

中国智能手机市场发展格局及投资商机分析报告(2012-2016)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国智能手机市场发展格局及投资商机分析报告(2012-2016)》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/tongxinshebei/140773140773.html>

报告价格：电子版: 7000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

智能手机 (Smartphone), 是指“像个人电脑一样, 具有独立的操作系统, 可以由用户自行安装软件、游戏等第三方服务商提供的程序, 通过此类程序来不断对手机的功能进行扩充, 并可以通过移动通讯网络来实现无线网络接入的这样一类手机的总称”。

中国报告网发布的《中国智能手机市场发展格局及投资商机分析报告(2012-2016)》共十三章。首先介绍了全球智能手机行业市场运行动态、中国 智能手机行业发展环境等, 接着分析了中国智能手机行业运行态势, 然后介绍了中国智能手机市场操作系统发展情况、中国智能手机消费者调查情况。随后, 报告对 中国智能手机重点企业做了经营状况分析, 最后分析了中国智能手机行业发展趋势及投资前景。您若想对智能手机产业有个系统的了解或者想投资智能手机行业, 本 报告是您不可或缺的重要工具。

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。

目 录

第一章 全球智能手机行业市场运行动态分析 1

第一节 2011年全球智能手机产业热点聚焦 1

一、智能手机全球割据战分析 1

二、全球智能手机营商定制市场成焦点 2

三、全球品牌智能手机大规模洗牌 3

第二节 2011年全球智能手机市场分析 4

一、全球品牌智能手机盘点 4

二、全球新上市智能手机透析 7

三、全球智能手机销售量及增长情况 13

四、全球智能手机价格分析 14

第三节 2011年全球智能手机市场发展态势分析 15

一、全球手机市场格局酝酿大变脸智能手机成关键 15

二、2011年全球各平台智能手机市场出货量 17

三、2011年全球智能手机增54% 三星苹果成两霸主 18

四、HTC净利润两年来首次下滑智能手机阵营现分化 18

第二章 中国智能手机行业发展环境分析 21

第一节 国内智能手机经济环境分析 21

一、GDP历史变动轨迹分析 21

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 28

三、2012年中国智能手机经济发展预测分析	30
第二节 中国智能手机行业政策环境分析	33
第三章 中国智能手机行业运行态势分析	40
第一节 2011年中国手机市场发展综述	40
一、手机排行榜再次变动	40
二、手机智能之路已无可逆转	41
三、智能之路也有多种选择	42
四、手机平台商重回产业链顶端	43
五、智能手机行业面临的危机	43
第二节 2011年中国智能手机行业发展动态分析	44
一、山寨引领智能机廉价时代来临	44
二、智能手机市场硝烟弥漫 商业模式制约其发展	47
三、智能手机市场发展应借鉴PC生产模式	49
四、“开源”操作系统助力智能手机市场发展	50
第三节 2011年中国智能手机主要品牌运行态势分析	52
一、诺基亚	52
二、三星	52
三、摩托罗拉	53
第四章 中国智能手机市场操作系统发展情况分析	54
一、SYMBIAN操作系统	54
二、微软WINDOW MOBILE系列操作系统	57
三、PALM OS	59
四、LINUX操作系统	60
六、国产HOPEN操作系统	60
七、国产DOEASY操作系统	61
第二节 2011年中国操作系统市场竞争份额	61
第五章 中国智能手机消费者调查情况分析	63
第一节 2011年中国智能手机消费者购买行为分析	63
一、智能手机购买动机分析	63
二、消费者对智能手机关注度分析	63
三、消费者智能手机偏好分析	64
四、消费者对智能手机消费者的品牌认知度分析	65
第二节 2011年中国智能手机消费者关注度分析	66
一、智能手机消费者对产品价格关注度分析	66
二、智能手机消费者对质量关注度分析	66

三、智能手机消费者对外观关注度分析 67

四、智能手机消费者对功能关注度分析 67

第三节 2011年中国智能手机消费者满意度分析 68

第六章 2009-2011年中国智能手机制造行业主要数据监测分析 70

第一节 2009-2011年中国智能手机制造行业总体数据分析 70

一、2009年中国智能手机制造行业全部企业数据分析 70

二、2010年中国智能手机制造行业全部企业数据分析 72

三、2011年中国智能手机制造行业全部企业数据分析 74

第二节 2009-2011年中国智能手机制造行业不同规模企业数据分析 76

一、2009年中国智能手机制造行业不同规模企业数据分析 76

二、2010年中国智能手机制造行业不同规模企业数据分析 76

三、2011年中国智能手机制造行业不同规模企业数据分析 76

第三节 2009-2011年中国智能手机制造行业不同所有制企业数据分析 77

一、2009年中国智能手机制造行业不同所有制企业数据分析 77

二、2010年中国智能手机制造行业不同所有制企业数据分析 78

三、2011年中国智能手机制造行业不同所有制企业数据分析 78

第七章 2009-2011年中国智能手机产量统计分析 80

第一节 2009年中国智能手机产量数据分析 80

一、2009年全国智能手机产量数据分析 80

二、2009年智能手机重点省市数据分析 80

第二节 2010年中国智能手机产量数据分析 81

一、2010年全国智能手机产量数据分析 81

二、2010年智能手机重点省市数据分析 81

第三节 2011年中国智能手机产量数据分析 82

一、2011年全国智能手机产量数据分析 82

二、2011年智能手机重点省市数据分析 82

第八章 中国智能手机行业竞争新形态分析 83

第一节 2011年中国智能手机市场竞争总况 83

一、智能手机陷“专利大战”竞争再度升级 83

二、山寨机PK品牌机 85

第二节 2011年中国智能手机运营商竞争状况 90

一、中国移动联盟 90

二、电信联盟多普达 90

三、联通的明星战略 91

第三节 2011年中国智能手机品牌竞争动态 91

一、三星诺基亚推新品 智能手机市场竞争日趋激烈 91

二、苹果、谷歌和PALM 智能手机描绘美国“金三角” 92

第四节 2011年中国智能手机技术竞争情况 94

一、智能手机操作系统开发商竞争 94

二、新技术发展趋势 96

第五节 2011年中国智能手机行业提升竞争力策略分析 97

第九章 全球智能手机品牌分析 99

第一节 芬兰诺基亚 99

第二节 美国摩托罗拉 103

第三节 英国索尼爱立信 104

第四节 台湾HTC 104

第五节 苹果公司 105

第十章 中国手机行业重点企业分析 107

第一节 摩托罗拉(中国)电子有限公司 107

一、企业概况 107

二、企业主要经济指标分析 107

三、企业盈利能力分析 108

四、企业偿债能力分析 108

五、企业运营能力分析 108

六、企业成长能力分析 109

第二节 北京索爱普天移动通信有限公司 109

一、企业概况 109

二、企业主要经济指标分析 109

三、企业盈利能力分析 110

四、企业偿债能力分析 110

五、企业运营能力分析 111

六、企业成长能力分析 111

第三节 天津三星通信技术有限公司 112

一、企业概况 112

二、企业主要经济指标分析 112

三、企业盈利能力分析 113

四、企业偿债能力分析 113

五、企业运营能力分析 114

六、企业成长能力分析 114

第四节 天津津亚电子有限公司 114

一、企业概况 114

二、企业主要经济指标分析 115

三、企业盈利能力分析 115

四、企业偿债能力分析 116

五、企业运营能力分析 116

六、企业成长能力分析 116

第五节 深圳三星科健移动通信技术有限公司 117

一、企业概况 117

二、企业主要经济指标分析 117

三、企业盈利能力分析 118

四、企业偿债能力分析 118

五、企业运营能力分析 119

六、企业成长能力分析 119

第六节 浪潮乐金数字移动通信有限公司 119

一、企业概况 119

二、企业主要经济指标分析 121

三、企业盈利能力分析 121

四、企业偿债能力分析 122

五、企业运营能力分析 122

六、企业成长能力分析 122

第七节 大连大显集团有限公司 123

一、企业概况 123

二、企业主要经济指标分析 123

三、企业盈利能力分析 124

四、企业偿债能力分析 124

五、企业运营能力分析 125

六、企业成长能力分析 125

第八节 华宝通讯（南京）有限公司 125

一、企业概况 125

二、企业主要经济指标分析 126

三、企业盈利能力分析 127

四、企业偿债能力分析 127

五、企业运营能力分析 127

六、企业成长能力分析 128

第九节 仁宝信息技术（昆山）有限公司 128

- 一、企业概况 128
- 二、企业主要经济指标分析 128
- 三、企业盈利能力分析 129
- 四、企业偿债能力分析 129
- 五、企业运营能力分析 130
- 六、企业成长能力分析 130
- 第十节 宁波波导股份有限公司 130
 - 一、企业概况 130
 - 二、企业主要经济指标分析 131
 - 三、企业盈利能力分析 133
 - 四、企业偿债能力分析 134
 - 五、企业运营能力分析 135
 - 六、企业成长能力分析 135
- 第十一章 2012-2016年全球智能手机市场运行前景预测分析 137
 - 第一节 2012-2016年全球智能手机发展的五大趋势 137
 - 一、硬件性能PC化强大超乎相像 137
 - 二、屏幕从26万1600万分辨率流行VGA 137
 - 三、键盘从无到有操控方式多种多样 138
 - 四、摄像头普遍500万商务应用丰富 139
 - 五、AGPS将成为最流行的新技术 139
 - 第二节 2012-2016年全球六大系统智能手机发展趋势 140
 - 一、苹果IPHONE OS 3.0 140
 - 二、PALM WEBOS 141
 - 三、谷歌ANDROID 142
 - 四、SYMBIAN S60 142
 - 五、RIM黑莓OS 142
 - 六、微软WINDOWS MOBILE 6.5 143
- 第十二章 2012-2016年中国智能手机市场运行前景预测分析 145
 - 第一节 2012-2016年中国手机发展趋势分析 145
 - 一、触控洪流 145
 - 二、3G/互联网广泛应用 145
 - 三、全民GPS 146
 - 四、高像素化取代数码相机 146
 - 五、手机游戏大崛起 147
 - 第二节 2012-2016年中国智能手机市场预测分析 147

一、手机产量预测分析 147

二、智能手机销售预测分析 148

三、智能手机竞争格局预测分析 148

第三节 2012-2016年中国智能手机市场盈利预测分析 154

第十三章 2012-2016年中国智能手机产业投资战略分析 155

第一节 2012-2016年中国品牌智能手机投资机会分析 155

一、重点投资品牌分析 155

二、重点投资地区分析 156

第二节 2012-2016年中国品牌智能手机投资风险分析 158

一、行业竞争风险 158

二、技术风险 158

三、进入退出风险 159

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxinshebei/140773140773.html>