

# 2008-2010年中国手机行业市场分析及投资咨询报告最新版

报告大纲

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2008-2010年中国手机行业市场分析及投资咨询报告最新版》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/3222632226.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7300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

### 内容简介

近几年来，手机产业在世界范围内向中国大陆转移，使我国成为全球最大的手机制造基地和最大的出口基地。2008年中国手机产量、内销量和外销量继续延续两位数的增长势头，产业规模持续稳定扩张。2008年上半年中国市场手机生产量达到2.79亿部，与去年同期相比实现21.20%的增长，继续维持良好势头，国内与出口两个市场双重驱动中国手机制造规模再创新高。经过几年的发展，我国手机产业已形成京津塘、长江三角洲和珠江三角洲地区等具备国际竞争力的三大产业聚集带，手机产能持续增长，我国全球最大手机制造基地的地位得到强化。

研究数据显示：2008年上半年，中国国内市场手机销售量达到9640.3万部，比2007年上半年增长17.52%。换机用户和新增用户不断增长等利多因素导致2008年上半年国内手机销售市场规模不断扩大。根据工业和信息化部7月23日公布的我国电信业数据统计，截止到今年6月，我国移动电话用户数量达到6.01亿户，新增用户为5345.1万户。新增用户购机是导致内销量增长的重要因素。金安明邦师认为，促进我国手机销量持续增长的主要原因有：一是我国不断加快推进新农村步伐，提高农民收入水平，农村市场进一步活跃。二是低端手机快速增长，激发了城镇低收入人群的购买力。三是国内市场换机率提高较快。四是运营业的定制手机明显提升。

本报告详尽描述了中国移动通信行业运行的环境，重点研究并预测了其下游行业发展以及对手机市场需求变化的长期和短期趋势。针对当前行业发展面临的机遇与威胁，提出了我们对手机行业发展的投资及战略建议。本报告以严谨的内容、翔实的数据、直观的图表帮助手机制造企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。我们的主要数据来源于国家统计局、国家信息中心、海关总署、中国电子通讯行业协会、机电协会等业内权威专业研究机构以及我中心的实地调研。本报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多数据中提炼出了精当、真正有价值的情报，并结合了行业所处的环境，从理论到实践、宏观与微观等多个角度进行研究，其结论和观点力求达到前瞻性、实用性和可行性的统一。这是我中心经过市场调查和数据采集后，由专家小组历时一年时间精心制作而成。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，具有重要的参考价值！

### 目录

- 第一部分 2008年国际手机行业发展形势 15
- 第一章 2008年全球手机产业发展概述 15
- 第一节 2008年全球手机产业发展现状 15
- 一、2008年全球移动通信市场发展情况 15
- 二、2008-2012年全球手机用户现状 15

三、2008年全球手机产业进入多媒体快餐时代	17
第二节 全球手机市场发展趋势	19
第二章 2008年全球手机市场发展态势	23
第一节 2008年全球手机市场发展现状	23
第二节 2008年世界主要国家手机市场现状	26
一、2008年美国手机市场现状	26
二、2008年欧洲手机市场现状	26
三、2008年日本手机市场现状	27
四、2008年韩国手机市场现状	28
第三节 2008年中国在全球手机市场中的地位	28
第二部分 2008年中国手机行业发展形势	30
第三章 2008年中国手机行业发展环境	30
第一节 2008年我国手机产业政策环境	30
一、我国统一手机充电器标准	30
二、信产部：3G手机不仅仅允许中国标准试验	30
三、手机标准首次由中国运营商制定	30
四、信产部力挺手机中文输入国标	31
五、通信企业境外投资购汇不设限	32
第二节 2008年我国手机行业发展技术环境	32
一、2008年我国现代移动通讯技术发展	33
二、2008年我国手机设计平台与芯片技术	36
三、2008年我国手机软件平台和操作系统技术	37
四、2008年我国蓝牙遥控技术	39
五、2008年我国高速无线传输信息技术	40
第四章 2008年中国手机市场发展局势	42
第一节 2008年我国手机行业发展现状	42
一、2008年国际厂商手机生产份额明显下降	42
二、诺基亚5500脱胶成为手机投诉的焦点	42
三、深圳成为全球手机配件生产基地	42
四、手机配件市场面临重新洗牌	42
第二节 2008年我国手机市场发展现状	43
一、学生消费已成为一支不可忽视的生力军	43
二、2008年我国手机市场发展存在的问题	44
第三节 2008年中国手机进出口现状	45
一、2008年我国手机对外贸易基本	45

- 二、2008年我国手机出口市场 46
- 三、2008年我国知识产权成手机出口最大障碍 49
- 第五章 2008年中国手机生产与消费状况 50
  - 第一节 2008年我国手机生产情况 50
    - 一、2008年我国手机产量 50
    - 二、深圳成为全球“手机之都” 52
    - 三、天津手机生产情况 53
  - 第二节 2008年我国手机销售情况 54
- 第六章 2008年中国手机市场数据调查 59
  - 第一节 2008年最受用户关注的十五大手机品牌关注度排行 59
  - 第二节 2008年我国手机市场调查 59
    - 一、手机用户对新兴应用的兴趣因地区而异 60
    - 二、2008年手机市场特征及用户消费心理特征 60
    - 三、2008年价格走势 61
  - 第三节 2008年中国手机市场热门机型 61
    - 一、2008年热门机型品牌与价格分布特点 61
    - 二、2008年热门机型属性分布 62
    - 三、2008年热门机型关键因素关注度 63
    - 四、2008年中国智能手机市场热门机型特点 66
  - 第四节 2008年手机投诉统计 66
    - 一、2008年我国手机投诉主要问题 66
    - 二、2008年我国手机投诉数量统计 66
    - 三、2008年我国手机投诉来源统计 68
    - 四、2008年我国主要投诉问题 69
    - 五、2008年我国手机投诉处理情况统计 70
  - 第五节 2008年中国手机用户服务满意度调查 72
- 第三部分 2008年中国手机细分行业发展形势 76
- 第七章 2008年中国手机产品发展状况 76
  - 第一节 2008年手机产品市场发展现状与特点 76
    - 一、2008年手机市场产品结构 76
    - 二、2008年手机市场价格动态 76
    - 三、2008年上市手机产品 77
    - 四、2008年主要品牌产品 78
    - 五、2008年手机价格区间 79
    - 六、2008年三大功能手机产品分布 81

## 第二节 GSM/CDMA 81

- 一、2008年GSM/CDMA手机市场 81
- 二、全球GSM手机用户发展预测 85
- 三、亚太地区CDMA用户发展趋势 86
- 四、移动、联通拟推GSM/GSM双号双卡手机 87

## 第三节 智能手机 87

- 一、智能手机是手机的第三次革命 87
- 二、2008年全国智能手机出货情况 89
- 三、2008年智能手机关注度及价格走势 92
- 四、2007年中国首款人性化智能手机软件上市 93
- 五、2010年智能手机市场预测 93

## 第四节 彩屏/非彩屏 93

- 一、彩屏手机成为手机市场中的绝对主流 94
- 二、高分辨率彩屏将成手机发展趋势 94

## 第五节 拍照手机 94

- 一、2008年最受关注的十款拍照手机 94
- 二、2008年拍照手机发展现状 96
- 三、2010年全球拍照手机预测 96

## 第八章 2008年中国3G手机发展情况 97

### 第一节 2008年我国3G政策 97

- 一、3G 牌照即将发放 97
- 二、3G时代定制模式重构手机产业链 100
- 三、国内运营商3G发展策略 101

### 第三节2008年我国3G应用 102

- 一、全球3G手机用户突破一亿 102
- 二、用户将购买3G手机情况调查 103
- 三、3G业务多元发展成大势 105
- 四、行业信息化将成为3G重要应用 107

### 第四节 TD-SCDMA手机发展情况及预测 109

- 一、2007年TD-SCDMAGSM双模手机批量进入测试 109
- 二、2008年双模单待手机情况 110
- 三、政府层面对TD-SCDMA明确支持态度 111
- 四、2008年TD-SCDMA手机市场 111
- 五、2010年TD-SCDMA手机用户预测 112

## 第九章 2008年中国手机竞争态势 113

第一节 2008年我国手机市场竞争现状	113
一、品牌竞争两极分化格局加剧	113
二、手机市场出现三大品牌阵营	114
三、国际品牌与本土品牌之间的差距仍然在扩大	114
四、劣势国际品牌退出中国手机市场	116
五、新进入企业市场业绩平平	117
第二节 2008年WCDMA手机企业竞争力	117
第三节 2008年我国手机行业进入壁垒	119
一、手机牌照壁垒	119
二、手机行业进入壁垒总体在渐渐降低	120
三、新进入者成为推动3G市场成长的重要力量	120
第十章 2008年中国领先手机企业竞争状况	122
第一节 诺基亚	122
一、2008年公司经营状况	122
二、2008年诺基亚智能手机销售情况	122
三、2008年公司在中国发展情况	122
四、2008年公司发展策略	123
第二节 摩托罗拉	124
一、2008年前3季度公司经营状况	124
二、2008年公司在中国发展情况	124
第三节 三星	125
一、2008年公司经营状况	125
二、2008年公司在中国发展情况	125
三、2008年公司发展策略	126
第四节 波导	126
一、2008年公司经营状况	126
二、波导国际化品牌策略	128
三、2008年公司发展前景	130
第五节 夏新	130
一、2008年公司经营状况	130
二、2008年公司发展情况	131
三、2008年公司中国发展策略	131
第六节 索尼爱立信	132
一、2008年公司发展现状	132
二、2008年公司发展历程及策略	134

## 第七节 联想 134

一、2008年联想手机发展情况 134

二、2008年公司中国发展策略 135

## 第八节 TCL 136

一、2008年公司经营状况 136

二、公司未来发展策略 136

## 第九节 康佳 136

一、2008年公司经营状况 137

二、2008年康佳手机新兴市场露头角 137

## 第十节 海尔 137

一、2008年公司经营现状 137

二、海尔拟在印度设置研发中心支持手机业务 138

## 第五部分 2008年中国手机上下游以及相关产业发展形势 139

### 第十一章 2008年中国手机供应链 139

#### 第一节 2008年我国手机元器件发展情况 139

一、国内主要手机元器件技术水平与市场现状 139

二、中国手机基带芯片商排名及 140

三、2008年中国手机芯片市场回顾与展望 141

四、2008年手机Wi-Fi芯片市场规模预测 144

五、3G时代手机元器件呈现四大走势 144

#### 第二节 生产决定新品推出速度和品质 147

一、手机自主生产方式 147

二、手机OEM/ODM生产方式 147

三、手机半自主生产方式 148

### 第十二章 2008年中国手机电池产业 150

#### 第一节 2008年中国手机电池产业现状 150

一、2008年中国手机电池市场规模 150

二、2008年我国手机电池的地区分布 150

三、锂电池将在3G中扮演重要角色 150

四、2008年起手机电池有望通用 150

#### 第二节 2008年我国手机电池市场存在的问题 151

一、手机电池已成未来移动通信发展“瓶颈” 151

二、我国锂离子电池行业目前面临的难题 151

三、冒牌电池充斥市场 152

四、旅充充电对手机电池危害大 152



- 第十三章 2008年中国手机设计行业 153
  - 第一节 2008年我国手机设计产业现状 153
    - 一、手机设计成为产业链的重要环节 153
    - 二、2008年手机设计产业竞争加剧 154
    - 三、2008年中国手机设计寻求差异化生存 154
    - 四、2008年手机轻薄实用简约渐成主旋律 155
  - 第二节 2008年我国手机设计产业发展趋势 157
    - 一、手机设计公司未来发展趋势 157
    - 二、2008年我国手机外观设计趋势 157
    - 三、从消费者角度来进行产品设计 158
  - 第三节 2008年手机设计产业发展预测 160
    - 一、2008年手机设计产业发展预测 160
    - 二、2008年单芯片手机方案在中国市场前景 161
    - 三、2008年展望——通用性设计 162
- 第十四章 音乐手机 164
  - 第一节 2008年音乐手机发展现状 164
    - 一、入门级音乐手机平台将改变市场格局 164
    - 二、手机巨头纷纷部署手机音乐战略 164
    - 三、2008年音乐手机市场关注度调查 164
    - 四、2008年音乐手机市场价格走势调查 165
  - 第二节 音乐手机发展预测 165
    - 一、2008年音乐手机市场发展预测 166
    - 二、2010年中国音乐手机市场总值预测 167
- 第十五章 手机电视 169
  - 第一节 全球手机电视的发展现状 169
    - 一、2008年全球手机电视技术及业务进展 169
    - 二、全球手机电视用户预测 171
  - 第二节 中国手机电视的市场现状 172
    - 一、手机电视业务发展现状及走势 172
    - 二、2008年手机电视业务加速升温 174
    - 三、2007年手机电视行业标准出台 176
    - 四、WAP用户占手机电视主流 177
    - 五、解剖国内手机电视运营模式 179
  - 第三节 手机电视市场趋势 183
    - 一、2010年手机电视发展预测 183

- 二、2010年中国手机电视用户预测 184
- 三、2008年手机免费看奥运 184
- 四、2010年手机电视用户及收入预测 185
- 第十六章 手机游戏 187
  - 第一节 2008年中国手机游戏市场规模 187
  - 第二节 2008年用户对手机游戏的消费特征 188
    - 一、用户对手机游戏的认知程度 189
    - 二、用户使用手机游戏的行为特征 193
    - 三、用户对手机游戏公司的偏好 196
  - 第三节 手机游戏发展趋势 199
    - 一、手机游戏产业步入井喷时代 199
    - 二、2010年国内手机游戏市场规模预测 199
- 第六部分 2008年中国手机营销渠道 201
- 第十七章 2008年中国手机营销渠道 201
  - 第一节 2008年手机渠道发展概况 201
    - 一、2008年中国手机渠道发展概况 201
    - 二、手机渠道结盟谋求打造连锁巨头 203
    - 三、手机终端渠道三足鼎立局面形成 203
  - 第二节 2008年中国手机市场渠道格局 204
    - 一、渠道格局基本特征 204
    - 二、国内生产厂家渠道策略 204
    - 三、终端卖场对渠道变革的影响 205
    - 四、国外厂家的渠道策略 206
    - 五、运营商策略对渠道的冲击 207
    - 六、国内代理商的应对策略 207
    - 七、手机厂商、分销商与大型零售商之间博弈关系 208
  - 第三节 手机市场渠道发展趋势 208
    - 一、影响手机分销发展的四点因素 208
    - 二、手机分销渠道发展的企业内部驱动力 209
    - 三、2008年手机连锁专业卖场转攻电子商务 210
- 第七部分 2008年中国手机行业发展策略 211
- 第十八章 2008年国产手机发展现状与策略 212
  - 第一节 2008年国产手机发展现状 212
    - 一、2008年国产手机发展情况 212
    - 二、国产手机质量明显提高 212

- 三、2008年国产手机向同质化开战 213
- 四、国产手机在定制市场处于劣势 214
- 第二节 2008年国产手机发展预测 214
  - 一、2008年国产手机的机遇与挑战 214
  - 二、2008年国产手机有望持续反弹 215
- 第三节 国产手机发展策略 216
  - 一、国产手机应走自主创新之路 216
  - 二、提升品质打造品牌是国产手机出路 217
  - 三、国产手机厂商应对大渠道时代的策略 220
  - 四、双模手机成为国产手机进军3G时代的杀手锏 221
- 第十九章 2008年中国手机厂商发展策略 222
  - 第一节 品牌策略 222
    - 一、多品牌策略 222
    - 二、品牌推广要以消费者需求为导向 224
    - 三、建立品牌诚信度 226
    - 四、做人性化广告推广 227
    - 五、建立品牌的时尚代名词 229
  - 第二节 产品策略 231
    - 一、重视产品的外观设计 231
    - 二、加大新产品的推出频度 231
    - 三、注重产品的某些特殊功能，给用户人性化的服务 232
    - 四、手机3G时代的到来 232
  - 第三节 价格策略 234
    - 一、整体产品线价格对比 234
    - 二、细分市场价格对比 234
    - 三、价格策略建议 234
  - 第四节 渠道策略 234
    - 一、渠道进一步扁平化，以降低渠道成本 234
    - 二、大商场、连锁店将在手机销售中占据越来越重要的位置 234
    - 三、和运营商更多合作 234
  - 第五节 促销策略 235
  - 第六节 终端策略 238
    - 一、闹市集中型的店服务策略 238
    - 二、社区服务型的店服务策略 239
    - 三、通讯市场批零兼零的手机店服务策略 240

- 四、商场中的手机专柜服务策略 240
- 五、运营商厅中的手机店服务策略 241
- 六、连锁店服务策略 241
- 七、体验型营销带动手机终端市场发展 242
- 第八部分 2008-2010年年中国手机行业发展预测与投资前景 243
- 第二十章 2008-2010年中国手机投资情况与建议 243
- 第一节 2008年中国手机投资情况 243
- 一、2008年手机行业投资西移 243
- 二、2008年部分手机厂商建厂情况 243
- 三、风险投资渗入中国手机业 244
- 第二节 2007-2008年台湾手机厂商内地投资情况 244
- 一、富士康巨资投建手机产业基地 244
- 二、明基3G生产线转战内地 245
- 三、广达拟将手机生产基地迁上海 245
- 四、华宝通讯手机第二工厂在南京开工 245
- 五、2007年华冠通讯中国内陆手机年产能预测 246
- 第三节 2008-2010年我国手机投资风险 246
- 一、发改委预警手机业风险 246
- 二、“十一五”手机投资要慎重 246
- 第四节 2008-2010年我国手机投资建议 248
- 一、2008-2010年手机行业发展建议 248
- 二、对国内手机制造产业的投资建议仍维持观望 248
- 三、对手机零组装产业的投资建议为观望 249
- 第五节 2008-2010年我国3G手机投资展望 250
- 一、2008-2010年3G大规模投资启动 250
- 二、3G投资规划逐渐明晰 09年初将是启动时点 250
- 第二十一章 2008-2010年中国手机行业发展预测 252
- 第一节 2008-2010年我国手机技术发展预测 252
- 一、2008-2010年WindowsMobile6.0智能手机将出现 252
- 二、2008-2010年GPS技术有望在手机中普及 252
- 三、2010年手机存储空间可达到100G 252
- 第二节 2008-2010年我国手机需求预测 253
- 一、手机普及率与全球比较 253
- 二、未来展望：空间广阔需求良好 253
- 三、2008-2010年中国手机用户预测 256

四、2010年中国手机销量预测 257

五、2008-2010年我国定制手机需求预测 258

第三节 未来我国手机生产趋势 259

一、2008-2010年我国手机产销预测 259

二、广东河源“十一五”期间手机年产量预测 260

三、2008年中国台湾手机出货量 260

第四节 2008-2010年中国手机市场竞争趋势 261

一、2008年中国手机市场洗牌加剧进入整合期 261

二、2008-2010年我国手机品牌集中度将加强 262

三、2008-2010年我国手机步入快速消费品营销时代 263

图表目录

图表 1 2002-2008年全球手机用户增长趋势图 16

图表 2 2008 - 2012年全球手机产量规模预测及其增长率 19

图表 3 2002-2008年全球手机市场销售规模及增长速度 23

图表 4 2008年前三季度主流手机厂商市场份额 24

图表 5 2007年8月-2008年8月日本手机出货量 27

图表 6 2002-2007年全球及中国手机销售规模走势对比图 29

图表 7 4G移动通讯系统网络组成示意图 34

图表 8 2008年上半年重点品牌手机出口份额 46

图表 9 2002-2008年我国手机产量及同比增长率趋势图 50

图表 10 2008年H1重点品牌手机产量份额 51

图表 11 2006-2008年我国规模以上手机产量分地区情况 51

图表 12 2006-2008年天津市手机产量情况及排名 54

图表 13 天津手机产量占全国比重逐年下降，2008年1-5月占比15.22% 54

图表 14 2002-2008年我国手机销售量增长趋势 54

图表 15 2005年H1 - 2008年H1手机内销量及增长率 55

图表 16 2008年H1重点品牌手机内销量份额 56

图表 17 2005年H1 - 2008年H1手机外销量及增长率 57

图表 18 2008年H1重点品牌手机外销量份额 57

图表 19 2008年9月中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布 59

图表 20 2008年9月最受用户关注的前十大智能手机和音乐手机品牌分布状况 62

图表 21 2008年上半年智能手机不同功能产品数量比例与关注比例分布 63

图表 22 2008年上半年不同价位区间智能手机关注度分布 64

图表 23 2008年上半年不同像素手机关注比例与数量分布比例对比 65

图表 24 2008年手机行业月投诉量趋势图 67

- 图表 25 2008年手机投诉前十品牌比较 67
- 图表 26 2008年上半年手机投诉主要区域 68
- 图表 27 2008年上半年我国主要投诉问题 69
- 图表 28 2008年上半年手机产品投诉解决时间 70
- 图表 29 2008年上半年手机产品投诉受理结果比例图 71
- 图表 30 2001-2008年手机服务满意率 73
- 图表 31 三包服务改进方向 73
- 图表 32 2008上半年我国手机产品结构 76
- 图表 33 2008年1-8月中国手机市场价格变化 77
- 图表 34 2008年9月不同价位手机关注比例分布 79
- 图表 35 2008年8月与9月不同价位手机关注比例对比 80
- 图表 36 2008上半年中国CDMA手机品牌结构 82
- 图表 37 2005年中国CDMA手机销量比例情况 82
- 图表 38 2008年1-9月中国CDMA手机市场规模增长及对比 83
- 图表 39 2008上半年中国GSM手机品牌结构 83
- 图表 40 2007年G S M产品线超薄手机品牌市场占有率 84
- 图表 41 2005年中国GSM手机销量比例情况 84
- 图表 42 2008年第三季度中国智能手机市场销售情况 89
- 图表 43 2008年第三季度中国智能手机市场总体品牌结构 89
- 图表 44 2007年中国智能手机市场总体品牌结构 90
- 图表 45 2006-2008年智能手机市场占有率情况 90
- 图表 46 2008年第三季度中国智能手机操作系统市场结构 91
- 图表 47 2008年我国智能手机市场用户关注比例走势 92
- 图表 48 2008年10月最受关注的十款500万像素拍照手机 94
- 图表 49 电信重组后国内电信运营格局 97
- 图表 50 可能的3G 牌照发放制式 97
- 图表 51 中国3G手机消费人群结构图 103
- 图表 52 中国3G用户数比例情况 103
- 图表 53 中国3G手机消费结构图 104
- 图表 54 2008年WCDMA手机品牌占有率 105
- 图表 55 行业应用获得的国家支持 107
- 图表 56 三部委态度 111
- 图表 57 2008年中国TD-SCDMA手机品牌结构 111
- 图表 58 2008年WCDMA手机企业竞争力 117
- 图表 59 2002-2008年宁波波导股份有限公司主营业务收入增长走势图 127

- 图表 60 2002-2008年宁波波导股份有限公司净利润增长走势图 127
- 图表 61 2004-2007年波导出口、内销收入走势图 128
- 图表 62 2002-2008夏新手机业务收入走势情况 130
- 图表 63 2006年-2008年索尼爱立信手机全球销量走势状况 133
- 图表 64 2007年-2008年索尼爱立信在手机市场的占有率状况 133
- 图表 65 2005—2006年我国手机芯片市场需求量对比情况 142
- 图表 66手机多媒体芯片市场占有率 142
- 图表 67消费者对于未来手机的认知 155
- 图表 68手机的消费者--产品需求互动模型 159
- 图表 69 9.1-25降幅最高的前十款音乐手机排行榜 165
- 图表 70 2006~2010年中国MP3手机市场规模预测 166
- 图表 71 2006~2010年中国MP4手机市场规模预测 166
- 图表 72通过广播网络实现手机电视的主要技术 172
- 图表 73主要的手机电视技术比较 173
- 图表 74 2005~2010年全球电视手机市场规模 174
- 图表 75 “东方明珠+移动运营商+SP”模式 179
- 图表 76 “移动运营商+独家SP”模式 180
- 图表 77由广电部门为主导的商业模式 181
- 图表 78以移动运营商为主导的商业模式（与广电部门合作） 181
- 图表 79 独立的手机电视运营商提供的模式 182
- 图表 80 移动运营商主导的模式 182
- 图表 81 2007-2012年全球手机电视市场规模及增长 183
- 图表 82 2007-2010年手机电视市场规模 185
- 图表 83 2007-2008年我国手机游戏市场规模 187
- 图表 84 2008年中国手机游戏用户职业状况 188
- 图表 85 2008年我国手机游戏用户与手机网民年龄分布对比 189
- 图表 86用户第一次接触手机游戏时间分布 189
- 图表 87用户使用手机游戏的目的 190
- 图表 88用户喜欢的手机类型 191
- 图表 89用户对手机游戏的关注点 191
- 图表 90用户认为手机游戏与电脑游戏相比的优势 192
- 图表 91用户认为手机游戏与电脑游戏相比的劣势 193
- 图表 92用户使用手机游戏的频率 193
- 图表 93用户使用手机游戏的时间和地点 194
- 图表 94用户使用手机游戏的粘性 195

图表 95用户使用同一款手机游戏的时间 195

图表 96 用户获得手机游戏的途径 196

图表 97游戏公司知名度对于用户选择手机游戏的影响 196

图表 98用户对各国游戏厂商的关注度 197

图表 99用户最喜欢的国外手机游戏公司 197

图表 100用户最喜欢的国内手机游戏公司 198

图表 101产业生命周期与渠道依赖性 208

图表 102手机分销的产业链 209

图表 103消费者对于定制手机的看法 254

图表 104 2002-2008年我国手机用户增长走势图 256

图表 105 2008 - 2012年中国手机产量规模预测及其增长率 259

图表 106公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证 266

图表 107公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书 268

图表 108公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证 270

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shoujidianhua/3222632226.html>