

中国智能手机产业全景调研及未来五年投资方向 分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国智能手机产业全景调研及未来五年投资方向分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shuma/221347221347.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

第一章 智能手机行业发展概述

1.1 智能手机行业发展生命周期

1.1.1 行业生命周期生命划分

1.1.2 判断行业处于生命周期所处阶段的主要指标

1.1.3 智能手机行业所处的发展阶段判断

1.2 智能手机行业商业模式在不同生命阶段的演变

1.2.1 智能手机行业起步期商业特点

(1) 商业模式结构

(2) 商业模式特征

1.2.2 智能手机行业成长期商业特点

(1) 商业模式结构

(2) 商业模式特征

第二章 智能手机行业商业模式总体特点

2.1 什么是商业模式

2.1.1 商业模式的概念

2.1.2 商业模式基本结构

(1) 商业模式总体结构

(2) 商业模式组成部分

(3) 商业模式核心要素

2.2 成功商业模式应该具有的特征

2.2.1 创新性

2.2.2 赢利性

2.2.3 客户价值挖掘

2.2.4 风险控制

2.2.5 后续发展力

2.2.6 整体协调

2.3 中国智能手机行业商业模式的特点

2.3.1 行业商业模式设计好坏不一

2.3.2 缺少整体思维

2.3.3 模仿痕迹明显

2.3.4 缺少盈利模式

第三章 智能手机企业如何构建商业模式

3.1 商业模式与其它模式的区别和联系

3.1.1 商业模式与其它模式的区别

3.1.2 商业模式与其它模式的联系

3.2 商业模式构建的基本流程

3.2.1 商业模式九大要素相互关系

(1) 价值主张统领其它要素的核心

(2) 收入来源由哪些要素决定

(3) 成本结构由哪些要素决定

(4) 盈利公式是怎么形成的

3.2.2 商业模式构建的基本流程

第四章 智能手机企业如何进行商业模式创新

4.1 盈利难商业模式如何创新

4.1.1 年智能手机行业利润分布

(1) 国际品牌盈利状况

(2) 国内品牌盈利状况

4.1.2 智能手机企业盈利公式问题

(1) 盈利能力强

(2) 盈利能力弱

4.2 面对“红海”竞争商业模式如何进行创新

4.2.1 智能手机代表性企业市场定位

4.2.2 不同细分市场竞争状况

4.2.3 E人E本的启示

4.2.4 商业模式视下的蓝海战略

(1) 发现智能手机产业链中利润池

(2) 小米开辟智能手机行业宣传和渠道新模式

(3) 利润池在智能手机产业链其它分布

4.2.5 发现智能手机新的细分市场

(1) 里奥的学生智能手机

(2) 其它新型细分领域

第五章 智能手机企业商业创新SWOT分析

5.1 智能手机企业生态系与商业模式创新

5.1.1 商业生态系统定义

5.1.2 商业生态系统在企业内外价值链在的分布

5.1.3 商业生态系统与商业模式的关系

(1) 企业商业生态系统是商业模式基础

(2) 商业模式的创新本质上是生态系统再造

5.2 智能手机行业竞争地位分析

5.2.1 手机行业竞争地位分析方法

5.2.2 手机行业不同竞争地位所属企业

5.2.3 不同竞争地位的企业生态系统存在巨大差异

5.3 智能手机行业领导者商业模式的机遇和挑战

5.3.1 智能手机行业领导者生态结构

5.3.2 手机行业领导者生态评价

5.3.3 手机行业领导者商业模式设计创新的机遇和挑战

第六章 典型商业模式在智能手机行业中的应用

6.1 封闭式商业模式在行业中的应用

6.1.1 什么是封闭式商业模式

6.1.2 苹果对封闭式商业模式的创新应用

(1) 苹果的封闭性

(2) 苹果的开放性

6.1.3 苹果商业模式结构图

6.1.5 苹果商业模式对行业的启示

6.2 纵向一体化商业模式在行业中的应用

6.2.1 什么是纵向一体化商业模式

6.2.2 星纵向一体化商业模式应用

(1) 三星在手产业链上的布局

(2) 三星纵向一体带来的竞争优势

6.2.3 星商业模式结构图

第七章 智能手机企业商业模式比较分析

7.1 智能手机企业商业模式各要素统计分析

7.1.1 智能手机企业市场定位的特点

(1) 定位统计列表

(2) 特点总结

7.1.2 智能手机企业渠道特点

(1) 渠道方式统计

(2) 特点总结

7.1.3 智能手机企业广告策略特点

(1) 广告统计

(2) 特点总结

7.2 部分智能手机企业商业模式简介

7.2.1 HTC

- (1) HTC公司简介
- (2) HTC手机商业模式
- (3) HTC手机商业模式评点

7.2.2 中兴

- (1) 公司简介
- (2) 商业模式
- (3) 商业模式评点

7.2.3 联想

- (1) 公司简介
- (2) 商业模式
- (3) 商业模式评点

7.2.4 华为

- (1) 公司简介
- (2) 商业模式
- (3) 商业模式评点

7.2.5 酷派

- (1) 公司简介
- (2) 商业模式
- (3) 商业模式评点

第八章 未来五年中国智能手机行业发展前景分析与预测

8.1 未来五年行业未来发展前景分析

8.1.1 国内投资环境分析

8.1.2 市场机会分析

8.1.3 投资增速预测

8.2 未来五年行业未来发展趋势预测

8.3 未来五年行业市场发展预测

8.3.1 行业市场规模预测

8.3.2 行业市场规模增速预测

8.3.3 行业产值规模预测

8.3.4 行业产值增速预测

8.4 未来五年行业盈利走势预测

8.4.1 行业毛利润同比增速预测

8.4.2 行业利润总额同比增速预测

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shuma/221347221347.html>