



# 竞争软实力

——中国手机品牌从做大到做强，战略演变的核心竞争力

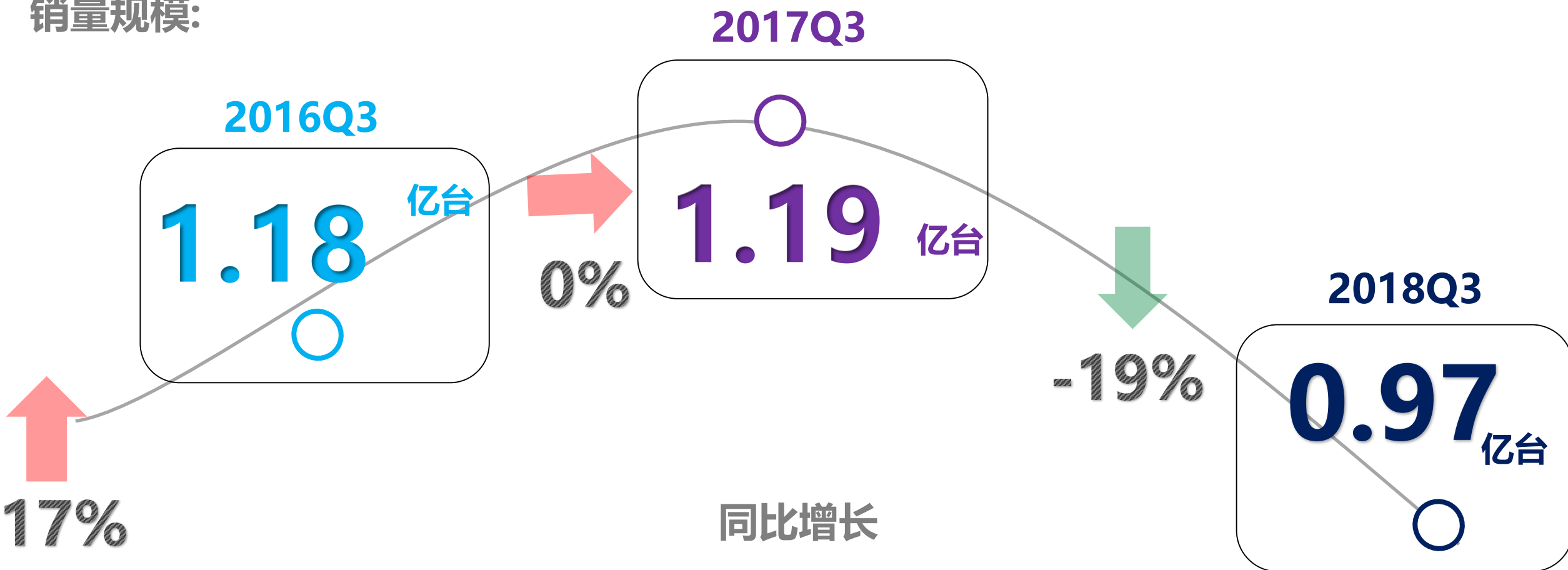
2018年Q3中国手机市场回顾与展望

# 中国市场迎来拐点年，饱和型市场结构转入淘汰期



中国手机市场Q3销量及同比增长2016Q3/2017Q3/2018Q3

销量规模:

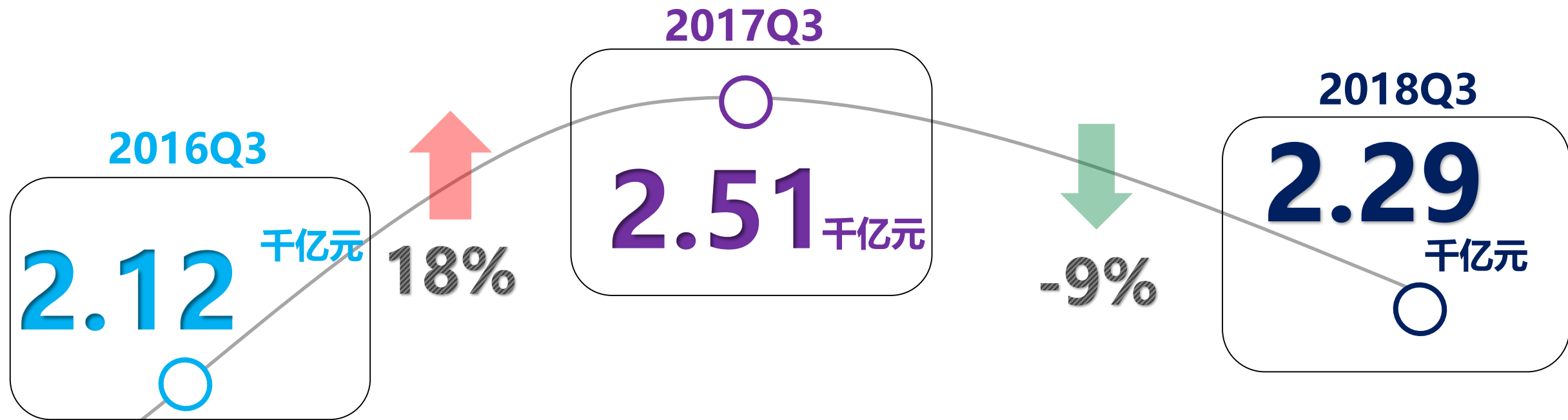




# 整体手机市场消费注意力呈现下移趋势

中国手机市场Q3销售额及同比增长2016Q3/2017Q3/2018Q3

销售额



同比增长

# 市场驱动力断档，销量下滑将持续，销售额规模靠旗舰拉升



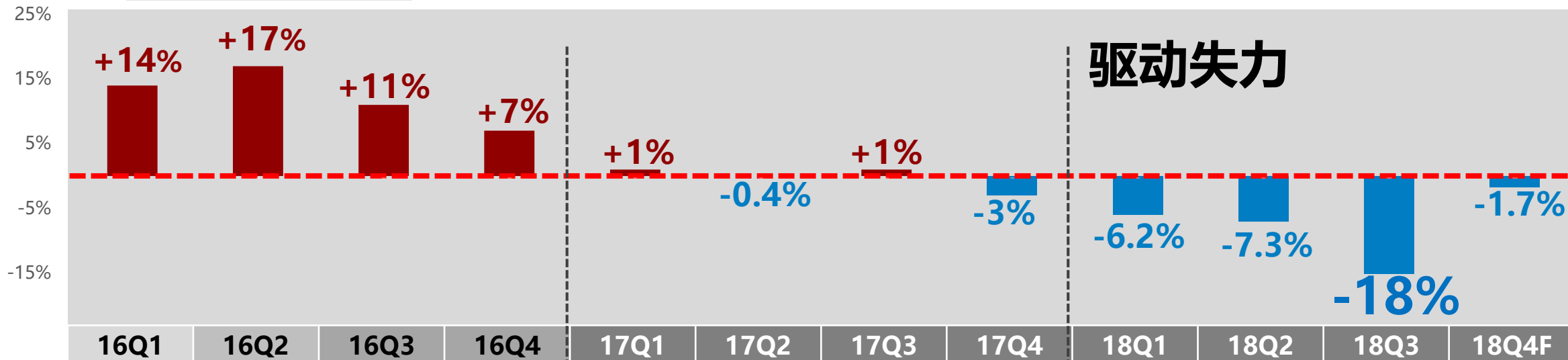
中国手机市场年度销量/销售额规模2018F



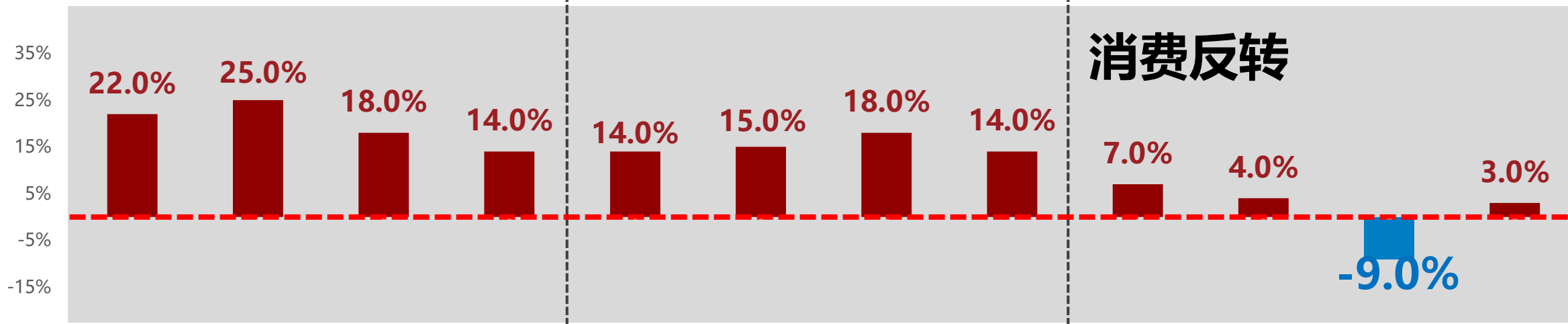
# 中国手机市场遭遇双降潮，销售额同比出现近年“首降”



## • 中国市场销量同比变化



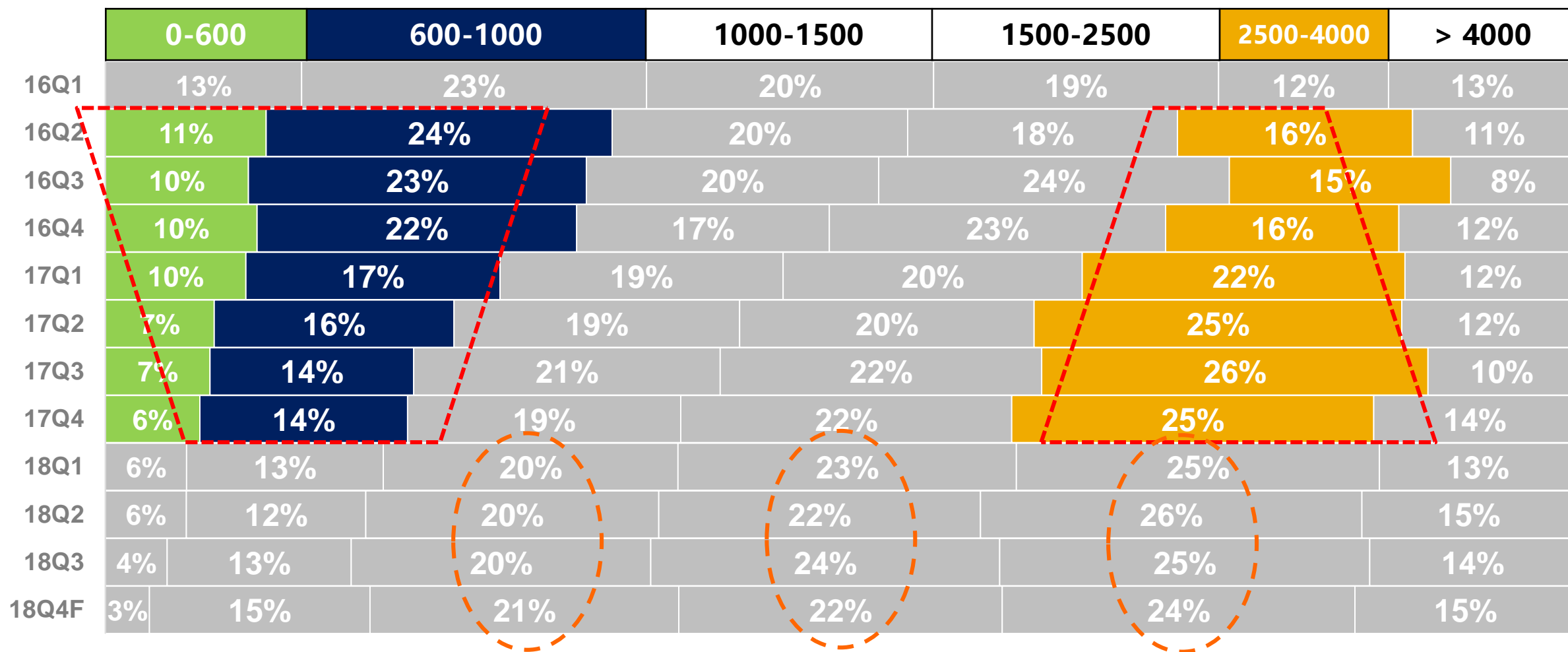
## • 中国市场销售额同比变化



# 价格段格局趋于稳定，拉锯战将持续



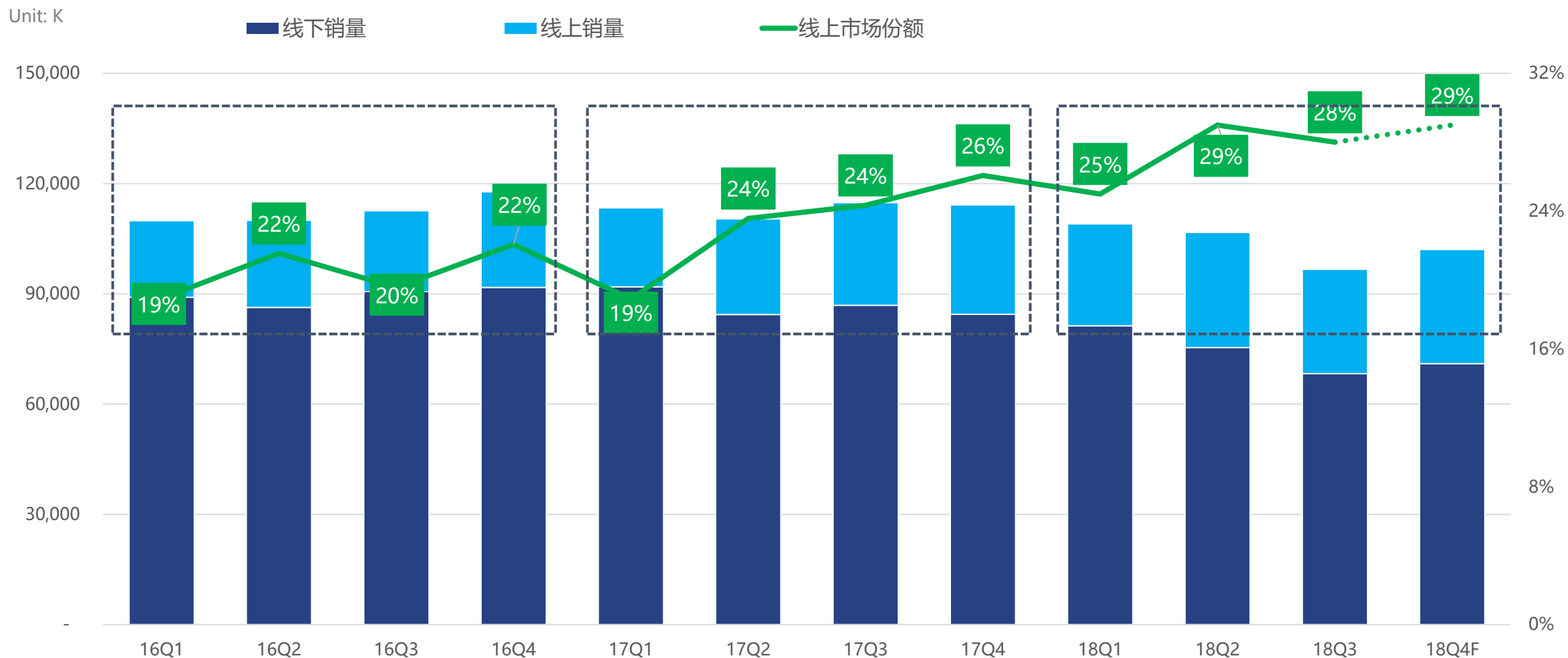
中国智能机市场分价格段份额趋势2016Q1-2018Q4F



# 大盘寒潮凸显线上营销流量优势，线下渠道承压下滑



## 中国手机市场线上份额走势16Q1-18Q4F



# 品牌软实力成为主流品牌破局的新征程

## 品牌软实力

销服联动、场景互联、智慧感知

服务升级

## 经营竞争力

渠道经营、零售经营、产品经营

运营升级

## 产品硬实力

技术、安全、品质、口碑、AI、体验

产品升级