

中国智能手机行业发展趋势分析与投资前景研究 报告（2023-2030年）

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《中国智能手机行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2023-2030年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202309/657062.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

智能手机是具有独立的操作系统，独立的运行空间，可以由用户自行安装软件、游戏、导航等第三方服务商提供的设备，并可以通过移动通讯网络来实现无线网络接入的手机类型的总称。简单的说，智能手机就是一部像电脑一样可以安装和删除软件的手机。

一、我国智能手机市场进入存量替换阶，出货量逐渐跌落

自2016年以来由于经济下行、市场趋近饱和等因素，我国智能手机行业表现不景气，出货量逐渐跌落，已然进入衰退期。目前由于市场上各类高性价比的手机不断涌现及消费者换机需求逐渐减弱，我国智能手机市场进入存量替换阶。数据显示，2022年全年我国智能手机市场出货量约2.86亿台，同比下降13.2%，创有史以来最大降幅。

数据来源：观研天下整理

2023年第二季度我国智能手机销量更是创 2014 年以来最低水平，同比下降 4%；虽然 618 期间因为促销提振了一波手机销量，但还是不如去年同时期。

数据来源：观研天下整理

二、高端市场依旧坚挺

虽然我国智能手机整体销量萎缩，但有一些手机厂商凭借着自身的优势实现正增长。例如苹果出货量同比降幅最小，2023年第二季度其市场份额还创下了历史新高。华为由于产品发布节奏回归正常，再加上原先就已经冲高成功，2023年二季度销量是同比增长了

58%。包括一加也是，今年一加在

OPPO

“百亿补贴”和销售渠道的支持下，保持了第一季度的强劲增长势头，第二季度实现了 254% 的同比增长。而这主要是因为高端手机销量受影响较小，目前仍有很多人愿意为了更卓越用机体验掏钱买单。

三、市场格局从“华米 OV”逐渐发展成了“VO荣米”

目前市场格局从原先的“华米 OV”逐渐发展成了如今的“VO荣米”。根据相关数据显示，2022年vivo凭借在X系列上多代产品的坚持投入，与子品牌iQOO帮助其在线上渠道竞争力的不断加强，使得2022年vivo国内市场份额保持第一；荣耀得益于其产品线布局逐渐完善，帮助荣耀彻底恢复，经过一年快速增长，增幅达到34.4%（这也是2022年在主要厂商中唯一的实现同比增长的品牌），全年总出货量上升到第二位。OPPO在2022年国内市场出货量超过4800万台，排名第三。苹果在2022年国内市场总出货量位居第四位，全年同比下降4.4%；Xiao mi新品红米Note 12系列市场欢迎度高于预期。小米13系列延续了下半年小米12S Ultra系列的不错口碑，在4000元人民币以上价位段的高端市场有明显提升。

2023年二季度vivo以 17.7% 的市场份额位列第一，苹果和 OPPO（包括一加）以 17.2% 的份额并列第二，其次是荣耀和小米，再然后才是华为和其他。

数据来源：观研天下整理

四、折叠屏成智能手机市场最大亮点，市场竞争将更加激烈

折叠屏手机已经成为当下智能手机市场最明确的亮点。2023年在国内智能手机销量仍处在低谷的情况，折叠屏手机市场却保持稳定增长态势。数据显示，2022年国内折叠屏手机出货量为340万台，同比+199%。2023年上半年中国市场折叠屏手机销量同比增长72%，其中一季度销量同比增长51%，二季度销量同比增长99%。截至目前，折叠屏手机已实现连续11个季度销量同比正增长，成为国内智能手机市场为数不多的亮点之一。

OPPO、华为、三星，而小米、vivo、荣耀等等知名品牌也纷纷入局，竞争将更加激烈。2019年华为、三星的相继入场正式开启了“折叠元年”，随后各大厂商开始发力，加快折叠屏手机产品迭代和新机上市速度，而2022年4月VIVOX FOLD的发布标志着国内主流厂商均已完成折叠屏产品的布局。2023年8月3日，三星电子举行Galaxy新品中国发布会，正式在国内推出新一代折叠屏智能手机三星Galaxy Z Fold5与Galaxy Z Flip5。8月14日，小米集团创始人、董事长兼CEO雷军在北京进行第四次年度公开演讲时，就公布了新一代折叠屏旗舰小米MIX Fold 3。8月29日OPPO就发布了全新一代竖向折叠屏产品Find N3 Flip。（WW）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国智能手机行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2023-2030年）》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，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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023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、智能手机特点分析
- 三、智能手机行业基本情况介绍
- 四、智能手机行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 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

第三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

第二章 2019-2023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规模与区域分布情况

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 2023-2030年世界智能手机行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球智能手机行业市场规模预测

第三章 中国智能手机行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对智能手机行业的影响分析

第三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

三、主要行业标准

第四节政策环境对智能手机行业的影响分析

第五节中国智能手机行业产业社会环境分析

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

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

一、影响中国智能手机行业市场规模的因素

二、中国智能手机行业市场规模

三、中国智能手机行业市场规模解析

第三节中国智能手机行业供应情况分析

一、中国智能手机行业供应规模

二、中国智能手机行业供应特点

第四节中国智能手机行业需求情况分析

一、中国智能手机行业需求规模

二、中国智能手机行业需求特点

第五节中国智能手机行业供需平衡分析

第五章 中国智能手机行业产业链和细分市场分析

第一节中国智能手机行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、智能手机行业产业链图解

第二节中国智能手机行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对智能手机行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对智能手机行业的影响分析

第三节我国智能手机行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国智能手机行业市场竞争分析

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格局分析

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竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国智能手机行业模型分析

第一节中国智能手机行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国智能手机行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国智能手机行业SWOT分析结论

第三节中国智能手机行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023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、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、中国智能手机行业平均价格趋势分析
- 二、中国智能手机行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国智能手机行业所属行业运行数据监测

第一节中国智能手机行业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行业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行业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

第十章 2019-2023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析

- 一、影响智能手机行业区域市场分布的因素
- 二、中国智能手机行业区域市场分布

第二节 中国华东地区智能手机行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区智能手机行业市场分析
 - (1) 华东地区智能手机行业市场规模
 - (2) 华南地区智能手机行业市场现状
 - (3) 华东地区智能手机行业市场规模预测

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、华中地区智能手机行业市场分析
 - (1) 华中地区智能手机行业市场规模
 - (2) 华中地区智能手机行业市场现状
 - (3) 华中地区智能手机行业市场规模预测

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、华南地区智能手机行业市场分析
 - (1) 华南地区智能手机行业市场规模
 - (2) 华南地区智能手机行业市场现状
 - (3) 华南地区智能手机行业市场规模预测

第五节 华北地区智能手机行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区智能手机行业市场分析
 - (1) 华北地区智能手机行业市场规模

(2) 华北地区智能手机行业市场现状

(3) 华北地区智能手机行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区智能手机行业市场分析

(1) 东北地区智能手机行业市场规模

(2) 东北地区智能手机行业市场现状

(3) 东北地区智能手机行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区智能手机行业市场分析

(1) 西南地区智能手机行业市场规模

(2) 西南地区智能手机行业市场现状

(3) 西南地区智能手机行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区智能手机行业市场分析

(1) 西北地区智能手机行业市场规模

(2) 西北地区智能手机行业市场现状

(3) 西北地区智能手机行业市场规模预测

第十一章 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、公司优势分析

第六节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第八节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2023-2030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规模发展预测

- 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

第十三章 2023-2030年中国智能手机行业进入壁垒与投资风险分析

第一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

第二节智能手机行业风险分析

- 一、智能手机行业宏观环境风险
- 二、智能手机行业技术风险

三、智能手机行业竞争风险

四、智能手机行业其他风险

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

第十四章 2023-2030年中国智能手机行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国智能手机行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国智能手机行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 智能手机行业营销策略分析

一、智能手机行业产品策略

二、智能手机行业定价策略

三、智能手机行业渠道策略

四、智能手机行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202309/657062.html>