



GSMA 移动智库最新报告显示智能手机年底将占据中国移动市场的 2/3

智能手机推动中国向 4G 网络的发展

2015 年 7 月 13 日，上海——GSMA（GSM 协会）旗下的研究机构 GSMA 移动智库（GSMA Intelligence）今天发布了一份新的研究报告，报告指出智能手机在今年年底将占中国移动接入总数的三分之二。这份名为《中国的 4G 设备如何改变世界最大的移动市场》（How 4G Devices in China Are Transforming the World's Largest Mobile Market）的新研究报告发现，中国的智能手机使用率（占接入数量的百分比）在 2015 年第一季度末已达到 62%，超过了欧洲 55% 的平均水平。

国际手机品牌（例如苹果的 iPhone）和不断增加的国产智能手机的日渐流行促进了中国城镇地区智能手机的快速普及。4G 手机现已成为智能手机的销售主力，这加速了中国从 3G 网络向 4G 网络的迁移。

GSMA 首席战略官 Hyunmi Yang 表示：“中国几乎近半数的人口为中国贡献了高达 13 亿的移动连接，其中 62% 是通过智能手机实现的。我们今天发布的研究报告展现了一个充满活力的中国手机市场，在这个市场中，数以百万计的中国城镇用户将智能手机作为生活的中心和数字平台，同时中国的移动运营商们对 4G 网络的大规模投资引发了新一轮的增长。”

智能手机正在改变中国的 4G 市场

GSMA 移动智库报告结果显示，2015 年第一季度中国的独立移动用户数¹为 6.32 亿，占中国人口总数的 48%。2015 年第一季度，中国市场拥有 13 亿移动连接，其中智能手机占 8.05 亿（62%），预计在今年年底将达到 9.13 亿（68%）。但随着市场的成熟，智能手机连接数的增长在最近几个季度已经放缓，这表明目前智能手机销售的主力来自于换机，而非首次购机需求。

由于手机由 3G 向 4G 更替，中国的 3G 连接已经开始下滑。这份研究报告预测，中国智能手机厂商在 2016 年之后不会再推出非 4G 的新手机，而许多厂商现在已经这样做了。据其预测，中国的 4G 连接将从 2014 年末的 1 亿（8%）上升到 2020 年的 10 亿，约占三分之二的市场。中国的移动运营商们也在通过其零售渠道向日益广泛的 4G 设备提供购机补贴，以推动 4G 发展。

中国智能手机厂商的崛起

根据这份研究，中国的智能手机平均价格为 1100 元人民币（175 美元）。中国国内厂商生产的智能手机的平均价格为 935 元人民币（150 美元），几乎只有国际品牌 1765 元人民币（285 美元）价格的一半。但研究还发现，中国主要的手机厂商，如小米和华为，正在不断地推出面向中高端市场的新机型。

中国厂商生产 4G 手机的比例也高于国际竞争对手。在 2015 年第一季度，中国厂商发布的新机型中有 70% 支持 4G 网络，而全球平均只有 40%。国产 4G 手机与 3G 手机之间的平均差价为 375 元人民币（60 美元）。

Hyunmi Yang 补充道：“像小米、华为和联想这样的中国智能手机厂商正在从当地丰富的智能手机生产和设计生态系统中受益，让它们能够有效地与苹果和三星等国际品牌竞争。虽然中国

持续增加的富裕人群仍然推动着高端智能手机市场的不断发展，但可首次接入移动互联网的低端入门智能手机仍然存在很大的市场。”

《中国的 4G 设备如何改变世界最大的移动市场》报告仅供 GSMA 移动智库的订阅用户，获得认证的媒体用户亦可申请获得。

-完-

关于 GSMA（GSM 协会）

GSMA 代表全球移动运营商的共同权益。GSMA 在更广泛的全球移动生态系统中连结着近 800 家移动运营商，250 多家企业，其中包括手机与设备制造商，软件公司，设备供应商，互联网企业，以及相关行业组织。GSMA 还是业界领先活动的主办方，如世界移动通信大会、世界移动大会-上海，以及移动 360 系列会议等等。

欲了解更多信息，请访问 GSMA 网站：www.gsma.com

欲了解有关世界移动大会-上海更多信息，请访问：www.mwcshanghai.cn/
也可通过社交媒体关注最新活动进展，请访问：www.mwcshanghai.cn/mwcs15/

¹ 独立移动用户（个人）可使用多个移动连接

免责声明：本公告的原文版本为官方授权版本。译文仅供参考，原文为唯一具法律效力的版本。

媒体联络人：

部倩/吴佳彬

电话：(86-10) 8569 9928 / 8569 2395

电子邮件：

bbu@webershandwick.com

vwu3@webershandwick.com

GSMA 新闻办公室

pressoffice@gsma.com