

# 2021-2027年中国智能手机 市场评估与投资战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国智能手机市场评估与投资战略咨询报告》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/202107/227426.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

智能手机，是指像个人电脑一样，具有独立的操作系统，独立的运行空间，可以由用户自行安装软件、游戏、导航等第三方服务商提供的程序，并可以通过移动通讯网络来实现无线网络接入的手机类型的总称。

智能手机具有优秀的操作系统、可自由安装各类软件（仅安卓系统）、完全大屏的全触屏式操作感这三大特性，其中苹果、华为（HUAWEI）、三星、诺基亚、HTC（宏达电）这五大品牌在全世界最为皆知，而小米（Mi）、魅族（MEIZU）、联想（Lenovo）、中兴（ZTE）、酷派（Coolpad）、一加手机（oneplus）、金立（GIONEE）、天宇（天语，K-Touch）等品牌在中国备受关注。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国智能手机市场评估与投资战略咨询报告》共八章。首先介绍了智能手机行业市场发展环境、智能手机整体运行态势等，接着分析了智能手机行业市场运行的现状，然后介绍了智能手机市场竞争格局。随后，报告对智能手机做了重点企业经营状况分析，最后分析了智能手机行业发展趋势与投资预测。您若想对智能手机产业有个系统的了解或者想投资智能手机行业，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局数据，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。

报告目录：

### 第1章：中国智能手机行业背景分析

#### 1.1智能手机行业基本概念

##### 1.1.1智能手机的概念及定义

（1）智能手机的概念及定义

（2）智能手机的基本特点

（3）智能手机误区

##### 1.1.2智能手机的构成

（1）智能手机硬件

（2）智能手机软件

##### 1.1.3智能手机的发展历史

##### 1.1.4智能手机对经济和生活的影响

- (1) 提高上班工作效率
- (2) 减少“闲置”时间/处理紧急事务
- (3) 压缩虚度的个人时间
- (4) 带来经济效益

## 1.2 智能手机行业环境分析

### 1.2.1 智能手机行业经济环境分析

- (1) 宏观经济对行业影响分析
- (2) 国际宏观经济环境

#### 1) 国际宏观经济现状

#### 2) 国际经济展望

- (3) 国内宏观经济环境

#### 1) 国内经济现状

#### 2) 国内经济展望

### 1.2.2 智能手机行业政策环境分析

- (1) 相关政策与标准
- (2) 相关行业规划

#### 1) 《关于做好工业通信业和信息化“十三五”规划工作的意见》

#### 2) 《电子信息产业调整和振兴规划》

## 1.3 智能手机产业链分析

### 1.3.1 智能手机行业产业链简介

### 1.3.2 智能手机行业上游产业供应链分析

- (1) 半导体行业发展分析
- (2) PCB行业发展分析
- (3) 显示屏行业发展分析
- (4) 触摸屏行业发展分析
- (5) 电池行业发展分析

### 1.3.3 智能手机行业下游发展分析

- (1) 中国居民消费分析
- (2) 中国电信行业发展分析

## 第2章：全球智能手机行业发展分析

### 2.1 全球智能手机行业发展现状

## 2.1.1全球智能手机行业市场分析

(1) 智能手机用户规模分析

(2) 智能手机出货量分析

## 2.1.2全球智能手机行业竞争情况分析

(1) 智能手机市场份额分析

(2) 智能手机渗透率分析

(3) 全球智能手机行业竞争态势分析

(4) 中国智能手机行业国际竞争力分析

## 2.2全球主要国家和地区智能手机市场分析

### 2.2.1美国智能手机市场分析

### 2.2.2欧洲智能手机市场分析

(1) 品牌分析

(2) 用户分析

(3) 德国智能手机市场分析

### 2.2.3日本智能手机市场分析

### 2.2.4韩国智能手机市场分析

### 2.2.5俄罗斯智能手机市场分析

### 2.2.6印度智能手机市场分析

### 2.2.7东南亚智能手机市场分析

### 2.2.8非洲智能手机市场分析

## 2.3全球智能手机市场发展前景分析

### 2.3.1全球智能手机市场发展趋势分析

(1) 智能手机发展方向分析

(2) 智能手机设计发展趋势分析

(3) 未来智能手机新兴功能分析

### 2.3.2全球智能手机市场规模预测

## 第3章：中国智能手机行业市场分析

### 3.1中国手机行业发展现状

#### 3.1.1中国手机行业发展情况分析

(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

- 3.1.2中国手机用户规模分析
- 3.1.3中国手机行业产量分析
- 3.1.4中国手机行业销量分析
- 3.2中国智能手机行业市场发展状况分析
  - 3.2.1中国智能手机发展概况
    - (1) 中国智能手机市场现状分析
    - (2) 中国智能手机市场特征分析
  - 3.2.2中国智能手机市场规模分析
    - (1) 中国智能手机出货量分析
    - (2) 中国智能手机销售情况分析
  - 3.2.3中国智能手机渗透率分析
  - 3.2.4中国智能手机市场影响因素分析
- 3.3中国智能手机市场结构分析
  - 3.3.12015-2019年智能手机品牌结构分析
    - (1) 2019年智能手机品牌结构分析
    - (2) 2019年智能手机品牌结构分析
  - 3.3.22019年智能手机产品结构分析
    - (1) 2019年智能手机价格段结构
    - (2) 2019年智能手机屏幕尺寸结构
    - (3) 2019年摄像头像素结构
- 3.4中国智能手机市场价格分析
  - 3.4.1中国手机价格敏感度分析
  - 3.4.2中国手机价格接受度分析
  - 3.4.3中国整体手机市场价格分析
    - (1) 整体手机市场均价分析
    - (2) 主流品牌均价分析
    - (3) 主流品牌均价变动幅度
  - 3.4.4中国智能手机市场价格分析
    - (1) 智能手机市场均价分析
    - (2) 主流品牌产品均价
    - (3) 主流品牌均价变动幅度
- 3.53G对中国智能手机市场的影响

### 3.5.13G标准简介

#### 3.5.2不同3G标准用户规模及ARPU分析

#### 3.5.3不同制式智能手机销量情况分析

#### 3.5.4三种3G标准加速Wi-Fi增长

(1) 中国移动：相对成熟，后劲不足

(2) 中国联通：起步虽晚，无限试用

(3) 中国电信：整合资源，厚积待发

### 3.6中国山寨智能手机市场分析

#### 3.6.1中国山寨手机市场发展及现状分析

#### 3.6.2中国山寨智能手机技术分析

#### 3.6.3中国山寨智能手机成败因素分析

#### 3.6.4中国山寨智能手机发展趋势及前景分析

(1) 山寨手机市场竞争优势渐失

(2) 国产手机或迎来发展新格局

### 3.7中国智能手机应用软件市场分析

#### 3.7.1全球智能手机应用软件市场分析

(1) 市场规模分析

(2) 市场运营情况分析

(3) AndroidMarket分析

(4) 应用程序市场前景预测

#### 3.7.2中国智能手机应用软件市场分析

(1) 中国智能手机应用软件现状分析

(2) 中国智能手机应用软件市场规模分析

(3) 中国智能手机应用软件市场前景分析

## 第4章：智能手机主流操作系统分析

### 4.1智能手机操作系统概况

#### 4.1.1智能手机操作系统简介

#### 4.1.2智能手机操作系统差异分析

(1) 技术层面差异

(2) 战略性差异

(3) 用户体验差异

## 4.2智能手机操作系统市场分析

### 4.2.1智能手机主流操作系统市场份额分析

(1) 智能手机操作系统发展趋势

(2) 智能手机操作系统市场份额

### 4.2.2智能手机主流操作系统市场关注度

### 4.2.3生产商支持的操作系统分析

### 4.2.4智能手机操作系统竞争格局分析

## 4.3智能手机主流操作系统分析

### 4.3.1Android

(1) Android特征分析

(2) Android发展阶段分析

(3) Android市场现状分析

(4) Android发展前景分析

### 4.3.2iPhone操作系统

(1) iPhone操作系统特征分析

(2) iPhone操作系统发展阶段分析

(3) iPhone操作系统市场现状分析

(4) iPhone操作系统发展前景分析

### 4.3.3Symbian

(1) Symbian特征分析

(2) Symbian发展阶段分析

(3) Symbian市场现状分析

(4) Symbian发展前景分析

### 4.3.4Windows

(1) WindowsMobile特征分析

(2) WindowsMobile发展阶段分析

(3) WindowsMobile市场现状分析

(4) WindowsMobile发展前景分析

### 4.3.5web

(1) webOS特征分析

(2) webOS发展阶段分析

(3) webOS市场现状分析



(4) webOS发展前景分析

#### 4.3.6Linux

(1) LinuxMobile特征分析

(2) LinuxMobile发展阶段分析

(3) LinuxMobile市场现状分析

(4) LinuxMobile发展前景分析

#### 4.3.7MeeGo

(1) MeeGo特征分析

(2) MeeGo发展阶段分析

(3) MeeGo市场现状分析

(4) MeeGo发展前景分析

#### 4.3.8Bada

(1) Bada特征分析

(2) Bada发展阶段分析

(3) Bada市场现状分析

(4) Bada发展前景分析

#### 4.3.9Blackberry

(1) Blackberry特征分析

(2) Blackberry发展阶段分析

(3) Blackberry市场现状分析

(4) Blackberry发展前景分析

#### 4.3.10OMS操作系统

(1) OMS操作系统特征分析

(2) OMS操作系统发展阶段分析

(3) OMS操作系统市场现状分析

(4) OMS操作系统发展前景分析

#### 4.4生产商智能手机操作系统选用意愿分析

##### 4.4.1诺基亚智能手机操作系统选用意向分析

##### 4.4.2三星智能手机操作系统选用意向分析

##### 4.4.3LG智能手机操作系统选用意向分析

##### 4.4.4宏达国际（HTC）智能手机操作系统选用意向分析

##### 4.4.5摩托罗拉智能手机操作系统选用意向分析

- 4.4.6 索爱智能手机操作系统选用意向分析
- 4.4.7 苹果智能手机操作系统选用意向分析
- 4.4.8 黑莓智能手机操作系统选用意向分析
- 4.4.9 Palm 智能手机操作系统选用意向分析
- 4.5 智能手机操作系统发展趋势分析
  - 4.5.1 智能手机操作系统将迎来新军
  - 4.5.2 四核处理器将逐渐普及
  - 4.5.3 手机操作系统与浏览器发展融合

## 第5章：中国智能手机主流品牌市场竞争力分析

- 5.1 智能手机品牌走势分析
  - 5.1.1 2019年中国智能手机品牌走势分析
  - 5.1.2 2019年国产智能手机品牌走势分析
- 5.2 智能手机品牌竞争格局分析
  - 5.2.1 中国智能手机产品竞争力分析
  - 5.2.2 中国智能手机品牌关注率分析
  - 5.2.3 中国智能手机品牌竞争态势分析
- 5.3 智能手机国际主流品牌分析
  - 5.3.1 诺基亚
    - (1) 诺基亚智能手机竞争策略分析
      - 1) 市场定位分析
      - 2) 生产、成本和定价
      - 3) 营销手段分析
      - 4) 渠道分析
      - 5) 优劣势分析
      - 6) 竞争策略分析
    - (2) 诺基亚智能手机市场现状分析
    - (3) 诺基亚(中国)投资有限公司经营情况分析
      - 1) 企业发展简况分析
      - 2) 企业产销能力分析
      - 3) 企业盈利能力分析
      - 4) 企业运营能力分析

- 5) 企业偿债能力分析
- 6) 企业发展能力分析
- 7) 企业投资兼并与重组分析

#### 5.3.2三星

##### (1) 三星智能手机竞争策略分析

- 1) 市场定位分析
- 2) 生产、成本和定价
- 3) 营销手段分析
- 4) 渠道分析
- 5) 优劣势分析
- 6) 竞争策略分析

##### (2) 三星智能手机市场现状分析

##### (3) 天津三星通信技术有限公司经营情况分析

- 1) 企业发展简况分析
- 2) 企业产销能力分析
- 3) 企业盈利能力分析
- 4) 企业运营能力分析
- 5) 企业偿债能力分析
- 6) 企业发展能力分析

#### 5.3.3HTC

##### (1) HTC智能手机竞争策略分析

- 1) 市场定位分析
- 2) 生产、成本和定价
- 3) 营销手段分析
- 4) 渠道分析
- 5) 优劣势分析
- 6) 竞争策略分析

##### (2) HTC智能手机市场现状分析

##### (3) HTC经营情况分析

#### 5.4智能手机国内主流品牌分析

##### 5.4.1多普达

##### (1) 多普达智能手机竞争策略分析

- 1) 市场定位分析
- 2) 生产、成本和定价
- 3) 营销手段分析
- 4) 渠道分析
- 5) 优劣势分析

#### 6) 竞争策略分析

(2) 多普达智能手机特性及操作系统分析

(3) 多普达通讯有限公司经营情况分析

#### 5.4.2联想

(1) 联想智能手机竞争策略分析

#### 1) 市场定位分析

#### 2) 生产、成本和定价

#### 3) 营销手段分析

#### 4) 渠道分析

#### 5) 优劣势分析

#### 6) 竞争策略分析

(2) 联想智能手机市场现状分析

(3) 联想智能手机特性及操作系统分析

(4) 联想移动通信科技有限公司经营情况分析

#### 5.5智能手机主要配套企业分析

##### 5.5.1ARM

(1) 发展简况分析

(2) 主营业务分析

(3) 经营情况分析

##### 5.5.2Atmel

(1) 发展简况分析

(2) 主营业务分析

(3) 经营情况分析

##### 5.5.3谷歌

(1) 发展简况分析

(2) 主营业务分析

(3) 经营情况分析

#### 5.5.4英飞凌

- (1) 发展简况分析
- (2) 主营业务分析
- (3) 经营情况分析

#### 5.5.5大立光电

- (1) 发展简况分析
- (2) 主营业务分析
- (3) 经营情况分析

#### 5.5.6Marvell

- (1) 发展简况分析
- (2) 主营业务分析
- (3) 经营情况分析

#### 5.5.7高通

- (1) 发展简况分析
- (2) 主营业务分析
- (3) 经营情况分析

#### 5.5.8Spirent

- (1) 发展简况分析
- (2) 主营业务分析
- (3) 经营情况分析

### 第6章：运营商智能手机和AppStore战略分析

#### 6.1中国三大电信运营商渠道影响力分析

##### 6.1.1中国三大电信运营商简介

- (1) 中国移动
- (2) 中国电信
- (3) 中国联通

##### 6.1.2中国三大电信运营商用户规模

- (1) 中国移动
- (2) 中国电信
- (3) 中国联通

##### 6.1.3中国三大电信运营商渠道影响力分析

## 6.2App

### 6.2.1App

### 6.2.2App

(1) AppStore准入政策分析

(2) AppStore日常监管分析

## 6.3中国移动智能手机和Mobile

### 6.3.1中国移动智能手机战略分析

### 6.3.2Mobile

(1) MobileMarket概况分析

(2) MobileMarket模式分析

(3) MobileMarket特色分析

(4) MobileMarket优劣势分析

## 6.4中国联通智能手机和WoStore战略分析

### 6.4.1中国联通智能手机战略分析

### 6.4.2WoStore (应用商场) 战略分析

(1) WoStore概况分析

(2) WoStore模式分析

(3) WoStore特色分析

(4) WoStore优劣势分析

## 6.5中国电信智能手机和天翼空间战略分析

### 6.5.1中国电信智能手机战略分析

### 6.5.2天翼空间 (estore) 战略分析

(1) 天翼空间概况分析

(2) 天翼空间模式分析

(3) 天翼空间特色分析

(4) 天翼空间优劣势分析

## 6.6App

### 6.6.1CP (内容提供商) 发展趋势分析

(1) CP发展趋势分析

(2) 案例分析

### 6.6.2SP (服务提供商) 发展趋势分析

(1) SP发展趋势分析

## (2) 案例分析

### 6.6.3 运营商发展趋势分析

#### (1) 运营商发展趋势分析

#### (2) 案例分析

## 第7章：中国智能手机市场消费情况调研分析

### 7.1 智能手机使用现状分析

#### 7.1.1 参与调查用户基本信息

##### (1) 性别分布

##### (2) 年龄分布

##### (3) 收入状况

##### (4) 职业分布

##### (5) 学历分布

#### 7.1.2 智能手机用户购买时间分析

#### 7.1.3 智能手机用户更换手机频率分析

#### 7.1.4 智能手机购买影响因素分析

##### (1) 智能手机用户不满意的地方

##### (2) 智能手机用户认为需改进的地方

##### (3) 非智能手机用户购买智能手机的影响因素

### 7.2 智能手机购买倾向分析

#### 7.2.1 手机用户选择智能手机的比例分析

#### 7.2.2 手机用户选择智能手机的原因分析

#### 7.2.3 手机用户选择智能手机时注重的因素分析

##### (1) 智能手机用户选择智能手机时注重的因素分析

##### (2) 非智能手机用户选择智能手机时注重的因素分析

#### 7.2.4 手机用户选择智能手机时注重的参数分析

##### (1) 智能手机用户选择智能手机时注重的参数分析

##### (2) 非智能手机用户选择智能手机时注重的参数分析

#### 7.2.5 手机用户选择智能手机时注重的功能分析

##### (1) 智能手机用户选择智能手机时注重的功能分析

##### (2) 非智能手机用户选择智能手机时注重的功能分析

#### 7.2.6 手机用户对智能手机操作系统选择倾向分析

- (1) 智能手机用户对智能手机操作系统选择倾向分析
- (2) 非智能手机用户对智能手机操作系统选择倾向分析

#### 7.2.7手机用户选择智能手机时品牌倾向分析

- (1) 智能手机用户选择智能手机时品牌倾向分析
- (2) 非智能手机用户选择智能手机时品牌倾向分析

#### 7.2.8手机用户对摄像头像素选择分析

#### 7.2.9非智能手机对智能手机外观的选择倾向分析

### 7.3智能手机购买渠道分析

#### 7.3.1智能手机行业主要销售渠道分析

- (1) 传统代理
- (2) 直营零售店
- (3) 运营商定制
- (4) 家电连锁店
- (5) 手机连锁卖场
- (6) 网络销售
- (7) 电子商城
- (8) 水货市场

#### 7.3.2智能手机用户购买智能手机渠道分析

#### 7.3.3非智能手机用户购买智能手机渠道分析

### 7.4智能手机购买预算分析

#### 7.4.1智能手机用户购买智能手机预算分析

#### 7.4.2非智能手机用户购买智能手机预算分析

## 第8章：中国智能手机行业投资与发展战略分析

### 8.1中国智能手机行业发展前景分析

#### 8.1.1中国智能手机出货量预测分析

#### 8.1.2中国智能手机销量预测分析

#### 8.1.32021-2027年发展阶段分析

### 8.2中国智能手机行业投资风险

#### 8.2.1系统风险

- (1) 中国智能手机行业政策风险
- (2) 中国智能手机行业宏观经济波动风险



(3) 中国智能手机行业关联产业风险

## 8.2.2非系统风险

(1) 中国智能手机行业技术风险

(2) 中国智能手机行业竞争风险

(3) 中国智能手机行业其他风险

## 8.3中国智能手机行业投资特性及建议

### 8.3.1中国智能手机行业投资特性分析

(1) 中国智能手机行业吸引力分析

(2) 中国智能手机行业进入壁垒分析

(3) 中国智能手机行业盈利模式分析

(4) 中国智能手机行业盈利因素分析

### 8.3.2中国智能手机行业投资建议

(1) 关注积极涉足电容式触摸屏企业

(2) 寻找与手机生产紧密的企业

(3) 上游核心企业最有竞争力

(4) 增值服务因行业年轻而富有潜力

## 8.4中国智能手机市场战略与成功因素

### 8.4.1中国智能手机市场的发展战略分析

(1) 改革组织结构以专注智能手机业务

(2) 采取高端产品策略抢占制高点

(3) 巩固市场地位

(4) 掌控价值链

### 8.4.2中国智能手机市场的成功因素分析

图表目录：

图表1：智能手机辨识误区

图表2：智能手机软件平台

图表3：移动软件的产业生态系统

图表4：智能手机发展历程

图表5：宏观经济下滑对智能手机行业的影响

图表6：2015-2019年全球主要经济体经济增长速度（单位：%）

图表7：2015-2019年全球主要经济体经济增速及预测分析（单位：%）

图表8：2015-2019年中国国内生产总值分季度同比增长速度（单位：%）

图表9：2015-2019年中国社会消费品零售总额月度情况（单位：亿元）

图表10：智能手机行业相关政策与标准

图表11：智能手机产业链构成

图表12：2015-2019年全球半导体产值（单位：亿美元，%）

图表13：2015-2019年中国PCB行业产销情况（单位：亿元，%）

图表14：2015-2019年中国LED显示屏行业市场规模（单位：亿元，%）

图表15：2015-2019年中国LED显示屏行业市场规模预测（单位：亿元）

图表16：2015-2019年全球触摸屏行业市场规模（单位：亿元，%）

图表17：2015-2019年全球锂电池产业市场规模（单位：亿元，%）

图表18：2015-2019年中国城镇居民人均总收入及增长情况（单位：元，%）

图表19：2015-2019年农村居民人均纯收入及增长情况（单位：元，%）

图表20：2015-2019年中国电信业收入规模（单位：亿元，%）

图表21：2015-2019年全球智能手机用户规模及预测（单位：亿户）

图表22：2015-2019年智能手机出货量与市场份额（单位：百万部，%）

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202107/227426.html>