

2012-2016年中国智能手机 产业市场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国智能手机产业市场深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/yingjian1208/613827PGDA.html>

【报告价格】纸介版8500元 电子版8500元 纸介+电子9000元

【出版日期】2012-08-16

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国智能手机产业市场深度调研与投资前景研究报告》共十二章。介绍了智能手机行业相关概述、中国智能手机产业运行环境、分析了中国智能手机行业的现状、中国智能手机行业竞争格局、对中国智能手机行业做了重点企业经营状况分析及中国智能手机产业发展前景与投资预测。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。

2011年全球智能手机销量为4.88亿部，同比增长62.7%。预计智能手机将在2013年占据多数市场份额。预计2016年全球手机销量将达16.43亿部，与2011年相比增长22.6%;其中智能手机将达10.6亿部，增长135.6%。2011年全球4G(LTE)手机市场规模年同比增长87.5%，达1500万部，到2013年突破1亿部大关，预计到2016年将增长为4.1亿台，相比2011年增长26倍。2011年Q4中国智能手机市场销量达到2283万部，同比增长79.6%，环比增长16.8%;中国智能手机用户保有量为2.23亿，占总手机用户的23.2%。随着智能手机市场份额的大幅度提升及竞争优势的逐渐凸显，各品牌厂商纷纷加大智能手机领域优势。此外，在市场需求方面存在六大因素影响智能手机的推广，即手机品牌、操作系统、价格、3G标准、手机应用程序的市场接受度和分销渠道。

近年来，伴随着移动互联网的快速发展，智能手机在厂家、运营商等多方推动下以极快的速度持续普及。智能手机的硬件技术和软件技术都有了质的飞跃，双核甚至四核智能手机都不再罕见，操作系统上也有了更多选择和新发展。智能手机的品牌格局也在2011年有了明显的改变，过去的诺基亚一家独大局面彻底改变，强者云集的智能手机市场竞争日趋激烈。中国智能手机市场规模的扩大，很大程度上得益于各大手机厂商以及运营商对中低端手机型的推广和普及，中国正在引领着智能手机平价时代的到来。目前，苹果、三星、HTC、摩托罗拉，四大品牌之间的竞争可谓进入白热化阶段。中国本土智能手机企业的发展令各方瞩目。

2012年第一季度，中国移动终端用户新增3900万，增量为全球第一。我国移动终端用户的增长与国内智能手机市场的高速扩张是分不开的。移动互联网时代，在 market 需求的驱动下，终端商加快完善自身产品线布局，运营商对终端的投入也是不遗余力，智能手机销量呈现爆发式增长态势，市场逐步走向规模化发展。除了传统手机厂商之外，中国市场上正在增加越来越多的新兴厂商，尤其是近来互联网企业做手机的热潮更是搅动着业界神经。阿里巴巴、盛大网络、搜索巨头百度、奇虎360等纷纷发力智能手机市场。未来三五年，国内至少将

有5亿以上的功能机用户要换智能手机。印度、中东、南美地区等国外低端机消费市场用户也将逐步更换智能手机，从而带动智能机市场需求。中国智能手机行业投资潜力巨大，发展前景乐观。

第一部分 行业运行分析

第一章 2011-2012年中国智能手机行业市场发展环境分析（PEST分析法）1

第一节 中国经济环境分析 1

一、国民经济运行情况 1

二、消费价格指数CPI、PPI 29

三、全国居民收入情况 37

四、恩格尔系数 42

五、工业发展形势 42

六、固定资产投资情况 49

七、财政收支状况 56

八、中国汇率调整 59

九、对外贸易&进出口 60

第二节 2011-2012年中国智能手机行业政策环境分析 61

第三节 2011-2012年中国智能手机行业社会环境分析 63

一、人口环境分析 63

二、教育环境分析 66

三、文化环境分析 66

四、中国城镇化率 70

五、居民的各种消费观念和习惯 72

第二章 2011-2012年中国智能手机产业总体形势分析 73

第一节 2011-2012年中国智能手机行业发展概况分析 73

一、中国智能手机行业发展历程分析 73

二、中国智能手机产业整体规模分析 75

三、智能手机产品技术研发进展 77

第二节 2011-2012年中国智能手机行业存在的问题分析 79

一、与国外产品差异 79

二、发展制约因素 82

三、生存困境 86

| | |
|------------------------------|-----|
| 第三节 2011-2012年中国智能手机产业发展策略分析 | 90 |
| 第三章 2011-2012年中国智能手机市场运营格局分析 | 91 |
| 第一节 2011-2012年中国智能手机市场发展情况分析 | 91 |
| 一、智能手机市场容量分析 | 91 |
| 二、智能手机市场需求情况分析 | 91 |
| 三、智能手机生产规模分析 | 92 |
| 第二节 2011-2012年中国智能手机市场运行局势分析 | 93 |
| 一、智能手机产品市场价格走势分析 | 93 |
| 二、智能手机市场销售动态分析 | 106 |
| 第三节 2011-2012年中国智能手机市场最新资讯分析 | 107 |
| 第四章 2011-2012年中国智能手机市场营销情况分析 | 112 |
| 第一节 2011-2012年中国智能手机市场营销现状分析 | 112 |
| 一、智能手机市场营销动态概览 | 112 |
| 二、智能手机营销模式分析 | 116 |
| 三、智能手机市场营销渠道分析 | 121 |
| 第二节 2011-2012年中国智能手机网络营销分析 | 124 |
| 第三节 2011-2012年中国智能手机市场营销策略分析 | 125 |
| 一、产品策略 | 125 |
| 二、价格策略 | 125 |
| 三、渠道策略 | 126 |
| 第五章 2011年中国智能手机行业数据监测分析 | 128 |
| 第一节 2011年中国智能手机行业规模分析 | 128 |
| 一、企业数量增长分析 | 128 |
| 二、从业人数增长分析 | 128 |
| 三、资产规模增长分析 | 128 |
| 第二节 2011年中国智能手机行业结构分析 | 129 |
| 一、企业数量结构分析 | 129 |
| 二、销售收入结构分析 | 130 |
| 第三节 2011年中国智能手机行业产值分析 | 131 |
| 一、产成品增长分析 | 131 |
| 二、工业销售产值分析 | 131 |
| 三、出口交货值分析 | 131 |

| | |
|------------------------------|-----|
| 第四节 2011年中国智能手机行业成本费用分析 | 132 |
| 一、销售成本统计 | 132 |
| 二、费用统计 | 132 |
| 第五节 2011年中国智能手机行业盈利能力分析 | 133 |
| 一、主要盈利指标分析 | 133 |
| 二、主要盈利能力指标分析 | 133 |
| 第六章 2011年中国智能手机进出口数据监测分析 | 134 |
| 第一节 2011年中国电话机进口数据分析 | 134 |
| 一、进口数量分析 | 134 |
| 二、进口金额分析 | 134 |
| 第二节 2011年中国手持或车载无线电话机出口数据分析 | 135 |
| 一、出口数量分析 | 135 |
| 二、出口金额分析 | 135 |
| 第七章 2011-2012年中国智能手机行业消费市场分析 | 136 |
| 第一节 中国智能手机消费者收入分析 | 136 |
| 一、中国人口、人民生活分析 | 136 |
| 二、消费者收入水平 | 136 |
| 三、2011-2012年消费者信心指数分析 | 137 |
| 第二节 智能手机市场消费需求分析 | 139 |
| 一、智能手机市场的消费需求变化 | 139 |
| 二、智能手机行业的需求情况分析 | 142 |
| 三、2011-2012年智能手机品牌市场消费需求分析 | 142 |
| 第三节 智能手机消费市场状况分析 | 143 |
| 一、智能手机行业消费特点 | 143 |
| 二、智能手机消费者分析 | 143 |
| 三、智能手机消费结构分析 | 145 |
| 四、智能手机消费的市场变化 | 146 |
| 五、智能手机市场的消费方向 | 148 |
| 第四节 不同客户购买相关的态度及影响分析 | 150 |
| 一、价格敏感程度 | 150 |
| 二、品牌的影响 | 150 |
| 三、购买方便的影响 | 151 |

| | |
|---------------------------------|-----|
| 四、广告的影响程度 | 152 |
| 五、包装的影响程度 | 152 |
| 第五节 智能手机行业产品的品牌市场调查 | 156 |
| 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查 | 156 |
| 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查 | 157 |
| 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道 | 161 |
| 四、消费者经常购买的品牌调查 | 161 |
| 五、智能手机行业品牌忠诚度调查 | 161 |
| 六、智能手机行业品牌市场占有率调查 | 163 |
| 七、消费者的消费理念调研 | 167 |
| 第二部分 市场竞争分析 | |
| 第八章 2011-2012年中国智能手机行业竞争格局分析 | 171 |
| 第一节 2011-2012年中国智能手机行业SWOT分析 | 171 |
| 一、优势 | 171 |
| 二、劣势 | 172 |
| 三、机会 | 175 |
| 四、威胁 | 175 |
| 第二节 2011-2012年中国智能手机行业集中度分析 | 176 |
| 第三节 2011-2012年中国智能手机行业竞争态势分析 | 197 |
| 一、智能手机产品技术竞争分析 | 197 |
| 二、智能手机市场价格竞争分析 | 200 |
| 三、智能手机生产成本竞争分析 | 204 |
| 第四节 2011-2012年中国智能手机行业竞争策略分析 | 207 |
| 一、产品竞争策略 | 207 |
| 二、品牌竞争策略 | 209 |
| 三、成本控制策略 | 209 |
| 第九章 2011-2012年中国智能手机行业重点企业竞争力分析 | 211 |
| 第一节 宏达国际电子股份有限公司 | 211 |
| 一、企业概况 | 211 |
| 二、企业主要经营分析 | 212 |
| 三、企业运营模式分析 | 212 |

| | |
|-----------------------|-----|
| 四、企业市值发展分析 | 214 |
| 第二节 TCL集团股份有限公司 | 215 |
| 一、企业概况 | 215 |
| 二、企业主要经济指标分析 | 216 |
| 三、企业盈利能力分析 | 218 |
| 四、企业偿债能力分析 | 219 |
| 五、企业运营能力分析 | 219 |
| 六、企业成长能力分析 | 220 |
| 第三节 华为技术有限公司 | 220 |
| 一、企业概况 | 220 |
| 二、企业经营分析 | 221 |
| 三、企业主要优势分析 | 222 |
| 四、企业发展战略分析 | 223 |
| 第四节 中兴通讯股份有限公司 | 223 |
| 一、企业概况 | 223 |
| 二、企业主要经济指标分析 | 224 |
| 三、企业盈利能力分析 | 226 |
| 四、企业偿债能力分析 | 227 |
| 五、企业运营能力分析 | 227 |
| 六、企业成长能力分析 | 228 |
| 第五节 联想集团 | 228 |
| 一、企业概况 | 228 |
| 二、企业经营分析 | 229 |
| 三、企业主要优势分析 | 230 |
| 第六节 宇龙计算机通信科技（深圳）有限公司 | 231 |
| 一、企业概况 | 231 |
| 二、企业经营分析 | 232 |
| 三、企业发展规划分析 | 234 |
| 第七节 北京小米科技有限责任公司 | 235 |
| 一、企业概况 | 235 |
| 二、企业经营分析 | 236 |
| 第八节 魅族科技 | 236 |

| | |
|----------------------------------|-----|
| 一、企业简介 | 236 |
| 二、企业经营分析 | 237 |
| 第三部分 关联行业分析 | |
| 第十章 2011-2012年中国智能手机行业相关产业运行态势分析 | 241 |
| 第一节 上游原材料 | 241 |
| 一、行业总况 | 241 |
| 二、未来前景预测 | 243 |
| 第二节 下游市场 | 244 |
| 一、行业总况 | 244 |
| 二、市场发展格局 | 255 |
| 三、未来前景预测 | 259 |
| 第四部分 发展趋势与投资分析 | |
| 第十一章 2012-2016年中国智能手机行业发展趋势分析 | 265 |
| 第一节 2012-2016年我国智能手机行业发展前景与机遇分析 | 265 |
| 一、我国智能手机行业发展前景 | 265 |
| 二、我国智能手机发展机遇分析 | 267 |
| 三、智能手机行业发展趋势预测 | 267 |
| 第二节 2012-2016年中国智能手机市场趋势分析 | 269 |
| 一、智能手机市场趋势总结 | 269 |
| 二、智能手机市场发展空间 | 272 |
| 三、智能手机价格走势分析 | 274 |
| 四、智能手机技术革新趋势 | 274 |
| 第三节 2012-2016年中国智能手机市场需求与消费预测 | 279 |
| 一、智能手机产品消费预测 | 279 |
| 二、智能手机市场规模预测 | 280 |
| 三、智能手机行业总产值预测 | 280 |
| 四、智能手机供需平衡预测 | 281 |
| 第十二章 2012-2016年中国智能手机行业投资机会与风险分析 | 284 |
| 第一节 2012-2016年中国智能手机行业投资效益分析 | 284 |
| 一、智能手机行业投资策略分析 | 284 |
| 二、智能手机行业投资效益分析 | 285 |
| 三、智能手机行业投资趋势预测 | 287 |

| | |
|-------------------------------------|-----|
| 四、新进入者应注意的障碍因素分析 | 289 |
| 第二节 2012-2016年中国影响智能手机行业发展的主要因素分析 | 292 |
| 一、影响智能手机行业运行的有利因素分析 | 292 |
| 二、影响智能手机行业运行的稳定因素分析 | 293 |
| 三、影响智能手机行业运行的不利因素分析 | 296 |
| 四、我国智能手机行业发展面临的挑战分析 | 297 |
| 第三节 2012-2016年中国智能手机行业投资风险及控制策略分析 | 299 |
| 一、智能手机行业市场风险及控制策略 | 299 |
| 二、智能手机行业经营风险及控制策略 | 300 |
| 三、智能手机行业技术风险及控制策略 | 302 |
| 四、智能手机行业同业竞争风险及控制策略 | 305 |
| 五、智能手机行业其他风险及控制策略 | 305 |
| 第十三章 2012-2016年中国智能手机行业投资战略研究 | 308 |
| 第一节 智能手机行业发展战略研究 | 308 |
| 一、技术开发战略 | 308 |
| 二、产业战略规划 | 312 |
| 三、业务组合战略 | 314 |
| 四、营销战略规划 | 316 |
| 五、区域战略规划 | 318 |
| 六、企业信息化战略规划 | 328 |
| 第二节 对我国智能手机品牌的战略思考 | 329 |
| 一、企业品牌的重要性 | 329 |
| 二、智能手机实施品牌战略的意义 | 331 |
| 三、智能手机企业品牌的现状分析 | 332 |
| 四、我国智能手机企业的品牌战略 | 332 |
| 五、智能手机品牌战略管理的策略 | 334 |
| 图表目录； | |
| 图表：2006-2011年国内生产总值及其增长速度 | 1 |
| 图表：2011年居民消费价格月度涨跌幅度 | 2 |
| 图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度 | 2 |
| 图表：2011年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况 | 3 |
| 图表：2006-2011年城镇新增就业人数 | 4 |

图表：2006-2011年年末国家外汇储备及其增长速度 4

图表：2006-2011年公共财政收入及其增长速度 5

图表：2006-2011年粮食产量及其增长速度 6

图表：2006-2011年全部工业增加值及其增长速度 7

图表：2011年主要工业产品产量及其增长速度 7

图表：2011年规模以上工业企业实现利润及其增长速度 9

图表：2006-2011年建筑业增加值及其增长速度 10

图表：2006-2011年全社会固定资产投资及其增长速度 11

图表：2011年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 11

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力 13

图表：2011年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度 13

图表：2006-2011年社会消费品零售总额及其增长速度 14

图表：2011年货物进出口总额及其增长速度 15

图表：2011年主要商品出口数量、金额及其增长速度 16

图表：2011年主要商品进口数量、金额及其增长速度 16

图表：2011年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 17

图表：2006-2011年货物进出口总额 18

图表：2011年非金融领域外商直接投资及其增长速度 18

图表：2011年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 19

图表：2011年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 20

图表：2006-2011年年末电话用户数 21

图表：2011年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度 22

图表：2006-2011年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 23

图表：2011年年末人口数及其构成 25

图表：2006-2011年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 26

图表：2006-2011年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 26

图表：2011年1月居民消费价格指数 30

图表：2011年2月居民消费价格指数 30

图表：2011年3月居民消费价格指数 30

图表：2011年4月居民消费价格指数 30

图表：2011年5月居民消费价格指数 30

图表：2011年6月居民消费价格指数 31

图表：2011年7月居民消费价格指数 31
图表：2011年8月居民消费价格指数 31
图表：2011年9月居民消费价格指数 31
图表：2011年10月居民消费价格指数 31
图表：2011年11月居民消费价格指数 32
图表：2011年12月居民消费价格指数 32
图表：2012年1月居民消费价格指数 32
图表：2012年2月居民消费价格指数 32
图表：2012年3月居民消费价格指数 32
图表：2012年4月居民消费价格指数 33
图表：2011年1月消费者预期指数 33
图表：2011年2月消费者预期指数 33
图表：2011年3月消费者预期指数 33
图表：2011年4月消费者预期指数 33
图表：2011年5月消费者预期指数 33
图表：2011年6月消费者预期指数 33
图表：2011年7月消费者预期指数 33
图表：2011年8月消费者预期指数 34
图表：2011年9月消费者预期指数 34
图表：2011年10月消费者预期指数 34
图表：2011年11月消费者预期指数 34
图表：2011年12月消费者预期指数 34
图表：2012年1月消费者预期指数 34
图表：2012年2月消费者预期指数 34
图表：2012年3月消费者预期指数 34
图表：2012年4月消费者预期指数 35
图表：2011年1月消费者满意指数 35
图表：2011年2月消费者满意指数 35
图表：2011年3月消费者满意指数 35
图表：2011年4月消费者满意指数 35
图表：2011年5月消费者满意指数 35
图表：2011年6月消费者满意指数 35

图表：2011年7月消费者满意指数 35

图表：2011年8月消费者满意指数 36

图表：2011年9月消费者满意指数 36

图表：2011年10月消费者满意指数 36

图表：2011年11月消费者满意指数 36

图表：2011年12月消费者满意指数 36

图表：2012年1月消费者满意指数 36

图表：2012年2月消费者满意指数 36

图表：2012年3月消费者满意指数 36

图表：2012年4月消费者满意指数 37

图表：2011年全国城乡居民收入 39

图表：2011年全国农村居民收入结构 40

图表：2011年全国城镇居民收入结构 40

图表：1978-2010年城乡居民收入增长情况 41

图表：1978-2010年城乡居民收入比 41

图表：2001-2010年中国恩格尔系数 42

图表：2001-2010年中国恩格尔系数走势 42

图表：2011年12月份规模以上工业生产主要数据 43

图表：2010-2011年全国规模以上工业增加值增速 45

图表：2010-2011年全国东、中、西部规模以上工业增加值增速 45

图表：2010-2011年全国发电量统计 46

图表：2010-2011年全国钢材统计 46

图表：2010-2011年全国水泥统计 47

图表：2010-2011年全国原油加工量统计 47

图表：2010-2011年全国十种有色金属统计 48

图表：2010-2011年全国乙烯统计 48

图表：2010-2011年全国汽车统计 49

图表：2010-2011年全国轿车统计 49

图表：2011年固定资产投资主要情况 51

图表：2011年各地区固定资产投资（不含农户）情况 53

图表：2011年固定资产投资（不含农户）增速 55

图表：2011年固定资产投资资金来源增速 55

图表：2011年东、中、西部地区固定资产投资增速 55

图表：2006-2011年人口及其自然增长率变化趋势 64

图表：2011年末各年龄段人口比重 64

图表：2006-2011年各年龄段人口比重变化情况 65

图表：2006-2011年出生人口性别比变化情况 65

图表：2011年Q1-Q4中国智能手机市场销售量对比状况 76

图表：2009-2011年Q4中国智能手机市场销售量对比状况...76

图表：2012年中国品牌厂商智能手机出货量预测 93

图表：2011年12月-2012年1月中国智能手机市场均价对比 94

图表：2012年1月中国智能手机市场均价走势 94

图表：2012年1月中国智能手机市场主流品牌均价对比 95

图表：2012年1-2月中国智能手机市场均价对比 96

图表：2012年2月中国智能手机市场均价走势 96

图表：2012年2月中国智能手机市场主流品牌均价对比 97

图表：2012年2-3月中国智能手机市场产品均价对比 98

图表：2012年3月1日-31日中国智能手机市场产品均价走势 98

图表：2012年3月中国智能手机市场主流品牌产品均价对比 99

图表：2012年3-4月中国智能手机市场产品均价对比 100

图表：2012年4月1日-30日中国智能手机市场产品均价走势 100

图表：2012年4月中国智能手机市场主流品牌产品均价对比 101

图表：2012年4-5月中国智能手机市场产品均价对比 102

图表：2012年5月1日-31日中国智能手机市场产品均价走势 102

图表：2012年5月中国智能手机市场主流品牌产品均价对比 103

图表：2012年5-6月中国智能手机市场产品均价对比 104

图表：2012年6月1日-30日中国智能手机市场产品均价走势 105

图表：2012年6月中国智能手机市场主流品牌产品均价对比 105

图表：2012年Q1中国智能手机市场销量状况 106

图表：2012年Q1中国智能手机用户数发展状况 107

图表：2011年智能手机等通信设备制造企业单位数 128

图表：2011年智能手机等通信设备制造从业人员数 128

图表：2011年智能手机等通信设备制造资产合计 128

图表：2011年智能手机等通信设备制造不同类型企业单位数 129

图表：2011年智能手机等通信设备制造不同所有制企业单位数 129

图表：2011年智能手机等通信设备制造不同类型企业工业销售产值 130

图表：2011年智能手机等通信设备制造不同所有制企业工业销售产值 130

图表：2011年智能手机等通信设备制造产成品 131

图表：2011年智能手机等通信设备制造工业销售产值 131

图表：2011年智能手机等通信设备制造出口交货值 131

图表：2011年智能手机等通信设备制造主营业务成本 132

图表：2011年智能手机等通信设备制造营业费用 132

图表：2011年智能手机等通信设备制造管理费用 132

图表：2011年智能手机等通信设备制造财务费用 132

图表：2011年智能手机等通信设备制造主营业务收入 133

图表：2011年智能手机等通信设备制造利润总额 133

图表：2011-2012年电话机进口数量 134

图表：2011-2012年电话机进口金额 134

图表：2011-2012年手持或车载无线电话机出口数量 135

图表：2011-2012年手持或车载无线电话机出口金额 135

图表：2011年智能手机消费者个人收入指数图 136

图表：2011年智能手机消费者家庭收入指数图 137

图表：2011年1月消费者信心指数 137

图表：2011年2月消费者信心指数 137

图表：2011年3月消费者信心指数 137

图表：2011年4月消费者信心指数 138

图表：2011年5月消费者信心指数 138

图表：2011年6月消费者信心指数 138

图表：2011年7月消费者信心指数 138

图表：2011年8月消费者信心指数 138

图表：2011年9月消费者信心指数 138

图表：2011年10月消费者信心指数 138

图表：2011年11月消费者信心指数 138

图表：2011年12月消费者信心指数 139

图表：2012年1月消费者信心指数 139

图表：2012年2月消费者信心指数 139

图表：2012年3月消费者信心指数 139

图表：2012年4月消费者信心指数 139

图表：2011年智能手机消费者教育程度指数图 146

图表：2011年智能手机消费者预期购买智能手机价格段指数图 150

图表：2011年智能手机消费者预期购买哪些品牌指数图 151

图表：2011年智能手机消费者购买智能手机的渠道指数图 152

图表：智能手机消费者获取信息的广告渠道 152

图表：智能手机用户所用手机品牌分布 157

图表：智能手机消费者偏好的运营商 158

图表：智能手机消费者偏好的手机品牌 158

图表：智能手机消费者偏好的操作系统 158

图表：智能手机消费者对行业品牌的首要认知渠道 161

图表：2011年中国Android智能手机品牌市场占有情况 164

图表：2012年Q1中国智能手机市场各品牌销量占比状况 165

图表：2012年Q1中国智能手机市场品牌占有率状况 166

图表：2012年Q1中国智能手机市场不同价位的手手机销售状况 166

图表：2012年Q1中国智能手机市场操作系统占有率状况 167

图表：2011年中国智能手机市场品牌关注度比例分布 178

图表：2011年Q1 - Q4中国手机市场品牌关注排名对比 179

图表：2011年中国智能手机市场不同价位段产品关注比例分布 180

图表：2011年中国智能手机与整体市场不同价格段产品关注比例对比 180

图表：2011年中国智能手机市场不同操作系统产品关注比例分布 181

图表：2011年Q1-Q4智能手机市场主流操作系统产品关注比例走势 182

图表：2011年中国智能手机市场不同屏幕尺寸产品关注比例分布 183

图表：2011年智能手机与整体市场不同屏幕尺寸产品关注比例对比 183

图表：2011年中国智能手机市场不同摄像头像素产品关注比例分布 184

图表：2011年智能手机与整体市场不同摄像头像素产品关注比例对比 185

图表：2011年Q1-Q4中国智能手机市场主流品牌关注比例走势 186

图表：2011年中国智能手机市场主流品牌市售产品数量对比 186

图表：2012年Q1中国智能手机市场品牌关注比例分布 188

图表：2011Q4-2012Q1中国智能手机市场品牌关注比例对比 188

图表：2012年Q1中国智能手机市场产品关注排名 190

图表：2012年Q1中国智能手机市场最受关注十五大产品及参数 190

图表：2012年Q1中国智能手机市场不同价位产品关注比例对比 192

图表：2012年1-3月中国智能手机市场不同价位产品关注比例走势 192

图表：2012年Q1中国智能手机市场不同操作系统产品关注比例分布 193

图表：2012年1-3月中国智能手机市场不同操作系统产品关注比例走势 194

图表：2012年Q1中国智能手机市场不同屏幕尺寸产品关注比例分布 194

图表：2012年1-3月中国智能手机市场不同屏幕尺寸产品关注比例走势 195

图表：2012年1-3月中国智能手机市场主流品牌关注比例走势 196

图表：2012年Q1中国手机市场三星、HTC、诺基亚、摩托罗拉不同价位产品占比 196

图表：2012年Q1中国智能手机市场三星、HTC、诺基亚、摩托罗拉不同价位产品关注比例对比 197

图表：2011年TCL集团股份有限公司经营分析（按行业构成） 216

图表：2011年TCL集团股份有限公司经营分析（按产品构成） 216

图表：2011年TCL集团股份有限公司经营分析（按地区构成） 217

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司资本结构 217

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司现金流量 217

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司投资收益 218

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司获利能力 218

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司偿债能力 219

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司经营效率 219

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司发展能力 220

图表：2011年华为技术有限公司财务概况 222

图表：2011年中兴通讯股份有限公司经营分析（按行业构成） 224

图表：2011年中兴通讯股份有限公司经营分析（按产品构成） 225

图表：2011年中兴通讯股份有限公司经营分析（按地区构成） 225

图表：2011-2012年中兴通讯股份有限公司资本结构 225

图表：2011-2012年中兴通讯股份有限公司现金流量 226

图表：2011-2012年中兴通讯股份有限公司投资收益 226

图表：2011-2012年中兴通讯股份有限公司获利能力 226

图表：2011-2012年中兴通讯股份有限公司偿债能力 227

图表：2011-2012年中兴通讯股份有限公司经营效率 227

图表：2011-2012年中兴通讯股份有限公司发展能力 228

图表：2003-2013年中国智能手机价格变化情况 274

图表：区域发展战略咨询流程图 325

图表：区域SWOT战略分析图 326

图表：2010-2011年中国智能手机市场品牌关注比例对比 332

略.....

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家经济信息中心、国家工业和信息化部、中国智能手机协会、中国通信工业协会、博思数据研究中心、国内外相关报刊杂志的基础信息以及智能手机专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国智能手机的行业现状、市场各类经营指标的情况、重点企业状况、产业竞争格局等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对智能手机市场发展动向作了详尽深入的分析，并根据智能手机行业的发展轨迹对智能手机未来的发展趋势作了审慎的判断，为智能手机产业投资者寻找新的投资机会。最后阐明智能手机行业的投资空间，指明投资方向，提出研究者的战略创新建议，以供投资决策者参考。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yingjian1208/613827PGDA.html>