

2021年中国智能手机行业分析报告- 产业竞争现状与发展潜力预测

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年中国智能手机行业分析报告-产业竞争现状与发展潜力预测》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/dianzishabei/545620545620.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

智能手机产业链上游包括操作系统开发商、芯片开发商、零部件供应商、存储供应商。芯片方面，手机芯片系列高通市场占有率较高，第二名是苹果，第三名是联发科，第四名是三星，第五名华为海思。柔性OLED显示器方面，三星几乎垄断了这一细分市场，此外国内的京东方和天马进步较大。

我国智能手机产业链上游相关企业优势分析

类别

企业名称

优势分析

操作系统

苹果ios

内置的安全性：iOS专门设计了低层级的硬件和固件功能，用以防止恶意软件和病毒；同时还设计有高层级的OS功能，有助于在访问个人信息和企业数据时确保安全性。

谷歌安卓

领域拓展：第一部Android智能手机发布于2008年10月。Android逐渐扩展到平板电脑及其他领域上，如电视、数码相机、游戏机、智能手表等。2011年第一季度，Android在全球的市场份额首次超过塞班系统，跃居全球第一。

芯片

台积电

台积电为全球四百多个客户提供服务，生产超过七千多种的芯片，被广泛地运用在计算机产品、通讯产品与消费类电子产品等多样应用领域。2011年，台积电所拥有及管理的产能预计将达到1360万片八吋约当晶圆。

高通

技术研发领先：今天，高通的基础科技赋能了整个移动生态系统，每一台3G、4G和5G智能手机中都有其发明。高通公司是全球3G、4G与5G技术研发的领先企业，目前已经向全球多家制造商提供技术使用授权，涉及了世界上所有电信设备和消费电子设备的品牌。

存储

三星

业务范围广泛：中国三星在华设立的机构有155个，雇佣员工数量达102000余名，业务涉及电子、金融、贸易、重工业、建筑、化工、服装、毛纺织、广告等诸多领域。

生产基地优势：中国三星电子在北京、天津、上海、江苏、广东、成都、山东、海南、辽宁、香港、台湾等地区设立了数十家生产和销售部门，主要生产半导体、移动电话、显示器、笔记本、电视机、电冰箱、空调、数码摄像机以及IT产品等。另外中国三星电子还设立了北京通信技术研究所、苏州半导体研究所、杭州半导体研究所、南京电子研发中心、上海设

计研究所等研究中心，积极推进产购销的本地化。

海力士

技术进步：海力士半导体以超卓的技术和持续不断的研究投资为基础，每年都在开辟已步入纳米级超微细技术领域的半导体技术的崭新领域。

零部件

京东方

研发能力强：世界知识产权组织（WIPO）发布2017年全球国际专利申请（PCT）情况，京东方以1818件PCT申请位列全球第七，较上年提升一位。

服务体系覆盖：BOE（京东方）子公司遍布美国、德国、英国、法国、瑞士、日本、韩国、新加坡、印度、俄罗斯、巴西、阿联酋等19个国家和地区，服务体系覆盖欧、美、亚、非等全球主要地区。

比亚迪

自主研发、自主生产、自主品牌发展路线：比亚迪股份公司创立于1995年，由20多人的规模起步，2003年成长为全球第二大充电电池生产商，同年组建比亚迪汽车。以做电池起家的比亚迪谈到造汽车，无非是在扮演一位“门外汉”的角色。正是利用了“自主知识产权”的响亮名号和对秦川汽车的收购行为，使得比亚迪有了相对于其他新手的先发优势。短短一年内，比亚迪汽车的产品线由原来单一的“福莱尔”微型轿车，迅速扩充为包括a级燃油车、c级燃油轿车、锂离子电动汽车、混合动力汽车在内的全线产品。数据来源：观研天下整理

智能手机产业链中游包括手机设计公司、智能手机生产企业以及手机品牌商等。现阶段，手机品牌商三星、华为、苹果头部优势明显。2015-2019年，三星一直占据全球两成以上的市场份额。2019年三星市场份额为21.6%，2020年前三季度市场份额为21.25%。苹果作为第二巨头，近年来被国产厂商不断追赶抢占市场，市场份额从2015年的16.1%缩减至2019年的13.9%，被华为超越，2019年市场份额滑落至第三位。

2015-2020年全球智能手机厂商出货量市场份额变化 数据来源：观研天下整理

现阶段，我国智能手机产业链中游代表厂商包括华勤、闻泰、鸿海、光弘、华为、苹果、三星等。

我国智能手机产业链中游相关企业优势分析

类别

企业名称

优势分析

ODM

华勤

销售范围覆盖：华勤技术股份有限公司创建于2005年，是多品类智能通讯终端研发设计公司（智能通讯终端ODM），产品涵盖智能手机，平板电脑，笔记本电脑及IoT产品。产品远销亚洲、非洲、拉美、欧洲等100多个国家和地区，覆盖全球80多个运营商，服务全球数亿

消费者。

创新技术：总部位于中国上海，并在西安，无锡，东莞，南昌，深圳，日本，香港，印度设有研发中心，制造基地，运输中心和办事处。华勤的创新技术、产品品质、研发交付等整体服务能力获得了客户高度的认可。

闻泰

产线自动化率高：公司旗下的得尔塔科技是全球领先的光学模组主流供应商，是全球顶级品牌核心供应商之一。公司大力发展产线自动化的改造及高端模组的研发，产线自动化率在光学业界处于较高水平

OEM/EMS

鸿海

全颠覆商业模式：公司自创颠覆电子代工服务领域的机光电垂直整合『eCMMS』商业模式；提供客户从共同设计（JD SM）、共同开发（JD VM）到全球运筹及售后服务等等之全球最具竞争力的一次购足整体解决方案。

光弘

先进生产线和各种相关设备：公司从国外引进数十条先进的SMT生产线和各种相关设备，主要生产手机主板、成品手机、激光头、电话机、继电器、数码相框等电子产品

与知名企业合作：主要客户有华为、联想、SANYO、EPSON、LG、龙旗、中兴等知名企业，通过ISO9001、ISO14001/TS16949等国际质量和环境体系认证。

手机品牌商

华为

研发能力较强：华为在美国、印度、瑞典、俄罗斯及中国等地设立了17个研究所，每个研发中心的研究侧重点及方向不同。采用国际化的全球同步研发体系，聚集全球的技术、经验和人才来进行产品研究开发，使华为的产品一上市，技术就与全球同步。

解决方案优势：华为是全球领先的信息与通信技术（ICT）解决方案供应商，专注于ICT领域，坚持稳健经营、持续创新、开放合作，在电信运营商、企业、终端和云计算等领域构筑了端到端的解决方案优势。

苹果

品牌优势：苹果公司在2016年世界500强排行榜中排名第9名。2013年9月30日，在宏盟集团的“全球最佳品牌”报告中，苹果公司超过可口可乐成为世界最有价值品牌。2014年，苹果品牌超越谷歌（Google），成为世界最具价值品牌。

创新能力较强：苹果的Apple II于1970年代开启了个人电脑革命，其后的Macintosh接力于1980年代持续发展。该公司硬件产品主要是Mac电脑系列、iPod媒体播放器、iPhone智能手机和iPad平板电脑；在线服务包括iCloud、iTunes Store和App Store；消费软件包括OS X和iOS操作系统、iTunes多媒体浏览器、Safari网络浏览器，还有iLife和iWork创意和生产套件。苹果公司在高科技企业中以创新而闻名世界。

研发能力较强：2013苹果公司总计获得1775项专利，排名也从第22位提升至第13位。2018年苹果2147项专利排名第11。

三星

业务范围广泛：三星集团(SAMSUNG)是韩国最大的跨国企业集团，三星集团包括众多的国际下属企业，旗下子公司有：三星电子、三星物产、三星人寿保险等，业务涉及电子、金融、机械、化学等众多领域。

品牌优势：三星是韩国的知名公司之一，是韩国最大的企业集团三星集团的简称，该集团包括44个下属公司及若干其他法人机构，“世界最受尊敬企业”企业之一的三星在全世界68个国家拥有429个据点23万员工。

研发能力较强：2018年5月，三星研究院在英国、俄罗斯和加拿大等地陆续开设了三个新的研究中心，加上此前在韩国本土和美国地区所设置的研究院，三星已经在全球范围内布局了五所人工智能研究中心。三星此举正是为了弥补此前在人工智能领域的“颓势”，力争在人工智能平台市场的竞争中占据更加有利的位置。数据来源：观研天下整理

智能手机产业链下游包括应用及增值服务供应商、运营商、渠道商等，还包括手机回收、维修等相关业务。近年来，国内智能手机渗透率不断提高，给下游相关领域带来发展良机。

2017-2020年我国智能手机渗透率及预测 数据来源：观研天下整理

现阶段，我国智能手机产业链下游代表厂商包括移动、电信、淘宝、京东、爱回收、闲鱼等。

我国智能手机产业链下游相关企业优势分析

类别

企业名称

优势分析

运营商

移动

增值业务发展：中国移动经过持续的创新运营，已经形成了以无线音乐、手机阅读、手机游戏、手机视频、手机动漫、互联网、电子商务、位置、12582等九大基地和中移物联网公司等专业公司为主体的增值业务发展格局。

品牌优势：中国移动先后有“动感地带”、“神州行”、“全球通”、“动力100”、“G3”等品牌，2013年12月公布了4G品牌“And!和”，标志着中国移动4G业务的正式启动。

电信

客户长期稳定：中国电信成立于1995年4月27日，是中国特大型国有通信企业、上海世博会全球合作伙伴，连续多年入选“世界500强企业”，主要经营固定电话、移动通信、卫星通信、互联网接入及应用等综合信息服务。

渠道商

淘宝

用户规模庞大：淘宝网是中国深受欢迎的网购零售平台，拥有近5亿的注册用户数，每天有超过6000万的固定访客，同时每天的在线商品数已经超过了8亿件，平均每分钟售出4.8万件商品。

综合性发展：随着淘宝网规模的扩大和用户数量的增加，淘宝也从单一的C2C网络集市变成了包括C2C、团购、分销、拍卖等多种电子商务模式在内的综合性零售商圈。目前已经成为世界范围的电子商务交易平台之一。

京东

组建平台：京东先后组建了上海及广州全资子公司，将华北、华东和华南三点连成一线，使全国大部分地区都覆盖在京东商城的物流配送网络之下；同时不断加强和充实公司的技术实力，改进并完善售后服务、物流配送及市场推广等各方面的软、硬件设施和服务条件。京东商城组建以北京、上海、广州和成都、沈阳、西安为中心的六大物流平台，以期能为全国用户提供更加快捷的配送服务，进一步深化和拓展公司的业务空间。

一站式购物平台：2013年5月6日，京东商城在完成内测后，正式与消费者见面，用户可在京东上购买食品饮料、调味品等日用品。此次京东将超市搬到线上，也是京东在“一站式购物平台”战略布局上的又一次发力。让消费者足不出户，就能轻松实现“打酱油”、“买啤酒”等日常生活购物需求。

智能手机回收及换购

爱回收

门店全覆盖：爱回收网采用当下的O2O商业模式，承诺彻底粉碎旧机内的用户信息，通过百万回收商实时竞价给到用户全网高价，并提供优质便捷的免费上门回收服务与热门商圈门店全覆盖，致力于为用户提供“安全、高价、便捷”的一站式手机回收服务。

闲鱼

交易安全：闲鱼平台后端已无缝接入淘宝信用支付体系，从而最大程度保障交易安全。数据

来源：观研天下整理（zlj）

观研报告网发布的《2021年中国智能手机行业分析报告-产业竞争现状与发展潜力预测》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年中国智能手机行业发展概述

第一节 智能手机行业发展情况概述

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

第二节 中国智能手机行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、智能手机行业产业链条分析
- 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、中国智能手机行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国智能手机行业生命周期分析

一、智能手机行业生命周期理论概述

二、智能手机行业所属的生命周期分析

第四节 智能手机行业经济指标分析

一、智能手机行业的赢利性分析

二、智能手机行业的经济周期分析

三、智能手机行业附加值的提升空间分析

第五节 中国智能手机行业进入壁垒分析

一、智能手机行业资金壁垒分析

二、智能手机行业技术壁垒分析

三、智能手机行业人才壁垒分析

四、智能手机行业品牌壁垒分析

五、智能手机行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球智能手机行业市场发展现状分析

第一节 全球智能手机行业发展历程回顾

第二节 全球智能手机行业市场区域分布情况

第三节 亚洲智能手机行业地区市场分析

一、亚洲智能手机行业市场现状分析

二、亚洲智能手机行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲智能手机行业市场前景分析

第四节 北美智能手机行业地区市场分析

一、北美智能手机行业市场现状分析

二、北美智能手机行业市场规模与市场需求分析

三、北美智能手机行业市场前景分析

第五节 欧洲智能手机行业地区市场分析

一、欧洲智能手机行业市场现状分析

二、欧洲智能手机行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲智能手机行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界智能手机行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球智能手机行业市场规模预测

第三章 中国智能手机产业发展环境分析

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、全社会消费品智能手机总额

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 中国智能手机行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国智能手机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 中国智能手机行业运行情况

第一节 中国智能手机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 中国智能手机行业市场规模分析

第三节 中国智能手机行业供应情况分析

第四节 中国智能手机行业需求情况分析

第五节 我国智能手机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、我国智能手机行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国智能手机行业供需平衡分析

第八节 中国智能手机行业发展趋势分析

第五章 中国智能手机所属行业运行数据监测

第一节 中国智能手机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 中国智能手机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 中国智能手机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年中国智能手机市场格局分析

第一节 中国智能手机行业竞争现状分析

一、中国智能手机行业竞争情况分析

二、中国智能手机行业主要品牌分析

第二节 中国智能手机行业集中度分析

一、中国智能手机行业市场集中度影响因素分析

二、中国智能手机行业市场集中度分析

第三节 中国智能手机行业存在的问题

第四节 中国智能手机行业解决问题的策略分析

第五节 中国智能手机行业钻石模型分析

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年中国智能手机行业需求特点与动态分析

第一节 中国智能手机行业消费市场动态情况

第二节 中国智能手机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 智能手机行业成本结构分析

第四节 智能手机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 中国智能手机行业价格现状分析

第六节 中国智能手机行业平均价格走势预测

一、中国智能手机行业价格影响因素

二、中国智能手机行业平均价格走势预测

三、中国智能手机行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国智能手机行业区域市场现状分析

第一节 中国智能手机行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区智能手机市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区智能手机市场规模分析

四、华东地区智能手机市场规模预测

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、华中地区智能手机市场规模分析

四、华中地区智能手机市场规模预测

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、华南地区智能手机市场规模分析

四、华南地区智能手机市场规模预测

第九章 2017-2021年中国智能手机行业竞争情况

第一节 中国智能手机行业竞争结构分析（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 中国智能手机行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国智能手机行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 智能手机行业企业分析（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年中国智能手机行业发展前景分析与预测

第一节 中国智能手机行业未来发展前景分析

一、智能手机行业国内投资环境分析

二、中国智能手机行业市场机会分析

三、中国智能手机行业投资增速预测

第二节 中国智能手机行业未来发展趋势预测

第三节 中国智能手机行业市场发展预测

一、中国智能手机行业市场规模预测

二、中国智能手机行业市场规模增速预测

三、中国智能手机行业产值规模预测

四、中国智能手机行业产值增速预测

五、中国智能手机行业供需情况预测

第四节 中国智能手机行业盈利走势预测

一、中国智能手机行业毛利润同比增速预测

二、中国智能手机行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国智能手机行业投资风险与营销分析

第一节 智能手机行业投资风险分析

一、智能手机行业政策风险分析

二、智能手机行业技术风险分析

三、智能手机行业竞争风险分析

四、智能手机行业其他风险分析

第二节 智能手机行业应对策略

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年中国智能手机行业发展战略及规划建议

第一节 中国智能手机行业品牌战略分析

一、智能手机企业品牌的重要性

二、智能手机企业实施品牌战略的意义

三、智能手机企业品牌的现状分析

四、智能手机企业的品牌战略

五、智能手机品牌战略管理的策略

第二节 中国智能手机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 中国智能手机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年中国智能手机行业发展策略及投资建议

第一节 中国智能手机行业产品策略分析

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 中国智能手机行业营销渠道策略

一、智能手机行业渠道选择策略

二、智能手机行业营销策略

第三节 中国智能手机行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国智能手机行业重点投资区域分析

二、中国智能手机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/dianzishabei/545620545620.html>