

2018年中国智能手机行业分析报告- 市场深度调研与发展前景研究

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国智能手机行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》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/shoujidianhua/370538370538.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

外观结构件：变革中酝酿着机遇

移动智能终端外观结构件主要的作用是基本的保护功能，经过了多年的发展后，目前随着 5G 和无线充电等产品功能的发展后，外观件在功能和颜值方面都有了更多的需求，从智能手机的情况看，主要包含了聚碳酸酯（塑料）、金属、玻璃、陶瓷等不同材质，而材料和制作工艺的创新仍然没有停下脚步。

图表：各类智能手机外观件示例 资料来源：观研天下整理

从目前的市场发展的趋势看，非金属材料（包括中高端的玻璃和陶瓷，少数奢侈品牌采用的蓝宝石，以及中低端的塑料注塑）迎来了重要的发展机遇，主要的驱动因素来自于两个方面：1) 功能性：移动通信 5G 技术中通讯需求提升，Wifi、NFC、蓝牙、无线充电等技术的应用进一步加剧了通信传输的复杂度，目前主流的金属机壳在信号屏蔽方面存在着明显的瓶颈，非金属材质的外观件成为了各大厂商的选择；2) 美观性：存量竞争的智能手机市场供应链相关主要配件产品的体系趋于成熟，包括处理器、内存、屏幕、摄像头等核心配件对于终端厂商选择同质化后，终端厂商外观件的创新应用成为了一种直接可行的选择，在材料选择方面有了不同的尝试。

玻璃：

苹果 iPhone 作为智能手机的代表，其在外观上的演化历程，可以成为外观件变化的主要参考方向，从 2017 年起，非金属的回归成为了行业主流的趋势。

图表：苹果 iPhone 十年外壳材质变迁 资料来源：观研天下整理

玻璃材质自身也在持续进行特性的改进，康宁公司的第五代大猩猩玻璃将跌落保护提升到新高度，从 1.6 米高跌落到粗糙表面上时，完好率可达 80%，可以基本消除对于玻璃容易摔碎的担忧。另外一方面，以 AMOLED 柔性屏的兴起，也在推动者玻璃从传统的 2D 向 3D 玻璃的演化，通过将平面玻璃通过冷磨、热熔压、热熔弯等方法使其弯曲，在平面玻璃的两面都形成曲面的造型获得 3D 的效果。

陶瓷：

除了玻璃之外，陶瓷作为非金属材料应用于外观件属于后起之秀，2014 年初金立推出的天鉴 W808 中首次被采用，而后陆续在酷派，华为等厂商的高端机型中采用。2015 年 4

月 apple watch 正式上市，氧化锆陶瓷材料迎来了在消费电子领域第一款量产规模较大的智能硬件，2016 年小米发布小米 5、小米 MIX 等陶瓷盖板手机将陶瓷推向潮流，之后 2017 年 9 月小米发布的 MIX2 的陶瓷后盖标准版和陶瓷 Unibody 尊享版非常惊艳，由于产能的限制，陶瓷板手机一机难求。

陶瓷材料作为手机后盖材料具备独特的优势：1) 首先在外观上既有金属的质感又有玻璃的镜面光泽，可做出黑色、实白色、透白色以及彩色等多种颜色，具有温润如玉的触感和独特的珠宝质感；2) 其次在材料硬度上，陶瓷仅次于钻石（可达8.5H），相比于玻璃（硬度小于 6.5H）更加耐磨，很难出现划痕、划伤；3) 陶瓷加工性更加丰富，除了 2D、2.5D 和 3D 结构，还可以实现真正意义上的全陶瓷 Unibody 机身。

图表：小米 MIX 陶瓷 Unibody 版 资料来源：观研天下整理

图表：苹果 Apple Watch 陶瓷版

资料来源：观研天下整理 但是，陶瓷材料也有着自身的瓶颈，其中核心是由于在制造工艺的复杂性而带来的成本高企，目前尽管在消费市场获得了良好的口碑效应，但是陶瓷后盖主要的配置机型依然集中在旗舰机型和高配机型上面，并且产能的瓶颈也很难在短期内得到有效的改善。

金属：

金属在逐步淡出中高端手机的后盖市场，然而金属的强度在固定、支撑中有着明显的作用，因此即使是采用玻璃、陶瓷等非金属材料作为后盖的选择后，金属在中框、中板等结构件领域找到了新的定位，而强度较大的不锈钢和 7 系铝成为了重要的选择。

图表：不锈钢中框是手机核心和骨架 资料来源：观研天下整理

图表：iPhoneX 不锈钢中框 资料来源：观研天下整理

以 iPhone X 为例，采用不锈钢作为 PCB、功能键等产品的支撑，使得整体的架构成本有所上升，单体的价格也由于加工难度的增加而上升。从加工工艺上说，目前智能手机机壳或中框加工主要有全 CNC、锻压+CNC、冲压+CNC 和压铸+CNC 方案四种方案，其中全 CNC 方案加工精度高，外观质感好，价格也相对更高，在高端 Unibody 机型上应用较多；锻压+CNC 方案通过锻压达到加深金属强度和硬度的作用，可节约后道 CNC 加工成本；冲压+CNC 和压铸+CNC 方案主要在低端机型中应用，压铸方案无法进行阳极氧化上色，外观质感较差。

金属行业市场未来的主要发展机会可以分为两个部分来关注：1) 高端机金属后盖转变

为金属中框带来单价提升+低端机金属机壳渗透率提升，整体金属机壳市场保持稳中有升态势，由于加工难度的增加，订单向行业内技术水平高、整体实力强的大厂商集中，产业供求关系向供给端倾斜；2) 在低端市场上，随着工艺成熟和厂商产能扩张，金属机壳成本快速下降，金属机壳开始向低端市场快速渗透，客户渠道和成本控制是核心优势。

塑料：

塑料材质是中低端市场应对功能性需求的方案，主要的材料是用通过 PC+PMMA 复合板先进行丝印、UV 转印、电镀、印刷等表面处理，然后通过热压成型机台加工成产品所需的 3D 形状，经硬化工序增强表面硬度，最后经精雕切割工序加工成最终产品。该材料的特点是在视觉上可以做到 3D 玻璃或陶瓷的效果，具备外表绚丽、硬度高、易量产、成本低等特点。

对于外观件行业的投资机会看，从 2017 年末以来由于外观件选择方面的不确定性以及行业市场的整体出货量水平不及预期，整个行业被资本市场看空并出现了下跌的趋势，但是我们认为，从行业市场的供求关系产业市场机会与风险并存。

图表：外观结构件不同材料的发展机会及风险

资料来源：观研天下整理（TC）

观研天下发布的《2018年中国智能手机行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、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。

【报告大纲】

第一章 2016-2018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

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、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 2016-2018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 欧盟智能手机行业地区市场分析

一、欧盟智能手机行业市场现状分析

二、欧盟智能手机行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟智能手机行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界智能手机行业分布走势预测

第七节 2018-2024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

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 中国智能手机行业供需平衡分析

第六节 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 2016-2018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分析

二、中国智能手机行业企业集中度分析

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 中国智能手机行业竞争力分析

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 2016-2018年中国智能手机行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国智能手机行业消费特点

第二节 中国智能手机行业消费偏好分析

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 2016-2018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

第九章 2016-2018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SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

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

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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024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 2018-2024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 智能手机行业企业经营发展分析及建议

一、智能手机行业经营模式

二、智能手机行业销售模式

三、智能手机行业创新方向

第三节 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2018-2024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的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

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 2018-2024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 中国智能手机行业定价策略分析

第三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

第四节中国智能手机行业价格策略

第五节 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

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shoujidianhua/370538370538.html>