

中国智能手机高端市场白皮书



2023年6月30日

目录

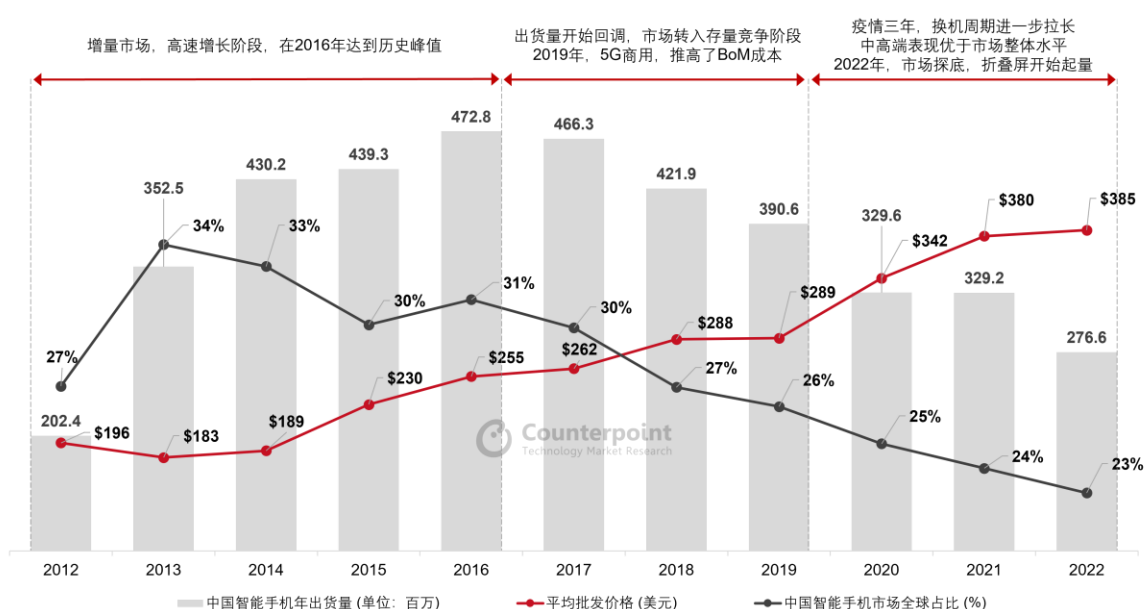
第一章：中国智能手机品牌寻求高质量发展.....	- 3 -
中国高端销量全球第二，仍有增长潜力	- 4 -
国产旗舰全方位升级，拉动高端需求增长	- 5 -
第二章：双旗舰助力安卓生态成长	- 8 -
直屏旗舰提供极致影像能力	- 8 -
折叠屏旗舰提供新增长动能	- 9 -
中国折叠屏手机市场进入多品牌竞争时代	- 10 -
中国折叠屏手机市场展望	- 10 -
第三章：中国手机品牌市场表现之 OPPO.....	- 12 -
直屏影像旗舰 Find X 系列	- 12 -
折叠旗舰 Find N 系列	- 13 -
第四章：结论.....	- 16 -
作者、版权、用户协议和其他一般信息	- 17 -

第一章：中国智能手机品牌寻求高质量发展

在过去的十余年里，中国智能手机市场大致经历了三个发展阶段：

- **增量成长期：**进入 2010 年后，随着移动宽带网络的普及、移动互联网内容和应用生态的蓬勃发展，中国智能手机市场驶入快车道，无论是出货量还是销售额均呈现出爆发式增长。该阶段为众多国产品牌的崛起提供了肥沃的土壤，中国一跃成为全球最大的智能手机市场。
- **增量市场转向存量博弈：**自 2017 年起，中国智能手机出货量开始下滑，为了应对激烈的市场竞争，头部品牌进一步丰富自身的产品线，线下、线上全面布局，市场份额向头部品牌集中。
- **寻求高质量、可持续发展：**头部品牌逐渐将产品重心转向中高端，并致力于在旗舰领域取得突破，借以提升产品力和品牌力。2022 年，头部厂商纷纷进入折叠屏赛道，开启了各自的双旗舰战略。

中国智能手机出货量、批发均价、全球占比趋势，2012-2022



来源：Counterpoint Market Monitor

注：本文中“出货量”指手机 OEM 向一级代理商的发货量

Counterpoint 的数据显示，2022 年中国智能手机出货量相比 2016 年的峰值减少了 41.5%，但销售额只下降了 11.7%。自 2014 年至今，中国智能手机的 ASP，即年平均出货价格，一直保持同比增长。这背后，一方面是因为支持 4G 全网通、5G 技术，以及不断升级处理器、影像和显示等核心要素，推高了智能手机的制造

成本；另一方面，面对日益加剧的竞争，头部国产品牌逆流而上，寻求高质量、可持续发展，越发注重产品的创新性和差异化，并围绕长赛道能力，如通信（5G/6G）、影像、新形态、电池和快充技术等持续投入，以构建和夯实自身的技术底座，最终为中国消费者带来更加极致的产品和体验。

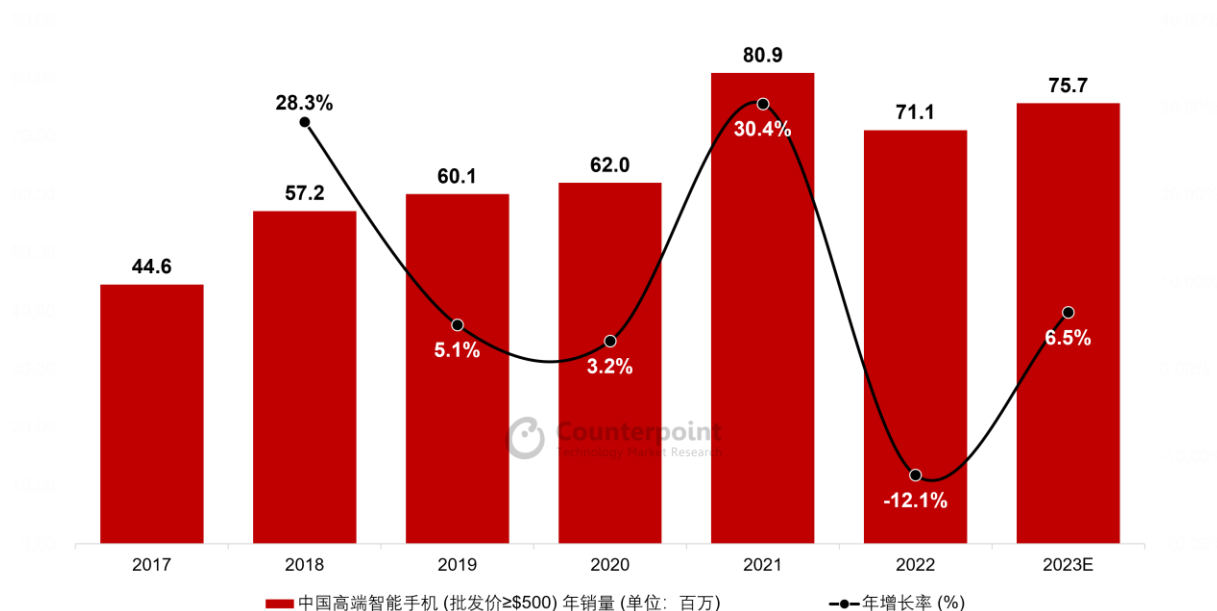
■ 中国高端销量全球第二，仍有增长潜力

过去的六年，尽管市场整体始终处于下降通道，高端智能手机的销量却实现了逆势成长。2018年，中国超越欧洲成为全球第二大高端智能手机市场，销量在2021年一度突破8000万，2017至2022期间年复合增长率达到了9.8%。

时至今日，中国高端智能手机市场已发展为全球范围内最活跃和多元化的市场，2022年发布的新旗舰数量超过40款，汇聚了全产业链的最新成果。中国不仅是全球智能手机的制造高地，也是技术创新高地，引领了全球智能手机的技术、产品创新。

在市场整体回暖和折叠屏需求加速增长的预期下，2023年，零售价在4000人民币以上的智能手机销量将再次来到7500万部以上，该部分市场有望在短期内突破前次高点，并将保持向上、向好的发展势头。

中国高端智能手机销量整体成上涨态势，2017-2023



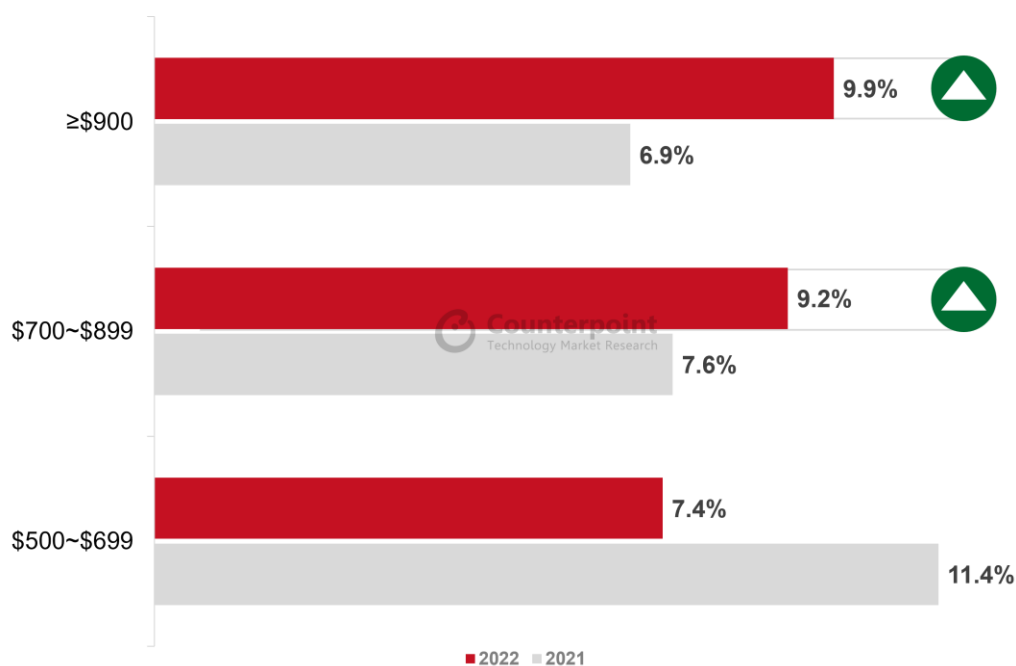
注：本文中“销量”指代渠道销量

来源：Counterpoint Market Pulse Service

■ 国产旗舰全方位升级，拉动高端需求增长

在 2022 年，中国高端手机销量占到了整体市场的 26% 以上，其中超高端（批发价 ≥ 700 美金）市场的份额较 2021 年有明显提升，国内高端智能手机用户在升级产品时，相比过往，有更强的意愿购买规格、性能更加强悍的大杯版，甚至是超大杯旗舰，这一点，无论在 iOS 还是 Android 用户中均有所体现。

2022 年更多高端智能手机需求转向 5000 人民币以上的超高端市场



注：本文中超高端市场指批发价≥700 美金的细分市场
来源：Counterpoint Market Pulse Service

截至 2023 年 4 月，头部品牌均已推出了各自的最新旗舰系列，实现从主芯片、存储、无线连接到显示、影像，再到快充的全方位升级。屏幕的最高亮度达到了 2000nit 以上，可以提供更高的动态范围，让画面呈现更有层次感的明暗细节，并且强光下也可以做到清晰显示。影像能力更是被推至新的高度，在一英寸超大底传感器，以及各种潜望式长焦方案的加持下，全场景、全焦段摄影体验有了显著提升。而在后壳设计上，厂商在追求高辨识度的同时，越发注重科技感和自然美的融合。

国产新旗舰实现全方位升级

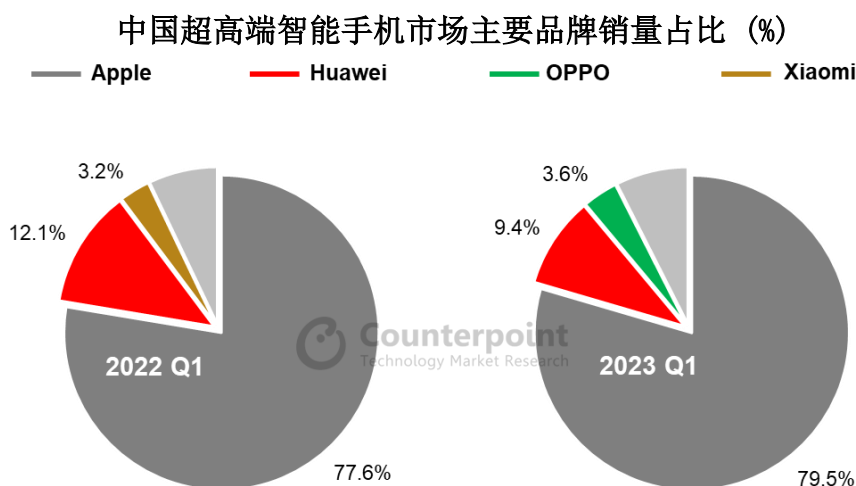


来源: Counterpoint Research

尽管当前市场整体需求依旧低迷, 智能手机作为人们休闲娱乐、通信社交、健康和出行服务、消费购物, 以及移动办公的重要载体, 早已不可或缺, 每一次性能跃迁、每一个新功能的加入都可能带来更好的生活品质 and 更高的工作效率。旗舰产品汇聚了手机行业前沿科技, 是手机品牌尖端科技力的集中体现, 也最能够激发消费者的换机欲望。在国家实施扩大内需战略和提升居民消费的大背景下, 消费者对高端智能手机的需求也将日益增长, 为国产品牌寻求高质量发展提供了机遇。

第二章：双旗舰助力安卓生态成长

机遇当前，坐拥主场的头部国产品牌纷纷加大了对研发的投入，希望通过技术创新来驱动产品创新，打造差异化的旗舰产品，进而实现高端突破。过去一年，围绕超高端市场的竞争愈发激烈，苹果仍然占据了七成以上的份额。



注：本文中超高端市场指批发价 ≥ 700 美金以上的细分市场；OPPO 包含一加
来源：Counterpoint Market Pulse Service

为了扭转苹果一家独大的局面，国产品牌确立了直屏旗舰 + 折叠屏旗舰的双旗舰策略，在极大丰富自身产品组合的同时，为市场注入了新活力。Counterpoint 的数据显示，2022 年，中国市场折叠屏手机销量突破 300 万部，约占同期超高端市场的 6%，预计到 2024 年，该占比将达到两位数。

▪ 直屏旗舰提供极致影像能力

在当前的双旗舰体系中，直屏旗舰作为国产品牌竞逐高端市场的基本盘，将继续引领手机硬件规格的全方位升级。

从已经上市的旗舰产品来看，影像升级依然是重中之重，也是国产品牌彰显产品科技力和差异化的关键。小米、vivo 和 OPPO 不约而同在主摄像头中采用了一英寸超大底图像传感器 Sony IMX989。通过像素合并技术，Sony IMX989 可以模拟 3.2 μm 超大像素，其强大的感光能力，配合定制的高规格镜头模组，可以极大提升主摄像头的动态范围和暗光拍摄能力。在主摄像头性能大幅提升的同时，超广角和长焦镜头的传感器也得到了显著加强，显现了全主摄级配置。

高分辨率和超大感光面积意味着更多的进光量，为接下来基于强大 AI 算力（每瓦算力已经突破了 10TOPS，支持对多帧图像进行像素级的实时处理）的影像处理保留了更丰富的原始色彩和纹理信息。新一代旗舰的影像系统不仅拍得更快、更清晰，而且更好地诠释了不同品牌对计算摄影美学的理解。

头部国产品牌在不断升级硬件规格，为自身旗舰产品赋予强大计算摄影能力的同时，也在加深与光学、影像领域的资深品牌，如蔡司、哈苏、徕卡的合作，从对人类视觉习惯和审美偏好理解，到影像算法的更迭、优化，再到镜头的设计和表面镀膜，不断探索如何更加生动地记录眼中的美好瞬间，最大程度地还原真实世界的色彩和光影，让计算摄影回归摄影本质。

手机品牌与传统影像企业合作



来源：Counterpoint 整理

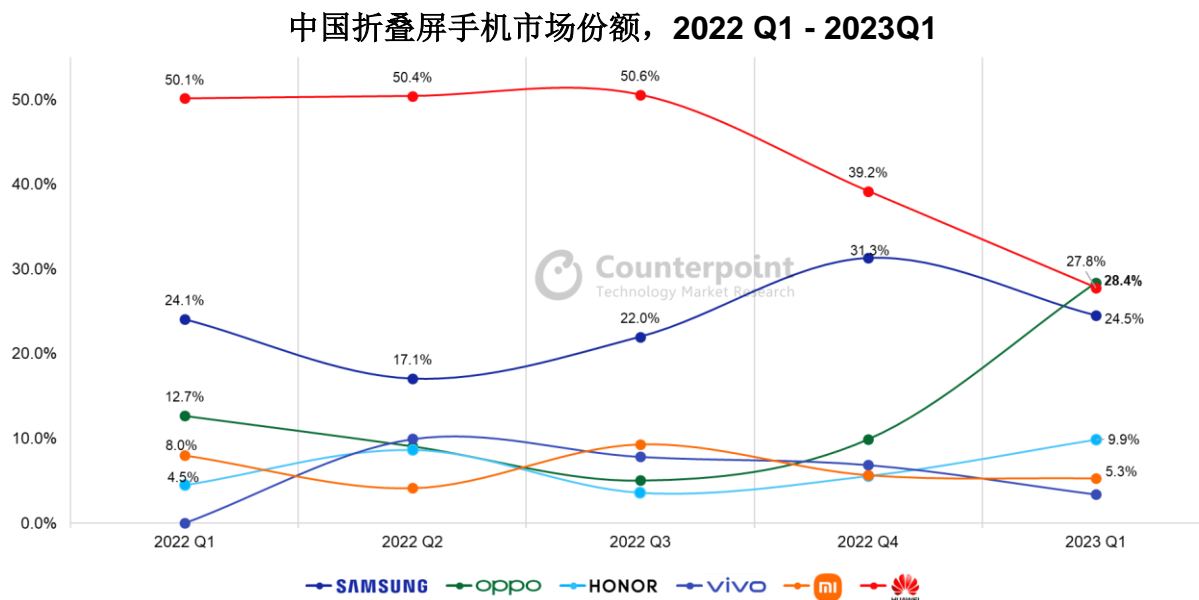
■ 折叠屏旗舰提供新增长动能

智能手机作为这个时代最重要的个人移动计算平台，其生产力属性亟待进一步加强，折叠屏技术的出现和普及，不仅提供了多样化的产品形态，也将重新定义智能手机的生产力。

折叠屏已经成为国产品牌寻求高端突破的新赛道。仅在 2022 年，中国市场上市的折叠屏机型数量就达到了 15 款，涵盖了从内折叠到外折叠，从左右折叠和上下折叠的不同类型。当前，七英寸及以上大屏折叠主要面向商务人群，更大的显示面积不仅带来了更强的视觉沉浸感，而且支持友好、高效的多窗口多任务分屏，结合手写笔、鼠标等外设，可以极大提升移动办公效率。而上下折叠产品主要定位都市时尚人群，折叠后拥有精致小巧的外观，是可以辅助穿搭的科技时尚潮品。

中国折叠屏手机市场进入多品牌竞争时代

2019 年，华为和三星抢先在中国市场推出了各自的首款折叠屏手机，之后长期占据中国折叠屏市场的前两位，然而随着更多国产品牌的加入，竞争格局正悄然发生变化，中国折叠屏市场进入多品牌竞争时代。



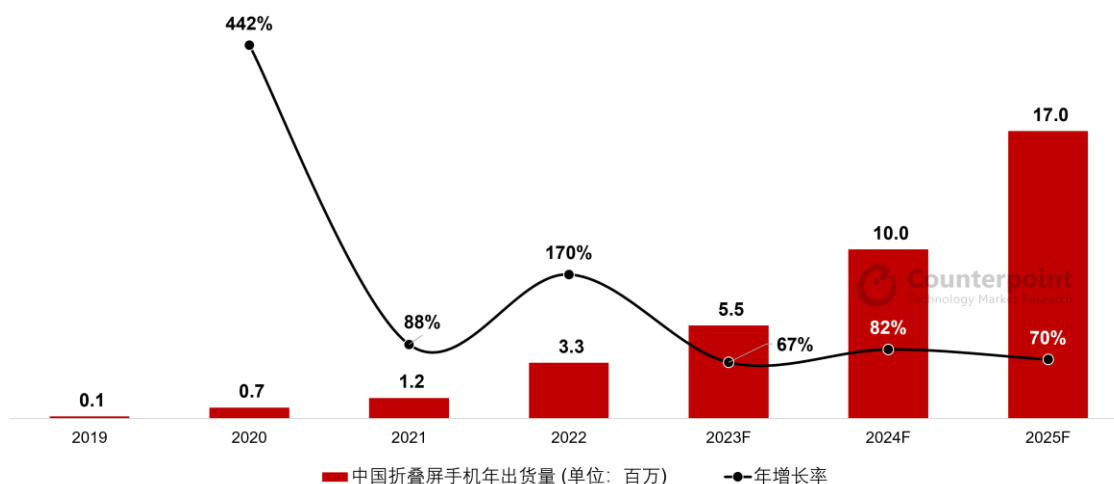
来源：Counterpoint Foldable Smartphone Market Tracker

中国折叠屏手机市场展望

当前，头部中国手机品牌均已确立了直板旗舰+折叠屏旗舰的“双旗舰策略”，借以实现高端突破，并已初见成效。预计 2023 年中国折叠屏手机的出货量将突破 500 万部，该市场有望将在 2024 年迎来爆发，并在之后继续保持稳健增长，帮助中国坐稳全球最大折叠屏市场。

中国折叠屏市场将保持快速增长

单位：百万



来源：Counterpoint Foldable Smartphone Market Tracker

目前，已发布的折叠屏产品在机身轻薄度、内屏折痕、产品可靠性以及软件适配等方面有了明显的进步，折叠屏技术已经非常成熟了。然而随着折叠屏的普及，消费者对下一代折叠屏产品也有了更高的期待，接下来 Counterpoint 判断轻薄不会继续成为折叠屏竞争的主要赛道。在满足轻薄的基础之上，折叠屏厂商将会大幅提升折叠屏产品的综合能力，包括更强大的影像系统，不弱于直板旗舰的计算和续航能力，以及更加实用、智能的交互体验等。

与此同时，将会有更多用户选择折叠屏手机，将其作为重要的生产力工具，并乐于通过升级产品来提高自己的工作效率。在上述预测期内，Counterpoint 认为折叠屏的换机频率将高于市场平均水平。

第三章：中国手机品牌市场表现之 **OPPO**

OPPO 在中国高端安卓市场的份额逐年扩大，由 2018 年的 9.8% 提升至 2022 年的 13.3%，销量增涨了 22%。在 2023 年，随着 OPPO Find N2 系列和 Find X6 系列的发布，OPPO “影像+折叠” 的双旗舰战略全面落地。

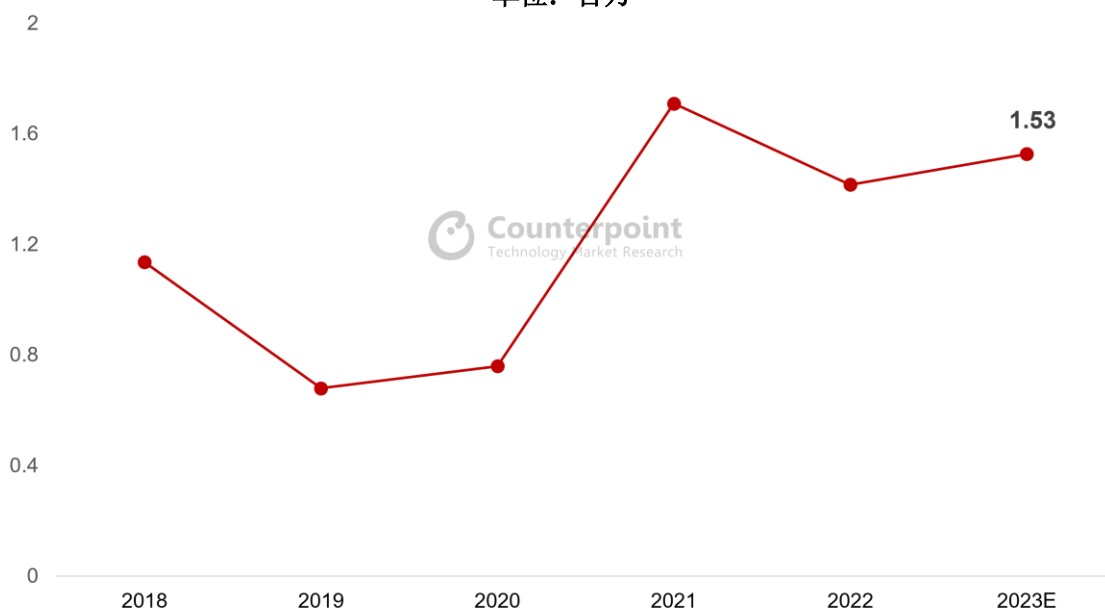
▪ 直屏影像旗舰 **Find X** 系列

Find X 系列代表了 OPPO 对前沿技术和极致性能的探索 and 追求，自诞生以来，承担了提升 OPPO 品牌力，冲击高端市场的使命。2023 年一季度，OPPO 再次拿下中国智能手机出货量第一的宝座，并成功推出了新一代影像旗舰 OPPO Find X6 系列。Find X6 系列拥有贯穿硬件、软件、算法和审美的全链路影像能力，并首发了 OPPO 独创的“超光影影像系统”，让移动影像突破平面的束缚，呈现立体感、空间感、临境感的光影效果。在 DXOMARK 全球手机影像评测中，OPPO Find X6 Pro 以 153 的总分一度位居第一，在影像旗舰的竞逐中脱颖而出。

Find X6 系列于 3 月 21 日首销，凭借出色的外观设计，以及在屏幕和影像方面杰出表现，首销成绩较前代大幅增长。截至 4 月底，其累计销量与 Find X5 系列去年同期相比，增长了 18%。

3 至 5 月份，OPPO Find X6 Pro 销量在 5500-7000 价格段位列国产机型 Top3。随着国内经济和消费者信心回暖，Counterpoint 预计 OPPO Find X 系列将会在 2023 年重回上升轨道。

Find X 系列销量，2018-2023
单位：百万



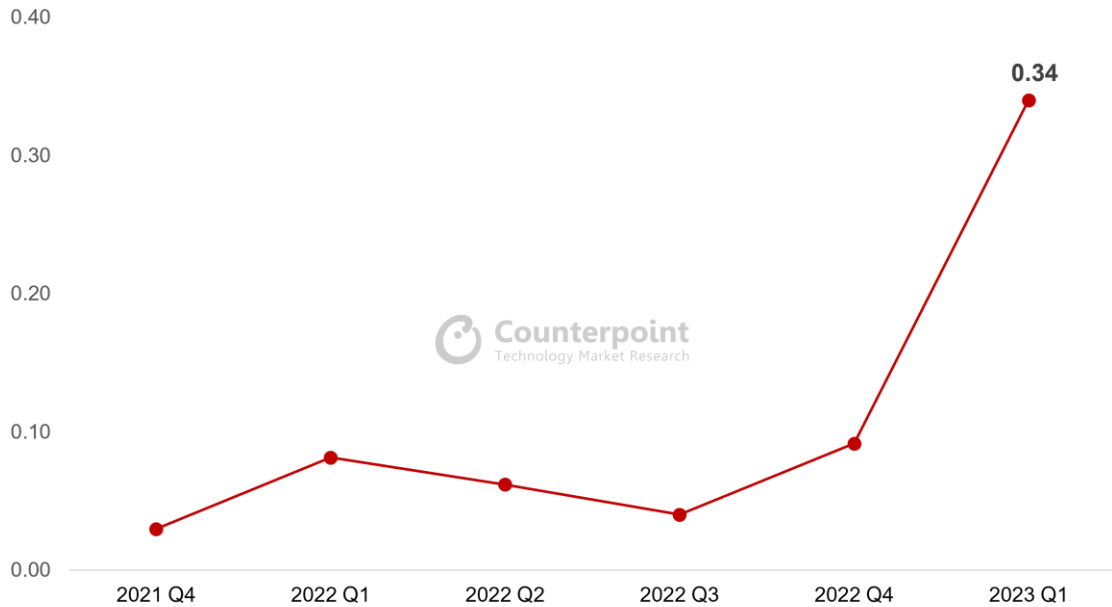
来源：Counterpoint Market Pulse Service

▪ 折叠旗舰 Find N 系列

根据 Counterpoint 数据显示，2023 年第一季度，得益于 OPPO Find N2 和 N2 Flip 的强劲市场表现，OPPO 折叠屏销量同比增长超过 300%，以 28.4% 的份额一跃成为中国折叠屏市场第一。预计 Find N2 系列在 2023 上半年的累计销量将会突破 50 万部。

OPPO 折叠屏手机销量，2021 Q4-2023 Q1

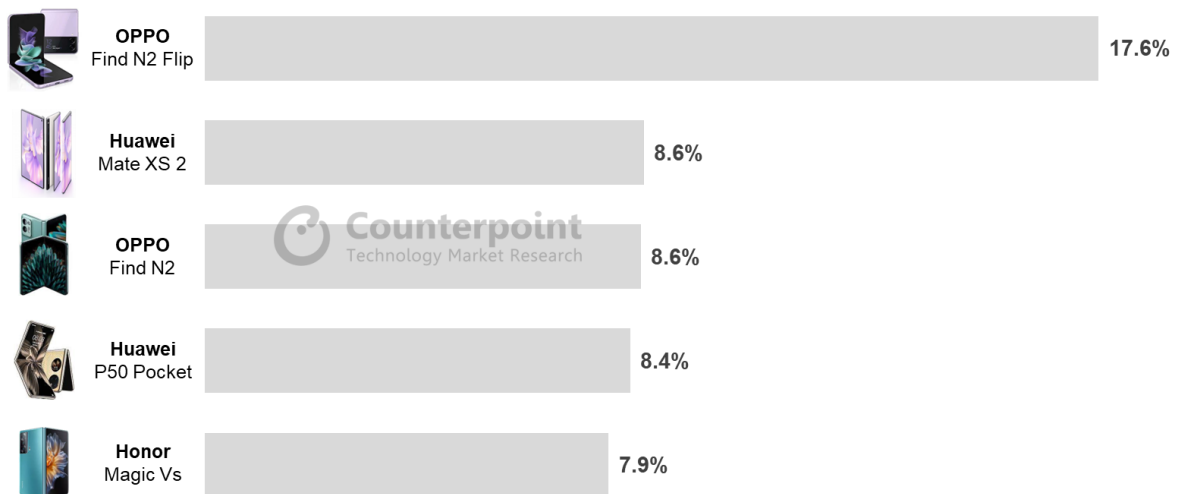
单位：百万



来源：Counterpoint Market Pulse Service

同期，Top 5 机型销量占到了折叠屏总销量的一半以上，OPPO 和华为各有两款机型上榜。其中 Find N2 的首月销量（首销为 2022 年 12 月 23 日）是 OPPO Find N 去年同期的两倍。而 Find N2 Flip 凭借精致时尚的外观和 3.26 英寸、17:9 比例的竖向超大外屏，以 17.6% 的份额成为一季度折叠屏销量冠军。

2023 年一季度中国折叠屏市场 Top 5 机型销量占比 (%)



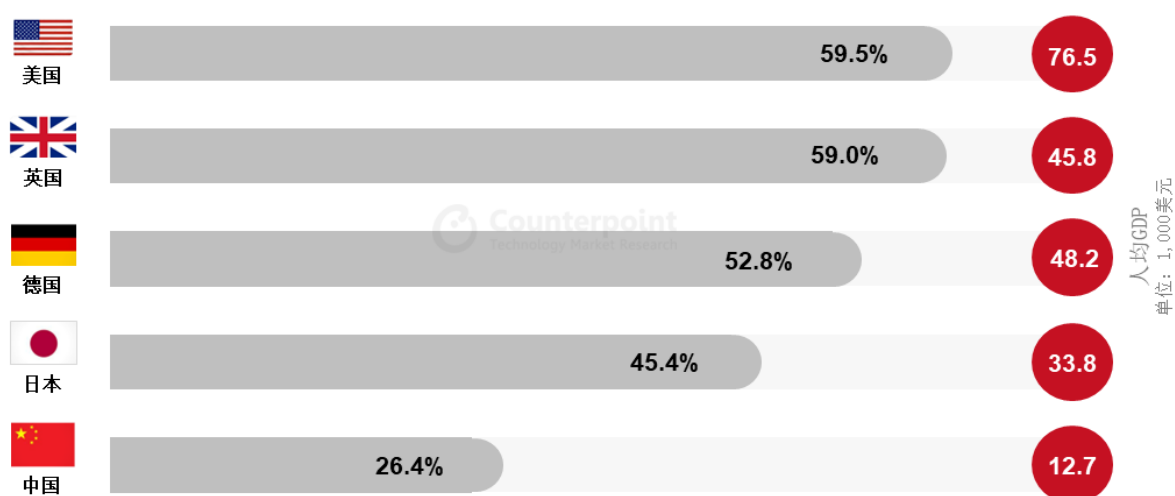
来源：Counterpoint Foldable Smartphone Market Tracker

OPPO 已成功跻身中国折叠屏赛道第一阵营，而其他国产品牌如荣耀、vivo 也在不断壮大各自的折叠屏阵容。更加多元化的竞争格局和更成熟、更丰富的折叠屏产品将加速中国折叠屏市场的繁荣。

第四章：结论

坐拥 10 亿智能手机用户和全球最庞大的中产阶级群体，中国市场已成为众多品牌竞逐高端的主战场，也是国产品牌高端化成败的关键。然而和其他销量领先的高端市场相比，中国市场无论在高端销量占比，还是国民富裕程度方面都存在明显差距。政府二十大报告中明确提出，到 2035 年，居民人均可支配收入将再上新台阶，中等收入群体比重明显提升，暂且不论中国人均 GDP 能否在 2035 年突破 2 万美元关口，在中国经济长期向好，国内消费稳步升级的大趋势下，智能手机的均价以及高端占比将继续增长。

2022 年全球主要高端市场 500 美金以上销量占比和人均 GDP



来源：Counterpoint Market Pulse Service

基于以上预测，Counterpoint 认为中国高端智能手机市场前景依旧光明，将会在下个十年内超过北美，成为全球第一大高端智能手机市场。随着双旗舰战略全面落地，国产品牌拥有了更加丰富、多样化的旗舰产品组合，并有望成为影像、新形态技术创新和应用创新的引领者，从而抓住未来市场的增长机遇，首先在中国市场实现高端破局，进而在全球市场挑战苹果的垄断地位。

作者、版权、用户协议和其他一般信息



齐英楠
研究副总监

E: ethan@counterpointresearch.com



张蒙蒙
分析师

E: mengmeng@counterpointresearch.com



张祺
分析师

E: archie.zhang@counterpointresearch.com

COUNTERPOINT TECHNOLOGY MARKET RESEARCH
Hong Kong | USA | South Korea | India | UK | Argentina | China

20F Central Tower, 28 Queen's Road Central, Hong Kong
info@counterpointresearch.com



©2023 Counterpoint Technology Market Research. This research report is prepared for the exclusive use of Counterpoint Technology Market Research clients and may not be reproduced in whole or in part or in any form or manner to others outside your organization without the express prior written consent of Counterpoint Technology Market Research. Receipt and/or review of this document constitutes your agreement not to reproduce, display, modify, distribute, transmit or disclose to others outside your organization the contents, opinions, conclusions or information contained in the report. All trademarks displayed in this report are owned by Counterpoint Technology Market Research and may not be used without prior written consent.