

2016-2022年中国智能手机行业市场调研与发展趋势研究报告 前言

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《2016-2022年中国智能手机行业市场调研与发展趋势研究报告 前言》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/239359239359.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

前言

作为人类通讯史上的重大发明，手机的发展已经经历了十几个年头。而智能手机的出现，可以说是手机发展历程中的一个非常重要的里程碑。与传统的功能手机相比，智能手机不仅可以实现短信、通讯的功能，更重要的是智能手机可以实现用户随时随地上网的需求，实现更多智能化的应用。

行业分析师指出：在全球智能手机强劲发展的形势下，我国的智能手机占据手机市场的比重也越来越大，功能机正在被智能手机逐步替代。据不完全统计，国内智能手机由2012年12.0%的用户市场占比，增长到2011年第三季度达19.5%，预计往后的市场占比会持续增长。

国内智能手机的普及也带动了手机浏览器、手机支付、手机网游会场等的发展。中国互联网信息中心（CNNIC）日前发布的关于中国手机浏览器发展状况研究报告显示，目前我国手机浏览用户规模达到4.15亿，占手机网民比例的82.3%。除此之外，智能手机的发展也带动了国内手机支付进入应用普及化阶段。手机网游市场也显现出巨大前景。

报告显示，我国智能手机行业要了解当前以及未来的消费市场，一方面应注重产品和厂商品牌的建设，树立国产智能手机的明星级产品，品牌效应利用得好将可以给企业带来巨大的经济效益。另一方面，在产品同质化严重的智能手机市场上，国内厂商在确保产品质量的同时，可以多加关注细分市场，根据不同的市场制定不同的策略、推出不同类别机型，注重消费者的使用体验，从而获得更多用户，确保企业的收益。

本报告由观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研究智能手机行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者提供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。

【报告大纲】

第一章 2015年全球智能手机行业市场运行动态分析

第一节 2015年全球智能手机行业发展情况分析

一、全球智能手机市场发展概况

二、全球智能手机出货量市场规模

（一）全球智能手机出货量规模

- (二) 全球手机出货量规模分析
- (三) 全球智能手机出货量占比分析
- 三、全球智能手机出货量市场结构
 - (一) 全球手机出货量市场结构
 - (二) 全球智能手机市场结构
 - (三) 全球智能手机厂商出货量对比
- 四、全球智能手机渗透率
- 五、全球智能手机用户规模
 - (一) 全球手机用户规模分析
 - (二) 全球智能手机用户规模
- 第二节 全球智能手机市场发展态势分析
 - 一、日本智能手机市场份额分析
 - 二、美国智能手机使用情况分析
 - 三、加拿大智能手机市场分析
 - 四、全球智能手机出货量预测
 - 五、全球智能手机应用内购买市场规模
- 第三节 2016-2022年全球智能手机发展趋势
 - 一、大屏幕时代
 - 二、键盘操控方式多种多样
 - 三、关注用户体验
 - 四、硬件设计更重要
 - 五、操作系统三足鼎立
 - 六、国外智能手机厂商市场份额不断缩小
 - 七、智能手机的发展带动移动LBS的发展
 - 八、智能手机带动云服务发展
- 第四节 2016-2022年全球五大系统智能手机发展趋势
 - 一、Android：目前市场份额最高
 - 二、iOS：简单、流畅的操作系统
 - 三、Symbian：逐渐没落的操作系统
 - 四、Windows Phone：比较有潜力的操作系统
 - 五、Black Berry OS：逐渐退出市场的操作系统
- 第五节 智能手机市场产业链分析
 - 一、智能手机产业概述
 - 二、上游配件供应商分析
 - 三、操作系统平台商

四、应用软件开发商

五、品牌制造商

六、电信运营商

七、周边设备制造商

八、服务供应商

第二章 2015年中国智能手机行业发展环境分析

第一节 2015年中国智能手机经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 中国智能手机政策环境分析

一、《关于加强移动智能终端进网管理的通知》治理恶意代码

二、手机国家三包法

三、《反垄断法》促进电信行业有序竞争

四、《电信业务经营许可管理办法》分析

第三节 中国智能手机社会环境分析

一、中国人口及分布总体情况

二、恩格尔系数

三、中国手机普及应用情况

四、居民手机拥有量分析

五、移动互联网市场运行分析

第三章 中国智能手机行业运行态势分析

第一节 2015年中国智能手机市场发展综述

一、中国智能手机出货量市场规模

二、中国智能手机渗透率

三、中国智能手机用户规模

四、中国智能手机市场价格分析

第二节 2015年中国智能手机产品结构分析

一、中国智能手机出货量市场结构

二、中国智能手机品牌结构

三、中国智能手机产品结构

四、中国智能手机操作系统结构

五、中国手机产品网络结构分析

六、中国智能手机价格段结构分析

七、中国智能手机销售渠道分析

第三节 中国智能手机行业发展动态分析

一、中国已成智能手机最大消费国

二、互联网商扎堆血拼智能手机

三、中国山寨智能手机市场分析

四、中国家庭智能手机拥有量分析

五、智能手机主要厂商发展动态

六、智能手机主要芯片商发展动态

第四节 2015年中国智能手机主要品牌运行态势分析

第五节 2011-2015年互联网公司智能手机运营分析

一、互联网公司智能手机整体运营分析

二、小米手机

三、百度易手机

四、阿里云手机

第四章 中国智能手机消费者调研分析

第一节 2015年中国智能手机整体市场关注度分析

一、智能手机品牌关注度

二、智能手机型号关注度

三、智能手机操作系统关注度

四、智能手机价格关注度

五、智能手机像素关注度

第二节 2015年中国智能手机用户关注度分析

一、智能手机品牌关注度

二、智能手机价格关注度

三、智能手机操作系统关注度

四、智能手机屏幕尺寸关注度

五、智能手机像素关注度

第三节 2015年中国智能手机消费者屏幕尺寸调研

一、智能手机用户所用的手机屏幕尺寸分布

（一）正在使用的手机屏幕尺寸分布

（二）智能手机用户对目前正在使用的手机屏幕的感觉

二、不同类型智能手机用户未来对手机屏幕尺寸的选择

（一）智能手机用户未来打算购买的手机屏幕尺寸分布

- (二) 不同年龄段智能手机用户未来的手机屏幕尺寸选择
- (三) 不同性别智能手机用户未来的手机屏幕尺寸选择
- (四) 采用不同操作方式的智能手机用户未来的手机屏幕尺寸选择
- (五) 不同功能使用者未来选择手机屏幕尺寸的意向

第五章 2011-2015年中国移动通信及终端行业经济运行状况

第一节 2014-2015年中国移动通信及终端行业发展分析

第二节 2011-2015年中国移动通信及终端行业总体运行情况

第三节 2011-2015年中国移动通信及终端行业资产负债状况

第四节 2011-2015年中国移动通信及终端行业经营效益分析

第五节 2011-2015年中国移动通信及终端行业成本费用结构分析

第六章 2011-2015年中国移动通信手持机（手机）产量统计分析

第一节 2011-2015年全国移动通信手持机（手机）产量分析

一、中国手机产量总体情况

二、中国主要省份手机产量分析

第二节 2011-2015年中国主要省市手机产量情况

一、广东省手机产量总体情况

二、北京市手机产量总体情况

三、天津市手机产量总体情况

四、山东省手机产量总体情况

第三节 2014-2015年移动通信手持机（手机）产量集中度分析

第七章 2014-2015年中国手机行业进出口情况分析

第一节 2014-2015年中国无线电话进出口分析

一、2014-2015年中国无线电话进口分析

（一）进口数量情况（85171100）

（二）进口金额情况

二、2014-2015年中国无线电话出口分析

（一）出口数量情况

（二）出口金额情况

三、2014-2015年中国无线电话进出口均价分析

四、2015年中国无线电话进出口流向分析

（一）进口来源地情况

（二）出口目的地情况

五、2015年中国无线电话进出口省市分析

（一）进口省市情况

（二）出口省市情况

第二节 2011-2015年中国用于蜂窝网络或其他无线网络的电话机进出口分析

一、2011-2015年中国用于蜂窝网络或其他无线网络的电话机进口分析

(一) 进口数量情况 (851712)

(二) 进口金额情况

二、2011-2015年中国用于蜂窝网络或其他无线网络的电话机出口分析

(一) 出口数量情况

(二) 出口金额情况

三、2011-2015年中国用于蜂窝网络或其他无线网络的电话机进出口均价分析

四、2015年中国用于蜂窝网络或其他无线网络的电话机进出口流向分析

(一) 进口来源地情况

(二) 出口目的地情况

五、2015年中国用于蜂窝网络或其他无线网络的电话机进出口省市分析

(一) 进口省市情况

(二) 出口省市情况

第三节 2015年中国手机进出口面临的问题及建议

一、当前国内手机产业面临的问题

二、中国手机出口的展望及建议

第八章 2015年中国智能手机行业竞争新形态分析

第一节 2015年中国智能手机市场竞争总况

一、中国智能手机市场整体竞争格局

二、中国智能手机市场洗牌加速

三、中国智能手机品牌排行榜

第二节 2015年中国智能手机运营商竞争状况

一、电信联通战火烧至千元智能机

二、电信设立智能手机支持中心提供iPhone专属服务

三、电信全面进入三大操作系统推动终端直供

四、联通展开3G千元智能手机升级攻势

第三节 中国智能手机品牌竞争动态

一、三星S7发布

二、苹果智能手机

三、联想智能手机国内份额稳定

四、华为智能手机销售

第四节 中国智能手机技术竞争情况

一、3G、4G和三网融合对智能手机的影响分析

二、HTML5关键技术的发展趋向与机会

三、智能手机迈入四核时代：价格和电池成瓶颈

第五节 中国智能手机行业提升竞争力策略分析

一、操作系统的开发是根本

二、充分发挥运营商的力量

三、应用功能的全面开发

第九章 2015年全球智能手机品牌竞争力分析

第一节 芬兰诺基亚

一、诺基亚发展情况

二、诺基亚盈利能力分析

三、诺基亚智能手机区域竞争力

四、诺基亚智能手机产品竞争力

五、诺基亚SWOT分析

第二节 美国苹果

一、苹果公司发展概况

二、苹果公司盈利能力分析

三、苹果公司手机区域竞争力

四、苹果iPhone全球竞争力分析

五、苹果智能手机iPhone4竞争力分析

第三节 英国索尼爱立信

一、索尼爱立信发展概况

二、索尼爱立信盈利能力分析

三、索尼爱立信品牌发展分析

四、索尼爱立信智能手机产品竞争力

五、索尼爱立信SWOT分析

第四节 台湾HTC

一、HTC公司发展概况

二、HTC智能手机发展历程

三、HTC公司盈利能力分析

四、HTC智能手机产品竞争力

五、HTC公司SWOT分析

第五节 美国摩托罗拉

一、摩托罗拉公司发展概况

二、摩托罗拉品牌发展历程

三、摩托罗拉盈利能力分析

四、摩托罗拉智能手机竞争力分析

第十章 中国手机重点企业运营状况探析

第一节 宏达国际电子股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、2015年企业经营情况分析
- 三、2015年企业经营情况分析
- 四、企业产品研发费用

第二节 TCL通讯科技控股有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析

第三节 惠州TCL移动通信有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第四节 诺基亚通信有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第五节 摩托罗拉(中国)电子有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第六节 杭州摩托罗拉移动通信设备有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第七节 天津三星通信技术有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第八节 北京索爱普天移动通信有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第九节 杭州东信移动电话有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十节 青岛乐金浪潮数字通信有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十一节 华宝通讯（南京）有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十二节 伟创力实业（珠海）有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十三节 北京天宇朗通通信设备股份有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十一章 2016-2022年中国智能手机市场运行前景预测分析

第一节 2016-2022年中国手机发展趋势分析

一、手机游戏大崛起

二、智能手机推动NFC支付普及

三、LBS用户数呈爆发式增长

四、3G业务和用户仍将快速增长

五、4G研发的不断推进提升通信设备市场规模

第二节 2016-2022年中国智能手机市场预测分析

一、2016-2022年中国手机供给预测

二、2016-2022年中国智能手机销量预测

三、2016-2022年中国智能手机市场盈利预测

第十二章 2016-2022年中国智能手机产业投资战略研究

第一节 2016-2022年中国品牌智能手机投资机会分析

一、智能手机加速普及

二、运营商定制机占据优势

三、金属外观件渗透率提升

第二节 2016-2022年中国品牌智能手机投资风险预警

一、行业竞争风险预警

二、技术风险预警

三、进入退出风险分析

第三节 专家建议

一、从战略角度的建议

二、从提升核心竞争力方面的建议

三、智能手机发展的策略

图表目录

- 图表 1 全球智能手机市场发展历程
- 图表 2 2011-2015年全球智能手机出货量及增速变化
- 图表 3 2011-2015年全球手机出货量市场规模
- 图表 4 2011-2015年全球功能手机与智能手机出货量份额对比
- 图表 5 2015年全球手机生产商市场份额
- 图表 6 2011-2015年全球智能手机出货量市场份额分布情况
- 图表 7 2011-2015年全球智能手机厂商出货量情况
- 图表 8 2015年全球各地区智能手机渗透率情况
- 图表 9 2011-2015年全球手机用户规模情况
- 图表 10 2011-2015年全球智能手机用户规模
- 图表 11 2015年美国手机用户获取即时信息情况分布
- 图表 12 2015年美国移动操作系统市场份额分布情况
- 图表 13 2015年美国用户认为智能手机功能重要性分布情况
- 图表 14 2011-2015年加拿大智能手机用户规模
- 图表 15 2016-2022年全球智能手机出货量预测趋势图
- 图表 16 2012-2015年全球应用内购买市场交易规模
- 图表 17 智能手机市场产业链
- 图表 18 2011-2015年全球智能手机操作系统市场份额变化情况
- 图表 19 2011-2015年中国3G用户数量变化趋势图
- 图表 20 2015年中国3G用户市场份额分布情况
- 图表 21 2011-2015年3G市场渗透率变化趋势图
- 图表 22 以用户为中心的移动互联网
- 图表 23 2011-2015年手机淘宝交易规模
- 图表 24 2011-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图
- 图表 25 2011-2015年中国人均国内生产总值变化趋势图
- 图表详见正文

观研天下发行的报告书内容会随市场变动有所调整，更有助于减少使用风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shoujidianhua/239359239359.html>