

2019年中国手机行业分析报告- 市场规模现状与未来动向研究

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《2019年中国手机行业分析报告-市场规模现状与未来动向研究》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/433288433288.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

【报告大纲】

第一章 中国手机行业发展背景分析

1.1 手机行业基本概念

1.1.1 手机的定义

1.1.2 行业的种类

(1) 按外形分类

(2) 按操作系统分类

(3) 按功能分类

(4) 按网络分类

1.1.3 手机的构成

(1) 手机的硬件

(2) 手机的软件

(3) 手机各零部件的成本分析

1.2 手机行业经济环境分析

1.2.1 国际宏观经济环境分析

(1) 国际宏观经济现状

(2) 国际宏观经济预测

1.2.2 国内宏观经济环境分析

(1) 国内宏观经济现状

(2) 国内宏观经济预测

1.2.3 宏观经济环境对行业的影响

1.3 手机行业政策环境分析

1.3.1 行业主管部门

1.3.2 行业管理体制

1.3.3 行业政策规划

1.4 手机行业贸易环境分析

1.4.1 行业贸易环境发展现状

(1) 主要贸易方式

(2) 主要贸易国家与地区

(3) 主要出口地区

(4) 贸易环境对手机出口市场的影响

1.4.2 行业贸易环境发展趋势

(1) 国际市场需求总体偏弱

(2) 产业竞争力面临挑战

(3) 贸易摩擦形势依然严峻

1.5 手机行业技术环境分析

1.5.1 行业技术活跃程度分析

(1) 专利申请数量变化情况

(2) 专利公开数量变化情况

1.5.2 行业技术专利类型分析

1.5.3 行业技术领先企业分析

1.5.4 行业热门技术分析

第二章 中国手机行业原材料及配件市场调研

2.1 手机行业产业链简介

2.2 集成电路市场调研

2.2.1 集成电路市场发展现状分析

(1) 集成电路产业发展规模

(2) 集成电路产业结构分析

2.2.2 集成电路市场竞争格局分析

2.2.3 手机行业对集成电路的需求分析

2.3 印制电路板市场调研

2.3.1 印制电路板市场供需现状分析

(1) 印制电路板市场供给现状分析

(2) 印制电路板市场需求现状分析

2.3.2 印制电路板市场竞争格局分析

2.3.3 手机行业对印制电路板的需求分析

2.4 手机触摸屏市场调研

2.4.1 触摸屏市场发展规模分析

2.4.2 触摸屏细分产品发展分析

(1) 电阻式触摸屏市场调研

(2) 电容式触摸屏市场调研

2.4.3 触摸屏市场竞争现状分析

2.4.4 手机行业对触摸屏的需求分析

2.5 手机连接器市场调研

2.5.1 手机连接器市场现状分析

2.5.2 手机连接器竞争状况分析

2.5.3 手机连接器需求潜力分析

第三章 全球手机行业发展分析

3.1 全球手机行业发展现状

3.1.1 全球手机用户规模

3.1.2 全球手机行业产量分析

3.1.3 全球手机行业销量分析

3.1.4 全球手机行业竞争格局分析

3.1.5 中国手机行业国际竞争力分析

(1) 竞争优势

(2) 竞争劣势

(3) 发展趋势

3.2 全球主要国家和地区手机市场调研

3.2.1 美国手机市场调研

(1) 操作系统竞争分析

(2) 各品牌手机出货量分析

3.2.2 欧洲手机市场调研

(1) 手机操作系统分析

(2) 智能手机市场规模分析

(3) 中国手机品牌在欧洲发展情况

3.2.3 日本手机市场调研

(1) 日本手机出货量情况分析

(2) 相关手机品牌在日本发展情况

3.2.4 韩国手机市场调研

(1) 韩国手机市场调研

(2) 韩国电信运营商市场份额

(3) 韩国手机品牌本土发展情况

3.2.5 俄罗斯手机市场调研

3.2.6 印度手机市场调研

(1) 印度手机市场调研

(2) 相关手机品牌在印度发展情况

3.2.7 东南亚手机市场调研

(1) 东南亚手机市场销量

(2) 东南亚手机市场竞争格局

3.2.8 非洲手机市场调研

(1) 非洲手机市场销量

(2) 非洲手机市场竞争格局

3.2.9 拉丁美洲手机市场调研

3.3 主要跨国公司手机企业分析

3.3.1 三星电子公司分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业手机销量分析

(4) 企业手机全球市场份额分析

(5) 企业智能手机市场调研

(6) 企业在华竞争分析

(7) 企业最新发展动向分析

3.3.2 索尼移动通信公司分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业手机销量分析

(4) 企业手机全球市场份额分析

(5) 企业在华竞争分析

(6) 企业最新发展动向分析

3.3.3 苹果股份有限公司分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业手机销量分析

(4) 企业手机全球市场份额分析

(5) 企业在华竞争分析

(6) 企业最新发展动向分析

3.3.4 宏达国际电子股份有限公司分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业手机销量分析

(4) 企业手机全球市场份额分析

(5) 企业在华竞争分析

(6) 最新动向分析

3.4 全球手机市场趋势预测分析

3.4.1 全球手机市场发展趋势分析

(1) 产品发展方向分析

(2) 手机设计发展趋势分析

(3) 未来手机新兴功能分析

3.4.2 全球手机市场规模预测

第四章 中国手机行业发展分析

4.1 中国手机行业发展规模

4.1.1 中国手机整体产量分析

4.1.2 中国手机整体销量分析

4.1.3 中国手机用户规模分析

4.1.4 中国手机行业影响因素分析

(1) 手机定制对手机行业的影响

(2) 水货手机对手机行业的影响

(3) 山寨手机对手机行业的影响

(4) 智能手机对手机行业的影响

(5) 5G发展对手机行业的影响

4.2 中国手机行业竞争分析

4.2.1 中国手机行业品牌竞争结构

4.2.2 中国手机行业产品竞争结构

4.2.3 近年行业进入者分析

4.2.4 近年行业退出者分析

4.2.5 行业潜在进入者分析

4.3 中国手机价格走势分析

4.3.1 手机市场价格指数分析

4.3.2 手机平均价格分析

4.3.3 主流厂商平均价格分析

4.3.4 手机价格影响因素分析

4.4 中国手机行业进出口分析

4.4.1 手机进出口状况综述

4.4.2 手机进出口关税分析

4.4.3 手机出口情况分析

(1) 手机出口总体情况

(2) 手机出口产品结构分析

4.4.4 手机进口情况分析

(1) 手机进口总体情况

(2) 手机进口产品结构分析

第五章 中国手机行业主要产品市场调研

5.1 中国智能手机市场调研

5.1.1 智能手机品牌数量情况

5.1.2 智能手机出货量分析

5.1.3 智能手机销售情况分析

5.1.4 智能手机市场价格分析

(1) 智能手机市场价格走势

(2) 智能手机市场平均价格走势

5.1.5 智能手机市场品牌竞争格局

5.1.6 智能手机市场产品竞争格局

(1) 产品像素结构

5.1.7 智能手机发展趋势预测

5.2 中国4G手机市场调研

5.2.1 4G手机厂商数量情况

5.2.2 4G手机产品数量情况

5.2.3 4G手机市场竞争格局

(1) 4G手机市场品牌竞争格局

(2) 4G手机市场产品竞争格局

5.2.4 4G手机市场价格走势

5.2.5 4G手机市场趋势分析

5.3 中国国产手机市场调研

5.3.1 国产手机厂商数量情况

5.3.2 国产手机产品数量情况

5.3.3 国产手机市场竞争格局

(1) 国产手机市场品牌竞争格局

(2) 国产手机市场产品竞争格局

5.3.4 国产手机市场价格分析

(1) 国产手机市场价格走势

(2) 国产手机市场平均价格走势

5.3.5 国产手机市场趋势分析

5.4 中国大屏手机市场调研

5.4.1 大屏手机品牌变化情况

5.4.2 大屏手机产品变化情况

5.4.3 大屏手机市场品牌竞争格局

(1) 年度品牌结构

(2) 季度品牌结构

5.4.4 大屏手机市场产品竞争格局

(1) 热门产品

(2) 产品核心结构

(3) 产品像素结构

5.4.5 大屏手机市场价格走势

5.4.6 大屏手机市场趋势分析

5.5 中国四核手机市场调研

5.5.1 四核手机厂商数量情况

5.5.2 四核手机产品数量情况

5.5.3 四核手机市场品牌竞争格局

5.5.4 四核手机市场产品竞争格局

5.5.5 四核手机市场价格走势

5.5.6 四核手机市场趋势分析

(1) 四核手机为当前市场绝对主流

(2) 八核/双四核机型成投资前景调研

第六章 中国手机市场消费情况调研分析

6.1 国产手机市场消费情况调研

6.1.1 消费者使用国产手机的比例

6.1.2 消费者购买国产手机的原因

6.1.3 消费者使用国产手机的经历

6.1.4 消费者使用国产手机的品牌

6.1.5 消费者购买国产手机的价格

6.1.6 消费者购买国产手机的渠道

6.2 华为手机市场消费情况调研

6.2.1 消费者对华为手机的整体评价

6.2.2 消费者对酷华为手机的竞争力评价

6.2.3 消费者使用华为手机的情况

6.2.4 消费者购买华为手机的原因

6.2.5 消费者使用华为手机的产品系列

6.2.6 消费者使用华为手机的价格

6.2.7 消费者购买华为手机的渠道

6.2.8 消费者对华为手机的满意度

- 6.2.9 消费者对华为手机的忠诚度
- 6.2.10 消费者对华为手机的趋势分析
- 6.3 小米手机市场消费情况调研
 - 6.3.1 消费者使用小米手机的情况
 - 6.3.2 消费者购买小米手机的原因
 - 6.3.3 消费者购买小米手机的渠道
 - 6.3.4 消费者对小米手机的满意度
 - 6.3.5 消费者对小米手机的忠诚度
 - 6.3.6 消费者对小米手机的趋势分析
- 6.4 千元手机市场需求情况调研
 - 6.4.1 消费者购机价位选择情况
 - 6.4.2 消费者购买千元手机的原因
 - 6.4.3 消费者对千元手机的配置需求
- 6.5 手机市场消费者品牌忠诚度情况调研
 - 6.5.1 消费者的品牌忠诚度
 - 6.5.2 消费者的品牌转向情况

第七章 中国手机行业营销渠道分析

- 7.1 中国手机行业营销渠道概述
 - 7.1.1 我国手机渠道模式发展历史
 - (1) 中国电信独揽手机销售市场阶段
 - (2) 全国性总代理控制销售渠道阶段
 - (3) 多种销售渠道模式并存阶段
 - 7.1.2 我国手机市场渠道成员的构成
 - (1) 生产厂商
 - (2) 代理商
 - (3) 零售商
 - (4) 运营商
- 7.2 中国手机行业销售渠道现状与特征
 - 7.2.1 手机销售渠道模式发展现状
 - (1) 传统代理模式
 - (2) 直供模式
 - (3) 运营商定制模式
 - (4) FD模式
 - (5) 电子商务模式

7.2.2 主力手机厂商渠道现状与特点

(1) 三星

- 1) 市场定位分析
- 2) 营销手段分析
- 3) 渠道分析

(2) LG

- 1) 市场定位分析
- 2) 营销手段分析
- 3) 渠道分析

(3) 苹果

- 1) 市场定位分析
- 2) 营销手段分析
- 3) 渠道分析

(4) HTC

- 1) 市场定位分析
- 2) 营销手段分析
- 3) 渠道分析

(5) 索尼移动

- 1) 市场定位分析
- 2) 营销手段分析
- 3) 渠道分析

7.2.3 手机运营商定制模式及策略分析

(1) 中国移动

(2) 中国联通

(3) 中国电信

7.2.4 代理商及分销商竞争策略研究

(1) 天音控股

(2) 普泰通信

(3) 爱施德

(4) 普天太力

7.3 中国手机行业销售渠道发展趋势

7.3.1 渠道扁平化发展趋势

7.3.2 渠道多元化发展趋势

7.3.3 渠道中心化发展趋势

7.3.4 分销渠道品牌化

第八章 中国手机行业主要企业生产经营分析

8.1 外资品牌手机企业经营情况分析

8.1.1 天津三星通信技术有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

8.1.2 LG电子株式会社北京办事处经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.1.3 北京索爱普天移动通信有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.1.4 多普达（上海）通讯科技有限公经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.1.5 夏普科技（无锡）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.2 国内品牌手机企业经营情况分析

8.2.1 联想移动通信科技有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

8.2.2 中兴通讯股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

8.2.3 华为技术有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

8.2.4 深圳市金立通信设备有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

8.2.5 TCL通讯科技控股有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构及新产品动向

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

(10) 企业投资兼并与重组分析

(11) 企业最新发展动向分析

8.2.6 青岛海尔通信有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.7 北京天宇朗通通信设备股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业品牌建设分析

(5) 企业商业模式分析

(6) 企业销售渠道与网络

(7) 企业经营状况优劣势分析

(8) 企业最新动向分析

8.2.8 康佳通信科技有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

8.2.9 魅族科技（中国）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

8.2.10 小米科技有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

8.3 国内手机代工企业经营情况分析

8.3.1 富士康科技集团经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

8.3.2 华宝通讯（南京）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.3.3 伟创力制造（珠海）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.3.4 华冠通讯（江苏）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络销售
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.3.5 比亚迪电子（国际）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

第九章 中国手机市场趋势调查与投资分析

9.1 中国手机行业趋势预测分析

9.1.1 中国手机行业发展趋势预测

- (1) 用户需求趋势预测
- (2) 品牌竞争格局趋势预测
- (3) 操作系统趋势预测
- (4) 产品价格趋势预测
- (5) 产品创新趋势预测

9.1.2 中国手机行业市场规模预测

9.2 中国手机行业投资特性分析

9.2.1 手机行业进入壁垒分析

- (1) 政策壁垒
- (2) 技术壁垒
- (3) 规模壁垒
- (4) 贸易壁垒
- (5) 人才壁垒

9.2.2 手机行业投资前景分析

- (1) 政策风险

- (2) 技术风险
- (3) 竞争风险
- (4) 关联产业风险
- (5) 其它风险

9.3 中国手机行业投资建议

9.3.1 手机行业投资现状

- (1) 三星、苹果垄断高端市场
- (2) 国产手机阵营崛起
- (3) 操作系统三足鼎立

9.3.2 手机行业投资建议

- (1) 重点关注大屏、四核、千万像素智能手机
- (2) 提升智能手机性价比
- (3) 提供增值服务
- (4) 手机厂商互联网转型
- (5) 加强移动互联网应用

图表目录

图表1 手机的构成简析

图表2 手机的特性简析

图表3 中国手机相关标准汇总

图表4 中国手机行业相关政策分析

图表5 中国手机行业发展机遇与威胁分析

图表6 中国手机行业企业数量规模

图表详见报告正文 · · · · · (GYSYL)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国手机行业分析报告-市场规模现状与未来动向研究》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。

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。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。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shoujidianhua/433288433288.html>