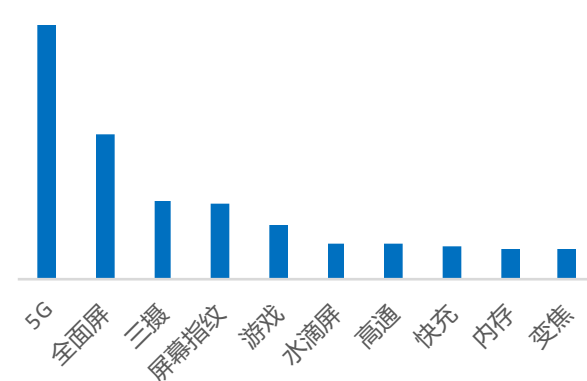
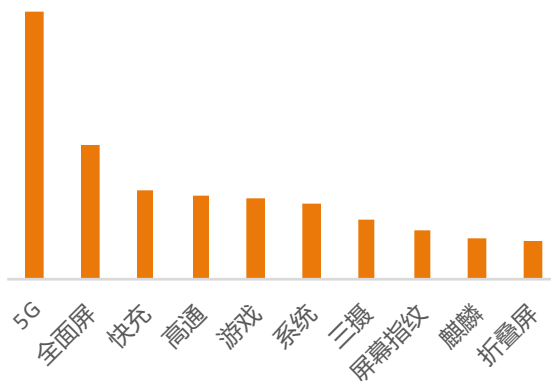
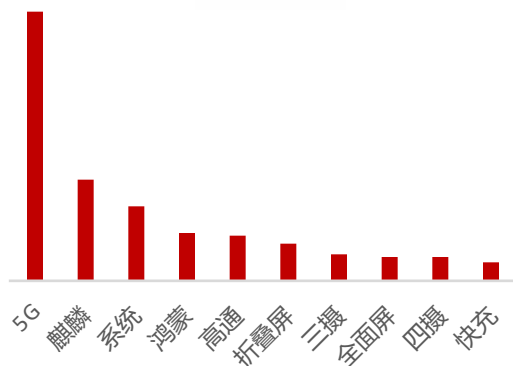
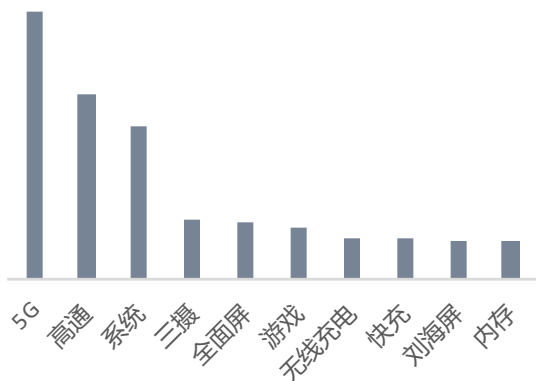
品牌资讯内容关注点分布

品牌搜索

品牌资讯

品牌竞争

- 洞察一：5G作为行业热点居大部分品牌相关文章首位，荣耀文章最多与麒麟相关，魅族文章最多与全面屏相关
- 洞察二：除5G外，苹果/华为文章多与芯片和系统相关，小米/vivo文章则较多涉及全面屏，OPPO去年在变焦上的功能点被大量传播，三星文章则更多聚焦其在19年最大热点折叠屏



- 洞察一：华为成为行业参考标准出现在各品牌相关文章中作为竞对被提及，华为自身则最多与苹果在同一篇文章中提及；带有华为标签的文章阅读量大大高于其他品牌
- 洞察二：除华为外，小米也频繁出现在vivo/OPPO/荣耀/三星/魅族文章中作为参考比对，小米自身文章中提到最多的竞品则是华为
- 洞察三：在资讯传播中形成最强竞争关系的是华为之于苹果（27.81%），华为之于小米（24.04%），华为之于魅族（20.19%）



提及品牌	文章数量	文章阅读量
华为	27.81%	24.14%
三星	7.10%	4.03%
小米	6.37%	3.05%
荣耀	2.11%	0.80%
魅族	1.25%	0.52%
OPPO	1.05%	0.43%
vivo	0.95%	0.31%
一加	0.76%	0.19%

提及品牌	文章数量	文章阅读量
苹果	13.09%	12.96%
小米	7.82%	4.55%
三星	5.91%	4.23%
荣耀	3.77%	2.57%
魅族	2.71%	1.49%
OPPO	2.10%	0.79%
vivo	2.01%	0.76%
谷歌	1.77%	2.20%

提及品牌	文章数量	文章阅读量
华为	24.04%	25.69%
三星	16.38%	11.72%
荣耀	9.78%	8.76%
苹果	9.32%	7.90%
OPPO	4.96%	2.51%
vivo	4.28%	2.32%
魅族	2.43%	1.51%
一加	1.93%	0.68%

提及品牌	文章数量	文章阅读量
华为	10.83%	10.50%
小米	7.23%	5.18%
三星	7.17%	4.06%
OPPO	6.64%	7.40%
荣耀	4.88%	4.84%
索尼	3.07%	2.59%
魅族	2.82%	1.41%
苹果	2.41%	1.98%



提及品牌	文章数量	文章阅读量
华为	12.10%	8.66%
小米	8.57%	4.96%
vivo	6.92%	7.24%
荣耀	6.01%	3.95%
苹果	2.99%	2.44%
魅族	2.76%	2.86%
三星	2.65%	1.39%
一加	1.92%	0.56%

提及品牌	文章数量	文章阅读量
华为	14.12%	16.77%
小米	12.61%	9.92%
三星	5.18%	1.58%
OPPO	4.47%	2.06%
苹果	3.97%	2.71%
vivo	3.81%	2.57%
魅族	1.44%	0.72%
索尼	0.92%	0.41%

提及品牌	文章数量	文章阅读量
华为	18.84%	23.09%
小米	15.07%	9.53%
苹果	9.86%	11.19%
荣耀	4.91%	2.27%
vivo	3.93%	1.69%
OPPO	1.53%	0.59%
一加	0.98%	0.58%
魅族	0.73%	0.63%

提及品牌	文章数量	文章阅读量
华为	20.19%	13.48%
小米	7.05%	6.24%
vivo	4.92%	2.20%
苹果	4.74%	2.77%
OPPO	4.38%	4.73%
联想	3.75%	1.68%
荣耀	2.98%	2.02%
一加	2.35%	2.01%

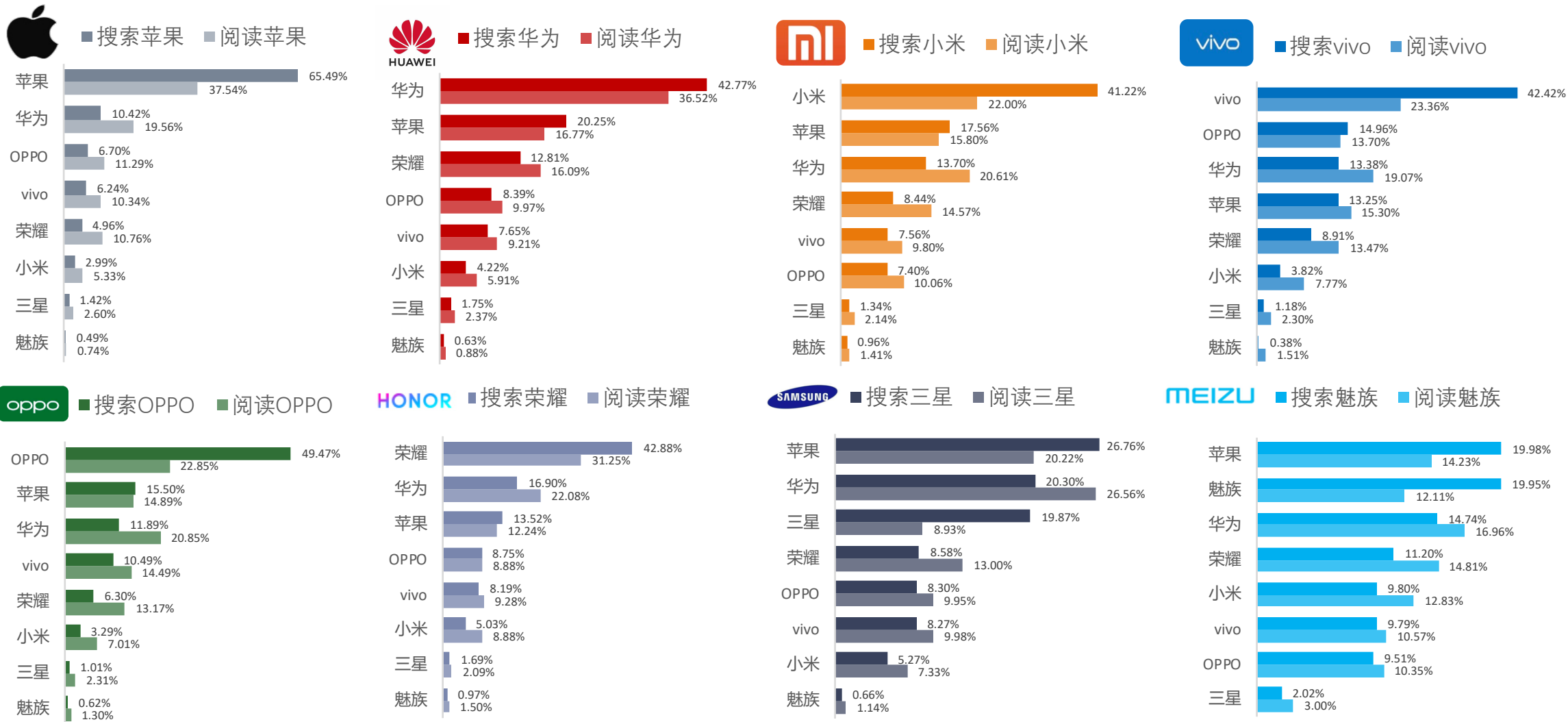
品牌搜索资讯用户持机分布

品牌搜索

品牌资讯

品牌竞争

- 洞察一：除三星/魅族外，各品牌搜索主要都来自于本品用户，其中苹果用户搜索本品牌比例最高，品牌忠诚度最高；苹果持机用户在华为/小米/oppo的品牌搜索中占比相对较高，华为与荣耀在搜索主要持机用户来源上较为相似
- 洞察二：与搜索行为不同的是，用户在资讯阅读上行为更加分散：除三星/魅族外，各品牌资讯受众主要都来自于本品用户，但占比相对搜索均较低
- 洞察三：相较搜索，信息流更容易触达不同品牌持机用户，从而扩大自身潜在受众



* 数据来源：百度观星盘，手机行业用户行为分析，2019.10-2019.12抽样数据



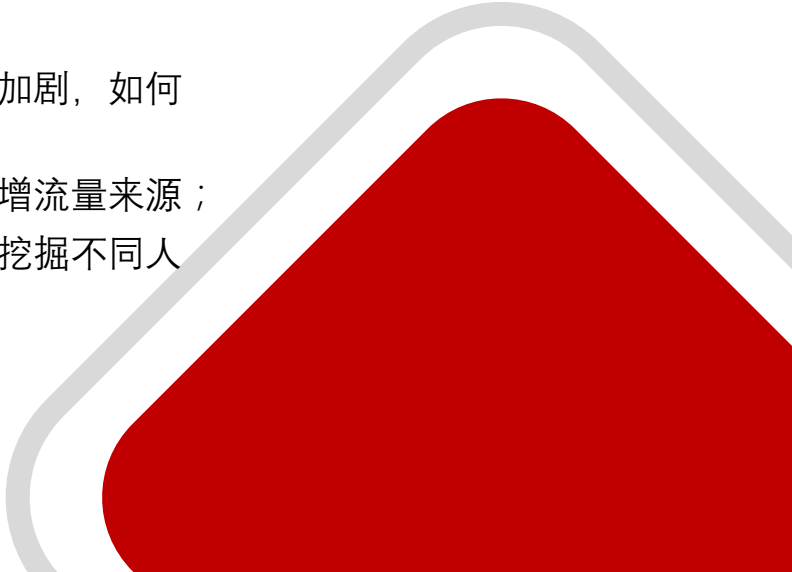
PART 03

手机行业消费者洞察



换机潮来临对品牌忠诚度提出挑战，用户品牌间流转频繁，竞争加剧，如何留住现有人群是营销重要课题；

百度资讯高速增长下，资讯浏览用户将成为品牌需重点关注的新增流量来源；
头部品牌人群已逐渐形成鲜明特征，品牌营销应更精细化，深度挖掘不同人群需求并投其所好；





核心洞察

1

百度用户中，苹果华为ov持机用户占比已接近90%；用户平均换机周期为2.14年，华为系（华为&荣耀）换机周期最短，三星/魅族换机周期最长。

2

品牌忠诚度方面，苹果在本品人群忠诚度上远超其他品牌，但同时也面临新用户增长乏力的问题；华为/小米在行业中处于高忠诚高吸引的稳健增长趋势中；OPPO/vivo则面临较大的竞品用户抢夺威胁。

3

换机留存率前五位被iPhone机型占据，安卓机中换机留存率最高的是华为Mate系列；针对特定人群的系列，如华为Nova/小米Max/OPPO R系列，以及品牌旗舰系列如小米数字系列，换机留存率相对较高。

4

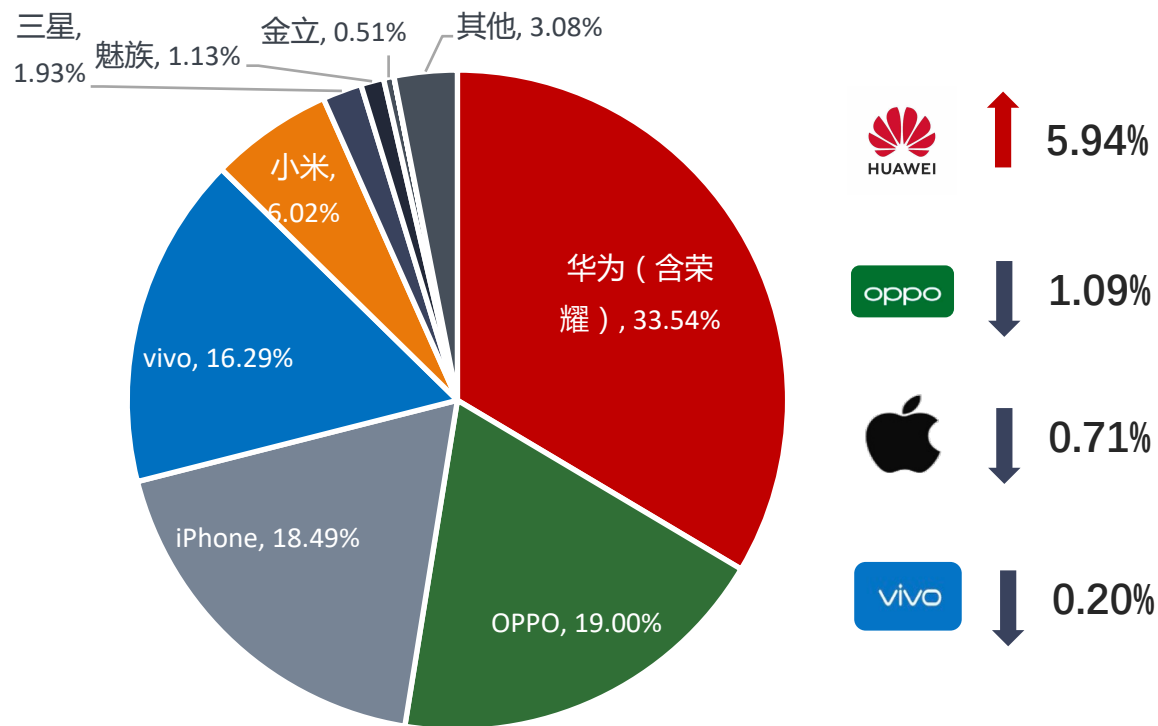
换机人群方面，苹果仍保持最高的品牌内流转率；同时华为正在抢夺各品牌的存量用户作为自己的增量，已成为荣耀/三星/魅族用户在换机时的首选。

5

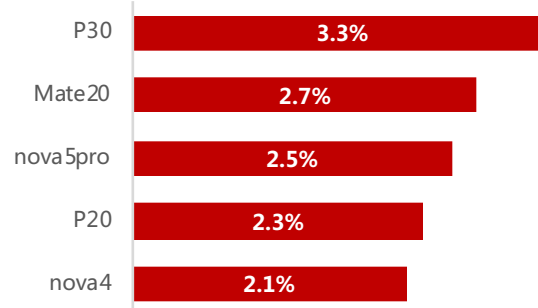
针对用户行为的分析发现，各品牌资讯用户和搜索用户重叠度较低，资讯浏览用户将成为品牌需重点关注的新增流量来源，建议在抓住品牌搜索人群的同时，通过资讯建设获取更多新增流量。

- 洞察一：苹果华为ov持机用户占比近90%，华为（含荣耀）同比持机人数明显提升
- 洞察二：华为持机人数占比最高的是19年发布的新机P30，其他品牌持机占比较高机型均为18年及更早发布机型

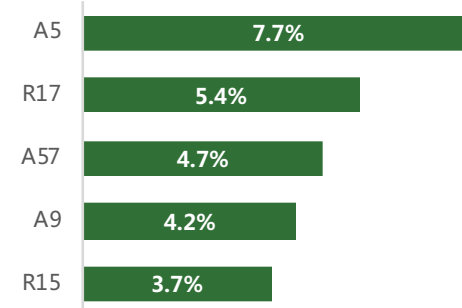
各品牌持机用户比例



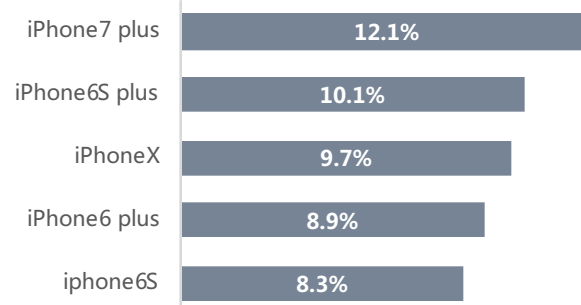
华为持机机型占比(top5)



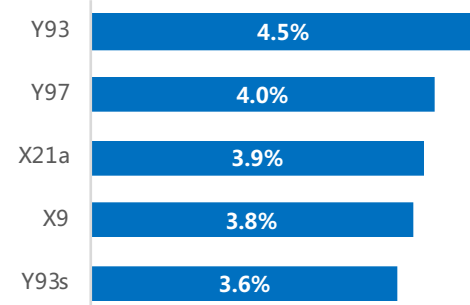
OPPO持机机型占比(top5)



iPhone持机机型占比(top5)

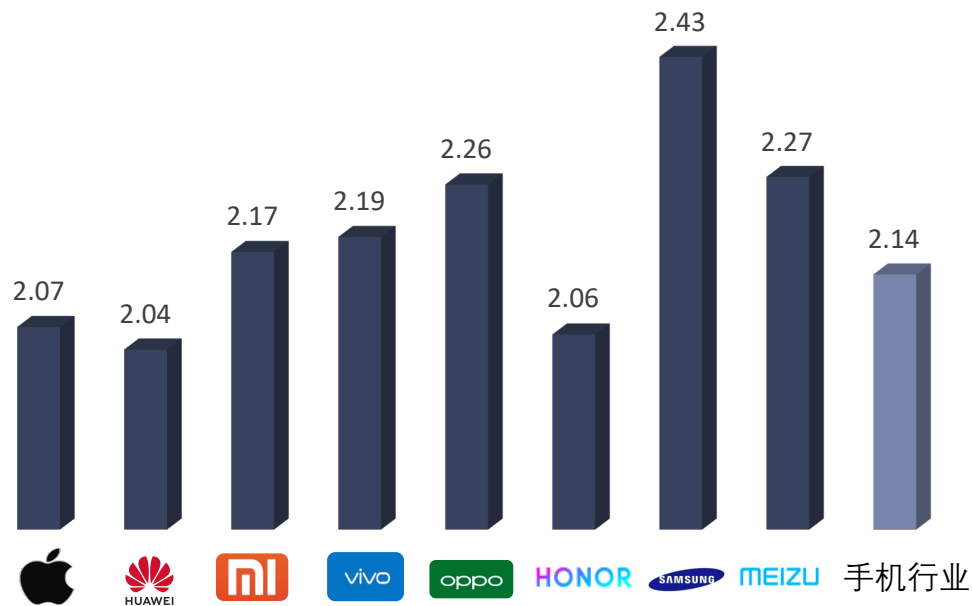


vivo持机机型占比(top5)



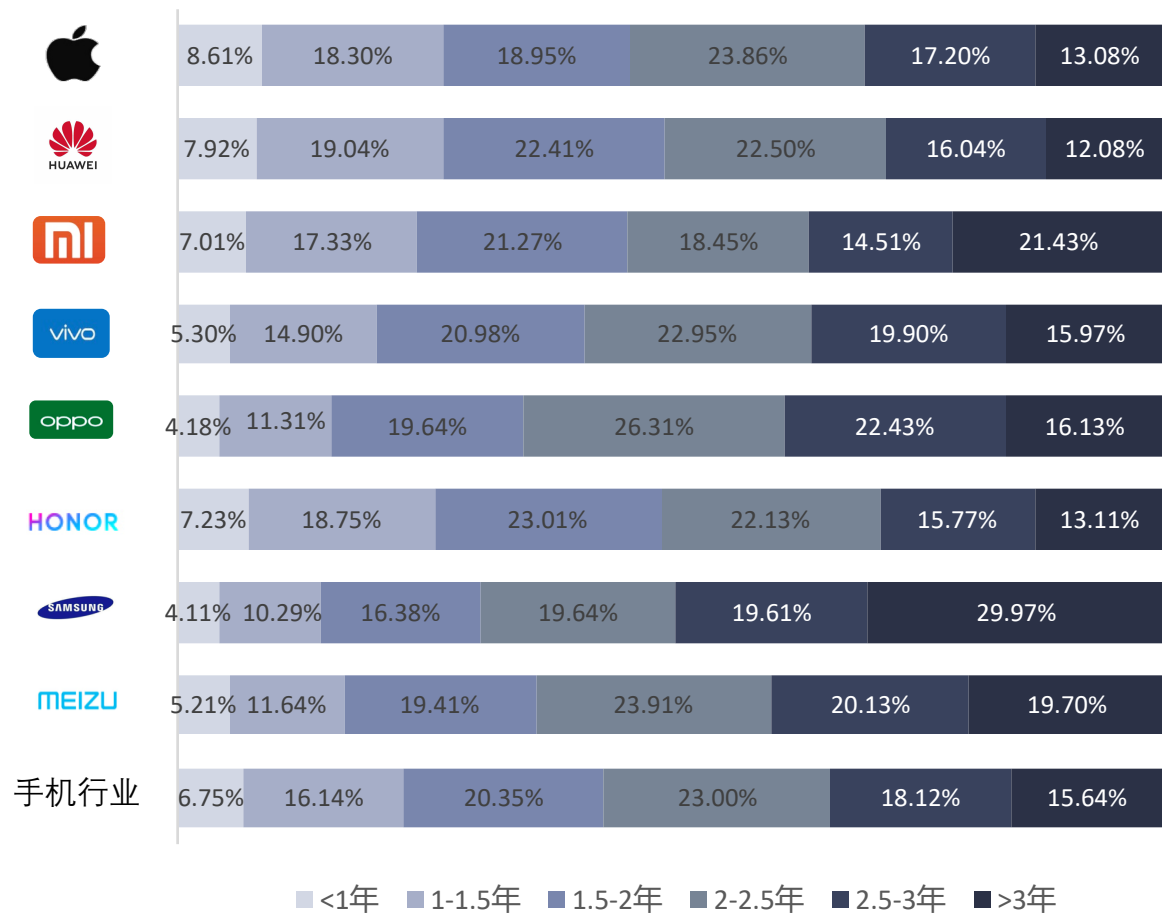
- 洞察一：华为系（华为&荣耀）及苹果，换机周期相对短；三星和魅族，相比换机周期则长
- 洞察二：华为系（华为&荣耀）换机时间在两年以下的占比近50%；OPPO换机时间在2-3年用户占比最高，三星则在3年以上换机时间用户占比最高

各品牌平均换机周期

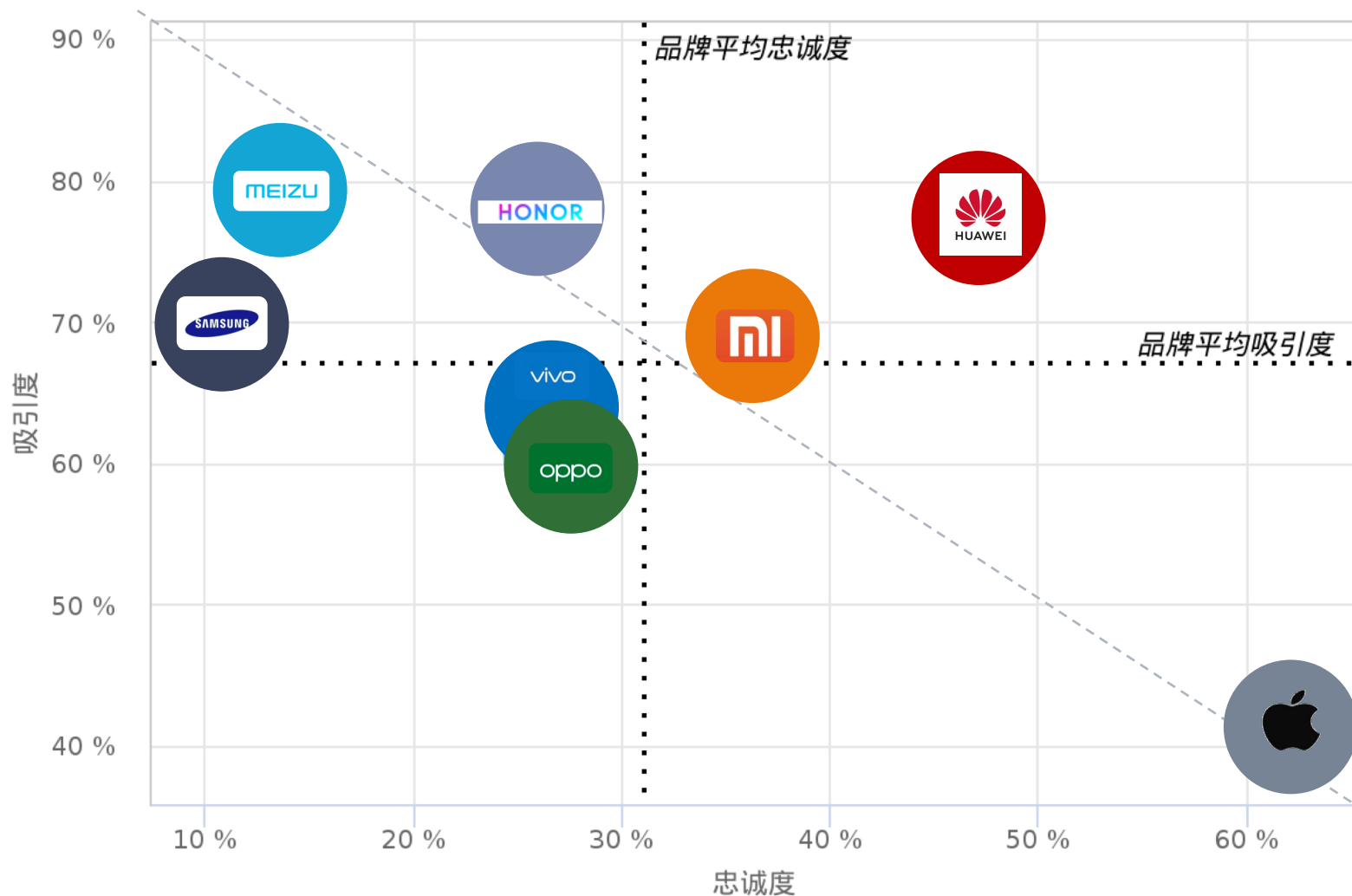


* 注：研究中剔除了换机时间短于三个月的数据（换机时间过短更多是由于新机返修，临时更换手机等因素，不具有研究性）

各品牌换机周期占比



- 洞察一：以高忠诚 / 高吸引的角度来看，华为/小米在行业中处于稳健的增长趋势中；OPPO/vivo则面临较大的竞品用户抢夺威胁
- 洞察二：苹果的忠诚消费者占比远高于其他品牌，其次是华为；三星/魅族/荣耀对于其他品牌吸引力高，但本品用户也较容易被吸引













手机品牌	忠诚度	吸引度
苹果	62.01%	41.15%
OPPO	27.18%	60.61%
vivo	26.83%	62.84%
华为	46.97%	77.55%
荣耀	26.05%	77.81%
小米	36.49%	68.67%
三星	10.56%	69.70%
魅族	13.67%	79.23%

忠诚度 = 换机前后均使用品牌手机的用户数 / 换机前使用品牌手机的用户数 >> 反映用户对品牌的忠诚；

吸引度 = 换机前未使用但换机后使用品牌手机的用户数 / 换机后使用品牌手机的用户数 >> 反映品牌对用户的吸引；

- 洞察一：换机留存率前五位被iPhone机型占据，安卓机中换机留存率最高的是华为Mate系列
- 洞察二：针对特定人群的系列，如华为Nova/小米Max/OPPO R系列，以及品牌旗舰系列如小米数字系列，换机留存率相对较高

主要系列换机留存率TOP10

	iPhone8系列	73.22%
	iPhoneX系列	71.55%
	iPhone7系列	70.73%
	iPhone6系列	61.55%
	iPhoneSE系列	60.03%
	Mate系列	59.59%
	P系列	52.40%
	MAX系列	46.69%
	Nova系列	42.13%
	麦芒系列	42.10%

苹果系列	换机留存率
iPhone6系列	61.55%
iPhone7系列	70.73%
iPhoneX系列	71.55%
iPhone8系列	73.22%
iPhoneSE系列	60.03%

华为系列	换机留存率
P系列	52.40%
Mate系列	59.59%
畅享系列	33.31%
Nova系列	42.13%
麦芒系列	42.10%

小米系列	换机留存率
数字系列	38.69%
红米Note系列	36.67%
红米数字系列	32.20%
Note系列	34.52%
MAX系列	46.69%

vivo系列	换机留存率
X系列	26.00%
Y系列	27.99%
V系列	27.95%
Z系列	26.21%
NEX系列	25.19%

OPPO系列	换机留存率
R系列	27.34%
A系列	26.97%
Find系列	23.41%

荣耀系列	换机留存率
数字系列	26.58%
X系列	26.08%
畅玩系列	25.21%
V系列	26.19%
Note系列	30.17%

三星系列	换机留存率
Galaxy S系列	15.20%
Galaxy Note系列	8.75%
Galaxy A系列	6.58%
Galaxy C系列	12.30%
Galaxy J系列	4.93%

魅族系列	换机留存率
数字系列	10.95%
MX系列	11.41%

换机留存率 = 换机前后均使用品牌手机的用户数 / 换机前使用品牌手机的用户数 >> 反映用户对品牌的忠诚；

- 洞察一：各品牌换机流入均以本品机型为主，其中苹果仍保持最高的品牌内流转率；此外由苹果流入华为的人群占比已接近华为本品人群留存率；ov作为强竞争关系，占据各自流入人群仅次于本品的来源
- 洞察二：在流出人群上，华为正在抢夺各品牌的存量用户作为自己的增量；华为已成为荣耀/三星/魅族用户在换机时的首选



vivo

苹果	流入占比	流出占比
苹果	58.85%	62.01%
OPPO	8.08%	3.52%
vivo	8.01%	3.43%
华为	6.34%	19.47%
荣耀	4.33%	3.74%
小米	4.65%	4.17%
三星	3.61%	0.98%
魅族	1.80%	0.26%

华为	流入占比	流出占比
华为	22.45%	46.97%
苹果	21.53%	15.45%
OPPO	13.81%	6.71%
vivo	13.10%	6.58%
荣耀	10.51%	13.04%
小米	5.46%	6.69%
三星	4.71%	1.10%
魅族	2.16%	0.48%

小米	流入占比	流出占比
小米	31.33%	36.49%
苹果	12.23%	16.75%
vivo	11.07%	7.38%
OPPO	10.65%	6.74%
荣耀	8.91%	10.46%
华为	8.48%	16.85%
魅族	5.53%	0.99%
三星	3.31%	1.13%

vivo	流入占比	流出占比
vivo	37.16%	26.83%
OPPO	18.66%	12.53%
苹果	9.04%	16.03%
荣耀	7.49%	10.46%
华为	7.49%	22.52%
小米	5.68%	7.18%
三星	3.11%	0.95%
魅族	2.53%	0.54%

oppo

HONOR



MEIZU

OPPO	流入占比	流出占比
OPPO	39.39%	27.18%
vivo	17.59%	13.04%
苹果	9.39%	15.66%
华为	7.73%	22.98%
荣耀	7.06%	10.29%
小米	5.16%	6.68%
三星	3.22%	0.76%
魅族	2.29%	0.53%

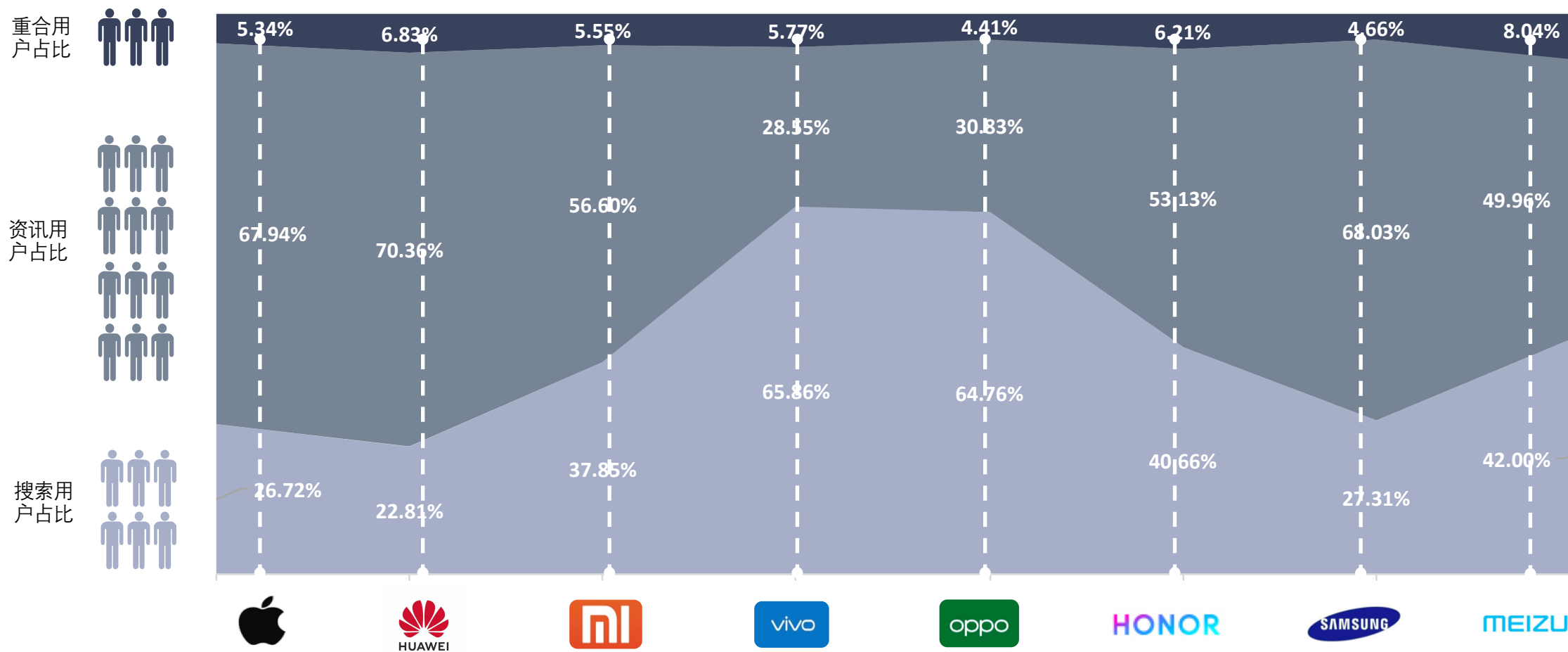
荣耀	流入占比	流出占比
荣耀	22.19%	26.05%
华为	14.58%	28.86%
OPPO	14.48%	8.04%
vivo	14.25%	8.64%
苹果	9.68%	13.85%
小米	7.93%	9.24%
魅族	3.71%	0.77%
三星	3.64%	0.97%

三星	流入占比	流出占比
三星	30.30%	10.56%
苹果	18.60%	25.21%
vivo	9.50%	7.83%
华为	9.04%	28.22%
OPPO	7.83%	7.98%
小米	6.26%	7.48%
荣耀	6.07%	9.31%
魅族	4.17%	0.77%

魅族	流入占比	流出占比
魅族	20.77%	13.67%
OPPO	4.08%	7.89%
小米	4.05%	14.23%
vivo	3.99%	8.89%
苹果	3.70%	17.53%
荣耀	3.51%	13.20%
华为	2.92%	17.99%
三星	1.40%	2.02%

- 洞察一：各品牌资讯用户和搜索用户重叠度较低，资讯浏览用户将成为品牌需重点关注的新增流量来源
- 洞察二：苹果/华为应重点发力资讯领域以覆盖更为广泛的品牌浏览人群；OPPO/vivo则应在抓住品牌搜索人群的同时，通过资讯建设获取更多新增流量

各品牌搜索/浏览用户占比





- 搜索行为下用户对本品信息的关注远超其他品牌，在对非本品信息的获取里，华为是交叉最大的主动信息搜集品牌，最关注的主动搜集产品功能点，更偏向非苹果标配《双卡双待》的产品功能
- 在品牌用户的阅读场景里，游离分散的场景里，用户对非本品的阅读几率显得更为重要



搜索行为

搜索关注品牌	品牌提及
苹果	69.38%
华为	12.92%
OPPO	3.66%
荣耀	2.56%
vivo	2.25%
三星	2.23%
小米	2.50%
魅族	0.70%

搜索关注产品	产品提及
iPhone 11	8.83%
iPhone x	8.24%
iPhone xs max	6.13%
iPhone xr	6.07%
iPhone 11 pro max	4.60%
iPhone 8 plus	3.19%
iPhone 7	3.17%
iPhone 11 pro	3.09%

搜索关注功能点	功能点提及
双卡双待	32.34%
拍照	21.67%
5g手机	17.54%
指纹识别	7.98%
游戏	7.15%
折叠手机	3.29%
智能	2.06%
音乐	1.23%



浏览行为

信息流关注品牌	品牌提及
华为	37.08%
苹果	29.75%
三星	6.44%
小米	6.37%
荣耀	4.60%
OPPO	2.28%
vivo	2.26%
魅族	1.73%

信息流关注产品	产品提及
苹果iPhone	19.63%
苹果iPhone 11	9.54%
华为mate30	7.57%
华为mate30 pro	5.51%
华为mate x	2.49%
苹果iPhone se 2	2.31%
苹果iPhone 11 pro	2.05%
华为nova	1.83%

信息流关注功能点	功能点提及
5g手机	21.16%
拍照	12.46%
双模	11.54%
千元机	8.43%
折叠手机	6.53%
智能手机	6.40%
游戏	5.62%
音乐	4.08%



- 华为用户在搜索与信息流双场景下，都更关注自身品牌及产品信息，苹果产品在信息流场景具有一定竞争性
- 华为用户在搜索和信息流双场景都更关注5g，而在搜索上对拍照的主动关注，反应出产品卖点持续教育的成果



搜索行为

搜索关注品牌	品牌提及
华为	66.45%
苹果	9.24%
荣耀	6.99%
OPPO	3.79%
vivo	2.64%
三星	2.48%
小米	2.87%
魅族	0.61%

搜索关注产品	产品提及
华为mate30	24.32%
华为p30	5.49%
华为mate30 pro	4.21%
华为mate x	3.85%
华为nova 5 pro	3.23%
华为p30 pro	2.09%
华为mate 20 pro	1.58%
三星galaxy note 10	1.25%

搜索关注功能点	功能点提及
拍照	24.86%
5g手机	23.98%
游戏	10.49%
双卡双待	8.74%
智能	8.14%
指纹识别	5.43%
折叠手机	3.43%
音乐	2.67%



浏览行为

信息流关注品牌	品牌提及
华为	51.97%
苹果	14.11%
荣耀	6.30%
小米	5.95%
三星	5.45%
vivo	2.17%
OPPO	2.03%
魅族	1.69%

信息流关注产品	产品提及
华为mate30	13.32%
华为mate30 pro	9.55%
苹果iPhone	9.02%
苹果iPhone 11	5.39%
华为mate x	3.46%
华为nova	3.23%
华为p30 pro	2.46%
华为p30	2.33%

信息流关注功能点	功能点提及
5g手机	23.94%
千元机	12.06%
拍照	11.95%
双模	11.46%
智能手机	5.99%
折叠手机	5.56%
游戏	3.33%
拍照手机	2.70%



- 小米关注用户在搜索上除了小米外，较多搜索了华为及华为产品；信息流则更关注华为/苹果
- 用户在搜索和信息流上均最关注5G，此外对于拍照/游戏的搜索较多



搜索行为

搜索关注品牌	品牌提及
小米	31.11%
华为	21.51%
苹果	14.84%
荣耀	7.45%
OPPO	6.23%
vivo	4.54%
三星	3.41%
魅族	1.76%

搜索关注产品	产品提及
小米9	4.87%
小米8	4.52%
华为mate30	2.58%
华为mate 9 pro	2.23%
华为p30	2.14%
华为mate30 pro	1.68%
苹果iPhone x	1.54%
小米红米note	1.47%

搜索关注功能点	功能点提及
5g手机	21.83%
拍照	21.08%
游戏	14.50%
双卡双待	8.49%
指纹识别	5.34%
折叠手机	4.94%
智能	3.51%
音乐	2.71%



浏览行为

信息流关注品牌	品牌提及
华为	37.13%
苹果	15.38%
小米	14.74%
荣耀	7.78%
三星	6.99%
vivo	3.37%
OPPO	3.19%
魅族	2.31%

信息流关注产品	产品提及
苹果iPhone	9.13%
华为mate30	8.31%
华为mate30 pro	5.95%
苹果iPhone 11	5.82%
三星galaxy c9 pro	3.05%
华为nova	2.80%
华为mate x	2.66%
vivo x30	2.21%

信息流关注功能点	功能点提及
5g手机	24.41%
双模	15.62%
拍照	14.08%
千元机	11.83%
智能手机	9.04%
折叠手机	4.30%
游戏	3.87%
4g手机	2.13%



- vivo关注用户在搜索上除了vivo外，较多搜索了华为及华为产品；信息流则更关注华为/苹果
- 用户在搜索和信息流上均最关注5G，此外对于游戏/拍照的搜索较多



搜索行为

搜索关注品牌	品牌提及
vivo	34.30%
华为	19.37%
苹果	12.53%
OPPO	10.50%
荣耀	6.92%
小米	4.49%
三星	2.59%
魅族	1.28%

搜索关注产品	产品提及
vivo y27	5.49%
vivo x30	2.93%
vivo x21	2.72%
vivo x20	2.23%
华为mate30	2.08%
vivo s1	2.03%
华为p30	1.96%
vivo x23	1.57%

搜索关注功能点	功能点提及
5g手机	21.10%
游戏	19.29%
拍照	18.25%
双卡双待	10.65%
指纹识别	5.08%
折叠手机	3.76%
智能	3.41%
音乐	2.44%



浏览行为

信息流关注品牌	品牌提及
华为	35.92%
苹果	15.15%
小米	10.90%
荣耀	8.37%
三星	7.12%
vivo	7.08%
OPPO	4.32%
魅族	2.51%

信息流关注产品	产品提及
苹果iPhone	9.11%
华为mate30	8.33%
华为mate30 pro	5.84%
苹果iphone 11	5.47%
vivo x30	4.39%
华为nova	3.40%
三星galaxy c9 pro	2.50%
OPPO reno	2.22%

信息流关注功能点	功能点提及
5g手机	26.19%
双模	18.32%
拍照	13.32%
千元机	12.79%
智能手机	5.33%
游戏	3.92%
折叠手机	3.32%
4g手机	1.94%

oppo

- OPPO关注用户在搜索上除了OPPO外，较多搜索了华为及华为产品；信息流则更关注华为/苹果
- 行业功能点方面，用户在搜索上较关注游戏和5G，信息流则阅读了更多的5G相关文章



搜索行为

搜索关注品牌	品牌提及
OPPO	43.58%
华为	18.43%
苹果	12.21%
vivo	6.29%
荣耀	5.51%
小米	3.58%
三星	2.08%
魅族	1.06%

搜索关注产品	产品提及
OPPO reno	3.10%
华为mate30	2.36%
OPPO r17	2.32%
华为p30	2.24%
OPPO reno ace	2.22%
OPPO a5	2.18%
OPPO k5	1.96%
OPPO a11	1.90%

搜索关注功能点	功能点提及
游戏	22.96%
5g手机	21.49%
拍照	17.21%
双卡双待	8.45%
指纹识别	6.98%
智能	5.57%
折叠手机	4.23%
音乐	2.45%



浏览行为

信息流关注品牌	品牌提及
华为	34.41%
苹果	15.30%
小米	9.37%
荣耀	8.25%
OPPO	8.01%
三星	6.79%
vivo	4.91%
魅族	2.66%

信息流关注产品	产品提及
苹果iPhone	8.78%
华为mate30	7.73%
苹果iphone 11	5.76%
华为mate30 pro	5.46%
OPPO reno	3.64%
华为nova	3.44%
vivo x30	3.26%
三星galaxy c9 pro	2.46%

信息流关注功能点	功能点提及
5g手机	26.55%
双模	18.61%
千元机	11.61%
拍照	12.63%
智能手机	7.63%
游戏	4.65%
折叠手机	3.17%
4g手机	1.86%

HONOR

- 荣耀关注用户在搜索及浏览行为上对于华为的关注度更高，最关注的产品是华为mate30
- 行业功能点方面，用户在搜索上较关注拍照及游戏，信息流则阅读了更多的5G相关文章



搜索行为

搜索关注品牌	品牌提及
华为	38.68%
荣耀	26.48%
苹果	9.32%
OPPO	5.35%
vivo	4.35%
小米	4.01%
三星	3.07%
魅族	1.15%

搜索关注产品	产品提及
华为mate30	16.75%
荣耀9x	4.47%
荣耀20	3.38%
华为mate x	2.93%
荣耀v20	2.61%
荣耀8x	1.88%
荣耀20 pro	1.88%
华为p30	1.74%

搜索关注功能点	功能点提及
拍照	21.09%
游戏	19.63%
5g手机	18.31%
双卡双待	8.92%
智能	7.93%
指纹识别	6.56%
千元机	3.45%
折叠手机	2.41%



浏览行为

信息流关注品牌	品牌提及
华为	40.20%
苹果	13.33%
荣耀	12.00%
小米	8.95%
三星	5.92%
vivo	3.42%
OPPO	3.13%
魅族	2.29%

信息流关注产品	产品提及
华为mate30	9.84%
苹果iPhone	7.39%
华为mate30 pro	6.40%
苹果iPhone 11	4.98%
华为nova	3.78%
荣耀9x	2.54%
三星galaxy c9 pro	2.51%
vivo x30	2.25%

信息流关注功能点	功能点提及
5g手机	25.04%
双模	16.40%
千元机	15.25%
拍照	13.63%
智能手机	5.31%
游戏	3.53%
折叠手机	2.71%
4g手机	1.95%

SAMSUNG

- 三星关注用户在搜索及浏览行为上对于华为的关注度更高，最关注的产品是华为mate30
- 行业功能点方面，用户在搜索上较关注折叠手机及5g手机，信息流则阅读了更多的5G相关文章



搜索行为

搜索关注品牌	品牌提及
华为	35.15%
三星	24.70%
苹果	14.51%
荣耀	5.21%
OPPO	4.37%
小米	3.51%
vivo	3.13%
魅族	0.98%

搜索关注产品	产品提及
华为mate30	23.11%
华为mate x	4.33%
三星Galaxy note 10	2.83%
三星Galaxy s 10	2.68%
三星Galaxy s9+	1.64%
苹果iPhone x	1.63%
华为mate30 pro	1.54%
华为p30	1.50%

搜索关注功能点	功能点提及
折叠手机	28.31%
5g手机	15.72%
拍照	12.34%
智能	8.22%
双卡双待	7.52%
游戏	7.11%
翻盖手机	5.55%
指纹识别	2.84%



浏览行为

信息流关注品牌	品牌提及
华为	39.29%
苹果	16.70%
三星	11.95%
小米	7.39%
荣耀	6.04%
vivo	2.85%
OPPO	2.66%
魅族	2.06%

信息流关注产品	产品提及
苹果iPhone	10.96%
华为mate30	9.55%
华为mate30 pro	6.86%
苹果iPhone 11	6.01%
华为mate x	3.34%
华为nova	2.41%
三星galaxy c9 pro	2.01%
vivo x30	1.94%

信息流关注功能点	功能点提及
5g手机	21.19%
双模	12.65%
拍照	10.78%
千元机	10.37%
折叠手机	8.72%
智能手机	5.78%
翻盖手机	3.58%
游戏	3.25%

MEIZU

- 魅族关注用户在搜索及浏览行为上对苹果和华为的高端机型关注度更高，对本品牌的产品关注主要集中在品牌旗舰机上
- 行业功能点方面，用户在搜索上较关注游戏及拍照，信息流则阅读了更多的5G手机的相关文章



搜索行为

搜索关注品牌	品牌提及
华为	20.76%
魅族	18.58%
苹果	13.39%
荣耀	8.51%
OPPO	8.09%
小米	7.96%
vivo	5.70%
三星	4.07%

搜索关注产品	产品提及
华为mate30	2.02%
魅族16s pro	1.90%
华为p30	1.66%
苹果iphone x	1.48%
华为mate 9 pro	1.47%
荣耀9x	1.39%
华为nova 5 pro	1.30%
Redmi k20 pro	1.30%

搜索关注功能点	功能点提及
游戏	28.85%
拍照	25.71%
5g手机	13.16%
双卡双待	6.35%
指纹识别	4.61%
智能	3.36%
折叠手机	2.99%
千元机	2.68%



浏览行为

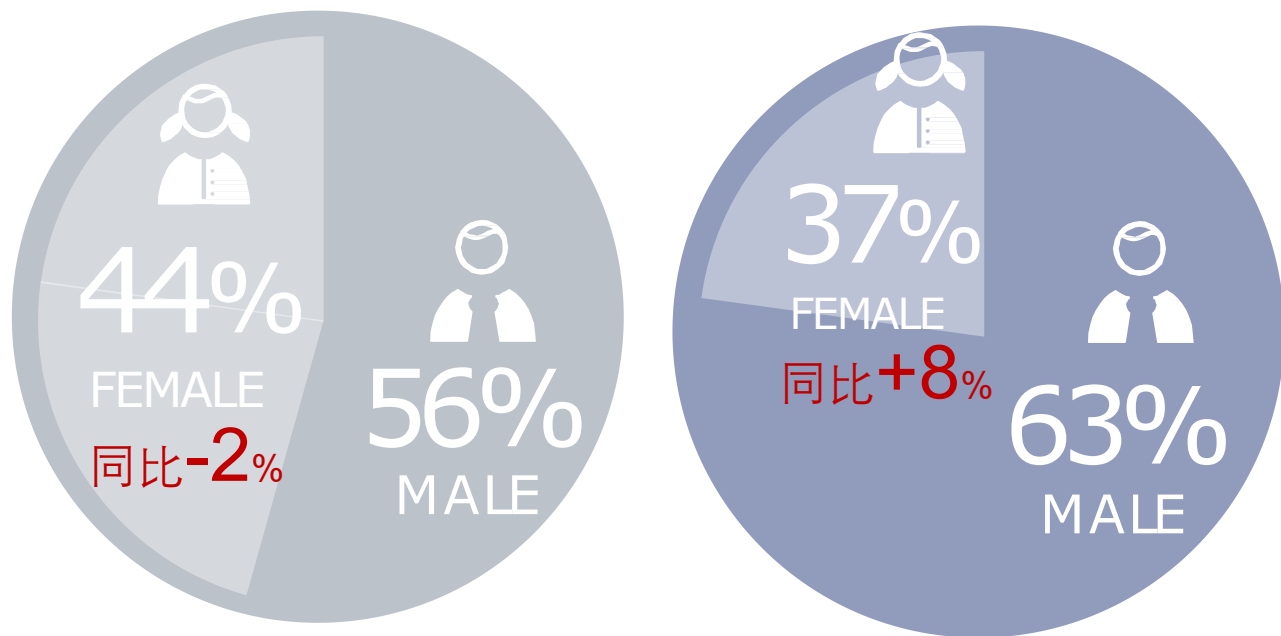
信息流关注品牌	品牌提及
华为	30.90%
苹果	14.07%
小米	11.85%
荣耀	9.06%
三星	7.33%
魅族	6.50%
OPPO	4.49%
vivo	4.47%

信息流关注产品	产品提及
苹果iPhone	7.66%
华为mate30	6.69%
苹果iPhone 11	5.16%
华为mate30 pro	5.01%
华为nova	3.14%
三星galaxy c9 pro	3.10%
vivo x30	2.91%
OPPO reno	2.43%

信息流关注功能点	功能点提及
5g手机	25.64%
双模	18.95%
拍照	13.79%
千元机	13.79%
智能手机	6.43%
游戏	4.64%
折叠手机	2.85%
4g手机	2.23%

- 洞察一：与行业搜索人群相比，资讯浏览人群更偏男性化，但女性浏览手机相关资讯的占比较去年有明显提升
- 洞察二：资讯浏览用户相对搜索用户年龄段较高；一线/新一线/二线是手机行业人群主力军，占比约60%

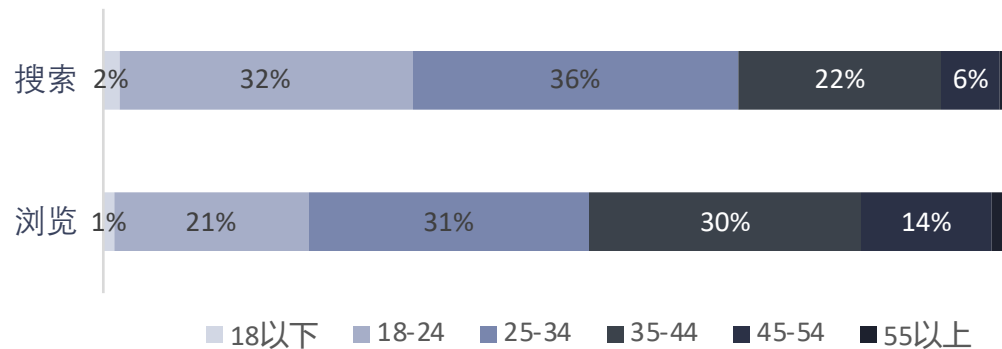
手机行业用户性别占比



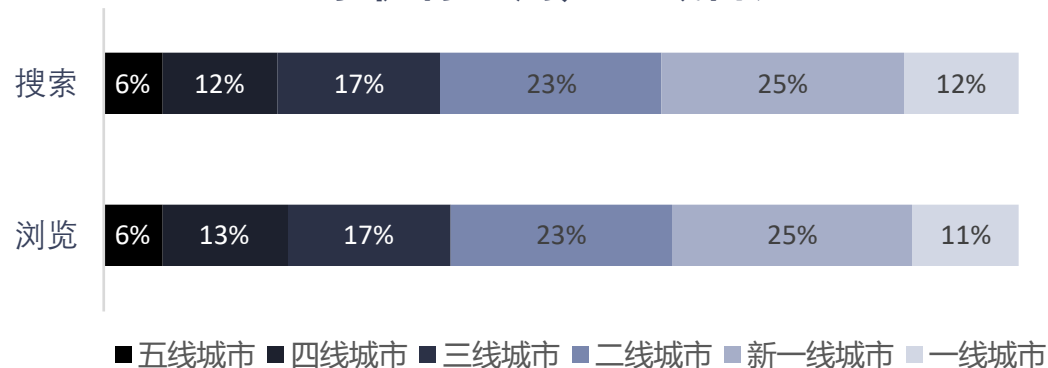
搜索“手机”相关关键词

浏览“手机”相关资讯

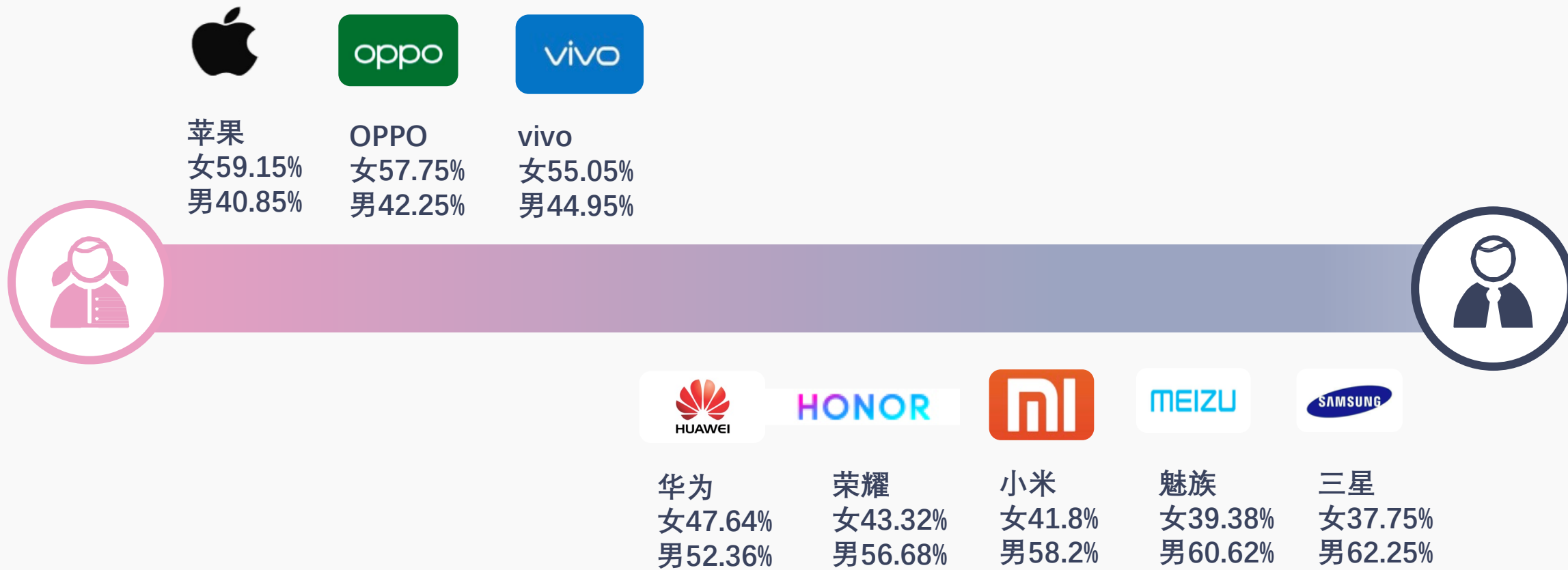
手机行业用户年龄占比



手机行业用户地域占比

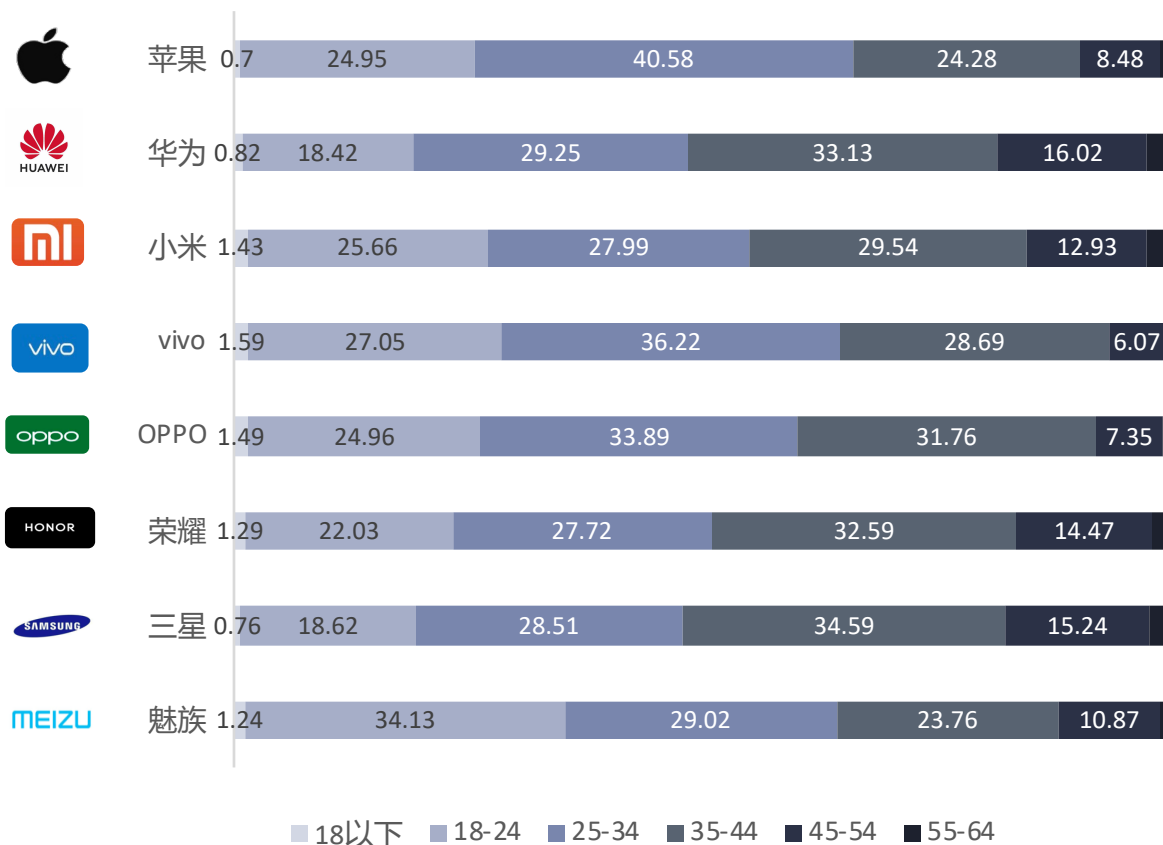


- 洞察一：苹果/OPPO/vivo用户呈现较明显女性化，华为（荣耀）/小米/魅族/三星则以男性用户为主；其中vivo用户结构相较去年变化最为明显，由男性占比较多转换为女性主导
- 洞察二：总体来看各品牌女性用户占比相较去年均有不同程度的上升，涨幅在2%-8%之间，百度手机行业女性用户上升已成趋势

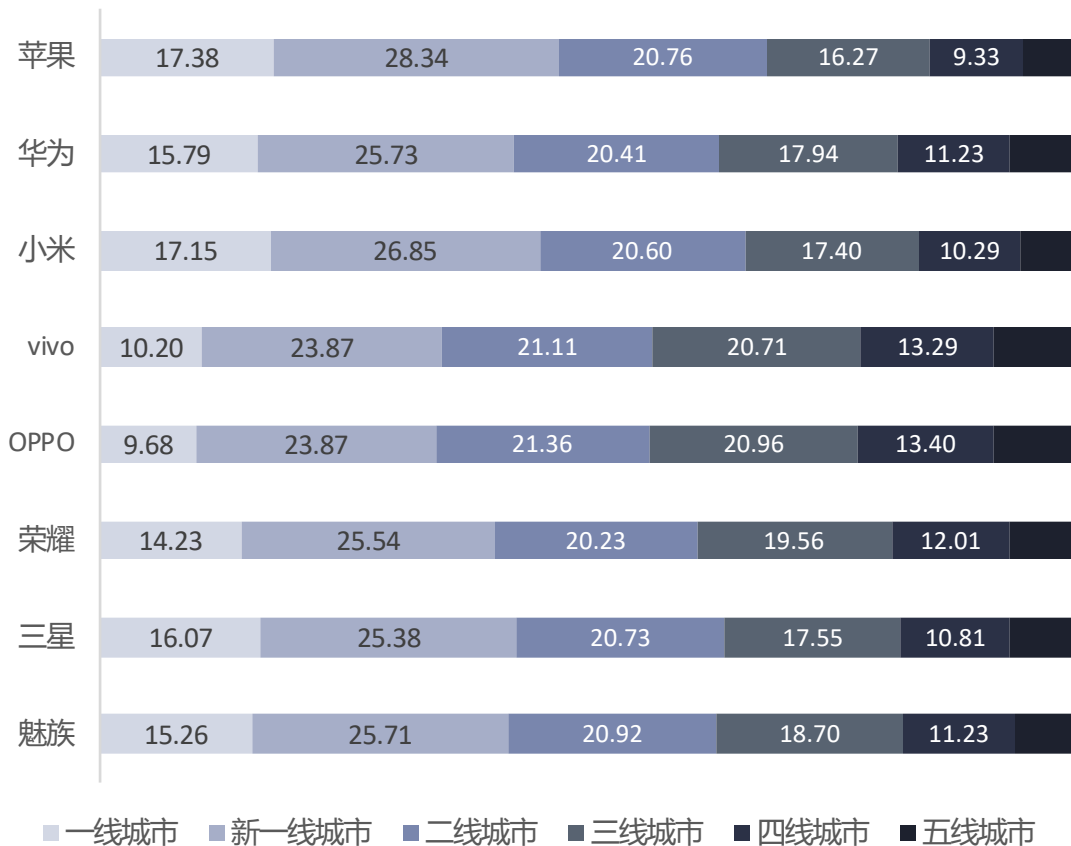


- 洞察一：苹果/OPPO/vivo用户超过90%以上为45岁以下，苹果在25-34岁人群特征显著，华为/荣耀则在45岁以上用户占比最高
- 洞察二：苹果/小米/三星在一线及新一线城市用户占比相对高，OPPO/vivo则在三四五线城市占比高于其他品牌

各品牌人群年龄占比



各品牌人群地域占比





THANKS

