

2021年中国手机操作系统行业分析报告- 市场运营态势与发展规划趋势

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《2021年中国手机操作系统行业分析报告-市场运营态势与发展规划趋势》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/hulianwang/544221544221.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

手机操作系统主要应用在智能手机上。随着经济发展，全球进入移动互联网时代，操作系统历经了企业商用到个人计算机(PC)再到移动端三个阶段。多数国家及地区PC端操作系统渗透率均呈下降趋势。与PC端操作系统相比，手机操作系统受到更为广泛的关注，行业迎来发展良机。

手机操作系统发展历程

发展阶段

时间

具体情况

新时代

1996年-2005年

1996年,微软发布Windows CE操作系统进入手机操作系统开发行列。2001年6月Symbian S60的横空出世,将常规的手机操作系统代入全新智能手机操作系统。在未来的20年间,智能手机操作系统发展方向将以Symbian

S60系统的思路为主基调,进行逐代更新。2003年至2004年期间,Windows Mobile2003手机操作系统已搭载集成蓝牙,IE浏览器,并且支持横屏竖屏之间的相互切换。2005年,Google成功收购Android,并且黑莓操作系统4.1正式发布。智能手机操作系统的发展离不开Symbian OS带来其创新性的操作方式和对未来系统发展方向的指引。

激烈竞争阶段

2007年-2010年

2007年至2010年期间,苹果iOS、Android1.0、Samsung

Bada正式加入手机操作系统竞争行列。Windows Mobiles、黑莓OS,Symbian^1都已陆续更新系统相关服务应用,其中Android手机操作系统采取开放源代码的方式与其他闭源性手机操作系统竞争,这将快速带动其Android系统的发展,在这期间Symbian OS与苹果iOS为抢占手机操作系统市场份额相互竞争,而忽略Android系统以惊人速度发展壮大。当时市场认可度较低的开源式手机操作系统,在未来的10年间,已占领全球近75%的手机操作系统市场份额。

白热化阶段

2011年-2018年

2011至2018年期间,Android系

统的快速崛起已经占领其手机操作系统市场份额70%,iOS市场份额达22%,Windows Phone手机操作系统市场份额仅1%,黑莓OS、Symbian OS逐渐淡出智能手机操作系统竞争行列

Android系统的快速发展与其开源性的系统开发方式息息相关,开发者可通过公布的Android

源代码进行系统开发，并持续提供相关系统的应用程序，提高其系统在市场中的普及率，并且在这期间，中国手机终端生产商华为、小米、魅族、vivo、OPPO都使用基于Android系统进行深度订制的相关品牌厂商的专有系统，为其Android系统市场份额建立强大的基础。

鸿蒙OS加入竞争队列

2019年-2021年

2019年Windows 10 Mobile宣布停止更新，华为Harmony OS正式发布其系统是全球首个基于微内核全场景分布式开发的操作系统，它与Android系统都属于开源式操作系统，开发者可通过其开发者网站进行系统开发且该系统可兼容Android系统ARK软件应用格式，同时华为部分手机可直接将Android系统转换为Harmony OS系统，在这期间并不会影响手机之前存在相关应用软件及个人信息。华为宣布将于2021年6月，Harmony OS 2.0正式运用到相关产品

Harmony OS的分布式操作系统将数字运用与物联网紧紧联系，深度提升其全景式用户体验

数据来源：观研天下整理

根据数据显示，美国PC端操作系统渗透率由2012年的105.1%下降至2018年的93.8%。中国PC端操作系统渗透率由2012年的24.4%下降至2018年的21.8%。

中美两国PC端操作系统渗透率 数据来源：观研天下整理

目前手机操作系统行业已经形成了较为完整的产业链，主要由系统、厂商、用户三部分组成。

系统：目前主流手机操作系统可分为开放型平台和封闭型平台。

主流手机操作系统分类 数据来源：观研天下整理

厂商：制造厂商生产品牌手机的同时无需向Android系统开发商Google支付系统费用，属于免费手机操作系统。目前主营系统主要有Android系统和iOS系统两大系统，共涵盖手机操作系统近98%的市场份额。

根据数据显示，2019年1-8月，Android系统市场份额为75.98%，iOS系统市场份额为2.88%。

2019年1-8月主流手机操作系统市场份额 数据来源：观研天下整理

用户：用户在使用不同品牌厂商的智能手机时，所使用的手机操作系统基本为Android类和iOS操作系统两类，所带给用户的感受是相对不同的。

Android类和iOS操作系统用户感受 数据来源：观研天下整理

从行业竞争格局来看，随着手机操作系统技术快速更新，行业进入者增多，竞争日趋激烈。以Android为例：GMS，Google Mobile Service，是由谷歌开发，用于Android移动设备的应用程序API接口集合。谷歌GMS服务通过包括谷歌搜索、谷歌地图、谷歌邮件、谷歌商店、Youtube、谷歌日历、谷歌云盘等在内的一系列配套应用和各类API接口集合，将用户以及开发者捆绑到谷歌生态中。其中，谷歌邮件、YouTube、谷歌地图以及谷歌搜索等多个应用的用户规模均已达到10亿数量级，用户粘性极强，谷歌生态在移动终端形成一定垄断

地位。

因此尽管Android看似是一款开源免费的操作系统，但是由于手机厂商对Android系统的依赖，谷歌通过提供GMS服务收取手机厂商授权费用，收取开发者API接口费，以及预装谷歌应用，嵌入广告等方式，变相实现盈利。谷歌应用商店每年营收规模可达200亿美元。

2017-2023年手机操作系统市场占有率及预测 数据来源：观研天下整理

就国内而言，美国将华为列入实体清单后，华为旗下手机被禁止安装谷歌GMS服务，华为正积极应对，推出自主研发的HMS服务。同时，国内市场一直以来由于各方面原因，绝大多数用户不使用谷歌搜索、谷歌地图、谷歌商店等一系列配套应用，亦不适用GMS服务，GMS生态与Android操作系统捆绑程度较低，这给了华为缓冲发展HMS生态的机会。根据数据显示，接入HMS Core应用由2018年9月的2.3万增长至2019年9月的5万。

2018.09-2019.09接入HMS Core应用数量 数据来源：观研天下整理

随着HMS生态不断完善，将补齐华为移动端最后一块关键的生态短板。HMS汇聚华为终端“芯-端-云”能力，是华为自主研发的跨平台操作系统鸿蒙OS的基础，也是华为终端1+8+N全场景智慧化战略中的重要组成部分。HMS生态逐步成熟后，将为鸿蒙操作系统的落地推行提供有力条件。

华为HMS汇聚“芯-端-云”能力 数据来源：观研天下整理（zlj）

华为开发者网站为开发者们提供API参考、开发指南、示例代码及视频指导等功能，着力降低开发门槛和成本，助力开发者快速接入HMS Core，专注于产品技术创新。最后，华为面向全球开发者，还启动了投入10亿美元的耀星计划，全方位扶持、激励开发者在HMS生态上进行创新，实现HMS生态的繁荣。华为HMS服务未来前景可期，同时手机操作系统行业竞争将进一步加剧。

观研报告网发布的《2021年中国手机操作系统行业分析报告-市场运营态势与发展规划趋势》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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国手机操作系统行业发展概述

第一节 手机操作系统行业发展情况概述

- 一、手机操作系统行业相关定义
- 二、手机操作系统行业基本情况介绍
- 三、手机操作系统行业发展特点分析
- 四、手机操作系统行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、手机操作系统行业需求主体分析

第二节 中国手机操作系统行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、手机操作系统行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国手机操作系统行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国手机操作系统行业生命周期分析

- 一、手机操作系统行业生命周期理论概述
- 二、手机操作系统行业所属的生命周期分析

第四节 手机操作系统行业经济指标分析

- 一、手机操作系统行业的赢利性分析

二、手机操作系统行业的经济周期分析

三、手机操作系统行业附加值的提升空间分析

第五节 中国手机操作系统行业进入壁垒分析

一、手机操作系统行业资金壁垒分析

二、手机操作系统行业技术壁垒分析

三、手机操作系统行业人才壁垒分析

四、手机操作系统行业品牌壁垒分析

五、手机操作系统行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球手机操作系统行业市场发展现状分析

第一节 全球手机操作系统行业发展历程回顾

第二节 全球手机操作系统行业市场区域分布情况

第三节 亚洲手机操作系统行业地区市场分析

一、亚洲手机操作系统行业市场现状分析

二、亚洲手机操作系统行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲手机操作系统行业市场前景分析

第四节 北美手机操作系统行业地区市场分析

一、北美手机操作系统行业市场现状分析

二、北美手机操作系统行业市场规模与市场需求分析

三、北美手机操作系统行业市场前景分析

第五节 欧洲手机操作系统行业地区市场分析

一、欧洲手机操作系统行业市场现状分析

二、欧洲手机操作系统行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲手机操作系统行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界手机操作系统行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球手机操作系统行业市场规模预测

第三章 中国手机操作系统产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品手机操作系统总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国手机操作系统行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国手机操作系统产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国手机操作系统行业运行情况

第一节 中国手机操作系统行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国手机操作系统行业市场规模分析

第三节 中国手机操作系统行业供应情况分析

第四节 中国手机操作系统行业需求情况分析

第五节 我国手机操作系统行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国手机操作系统行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国手机操作系统行业供需平衡分析

第八节 中国手机操作系统行业发展趋势分析

第五章 中国手机操作系统所属行业运行数据监测

第一节 中国手机操作系统所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国手机操作系统所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国手机操作系统所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国手机操作系统市场格局分析

第一节 中国手机操作系统行业竞争现状分析

一、中国手机操作系统行业竞争情况分析

二、中国手机操作系统行业主要品牌分析

第二节 中国手机操作系统行业集中度分析

一、中国手机操作系统行业市场集中度影响因素分析

二、中国手机操作系统行业市场集中度分析

第三节 中国手机操作系统行业存在的问题

第四节 中国手机操作系统行业解决问题的策略分析

第五节 中国手机操作系统行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国手机操作系统行业需求特点与动态分析

第一节 中国手机操作系统行业消费市场动态情况

第二节 中国手机操作系统行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 手机操作系统行业成本结构分析

第四节 手机操作系统行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国手机操作系统行业价格现状分析

第六节 中国手机操作系统行业平均价格走势预测

一、中国手机操作系统行业价格影响因素

二、中国手机操作系统行业平均价格走势预测

三、中国手机操作系统行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国手机操作系统行业区域市场现状分析

第一节 中国手机操作系统行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区手机操作系统市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区手机操作系统市场规模分析

四、华东地区手机操作系统市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区手机操作系统市场规模分析

四、华中地区手机操作系统市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区手机操作系统市场规模分析

四、华南地区手机操作系统市场规模预测

第九章 2017-2021年中国手机操作系统行业竞争情况

第一节 中国手机操作系统行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国手机操作系统行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国手机操作系统行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 手机操作系统行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国手机操作系统行业发展前景分析与预测

第一节 中国手机操作系统行业未来发展前景分析

- 一、手机操作系统行业国内投资环境分析
- 二、中国手机操作系统行业市场机会分析
- 三、中国手机操作系统行业投资增速预测

第二节 中国手机操作系统行业未来发展趋势预测

第三节 中国手机操作系统行业市场发展预测

- 一、中国手机操作系统行业市场规模预测
- 二、中国手机操作系统行业市场规模增速预测
- 三、中国手机操作系统行业产值规模预测
- 四、中国手机操作系统行业产值增速预测
- 五、中国手机操作系统行业供需情况预测

第四节 中国手机操作系统行业盈利走势预测

- 一、中国手机操作系统行业毛利润同比增速预测
- 二、中国手机操作系统行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国手机操作系统行业投资风险与营销分析

第一节 手机操作系统行业投资风险分析

- 一、手机操作系统行业政策风险分析
- 二、手机操作系统行业技术风险分析
- 三、手机操作系统行业竞争风险分析
- 四、手机操作系统行业其他风险分析

第二节 手机操作系统行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国手机操作系统行业发展战略及规划建议

第一节 中国手机操作系统行业品牌战略分析

一、手机操作系统企业品牌的重要性

二、手机操作系统企业实施品牌战略的意义

三、手机操作系统企业品牌的现状分析

四、手机操作系统企业的品牌战略

五、手机操作系统品牌战略管理的策略

第二节 中国手机操作系统行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国手机操作系统行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国手机操作系统行业发展策略及投资建议

第一节 中国手机操作系统行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国手机操作系统行业营销渠道策略

一、手机操作系统行业渠道选择策略

二、手机操作系统行业营销策略

第三节 中国手机操作系统行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国手机操作系统行业重点投资区域分析
- 二、中国手机操作系统行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/544221544221.html>