

2014-2018年中国智能手机 市场现状分析及投资前景研究报告

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

《2014-2018年中国智能手机市场现状分析及投资前景研究报告》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/yingjian1310/T128536G40.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-10-28

【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

报告说明:

博思数据发布的《2014-2018年中国智能手机市场现状分析及投资前景研究报告》共三章。首先介绍了中国智能手机行业的概念，接着分析了中国智能手机行业发展环境，然后对中国智能手机行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国智能手机行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国智能手机行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

2012年中国智能手机销量将增长137%达到1.89亿部。2013年中国整体手机市场出货量将达3.8亿部，同比增长率为5.0%；而智能手机出货量将达到3.0亿部，同比增长44.0%，这与2012年高达130.0%的增长率相比虽有所放缓，但增长势头依然强劲。

受益于EDGE和TD-SCDMA产品中国大陆本土品牌一直日益增长，因为一些国际大品牌还没有对支持这两个技术投入多少注意力。Digitimes Research称，这种状况导致中国大陆本土品牌在2012年将占有61%的中国智能手机市场份额。中国大陆的Android平台智能手机市场份额稳定地增长，到今年第四季度其销量可能会达到5080万部，占该季度中国大陆智能手机总发货量的86%。对2012年全年而言，预计中国大陆Android平台手机将达到1.57亿部，较去年同期增长260%。

预测，2013年中国整体手机市场出货量将达3.8亿部，同比增长率为5.0%；而智能手机出货量将达到3.0亿部，同比增长44.0%，这与2012年高达130.0%的增长率相比虽有所放缓，但增长势头依然强劲，其中单价700元以下的运营商定制智能手机带来的出货量功不可没。同时，IDC预计到2013年底中国的智能手机用户数将超过5个亿。

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“十二五”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 中国智能手机行业市场分析

2.1 中国手机行业发展现状

2.1.1 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
- 2.1.2 中国手机用户规模分析
- 2.1.3 中国手机行业产量分析
- 2.1.4 中国手机行业销量分析
- 2.2 中国智能手机行业市场发展状况分析
- 2.2.1 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
- 2.2.2 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
- 2.2.3 中国智能手机渗透率分析
- 2.2.4 中国智能手机市场影响因素分析
- 2.3 中国智能手机市场结构分析
- 2.3.1 2012-2013年智能手机品牌结构分析
 - (1) 2012年智能手机品牌结构分析
 - (2) 2011年智能手机品牌结构分析
- 2.3.2 2012-2013年智能手机产品结构分析
 - (1) 2012-2013年智能手机价格段结构
 - (2) 2012-2013年智能手机屏幕尺寸结构
 - (3) 2012-2013年摄像头像素结构
- 2.4 中国智能手机市场价格分析
- 2.4.1 中国手机价格敏感度分析
- 2.4.2 中国手机价格接受度分析
- 2.4.3 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
- 2.4.4 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

2.5 3g对中国智能手机市场的影响

2.5.1 3g标准简介

2.5.2 不同3g标准用户规模及arpu分析

2.5.3 不同制式智能手机销量情况分析

2.5.4 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

2.6 中国山寨智能手机市场分析

2.6.1 中国山寨手机市场发展现状分析

2.6.2 中国山寨智能手机技术分析

2.6.3 中国山寨智能手机成败因素分析

2.6.4 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

2.7 中国智能手机应用软件市场分析

2.7.1 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) android market分析

(4) 应用程序市场前景预测

2.7.2 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3章 中国智能手机行业投资与发展战略分析

3.1 中国智能手机行业发展前景分析

3.1.1 中国智能手机出货量预测分析

3.1.2 中国智能手机销量预测分析

3.1.3 2014-2018年发展阶段分析

3.2 中国智能手机行业投资风险

3.2.1 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

3.2.2 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

3.3 中国智能手机行业投资特性及建议

3.3.1 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

3.3.2 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

3.4 中国智能手机市场战略与成功因素

3.4.1 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

3.4.2 中国智能手机市场的成功因素分析

图表目录：（部分）

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6：2008-2012年全球主要经济体经济增长速度（单位：%）

图表7：2010-2013年全球主要经济体经济增速及预测分析（单位：%）

图表8：2010-2012年中国国内生产总值分季度同比增长速度（单位：%）

图表9：2008-2012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12：2010-2012年全球半导体产值（单位：亿美元，%）

图表13：2004-2012年中国pcb行业产销情况（单位：亿元，%）

图表14：最近连续两年中国led显示屏行业市场规模（单位：亿元，%）

图表15：2014-2018年中国led显示屏行业市场规模预测（单位：亿元）

图表16：最近连续三年全球触摸屏行业市场规模（单位：亿元，%）

图表17：最近连续两年全球锂电池产业市场规模（单位：亿元，%）

图表18：最近连续八年中国城镇居民人均总收入及增长情况（单位：元，%）

图表19：最近连续八年农村居民人均纯收入及增长情况（单位：元，%）

图表20：2010-2012年中国电信业收入规模（单位：亿元，%）

图表21：最近连续六年6月中国手机用户数量及增长率（单位：亿户，%）

图表22：最近连续六年中国手机产量及增长率（单位：亿部，%）

图表23：最近连续六年中国手机市场总销售量及增长率（单位：亿部，%）

图表24：最近连续六年中国智能手机出货量增长率（单位：万部，%）

图表25：最近连续六年中国智能手机销量及增长率（单位：万部，%）

图表26：2006-2012年中国智能手机市场渗透率（单位：%）

图表27：中国vs北美智能手机渗透率（单位：%）

图表28：2006-2013年新兴市场智能手机渗透率走势预测（单位：%）

图表29：中国智能手机市场有利因素与不利因素对比分析

图表30：2012年中国智能手机市场品牌关注比例分布（单位：%）

图表31：2012q2-2012年中国智能手机市场品牌关注比例对比（单位：%）

图表32：中国智能手机市场品牌格局对比（单位：%）

图表33：中国智能手机市场不同价格段产品分布（单位：元，%）

图表34：中国整体手机市场不同价格段产品对比（单位：%）

图表35：中国智能手机市场不同屏幕尺寸产品分布（单位：%）

图表36：中国整体手机市场不同屏幕尺寸产品对比（单位：%）

图表37：中国智能手机市场不同摄像头像素产品分布（单位：%）

图表38：中国智能手机市场、整体手机市场不同摄像头像素产品对比（单位：%）

图表39：2012年中国手机市场产品均价对比（单位：元）

图表40：2012年中国整体手机市场主流品牌产品均价对比（单位：元）

图表41：2012年对q2整体手机市场主流品牌均价变动幅度（单位：元）

图表42：2012年中国智能手机市场产品均价对比（单位：元）

图表43：2012年中国智能手机市场主流品牌产品均价对比（单位：元）

图表44：2012年中国智能手机市场主流品牌产品均价变化幅度（单位：元）

图表45：三大运营商3g标准用户数量（单位：万户，%）

图表46：最近连续三年6月三大运营商arpu（单位：元）

图表47：2006-2013年中国山寨手机市场规模及预测（单位：亿部）

图表48：中国手机产业格局演变

图表49：中国山寨智能手机成败因素对比分析

图表50：上半年全球主要应用商店应用数量趋势（单位：个）

图表51：android market销售收入对比（单位：万美元）

图表52：2017年智能手机移动应用程序市场收入预测（单位：亿美元）

图表53：最近连续六年中国智能手机应用软件市场规模（单位：亿元，%）

图表54：2014-2018年中国智能手机应用软件市场规模预测（单位：亿元，%）

图表55：2011-2013年中国智能手机出货量及增长率预测（单位：百万部）

图表56：2011-2013年中国智能手机销量增长率预测（单位：百万部）

图表57：行业吸引力评价表

图表58：智能手机行业盈利点分析

图表59：智能手机行业盈利发展模式

图表60：中国智能手机市场各厂商阵营确保市场地位采取的策略

略……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yingjian1310/T128536G40.html>