

2020年中国智能手机行业分析报告- 市场规模现状与发展前景评估

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《2020年中国智能手机行业分析报告-市场规模现状与发展前景评估》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/466187466187.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

手机、全称为移动电话或无线电话，是一种通讯工具，分为智能手机和非智能手机。手机终端产业链主要包括手机芯片设计和制造、操作系统开发、手机方案设计、整机制造、手机销售、手机应用增值等6个环节。其中，芯片是整个手机产业链中的源头，也是技术含量和利润较高的环节。目前，市面上的手机种类有直立式、翻盖式（单屏、双屏）、滑盖式、旋转式、侧滑式、腕表式等6大类；手机网络包含3G手机、4G手机、5G手机、GSM手机和CDMA手机等。

手机制作产业链

图表来源：观研天下整理

手机分类

手机类型

内容说明

3G手机

3G手机就是指第三代（外语全称the 3 Generation）手机。随着科技和经济的发展，目前的手机的品种和型号也是多的让人目不暇接，从第一代模拟制式手机到第二代的GSM、TDMA等数字手机，再到现在的第三代手机，手机已经成了集语音通信和多媒体通信相结合

4G手机

4G手机，指应用第四代移动通信技术的手机；在传输速率上，4G通信理论上达到100Mbps的传输速率，4G网络在通信带宽上比3G网络的蜂窝系统的带宽高出许多。每个4G信道将占有100MHz的频谱，相当于W-CDMA

3G网络的20倍，是网络传输速度比目前的有线宽带还要快N多倍。

5G手机

5G手机是指使用第五代通信系统的智能手机。相对4G手机，5G手机有更快的传输速度，低时延，通过网络切片技术，拥有更精准的定位。

GSM手机

GSM中文为全球移动通讯系统，俗称"全球通"，由欧洲开发的数字移动电话网络标准，它的开发目的是让全球各地共同使用一个移动电话网络标准，让用户使用一部手机就能行遍全球。

CDMA手机

CDMA手机是在无线通讯上使用的技术，CDMA允许所有使用者同时使用全部频带(1.2288Mhz)，升级版CDMA2000系统为3G通信技术，且把其他使用者发出讯号视为杂讯，完全不必考虑到讯号碰撞。

智能手机

智能手机，是指像个人电脑一样，具有独立的操作系统，独立的运行空间，可以由用户自行安装软件、游戏、导航等第三方服务商提供的程序，并可以通过移动通讯网络来实现无线网络接入的手机类型的总称。

非智能手机

智能以外的手机 图表来源：观研天下整理

根据全球智能手机品牌出货量及市场份额来看，2014-2016年全球智能手机出货量呈增长的趋势，从2014年的13.02亿台上升到2016年的14.71亿台。2017年开始下滑，出货量为14.66亿台，同比下降-0.3%，2018年出货量为14.05亿台，同比下降-4.2%。

2014-2018年全球智能手机品牌出货量及增长情况

数据来源：工信部

根据全球智能手机出货量排名前五的品牌有三星、苹果、华为、小米、OPPO，2017年排名前五的品牌出货量市场份额为63.5%，2018年上升到66.6%。2018年，三星智能手机出货量市场份额占比最高，达20.8%，相对于2017年下降1.8%，华为智能手机出货量市场份额增速最高，从2017年的11%上升到2018年的14.7%。

2017-2018年全球智能手机出货量TOP5品牌市场份额情况

数据来源：工信部

2017-2018年主要国家智能手机出货量及占比情况

国家

智能手机出货量（百万）

资料来源

2017年

2018年

中国

444.3

397.7

IDC

美国

178

/

IDC

印度

124.3

142.3

IDC

日本

32

31.167

日本MM综研

全球

1465.5

1404.9

IDC 图表来源：观研天下整理

我国手机产业发展起步相对比较晚，但是在国家政策和技术的不断推动下，我国手机行业得到了迅速发展。根据数据显示，2010年我国手机产量为10.04亿台，2016年上升到22.61亿台，2017年后手机产量出现下降现象，产量为19.22亿台，同比下降14.99%，2018年持续下降，下降率达6.43%，手机产量主要分布在广东、重庆、四川、北京等省份。2019年1-10手机产量为14.13亿台。

2010-2019年1-10月中国手机产量及增长情况

数据来源：工信部

2010-2018年中国部分地区手机产量分布情况

数据来源：工信部

根据手机出货量来看，2012-2018年期间，我国手机出货量呈现小幅波动状况，2012年我国手机出货量为4.66亿部，2013年达到最高峰5.79亿部。2017年手机出货量开始下降，跌至4.91亿部，同比减少12.3%。2018年出货量为4.14亿部，同比下降15.68%。2019年1-10月，国内手机出货量3.59亿部，同比下降6.7%。随着5G时代的到来，手机市场在5G的刺激下降有望掀起一波换机浪潮。

2012-2019年1-10月中国手机市场出货量统计情况

数据来源：工信部

随着我国智能手机的普及，市场逐渐趋于饱和状态，2017后，我国智能手机出货量开始下滑。根据数据显示，2014年，我国智能手机出货量为3.9亿台，2016年上升到5.2亿台，2017年下降到4.6亿台，同比下降11.5%，2018年持续下降到3.9亿台，同比下降15.2%。2019年1-10月，智能手机出货量3.09亿部，同比下降4.3%。

2014-2019年1-10月中国智能手机出货量及增长情况

数据来源：工信部

2018年，我国智能手机出货量排名前五的品牌有苹果、华为、OPPO、VIVO、小米，

其中，苹果智能手机出货量市场份额占比最高，达28.9%，价格主要分布在4000元以上；华为、OPPO、vivo、小米紧随其后，市场份额分别占17.1%、14.4%、12.3%、11.4%，华为、OPPO的价格主要分布在2000-3000元之间，VIVO和小米的价格主要分布在1000-2000元之间。根据数据证实我国智能手机的品牌竞争力在逐渐提升，头部品牌的市场份额将会越来越集中，相对一些小众品牌的生存空间会越来越小。

2018年中国智能手机TOP5国内存量市场份额分布情况

数据来源：工信部

2018年中国智能手机市场主要品牌价格分布

数据来源：工信部（YZ）

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。《2020年中国智能手机行业分析报告-市场规模现状与发展前景评估》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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020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 2017-2020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 2021-2026年世界智能手机行业分布走势预测

第七节 2021-2026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、智能手机价格变化分析

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 2017-2020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 2017-2020年中国智能手机行业需求特点与动态分析

第一节 中国智能手机行业消费市场动态情况

第二节 中国智能手机行业消费市场特点分析

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 2017-2020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

四、华南地区智能手机市场规模预测

第九章 2017-2020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、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026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 2021-2026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 2021-2026年中国智能手机行业发展战略及规划建议

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重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

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 2021-2026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

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/466187466187.html>