

2017-2022年中国智能手机市场竞争态势及十三五 竞争战略分析报告

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《2017-2022年中国智能手机市场竞争态势及十三五竞争战略分析报告》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/273132273132.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

据预测，到2016年年底，全球智能手机占比将达到82%，而中国市场智能手机渗透率已超过90%。得益于智能手机的高渗透率以及使用时间延长带来的更高品质需求，并且受限于目前AMOLED技术在大尺寸屏幕领域的技术壁垒，智能手机已成为目前AMOLED技术发展的最大切入点。AMOLED面板在智能手机应用上的渗透率将由2015年的14.6%上升至2016年的17.9%。三星、苹果及华为位列全球智能手机市场占有率前三名，三者总占比超过60%，市场集中度偏高；国内智能手机市场占有率排名前三的分别为华为、苹果及小米，三者总占比近50%。

全球智能手机市场格局（2015）

国内智能手机市场格局（2015）

我国自改革开放以来，工业化进程加快，经济发展水平得到了极大的提升。2007-2012年，我国工业增加值保持着逐年上升的趋势，但同比增速波动下降。2007年，我国工业增加值同比增速为18.5%，为近五年来的最高值；2014年，工业增加值同比增速下降为8.3%；2015年前三季度，工业增加值同比增速下降为6.2%。2015年全年，全国规模以上工业增加值按可比价格计算比上年增长6.1%。

2007-2015年全国规模以上企业工业增加值同比增速（单位：%）

2016年是中国经济持续探底的一年，经过2015-2016年全面培育新的增长源和新的动力机制，中国宏观经济预计将在2017年后期出现稳定的反弹，并逐步步入中高速的稳态增长轨道之中。2016年，预计全年GDP增速为6.7%左右，增速较2015年下降约0.2个百分点。预计2016年我国第一产业增加值增速为3.6%，第二产业为5.3%，第三产业为8.6%。消费、投资和净出口对GDP增长的拉动分别为4.0、2.6和0.1个百分点。

中国报告网发布的《2017-2022年中国智能手机市场竞争态势及十三五竞争战略分析报告》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。

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。

第一章 智能手机行业相关概述

1.1 智能手机行业定义及特点

1.1.1 智能手机行业的定义

1.1.2 智能手机行业产品/服务特点

1.2 智能手机行业经营模式分析

1.2.1 生产模式

1.2.2 采购模式

1.2.3 销售模式

1.3 智能手机的发展历程

1.4 智能手机对经济和生活的影响

1.4.1 提高上班工作效率

1.4.2 减少“闲置”时间/处理紧急事务

1.4.3 压缩虚度的个人时间

1.4.4 带来经济效益

第二章 智能手机行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.1.1 行业市场特点

2.1.2 行业市场化程度

2.1.3 行业利润水平及变动趋势

2.2 进入本行业的主要障碍

2.2.1 资金准入障碍

2.2.2 市场准入障碍

2.2.3 技术与人才障碍

2.2.4 其他障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.3.1 行业周期分析

（1）行业的周期波动性

（2）行业产品生命周期

2.3.2 行业的区域性

2.4 智能手机产业链分析

2.4.1 智能手机行业产业链简介

2.4.2 智能手机产业链——上游配件供应商分析

- (1) 芯片
- (2) 触摸屏
- (3) 连接器

2.4.3 智能手机产业链——操作系统平台商分析

2.4.4 智能手机产业链——服务提供商分析

- (1) 传统互联网服务渗透
- (2) 移动互联网特色服务

2.4.5 智能手机产业链——电信运营商分析

2.4.6 智能手机产业链——渠道商分析

2.4.7 与上下游行业的相关性

第三章 2014-2015年中国智能手机行业发展环境分析

3.1 智能手机行业政治法律环境（P）

3.1.1 行业主管部门分析

3.1.2 行业监管体制分析

3.1.3 行业主要法律法规

3.1.4 相关产业政策分析

3.1.5 行业相关发展规划

- (1) 《关于做好工业通信业和信息化“十二五”规划工作的意见》
- (2) 《电子信息产业调整和振兴规划》

3.1.6 政策环境对行业的影响

3.2 智能手机行业经济环境分析（E）

3.2.1 宏观经济形势分析

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

3.3 智能手机行业社会环境分析（S）

3.3.1 智能手机产业社会环境

3.3.2 社会环境对行业的影响

3.4 智能手机行业技术环境分析（T）

3.4.1 智能手机技术分析

- (1) 技术水平总体发展情况
- (2) 中国智能手机行业新技术研究

3.4.2 智能手机技术发展水平

- (1) 中国智能手机行业技术水平所处阶段
- (2) 与国外智能手机行业的技术差距

3.4.3 行业主要技术发展趋势

3.4.4 技术环境对行业的影响

第四章 全球智能手机行业发展概述

4.1 2014-2015年全球智能手机行业发展情况概述

4.1.1 全球智能手机行业发展现状

4.1.2 全球智能手机行业发展特征

4.1.3 全球智能手机行业市场规模

4.2 2014-2015年全球主要国家和地区智能手机市场分析

4.2.1 美国智能手机市场分析

(1) 市场概况

(2) 市场规模

(3) 品牌分析

(4) 操作系统分析

4.2.2 欧洲智能手机市场分析

(1) 规模和渗透率分析

(2) 操作系统占比分析

(3) 使用成本分析

(4) 用户分析

4.2.3 日本智能手机市场分析

(1) 市场概况

(2) 趋势分析

4.2.4 韩国智能手机市场分析

(1) 市场概况

(2) 趋势分析

4.2.5 俄罗斯智能手机市场分析

(1) 市场概况

(2) 趋势分析

4.2.6 东南亚智能手机市场分析

(1) 市场概况

(2) 趋势分析

4.3 2017-2022年全球智能手机行业发展前景预测

4.3.1 全球智能手机行业市场规模预测

4.3.2 全球智能手机行业发展前景分析

4.3.3 全球智能手机行业发展趋势分析

4.4 全球智能手机行业重点企业发展动态分析

第五章 中国智能手机行业发展概述

5.1 中国智能手机行业发展状况分析

5.1.1 中国智能手机行业发展阶段

5.1.2 中国智能手机行业发展总体概况

5.1.3 中国智能手机行业发展特点分析

5.2 2014-2015年智能手机行业发展现状

5.2.1 2014-2015年中国智能手机行业市场规模

(1) 中国智能手机出货量分析

(2) 中国智能手机销售情况分析

(3) 中国智能手机渗透率分析

5.2.2 2014-2015年中国智能手机行业发展分析

5.2.3 2014-2015年中国智能手机企业发展分析

5.3 2017-2022年中国智能手机行业面临的困境及对策

5.3.1 中国智能手机行业面临的困境及对策

(1) 中国智能手机行业面临困境

(2) 中国智能手机行业对策探讨

5.3.2 中国智能手机企业发展困境及策略分析

(1) 中国智能手机企业面临的困境

(2) 中国智能手机企业的对策探讨

5.3.3 国内智能手机企业的出路分析

第六章 中国智能手机行业市场运行分析

6.1 2014-2015年中国智能手机行业总体规模分析

6.1.1 企业数量结构分析

6.1.2 人员规模状况分析

6.1.3 行业资产规模分析

6.1.4 行业市场规模分析

6.2 2014-2015年中国智能手机行业产销情况分析

6.2.1 中国智能手机行业工业总产值

6.2.2 中国智能手机行业工业销售产值

6.2.3 中国智能手机行业产销率

6.3 2014-2015年中国智能手机行业市场供需分析

6.3.1 中国智能手机行业供给分析

6.3.2 中国智能手机行业需求分析

6.3.3 中国智能手机行业供需平衡

6.4 2014-2015年中国智能手机行业财务指标总体分析

6.4.1 行业盈利能力分析

6.4.2 行业偿债能力分析

6.4.3 行业营运能力分析

6.4.4 行业发展能力分析

6.5 中国智能手机市场价格分析

6.5.1 中国手机价格敏感度分析

6.5.2 中国手机价格接受度分析

6.5.3 中国智能手机市场价格分析

(1) 智能手机市场均价分析

(2) 主流品牌均价分析

第七章 中国智能手机行业市场供需分析

7.1 2014-2015年智能手机市场供需分析

7.1.1 2014-2015年智能手机产能产量统计

7.1.2 2014-2015年智能手机产值及市场份额

7.1.3 2014-2015年智能手机需求情况分析

7.1.4 2014-2015年智能手机平均价格、毛利率分析

7.1.5 2014-2015年智能手机进口、出口情况分析

7.2 2017-2022年智能手机市场供需前景预测

7.2.1 2017-2022年智能手机产量预测

7.2.2 2017-2022年智能手机进口预测

7.2.3 2017-2022年智能手机价格预测

7.2.4 2017-2022年智能手机出口预测

7.2.5 2017-2022年智能手机市场前景

第八章 2014-2015年智能手机主要应用平台分析

8.1 手机浏览器

8.1.1 手机浏览器行业发展机遇

8.1.2 手机浏览器市场竞争格局

8.1.3 手机浏览器竞争对比分析

8.1.4 2014-2015年手机浏览器市场发展状况

8.1.5 2014-2015年手机浏览器市场规模分析

8.1.6 2017-2022年手机浏览器发展前景分析

8.2 手机支付

8.2.1 中国手机支付业务应用周期

8.2.2 中国手机支付产业链日趋完善

8.2.3 中国手机支付市场格局分析

8.2.4 2014-2015年手机支付市场发展状况

8.2.5 2014-2015年手机支付市场规模分析

8.2.6 2017-2022年手机视频业务发展前景分析

8.3 手机导航

8.3.1 手机导航的定义及分类

8.3.2 国内手机导航市场逐渐兴起

8.3.4 我国手机导航市场竞争态势分析

8.3.5 2014-2015年手机导航市场发展状况

8.3.5 2014-2015年手机导航市场规模分析

8.3.6 2017-2022年手机导航发展前景分析

8.4 手机电视

8.4.1 手机电视产业链及业务模式

8.4.2 手机电视内容生产及监管

8.4.3 2014-2015年手机电视市场发展状况

8.4.4 2014-2015年手机电视市场规模分析

8.4.5 2017-2022年手机电视发展前景分析

8.5 手机游戏

8.5.1 中国手机游戏市场发展模式

8.5.2 手机游戏培训市场异军突起

8.5.3 影响未来手机游戏市场规模的因素

8.5.4 2014-2015年手机电视市场发展状况

8.5.5 2014-2015年手机电视市场规模分析

8.5.6 2017-2022年手机电视发展前景分析

第九章 中国智能手机行业市场竞争格局分析

9.1 中国智能手机行业竞争格局分析

9.1.1 智能手机行业区域分布格局

9.1.2 智能手机行业企业规模格局

9.1.3 智能手机行业企业性质格局

9.2 中国智能手机行业竞争五力分析

9.2.1 智能手机行业上游议价能力

9.2.2 智能手机行业下游议价能力

9.2.3 智能手机行业新进入者威胁

9.2.4 智能手机行业替代产品威胁

9.2.5 智能手机行业现有企业竞争

9.3 中国智能手机行业竞争SWOT分析

9.3.1 智能手机行业优势分析（S）

9.3.2 智能手机行业劣势分析（W）

9.3.3 智能手机行业机会分析（O）

9.3.4 智能手机行业威胁分析（T）

9.4 中国智能手机行业投资兼并重组整合分析

9.4.1 投资兼并重组现状

9.4.2 投资兼并重组案例

9.5 中国智能手机行业重点企业竞争策略分析

第十章 中国智能手机行业领先企业竞争力分析

10.1 三星（中国）投资有限公司竞争力分析

（1）企业概况

（2）主营产品概况

（3）公司运营情况

（4）公司优劣势分析

10.2 Apple（中国）有限公司竞争力分析

（1）企业概况

（2）主营产品概况

（3）公司运营情况

（4）公司优劣势分析

10.3 魅族科技有限公司竞争力分析

（1）企业概况

（2）主营产品概况

（3）公司运营情况

（4）公司优劣势分析

10.4 广东步步高电子工业有限公司竞争力分析

（1）企业概况

（2）主营产品概况

（3）公司运营情况

（4）公司优劣势分析

10.5 广东欧珀移动通信有限公司竞争力分析

（1）企业概况

（2）主营产品概况

（3）公司运营情况

（4）公司优劣势分析

10.6 小米科技有限责任公司竞争力分析

（1）企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.7 联想集团竞争力分析

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.8 华为技术有限公司竞争力分析

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.9 中兴通讯股份有限公司竞争力分析

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.10 深圳市金立通信设备有限公司竞争力分析

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第十一章 2017-2022年中国智能手机行业发展趋势与前景分析

11.1 2017-2022年中国智能手机市场发展前景

11.1.1 2017-2022年智能手机市场发展潜力

11.1.2 2017-2022年智能手机市场发展前景展望

11.1.3 2017-2022年智能手机细分行业发展前景分析

11.2 2017-2022年中国智能手机市场发展趋势预测

11.2.1 2017-2022年智能手机行业发展趋势

11.2.2 2017-2022年智能手机市场规模预测

11.2.3 2017-2022年智能手机行业应用趋势预测

11.2.4 2017-2022年细分市场发展趋势预测

11.3 2017-2022年中国智能手机行业供需预测

11.3.1 2017-2022年中国智能手机行业供给预测

11.3.2 2017-2022年中国智能手机行业需求预测

11.3.3 2017-2022年中国智能手机供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 行业发展有利因素与不利因素

11.4.2 市场整合成长趋势

11.4.3 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.4 企业区域市场拓展的趋势

11.4.5 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.6 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2017-2022年中国智能手机行业投资前景

12.1 智能手机行业投资现状分析

12.1.1 智能手机行业投资规模分析

12.1.2 智能手机行业投资资金来源构成

12.1.3 智能手机行业投资项目建设分析

12.1.4 智能手机行业投资资金用途分析

12.1.5 智能手机行业投资主体构成分析

12.2 智能手机行业投资特性分析

12.2.1 智能手机行业进入壁垒分析

12.2.2 智能手机行业盈利模式分析

12.2.3 智能手机行业盈利因素分析

12.3 智能手机行业投资机会分析

12.3.1 产业链投资机会

12.3.2 细分市场投资机会

12.3.3 重点区域投资机会

12.3.4 产业发展的空白点分析

12.4 智能手机行业投资风险分析

12.4.1 智能手机行业政策风险

12.4.2 宏观经济风险

12.4.3 市场竞争风险

12.4.4 关联产业风险

12.4.5 产品结构风险

12.4.6 技术研发风险

12.4.7 其他投资风险

12.5 智能手机行业投资潜力与建议

12.5.1 智能手机行业投资潜力分析

12.5.2 智能手机行业最新投资动态

12.5.3 智能手机行业投资机会与建议

第十三章 2017-2022年中国智能手机企业投资战略与客户策略分析

13.1 智能手机企业发展战略规划背景意义

13.1.1 企业转型升级的需要

13.1.2 企业做大做强的需要

13.1.3 企业可持续发展需要

13.2 智能手机企业战略规划制定依据

13.2.1 国家政策支持

13.2.2 行业发展规律

13.2.3 企业资源与能力

13.2.4 可预期的战略定位

13.3 智能手机企业战略规划策略分析

13.3.1 战略综合规划

13.3.2 技术开发战略

13.3.3 区域战略规划

13.3.4 产业战略规划

13.3.5 营销品牌战略

13.3.6 竞争战略规划

13.4 智能手机中小企业发展战略研究

13.4.1 中小企业存在主要问题

- (1) 缺乏科学的发展战略
- (2) 缺乏合理的企业制度
- (3) 缺乏现代的企业管理
- (4) 缺乏高素质的专业人才
- (5) 缺乏充足的资金支撑

13.4.2 中小企业发展战略思考

- (1) 实施科学的发展战略
- (2) 建立合理的治理结构
- (3) 实行严明的企业管理
- (4) 培养核心的竞争实力
- (5) 构建合作的企业联盟

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 投资建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：智能手机行业特点

图表：智能手机行业生命周期

图表：智能手机行业产业链分析

图表：2014-2015年智能手机行业市场规模分析

图表：2017-2022年智能手机行业市场规模预测

图表：中国智能手机行业盈利能力分析

图表：中国智能手机行业运营能力分析

图表：中国智能手机行业偿债能力分析

图表：中国智能手机行业发展能力分析

图表：中国智能手机行业经营效益分析

图表：2014-2015年智能手机重要数据指标比较

图表：2014-2015年中国智能手机行业销售情况分析

图表：2014-2015年中国智能手机行业利润情况分析

图表：2014-2015年中国智能手机行业资产情况分析

图表：2014-2015年中国智能手机竞争力分析

图表：2017-2022年中国智能手机产能预测

图表：2017-2022年中国智能手机消费量预测

图表：2017-2022年中国智能手机市场前景预测

图表：2017-2022年中国智能手机市场价格走势预测

图表：2017-2022年中国智能手机发展前景预测

图表：投资建议

图表：区域发展战略规划

（GYZX）

图表详见正文.....

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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxinshebei/273132273132.html>