2015-2020年中国手机行业
监测及发展前景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2015-2020年中国手机行业监测及发展前景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：http://www.cction.com/report/201503/120870.html

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司
订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838
海外报告销售: 010-69365838
Email: kefu@gonyn.com
联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

2011-2013 年，全球手机出货量分别为15.46 亿部、17.126亿部和18.218 亿部，其中，智能手机出货量分别为4.14 亿部，7.253 亿部和10.042 亿部，智能手机出货量占比分别为31.79%、42.35%和55.12%，占比逐年提高。 资料来源：中企顾问网整理

我国是全球手机生产大国，产量占全球手机产量的80%以上。近两年，我国手机出货量为4.66 亿部、5.79 亿部，其中智能手机出货量分别为2.58 亿部、4.23 亿部，同比增长166.8%和64.1%， 其中Android 手机出货量占同期智能手机出货量的86.4%和94%。我国智能手机销量占比也逐渐提高 ，Android 手机占据了智能手机的绝大部分。

根据工信部统计，截至2013 年4 季度末，我国手机用户为12.29 亿户,3G用户比例达到36.10%。2011-2013 年末，我国手机用户和3G 用户情况如下所示：资料来源：中企顾问网整理

中企顾问网发布的《2015-2020年中国手机行业监测及发展前景评估报告》共九章。首先介绍了手机相关概述、中国手机市场运行环境等，接着分析了中国手机市场发展的现状，然后介绍了中国手机重点区域市场运行形势。随后，报告对中国手机重点企业经营状况分析，最后分析了中国手机行业发展趋势与投资预测。您若想对手机产业有个系统的了解或者想投资手机行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第1章：中国手机行业发展背景分析
1.1 手机行业基本概念
1.1.1 手机的定义
1.1.2 行业的种类
1.1.3 手机的构成
（1）手机的硬件
（2）手机的软件
（3）手机各零部件的成本分析
1.1.4 手机的发展历史
1.1.5 手机对经济和生活的影响
1.2 手机行业经济环境分析

1.2.1 国际宏观经济环境分析
（1）国际宏观经济现状
（2）国际宏观经济预测
1.2.2 国内宏观经济环境分析
（1）国内宏观经济现状
（2）国内宏观经济预测
1.2.3 行业宏观经济环境分析
1.3 手机行业政策环境分析
1.3.1 《手机及数码产品外壳用铝及铝合金板、带材》标准
1.3.2 《手机电池壳用铝合金板、带材》标准
1.3.3 《关于推进第三代移动通信网络建设的意见》
1.3.4 《关于做好工业通信业和信息化“十二五”规划工作的意见》
1.3.5 《电子信息产业调整和振兴规划》
1.3.6 工信部通过产业政策推动Android平台发展
1.4 手机行业贸易环境分析
1.4.1 行业贸易环境发展现状
1.4.2 行业贸易环境发展趋势
1.5 手机行业技术环境分析
1.5.1 行业技术水平发展现状
1.5.2 行业技术水平发展趋势

第2章：中国手机行业产业链分析
2.1 手机行业产业链简介
2.2 手机上游发展分析
2.2.1 手机半导体行业发展分析
2.2.2 手机PCB行业发展分析
2.2.3 手机显示屏行业发展分析
2.2.4 手机触摸屏行业发展分析
2.2.5 手机电池行业发展分析
2.2.6 手机软件行业发展分析
2.2.7 手机设计行业发展分析
2.3 手机下游发展分析

2.3.1 居民消费分析
（1）居民人均收入增长情况分析
（2）居民消费影响因素与消费倾向分析
（3）居民消费信心分析
（4）居民消费结构及演进特征
（5）居民消费支出及行为特征分析
2.3.2 电信行业发展分析
（1）电信行业经营情况分析
（2）移动电话用户规模分析
1）移动电话用户总规模
2）东、中、西部地区移动电话用户规模
3）各省和自治区移动电话用户规模
（3）电信运营商手机采购分析
1）中国移动手机采购分析
2）中国联通手机采购分析
3）中国电信手机采购分析

第3章：全球手机行业发展分析
3.1 全球手机行业发展现状
3.1.1 全球手机用户规模
3.1.2 全球手机行业产量分析
3.1.3 全球手机行业销量分析
3.1.4 全球手机行业竞争格局分析
3.1.5 中国手机行业国际竞争力分析
3.2 全球主要国家和地区手机市场分析
3.2.1 美国手机市场分析
3.2.2 欧洲手机市场分析
3.2.3 日本手机市场分析
3.2.4 韩国手机市场分析
3.2.5 俄罗斯手机市场分析
3.2.6 印度手机市场分析
3.2.7 东南亚手机市场分析

3.2.8 非洲手机市场分析

3.3 主要跨国手机企业分析

3.3.1 诺基亚公司分析

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

3.3.2 三星公司分析

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

3.3.3 LG公司分析

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

3.3.4 摩托罗拉公司分析

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

3.3.5 索尼爱立信公司分析

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

3.3.6 苹果股份有限公司分析
（1）公司简介
（2）公司经营情况分析
（3）公司竞争优势分析
（4）公司主要经营业务分析
（5）公司发展最新动态及未来发展分析
3.3.7 RIM公司分析
（1）公司简介
（2）公司经营情况分析
（3）公司竞争优势分析
（4）公司主要经营业务分析
（5）公司发展最新动态及未来发展分析
3.3.8 宏达国际电子股份有限公司分析
（1）公司简介
（2）公司经营情况分析
（3）公司竞争优势分析
（4）公司主要经营业务分析
（5）公司发展最新动态及未来发展分析
3.4 全球手机市场发展前景分析
3.4.1 全球手机市场发展趋势分析
（1）产品发展方向分析
（2）手机设计发展趋势分析
（3）未来手机新兴功能分析
3.4.2 全球手机市场规模预测

第4章：中国手机行业发展分析
4.1 中国手机行业发展现状
4.1.1 中国手机行业发展概况
（1）中国手机行业市场现状分析
（2）中国手机行业市场特征分析
4.1.2 中国手机行业产量分析
4.1.3 中国手机行业销量分析

4.1.4 中国手机行业影响因素分析
（1）3G对手机行业的影响
（2）手机定制对手机行业的影响
（3）水货手机对手机行业的影响
（4）山寨手机对手机行业的影响
4.2 中国手机行业竞争分析
4.2.1 手机行业议价能力分析
4.2.2 手机行业新进入者威胁分析
4.2.3 手机市场品牌关注度分析
4.2.4 手机行业竞争格局分析
4.2.5 手机市场不同类型手机关注度分析
4.3 中国手机价格走势分析
4.3.1 手机市场价格指数分析
（1）国内手机整体市场价格指数走势
（2）国内智能手机市场价格指数走势
4.3.2 手机平均价格分析
（1）国内手机整体市场平均价格走势
（2）国内手机细分市场平均价格走势
（3）国内手机市场平均价格预测
4.3.3 主流厂商平均价格分析
（1）十大手机厂商平均价格分布
（2）十大手机厂商平均价格走势
4.3.4 手机价格接受度分析
（1）国内手机价格敏感度分析
（2）国内手机价格接受度分析
4.4 2012-2014年中国手机行业进出口分析
4.4.1 2012-2014年手机行业进出口状况综述
4.4.2 2012-2014年手机行业出口情况
（1）2012-2014年手机行业出口总体情况
（2）2012-2014年手机行业出口产品结构分析
4.4.3 2012-2014年手机行业进口情况分析
（1）2012-2014年手机行业进口总体情况

（2）2012-2014年手机行业进口产品结构分析
4.5 中国山寨手机发展分析
4.5.1 山寨手机发展现状分析
（1）山寨手机产量分析
（2）山寨手机销量分析
（3）山寨手机企业经营情况分析
4.5.2 山寨手机技术发展分析
4.5.3 山寨手机出口分析
4.5.4 山寨手机发展趋势及前景分析
4.6 中国手机市场发展前景分析
4.6.1 中国手机市场发展趋势
4.6.2 中国手机市场规模预测

第5章：中国手机行业主要产品市场分析
5.1 中国智能手机市场分析
5.2 中国3G手机市场分析
5.3 中国GPS手机市场分析
5.4 中国双卡手机市场分析
5.5 中国拍照手机市场分析
5.6 中国音乐手机市场分析

第6章：中国手机市场消费情况调研分析
6.1 中国手机产品重点区域消费分析
6.1.1 手机消费市场发展概况
6.1.2 主要城市居民手机消费价格结构分析
6.1.3 不同人口特征城市居民的手机购买比例
（1）不同性别居民的手机购买分析
（2）不同年龄居民的手机购买分析
（3）不同学历居民的手机购买分析
（4）不同收入居民的手机购买分析
6.1.4 主要城市居民手机购买意愿分析
（1）不同性别居民未来一年内的手机购买意愿分析

（2）不同年龄居民未来一年内的手机购买意愿分析
（3）不同学历居民未来一年内的手机购买意愿分析
（4）不同收入居民未来一年内的手机购买意愿分析
6.2 不同媒介接触频率居民手机消费情况
6.2.1 不同电视媒介接触频率居民手机消费情况
6.2.2 不同广播媒介接触频率居民手机消费情况
6.2.3 不同报纸媒介接触频率居民手机消费情况
6.2.4 不同杂志媒介接触频率居民手机消费情况
6.2.5 不同网络媒介接触频率居民手机消费情况
6.2.6 手机消费人群接触各类广告的排名情况

第7章：中国手机行业营销渠道分析
7.1 中国手机行业营销渠道概述
7.1.1 我国手机渠道模式发展历史
7.1.2 我国手机市场渠道成员的构成
7.2 中国手机行业销售渠道现状与特征
7.2.1 手机销售渠道模式发展现状
（1）传统代理模式
（2）直供模式
（3）运营商定制模式
（4）FD模式
（5）电子商务模式
7.2.2 主力手机厂商渠道现状与特点
（1）诺基亚
（2）三星
（3）LG
（4）索尼爱立信
（5）摩托罗拉
7.2.3 手机运营商定制模式及策略分析
（1）中国移动
（2）中国联通
（3）中国电信

7.2.4 代理商及分销商竞争策略研究
（1）天音控股
（2）中邮器材
（3）爱施德
（4）普天太力
7.3 中国手机行业销售渠道发展趋势
7.3.1 手机营销渠道的创新
7.3.2 手机营销渠道的发展趋势

第8章：中国手机行业主要企业生产经营分析
8.1 外资品牌手机企业经营情况分析
8.1.1 诺基亚（中国）投资有限公司经营情况分析
（1）公司简介
（2）公司经营情况分析
（3）公司竞争优势分析
（4）公司主要经营业务分析
（5）公司发展最新动态及未来发展分析
8.1.2 天津三星通信技术有限公司经营情况分析
（1）公司简介
（2）公司经营情况分析
（3）公司竞争优势分析
（4）公司主要经营业务分析
（5）公司发展最新动态及未来发展分析
8.1.3 LG电子（中国）有限公司经营情况分析
（1）公司简介
（2）公司经营情况分析
（3）公司竞争优势分析
（4）公司主要经营业务分析
（5）公司发展最新动态及未来发展分析
8.1.4 北京索爱普天移动通信有限公司经营情况分析
（1）公司简介
（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

8.1.5 摩托罗拉（中国）电子有限公司经营情况分析

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

8.1.6 多普达通讯有限公司经营情况分析

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

8.1.7 夏普商贸（中国）有限公司经营情况分析

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

8.1.8 NEC通讯（中国）有限公司经营情况分析

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

8.1.9 英华达（上海）科技有限公司经营情况分析

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

8.1.10 北京松下普天通信设备有限公司经营情况分析

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

8.1.11 UT斯达康（中国）有限公司经营情况分析

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

8.2 国内品牌手机企业经营情况分析

8.2.1 联想移动通信科技有限公司经营情况分析

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.2 中兴通讯股份有限公司经营情况分析

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.3 华为技术有限公司经营情况分析

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.4 深圳市金立通信设备有限公司经营情况分析

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.5 TCL通讯科技控股有限公司经营情况分析

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.6 青岛海尔通信有限公司经营情况分析

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.7 北京天宇朗通通信设备股份有限公司经营情况分析

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.8 夏新科技有限公司经营情况分析

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.9 康佳通信科技有限公司经营情况分析

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析
（3）公司竞争优势分析
（4）公司主要经营业务分析
（5）公司发展最新动态及未来发展分析
8.2.10 宁波波导股份有限公司经营情况分析
（1）公司简介
（2）公司经营情况分析
（3）公司竞争优势分析
（4）公司主要经营业务分析
（5）公司发展最新动态及未来发展分析
8.2.11 创维移动通信技术有限公司经营情况分析
（1）公司简介
（2）公司经营情况分析
（3）公司竞争优势分析
（4）公司主要经营业务分析
（5）公司发展最新动态及未来发展分析
8.2.12 国虹通讯数码集团有限责任公司经营情况分析
（1）公司简介
（2）公司经营情况分析
（3）公司竞争优势分析
（4）公司主要经营业务分析
（5）公司发展最新动态及未来发展分析
8.2.13 青岛海信通信有限公司经营情况分析
（1）公司简介
（2）公司经营情况分析
（3）公司竞争优势分析
（4）公司主要经营业务分析
（5）公司发展最新动态及未来发展分析
8.2.14 中电通信科技有限责任公司经营情况分析
（1）公司简介
（2）公司经营情况分析
（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.15 宇龙计算机通信科技（深圳）有限公司经营情况分析

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.16 广东步步高电子工业有限公司经营情况分析

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.17 明基电通（上海浦东）有限公司经营情况分析

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.18 江苏高通科技实业有限公司经营情况分析

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.19 珠海市魅族科技有限公司经营情况分析

（1）公司简介

（2）公司经营情况分析

（3）公司竞争优势分析

（4）公司主要经营业务分析

（5）公司发展最新动态及未来发展分析

8.2.20 万利达集团有限公司经营情况分析
（1）公司简介
（2）公司经营情况分析
（3）公司竞争优势分析
（4）公司主要经营业务分析
（5）公司发展最新动态及未来发展分析
8.2.21 广东欧珀移动通信有限公司经营情况分析
（1）公司简介
（2）公司经营情况分析
（3）公司竞争优势分析
（4）公司主要经营业务分析
（5）公司发展最新动态及未来发展分析
8.3 国内手机代工企业经营情况分析
8.3.1 富士康科技集团经营情况分析
（1）公司简介
（2）公司经营情况分析
（3）公司竞争优势分析
（4）公司主要经营业务分析
（5）公司发展最新动态及未来发展分析
8.3.2 华宝通讯（南京）有限公司经营情况分析
（1）公司简介
（2）公司经营情况分析
（3）公司竞争优势分析
（4）公司主要经营业务分析
（5）公司发展最新动态及未来发展分析
8.3.3 伟创力制造（珠海）有限公司经营情况分析
（1）公司简介
（2）公司经营情况分析
（3）公司竞争优势分析
（4）公司主要经营业务分析
（5）公司发展最新动态及未来发展分析
8.3.4 华冠通讯（江苏）有限公司经营情况分析

（1）公司简介
（2）公司经营情况分析
（3）公司竞争优势分析
（4）公司主要经营业务分析
（5）公司发展最新动态及未来发展分析
8.3.5 比亚迪电子（国际）有限公司经营情况分析
（1）公司简介
（2）公司经营情况分析
（3）公司竞争优势分析
（4）公司主要经营业务分析
（5）公司发展最新动态及未来发展分析

第9章：中国手机行业投资分析
9.1 中国手机行业投资特性
9.1.1 手机行业进入壁垒分析
9.1.2 手机行业盈利模式分析
9.1.3 手机行业盈利因素分析
9.2 中国手机行业投资风险
9.2.1 手机行业政策风险
9.2.2 手机行业技术风险
9.2.3 手机行业竞争风险
9.2.4 手机行业宏观经济波动风险
9.2.5 手机行业关联产业风险
9.2.6 手机行业其他风险
9.3 中国手机行业投资建议ZY LZG

图表目录

图表1：手机硬件部分的构成
图表2：手机主要元件功能表
图表3：手机软件部分的构成
图表4：手机软件及技术一览
图表5：半导体外的零组件占手机材料成本比重（单位：%）

图表6：1G到4G的比较
图表7：2004-2014年移动通信及终端设备制造行业工业总产值及占GDP的比重（单位：亿元，%）
图表8：2012-2014年国内生产总值同比增长速度（单位：%）
图表9：2014年固定资产投资同比增速（单位：%）
图表10：2014年房地产开发投资同比增速（单位：%）
图表11：2011-2014年全国进出口市场情况（单位：亿美元）
图表12：2012-2014年广义货币增长速度（单位：%）
图表13：2012-2014年城镇居民人均收入实际增长速度（单位：%）
图表14：2012-2014年农村居民人均收入实际增长速度（单位：%）
图表15：2014年我国PPI走势（单位：%）
图表16：2012-2014年居民消费价格同比上涨比较（单位：%）
图表17：2012-2014年社会消费品零售总额增长情况（单位：%）
图表18：2014年社会消费结构明细（单位：亿元，%）
图表19：《电子信息产业调整和振兴规划》要点
图表20：2014年1-12月中国电子信息产品出口累计情况（单位：亿美元，%）
图表21：2014年中国电子信息产品出口各行业对比情况（单位：亿美元，%）
图表22：2014年与2014年电子信息产品出口贸易方式结构对比
图表23：1997-2014年我国进出口增速情况及预测（单位：%）
图表24：2006-2014年我国贸易顺差走势及预测（单位：亿美元）
图表25：手机行业链构成
图表26：各类手机显示屏技术参数对比
图表27：2012-2014年各类手机触摸屏比例预测（单位：%）
图表28：2014年安卓用户手机软件应用下载排行（单位：%）
图表29：手机设计产业链各环节利润对比图
图表30：2001-2014年中国城镇居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%）
图表31：2001-2014年中国农村居民人均纯收入及同比增速（单位：元，%）
图表32：1990-2014年中国居民人均消费支出情况（单位：元）
图表33：2014年中国居民消费支出结构（单位：%）
图表34：2014年中国居民消费支出结构（单位：%）
图表35：1990-2014年中国居民人均消费支出情况（单位：元）
图表36：2014年1-12月我国电信业务总量及增长情况（单位：亿元，%）

图表37：2014年1-12月我国电信主营业务收入及增长情况（单位：亿元，%）
图表38：2012-2014年我国移动电话累计用户数情况（单位：万户）
图表39：2012-2014年我国移动电话月度净增用户数情况（单位：万户）
图表40：2014年1-12月各月我国分区域移动电话用户数量情况（单位：万户）
图表41：截至2014年我国分省移动电话用户数量情况（单位：万户）
图表42：2005-2014年全球手机用户数量及增长率（单位：亿人，%）
图表43：2005-2014年全球手机出货量及增长率（单位：亿部，%）
图表44：2007-2014年全球手机销量及增长率（单位：亿部，%）
图表45：2014年VS2014年各厂商全球终端用户手机销量及市场份额（单位：百万部，%）
图表46：2014年美国手机市场各操作系统市场份额（单位：%）
图表47：2012-2014年欧洲智能手机市场各系统份额（单位：%）
图表48：2012-2014年英国智能手机市场各系统份额（单位：%）
图表49：2014年第四季度日本手机市场份额（单位：%）
图表50：2014年日本手机市场份额（单位：%）
图表51：世界各地区手机普及率（单位：%）
图表52：非洲主要国家手机普及率（单位：千人，%，美元）
图表53：中东非洲市场手机份额（单位：%）
图表54：2003-2014年诺基亚手机全球出货量及增长率（单位：亿部，%）
更多图表。。。。。。

详细请访问：http://www.cction.com/report/201503/120870.html