

2006—2007年中国手机存储卡市场趋势研究报告

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《2006—2007年中国手机存储卡市场趋势研究报告》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/yuanqijian/2805228052.html>

报告价格：电子版: 12500元 纸介版：12800元 电子和纸介版: 13200

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

购买趋势报告的客户可以在1年内免费更新报告中的所有数据报告摘要随着移动网络的不断升级， 支持的业务越来越丰富，手机已经从简单的通话工具发展成为集PDA、互动游戏、高分辨率摄像、移动视听于一体的全功能通讯、数据处理工具，所需要运行和存储的空间也水涨船高，这就对手机的存储容量提出了严峻的考验。目前手机的内置存储容量提升空间有限，64MB就已经是很高的配置。手机存储问题的解决之道就是通过外接存储卡来提高手机的存储容量，以支持2.5G、3G数据类音频、视频业务发展的需要，因而产生了一个巨大的手机存储卡市场。存储卡的最大应用领域一直是数码相机领域，而随着手机市场对存储容量的需要日益迫切，尤其是智能手机和多媒体手机的销量不断增长，预计在2007年手机市场将成为存储卡最主要的市场，2008年手机存储卡的市场份额将占整个存储卡市场的68.7%。目前用于手机的存储卡主要是RS-MMC、 miniSD和索尼Memory Stick三种，而由Sandisk在2004年新推出的T-Flash卡具有目前最小体积，一推出就获得了摩托罗拉和三星这样的手机大厂的支持，市场前景明朗。微型硬盘只在三星等少数几款手机中开始配置，由于具有其他存储卡无法比拟的大容量，也将在手机存储卡市场占据一定份额。目前手机存储卡市场由SanDisk、索尼、东芝、三星、日立等公司牢牢占据，不过二线厂商成长很快，市场份额在不断扩大。存储卡将逐步成为手机的标准配置，但不同的存储卡无法在同一手机卡槽中实现兼容，各种规格的存储卡支持者都在努力争取手机制造商的认同，手机存储卡市场竞争日益激烈。调查发现，目前中国市场上推出的手机内存容量普遍偏小，配有存储卡的手机数量还很少，增长空间很大。目前MMC卡占据优势，市场占有率为52.4%，其次是SD卡，为33.3%，最后是MS，为14.3%。中国手机市场仍将以应用MMC卡为主。诺基亚虽然表示支持SD卡，但是主要面向北美和日本等市场，在中国市场仍将以MMC卡为主。摩托罗拉在中国市场上采用MMC卡的手机也比SD卡的多。在MMCA的游说下，国内手机制造商倾向于采用MMC卡。因此，中国手机市场上MMC卡仍将占据优势。手机存储卡将成为手机的标准配置之一，带有记忆卡插槽的手机总量到2005年攀升到2.5亿，带有存储卡的手机占到2006年全球手机出货量的30%。手机用存储卡的容量也在不断攀升，体积和重量却在不断减少。中国已经成为全球手机制造中心，也必然成为全球手机存储卡的一个重要市场。报告通过大量的内部数据、实际调研和网络资料等，对存储卡和手机存储卡市场进行了详尽的介绍。本报告详细分析了各种规格的手机存储卡的性能、市场现状、竞争格局以及未来的发展趋势，并对中国手机存储卡市场的影响因素、发展趋势进行了分析和预测，最后对当前的主流厂商进行了介绍。同时报告对中外手机制造商、存储卡生产商和渠道商全面了解当前手机存储卡市场状况、竞争格局以及发展趋势提供帮助，尤其是有助于对中国手机存储卡市场的了解，对企业制定竞争策略和发展方向具有参考价值。报告不仅全面总结了2006年中国手机存储卡市场的发展现状，而且对未来发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测，并给出了策略与建议：1、以科学设计、审慎实施的市场调查，精准地评估了中国手机存储卡市场的规模与

结构，对主要品牌的市场竞争格局进行了精细刻画，使客户对中国手机存储卡市场有一个全面、准确的认识；2、通过科学抽样、精心实施的消费行为调查，对手机存储卡用户和潜在用户消费行为进行深入研究，帮助主要厂商和潜在进入者更好地洞察用户需求，修正产品、渠道、价格和促销策略；3、本报告重点分析了手机存储卡领导厂商发展策略和产品分析，同时也侧重分析了2006年年度成长性较好的存储卡厂商的相关分析；4、全面分析未来影响中国手机存储卡市场发展的关键因素，并对市场发展趋势做出定性与定量相结合的分析预测，帮助主要厂商和潜在进入者科学地评估市场机会与风险。汉鼎世纪咨询撰写的《2006—2007中国手机存储卡市场趋势研究报告》依据国家统计局、国家发改委、国家商务部、国家海关总署、国家信息产业部、全国商业信息中心、国民经济景气监测中心、中关村在线调研中心、国家信息产业部等公布和提供的大量资料，并结合对手机存储卡制造商、经销商等业内企业的访谈，以及对手机消费者的调查研究。报告立足于全球手机存储卡市场，对我国手机存储卡行业的发展现状、供给与需求、细分行业、行业竞争格局等进行了研究，并重点分析了手机存储卡市场的销售状况，现阶段中国手机存储卡行业面临的冲击以及企业的应对策略。报告综合了手机存储卡产业以及销售渠道、消费者分析等重要板块的内容，并对国家手机产业政策进行了介绍和政策趋向研判，为我国手机企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

第一章 手机存储卡市场概述第一节 中国手机存储卡市场现状分析一、市场商机无限作为IT产业的外围产品，存储卡从未像2006年度般受到如此多消费者的关注。凭借存储容量大、体积小、携带方便、安全性能较稳定等特点，存储卡已经成为消费电子产品中数码类产品及通讯类手机的最主要存储介质。而随着电子消费品市场近年来的爆炸性增长，数量和种类呈现多元化发展趋势，数码相机、插卡式手机、支持外接存储卡的MP3播放器、PMP、PSP等消费者耳熟能详的产品越来越多的进入我们的生活。在用户体验时尚数码生活的同时，也为存储卡市场带来了无限的商机。高速增长的市场需求自然而然的吸引到越来越多的品牌加入，不过机遇永远与挑战并存，面对消费者大容量、高稳定性、良好兼容性的苛刻要求，主流厂商们似乎做的更出色些，至少市场表现是这么告诉我们的。从汉鼎咨询对市场的调查情况来看，现阶段主要的市场份额仍集中在诸如Sandisk、Lexar、Kingston等主流厂商手中，前十大品牌的销量占据了全国总销量的90%以上。

二、容量推动渠道首先，1GB甚至更大容量存储卡成为现阶段市场主流。由于2006下半年度各类数码产品大刮视频娱乐风潮，使得消费者对大存储容量产品的需求明显增加。上游厂商也据此改变供应策略，再加上厂商利用价格手段主推1GB乃至2GB产品，存储卡从MB到GB的快速过渡就此完成。而大容量之后，存储卡产品的销售渠道也开始有所变化。不同于以往单一的IT渠道，家电卖场、超市、甚至网络等多元化渠道模式被引入，进一步推动市场销量的同时也为广大消费者提供了很大程度上的便利。需要指出的是，IT渠道目前还是起着先导作用，同时新兴渠道发展步入其后。

最后，不得不提存储卡市场日益严重的假水货现象，其构成基本是走私货或者地下工厂组

装。它们的出现很大程度上阻碍了市场的平稳发展，也使Sandisk、金士顿等主流厂商遭受了巨大的品牌损失，存储卡市场的整合和规范成为当务之急。好在此后以金士顿为代表的部分厂商开始在打假上投入巨大努力，一定程度上维护了自身品牌形象，对增强消费者的品牌信心，维护品牌形象，扩大市场等方面都起到了极大的推动作用。总的来看，尽管2006年整个存储卡市场经历了一整年的高速发展，但本质上依然处于起步阶段，消费者对各种存储卡性能的认知普遍很低，只是单纯使用对于不同规格差异的了解有限。现阶段，存储卡技术标准已经成为厂商争夺的焦点，各种各样的数码存储卡层出不穷。比如最早的MMC、SD、CF，各品牌自主研发的Memory Stick、XD，还有此后为缩小体积出现的MiniSD、MMC plus、MMC mobile、Memory Stick Duo，以及最新发布的MicroSD、SDHC、Memory StickM2等。从2005年开始，数码类消费产品的逐渐普及，使得数码类产品相关配件的闪存式存储卡也开始受到广大消费者的关注。而与2005年相比，2006年的闪存卡市场显得更加嘈杂，一方面，厂商数量比2005年增加较多，虽然传统大厂金士顿（KingSton）、ADATA威刚等以较为明显的优势占据了较大的市场份额，但是其他厂商关注分散。另一方面，闪存卡市场鱼龙混杂，出现了大批量的假货，带来了消费者的信任危机。

三、手机进入存储时代

为了进一步了解2006年手机存储卡市场现状，北京汉鼎咨询公司对整体市场进行了关注调查，并涉及消费需求关注、市场竞争关注等方面。数码影音世界已成为手机必不可少的一部分。摄影摄像功能保留缤纷绚烂的迷人景色；影音播放功能满足移动欣赏电影或音乐的需求；支持Java平台让发烧友随时随地体验游戏的酣畅快感……这一切都昭示了手机在未来不可限量的辉煌前景。但是，如果缺少了存储卡为手机内存扩容，手机的上述功能就如同“空中楼阁”——无法实现了。事实上，随着手机数码影音功能越来越强大，外接存储卡已成为手机的必备配件，手机也真正进入到“存储时代”。

1、存储渐成主流

目前，市场上能支持扩展卡的手机有数十款，如摩托罗拉的“明”、诺基亚的N系列手机、联想ET980、夏新E850等，其中绝大多数为时下最畅销的手机。走进太升南路的通讯卖场，促销人员首先会向你推荐具有扩展卡的手机。据迪信通销售人员介绍，目前存储卡手机已经成为主流，具有扩展功能的手机最热销，购买人群多以年轻人和商务人士为主。随着商务智能、摄像摄影、MP3、MP4等功能不断地融合到手机上，手机也不仅仅局限于打电话发短信，更像一部个人信息终端产品。而对于普通手机的内存来说，存储如此多的文字、图像、视频等多媒体信息肯定应付不了，为手机配备一块专用的存储卡就十分必要了。刚买了多普达830的周先生一直钟爱具备扩展功能的手机，他说频繁的商务活动需要更大容量的手机扩展卡，如同电脑的硬盘那样，越大越好。

2、需求日益增加

正是由于手机用户对手机音乐功能的需求，使得手机存储卡有了“用武之地”。通常来看，音乐手机播放的音乐文件如MP3格式等的文件，尽管已压缩到了较小长度，但通常一首MP3歌曲至少有几兆的大小。因此，如果配备了一张1G的手机存储卡，至少能存储300多首歌曲，手机的存储卡的作用可见一斑。此外，英语、游戏、文件资料以及铃声、彩信等，统统都可以装入手机的存储卡里，供手机用户随时调用。此外，针对手机的应用业务也将越来越多。例如在线游戏、手机银行、手机实时聊天、手机购物等，而完

成这些业务就需要手机安装更多的应用程序以及具有运行这些程序的空间，而存储卡则成为了实现这些数据应用业务的技术基础。通过手机外接存储卡协助手机完成某些增值业务，一方面带动手机增值业务快速发展，另一方面也为存储卡市场带来革命性的变化，预示着手机存储卡市场更加广阔的发展空间。3、争夺更加激烈内存大小已经成为掣肘手机未来功能发展的关键，一些厂商在为手机功能“添砖加瓦”的同时，愈发思考突破存储容量瓶颈之道，使得拍照、摄录、影音播放等功能拥有更广阔的“舞台”。不容置疑，最直接的解决办法当然是效仿数码相机和PDA，为手机内建扩展卡槽，以适应不同的数据存储需要。从目前市场上现有的音乐手机来看，30%以上的音乐手机都配置了扩展卡，并且配置扩展卡的音乐手机比例还在不断扩大；对于安装开放式操作系统的智能手机，其信息处理能力更加强大，一般自身已配置了较大的内存空间，目前20%以上的智能手机都可以配置外接存储卡。在手机存储卡容量上的争夺战，诺基亚与三星的竞争一直处于白热化的状态。目前，具备4GB容量扩展卡的诺基亚N91已经上市。三星在推出8GB容量扩展卡的手机i300X之后，近日又发布了16GB容量扩展卡的手机。据了解，该款手机能储存1600首MP3歌曲、16部影片、2万多张相片，是目前全球拥有最大储存空间的多媒体手机。此外，随着向音乐手机市场开发的深入，索爱、摩托罗拉以及国产手机也纷纷加入到了扩展卡的竞争行列。

目 录报告摘要 - 9 -第一章 手机存储卡市场概述 - 11 -第一节 中国手机存储卡市场现状分析 - 11 -一、市场商机无限 - 11 -二、容量推动渠道 - 11 -三、手机进入存储时代 - 12 -1、存储渐成主流 - 12 -2、需求日益增加 - 12 -3、争夺更加激烈 - 13 -第二节 市场发展趋势预测 - 13 -一、各类品牌发展趋势 - 13 -二、总体发展趋势 - 14 -1、2010年中国印度手机用户数将超10亿 - 15 -2、厂商将益发依赖新兴市场 - 15 -三、消费市场现状 - 15 -1、存储卡进入G时代 - 15 -2、目前的主流存储卡及其发展现状 - 17 -第三节 市场发展建议 - 19 -第二章 手机存储卡研究环境 - 21 -第一节 研究背景 - 21 -第二节 研究内容 - 21 -第三节 研究方法 - 22 -第四节 数据采集 - 22 -第五节 环境分析 - 23 -一、宏观环境分析 - 23 -二、技术分析 - 24 -1、2007年手机技术发展趋势预测 - 24 -2、未来手机的三大新兴功能 - 26 -三、社会人口分析 - 27 -第三章 手机存储卡定义 - 29 -第一节 手机存储卡概念 - 29 -一、支持存储卡定义 - 29 -二、手机的存储量 - 29 -三、手机存储器 - 29 -四、手机存储卡主要用途 - 29 -1、商务资料存储 - 29 -2、音频和视频存储 - 30 -3、程序存储 - 30 -第二节 手机存储卡分类 - 30 -一、市场手机存储卡分类 - 30 -二、手机用存储卡2006年发展回顾 - 32 -三、2007年手机存储业五大预测 - 34 -1、存储在HPC领域的扩大地盘 - 34 -2、服务将成为潮流 - 34 -3、数据保护和安全将成焦点 - 34 -4、纸张不会消失 - 34 -5、存储虚拟化未来的高速增长点 - 35 -第三节 各类手机存储卡性能特点 - 35 -一、手机存储卡现有技术介绍 - 35 -二、手机存储卡在蓝牙上功能体现 - 37 -三、NOR技术 - 40 -四、AND技术 - 41 -五、NAND闪存 - 41 -六、DiskOnChipTM技术 - 42 -七、由EEPROM派生的闪速存储器 - 42 -第四章 手机存储卡市场结构分析 - 44 -第一节

市场结构分析	- 44	-一、市场结构分析	- 44	-二、市场分布格局	- 49
-1、销量仍呈稳步上升趋势	- 50	-3、私货、水货仍旧严重	- 50		
-4、微硬盘与闪存类存储卡各得其所	- 50	-5、CF卡前景暗淡	- 51	-第二节 产品结构	- 51
-第五章 手机存储卡重点厂商竞争力评价	- 54	-第一节 重点厂商竞争力评价	- 54		
-一、重点品牌渠道策略及其SWOT分析	- 54	-二、Sandisk品牌	- 54	-三、Kingston品牌	- 54
-四、Lexar品牌	- 54	-五、Toshiba品牌	- 54	-六、Kingmax品牌	- 54
-七、Panasonic品牌	- 55	-八、Sony品牌	- 55	-第二节 市场概述及品牌结构	- 55
-一、市场概述	- 55	-二、品牌结构关注调查	- 55	-第三节 产品规格关注度调查	- 57
-一、不同容量产品关注对比	- 57	-二、不同类型卡关注对比	- 58	-三、主流厂商产品线分布	- 58
-第四节 价位区间关注度调查	- 61	-一、价位关注分布	- 61	-二、重点厂商不同价位产品分布	- 61
-三、主流厂商均价对比	- 62	-第五节 2006年国内存储卡市场特点	- 63		
-一、存储卡销量持续增长	- 63	-二、存储卡容量不断提升，1GB成为主流	- 63		
-三、品牌呈现出百花齐放的态势	- 63	-四、存储卡销售渠道正在发生改变	- 63		
-五、小型存储卡将成为市场主流	- 63	-六、存储卡规格类型关注度分析	- 63		
-七、存储卡容量关注度分析	- 64	-八、不同种类存储卡平均产品价格分析	- 64	-第六章 全球手机存储卡市场规模与趋势分析	- 66
-第一节 全球手机存储卡市场规模	- 66	-一、全球手机市场对存储卡的需求	- 66	-二、手机存储卡市场前景广阔	- 66
-第二节 全球存储卡市场竞争份额	- 67	-一、不同种类手机存储卡的发展现状	- 67		
-二、全球手机存储卡主要制造厂商发展现状	- 67	-第三节 全球手机存储卡市场趋势分析	- 68		
-一、未来市场规模将进一步扩大	- 68	-二、手机存储卡的两大功能趋势	- 68		
-三、手机存储卡的兼容性将增强	- 69	-四、手机存储卡的微型化趋势	- 69		
-五、手机存储卡价格竞争趋势	- 69	-第七章 中国手机存储卡市场规模与趋势分析	- 70		
-第一节 手机市场市场细分以及潜在购买趋势分析	- 70	-一、不同品牌手机占有率状况	- 70		
-二、用户潜在购买意向	- 71	-三、用户对于手机价格心理承受能力	- 71		
-四、用户对手机功能的需求程度	- 72	-五、不同受教育程度手机功能的使用状况	- 72		
-六、不同收入群体手机功能的使用状况	- 73	-七、手机市场竞争趋势分析	- 73	-第二节 手机存储卡市场规模	- 74
-一、外接手机存储卡成就NAND闪存	- 74	-二、多芯片封装(MCP)产品比重逐渐增大	- 75	-第三节 手机存储卡市场前景可期	- 75
-一、市场出货增长趋势	- 75	-二、手机存储卡市场细分	- 76	-三、手机存储卡功能趋势	- 76
-第四节 存储卡市场竞争份额	- 77	-一、存储卡内存容量分布	- 77	-二、存储卡支持情况	- 78
-三、视频播放支持情况	- 78	-第八章 手机存储卡主导厂商发展策略分析	- 80	-第一节 各类手机存储卡技术	- 80
-一、SANDISK	- 80	-二、索尼	- 80	-三、松下	- 80
-四、东芝	- 81	-五、LEXAR	- 81	-六、KINGMAX (胜创科技)	- 81
-七、TWINMOS (勤茂)	- 81	-八、创见 (TRANSCEND)	- 82	-九、金士顿KINGSTON	- 82
-十、华腾微电子 (ATP)	- 82	-第二节 各类投入资源	- 82	-第三节 经营状况以及年出货量	- 83
-第四节 发展策略	- 84				

-一、市场细分	- 84	-二、协调关系争取市场份额	- 84	-三、持续的技术领先优势	- 84
-四、控制上市节奏	- 85	-五、做好防伪工作	- 85	-第五节 合作关系	- 86
-第六节 小结	- 87	-第九章 微型硬盘技术比较和市场趋势	- 88	-第一节 微型硬盘技术比较分析	- 88
-一、微硬盘优点：	- 88	-二、MMC、SD、MS、TF技术介绍	- 89	-第二节 微硬盘和各种存储卡对比分析	- 90
-一、结构对比分析	- 90	-二、传输速度对比分析	- 90	-三、容量对比分析	- 91
-四、接口对比分析	- 91	-第三节 MMC、SD、MS、TF、微型硬盘市场趋势分析	- 92	-一、存储卡与微硬盘之争	- 92
-二、未来存储卡市场两大阵营之争	- 92	-三、手机用存储卡异军突起	- 92	-四、大硬盘的前途光明	- 93
-五、微硬盘手机更流行	- 93	-第十章 手机存储卡厂商比较分析	- 95	-第一节 国内手机存储卡厂商分析	- 95
-第二节 国外手机存储卡厂商分析	- 97	-第十一章 行业发展策略与建议	- 100	-第一节 产品策略	- 100
-第二节 价格策略	- 100	-第三节 渠道策略	- 100	-第十二章 手机存储卡价格发展过程和趋势分析	- 101
-第一节、信息产业的独特市场竞争规律——降价规律	- 101	-第二节、手机产品价格持续下调给手机存储卡带来压力	- 101	-第三节、手机存储卡价格发展趋势	- 102
-一、世界存储市场的总体趋势影响着手机存储卡的发展趋势	- 102	-二、手机存储卡的价格趋势	- 103	-第十三章 未来对于手机存储卡技术发展的影响因素分析	- 104
-第一节 影响闪存盘品质的致命因素	- 104	-一、控制芯片问题	- 104	-二、闪存芯片问题	- 104
-三、其他问题	- 104	-第二节 非挥发性内存Flash所将面临的技术瓶颈	- 104	-第十四章 未来中国手机存储卡的需求量预测	- 106
-第一节 2007年手机存储卡市场配置需求分析	- 106	-第二节 手机存储卡将成为手机的标准配置之一	- 107	-第三节 中国制造商将产品生产研发趋势分析	- 107
-第四节 中国手机市场主导卡走势	- 107	-第五节 中国手机市场主导卡走势	- 110	-第十五章 结论与建议	- 113
-第一节 政策因素	- 113	-第二节 技术因素	- 113	-第三节 市场因素	- 114
-第四节 竞争因素	- 114	-报告图表目录	- 20	-图表1：智能手机设计产业链结构图	- 20
-图表2：汉鼎咨询研究的数据/信息采集方法	- 22	-图表3：本次研究的数据/信息分析方法	- 22	-图表4：消费者购买手机自带同量存储卡时考虑的因素	- 24
-图表5：整体市场与大存储量手机市场不同价位区间产品关注比例对比	- 25	-图表6：未来智能手机发展方向	- 25	-图表7：大存储量手机各增值业务生命周期图	- 26
-图表8：机身内存与蓝牙速度测试结果	- 38	-图表9：存储卡容量与JAVA安装	- 38	-图表10：存储卡容量与录音功能	- 39
-图表11：存储卡容量与通话提示音功能	- 39	-图表12：存储卡容量与手机输入功能	- 40	-图表13：2006年度中国市场最受关注的十大闪存卡品牌	- 44
-图表14：2006年第1季度最受关注的七大闪存卡品牌	- 44	-图表15：2006年第2季度最受关注的十大闪存卡品牌	- 45	-图表16：	

2006年第3季度最受关注的十大闪存卡品牌	-	45
-图表17：2006年第4季度最受关注的十大闪存卡品牌	-	46
-图表18：五种存储卡主要产品特征 - 47 -图表19：2005年度最受用户关注的前十款闪存卡 -		
47 -图表20：2005年不同容量闪存卡关注比例对比	-	48
-图表21：2005年不同类型闪存卡关注比例对比 - 48 -图表22：2006年各类渠道市场份额 -		
49 -图表23：2006年手机存储卡销售量、销售金额（单位：万片/万）	-	50
-图表24：2006年一季度中国存储卡市场品牌销量结构图	-	51
-图表25：2006年一季度中国存储卡市场品牌主销型号结构图	-	52
-图表26：2006年Q2中国存储卡市场各渠道销量状况	-	52
-图表27：2006年Q2中国存储卡市场场各区域市场在家电卖场销售中市场份额状况	-	52
-图表28：2006年Q2存储卡市场不同类型平均价格情况(单位：元)	-	53
-图表29：2006年中国市场最受用户关注的15大闪存卡品牌	-	55
-图表30：2005—2006年度十大闪存卡厂商关注比例对比	-	56
-图表31：2006年不同容量闪存卡关注比例分布	-	57
-图表32：2006年不同闪存卡类型关注比例对比	-	58
-图表33：2006年不同类型的金士顿闪存卡关注比例分布	-	58
-图表34：2006年不同类型的威刚闪存卡关注比例分布	-	59
-图表35：2006年不同类型的SanDisk闪存卡关注比例分布	-	59
-图表36：2006年不同类型的胜创闪存卡关注比例分布	-	60
-图表37：2006年不同价位区间闪存卡关注比例分布	-	61
-图表38：五大厂商不同价位区间产品分布对比	-	61
-图表39：2006年十大闪存卡厂商产品均价对比	-	62
-图表40：2006年不同规格存储卡的关注度分布	-	63
-图表41：2006年不同规格存储卡关注度分布	-	64
-图表42：2006年不同种类存储卡平均产品价格分析	-	64
-图表43：各手机厂商2006年销售业绩 - 66 -图表44：不同品牌手机市场占有率分析 -		70
-图表45：三大品牌在不同城市的占有率 - 71 -图表46：潜在手机品牌需求率 -		71
-图表47：消费者手机价格承受力 - 71 -图表48：现有手机用户手机功能的使用状况 -		72
-图表49：不同受教育程度手机功能的使用状况	-	73
-图表50：不同收入群体手机功能的使用状况	-	73
-图表51：2003-2009年存储卡市场出货增长趋势分析 单位：百万片	-	75
-图表52：2006-2010年存储卡种类应用市场比例分析 - 76 -图表53：内存容量分布对比 -		77
-图表54：支持存储卡与不支持存储卡机型数量对比	-	78
-图表55：支持视频播放与不支持视频播放机型数量对比	-	78
-图表56：各类手机存储卡销售量	-	84

-图表57：2005中国市场新推配备存储卡手机中各存储卡比例	-	92
-图表58：苹果公司iPod产品配置情况	-	93
-图表59：2007年三月份北京及上海地区部分存储卡价格对比	-	96
-图表60：2007年1月部分手机价格下调幅度	-	102
-图表61：2004 - 2005年中国存储卡市场规模及增长率	-	108
-图表62：2006 - 2010年中国存储卡市场销售量预测	-	109
-图表63：2006 - 2010年中国存储卡市场销售量预测 - 111 -		

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yuanqijian/2805228052.html>