2013-2017年智能手机行业主流操作系统竞争格局与典型案例分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国智能手机行业背景分析
1.1 智能手机行业基本概念
1.1.1 智能手机的概念及定义
（1）智能手机的概念及定义
（2）智能手机的基本特点
（3）智能手机误区
1.1.2 智能手机的构成
（1）智能手机硬件
（2）智能手机软件
1.1.3 智能手机的发展历史
1.1.4 智能手机对经济和生活的影响
（1）提高上班工作效率
（2）减少“闲置”时间/处理紧急事务
（3）压缩虚度的个人时间
（4）带来经济效益
1.2 智能手机行业环境分析
1.2.1 智能手机行业经济环境分析
（1）宏观经济对行业影响分析
（2）国际宏观经济环境
1）国际宏观经济现状
2）国际经济展望
（3）国内宏观经济环境
1）国内经济现状
2）国内经济展望
1.2.2 智能手机行业政策环境分析
（1）相关政策与标准
（2）相关行业规划
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》
1.3 智能手机产业链分析
1.3.1 智能手机行业产业链简介
1.3.2 智能手机行业上游产业供应链分析
（1）半导体行业发展分析
（2）PCB行业发展分析
（3）显示屏行业发展分析
（4）触摸屏行业发展分析
（5）电池行业发展分析
1.3.3 智能手机行业下游发展分析
（1）中国居民消费分析
（2）中国电信行业发展分析
第2章：全球智能手机行业发展分析
2.1 全球智能手机行业发展现状
2.1.1 全球智能手机行业市场分析
（1）智能手机用户规模分析
（2）智能手机出货量分析
2.1.2 全球智能手机行业竞争情况分析
（1）智能手机市场份额分析
（2）智能手机渗透率分析
（3）全球智能手机行业竞争态势分析
（4）中国智能手机行业国际竞争力分析
2.2 全球主要国家和地区智能手机市场分析

2.2.1 美国智能手机市场分析
2.2.2 欧洲智能手机市场分析
（1）品牌分析
（2）用户分析
（3）德国智能手机市场分析
2.2.3 日本智能手机市场分析
2.2.4 韩国智能手机市场分析
2.2.5 俄罗斯智能手机市场分析
2.2.6 印度智能手机市场分析
2.2.7 东南亚智能手机市场分析
2.2.8 非洲智能手机市场分析
2.3 全球智能手机市场发展前景分析
2.3.1 全球智能手机市场发展趋势分析
（1）智能手机发展方向分析
（2）智能手机设计发展趋势分析
（3）未来智能手机新兴功能分析
2.3.2 全球智能手机市场规模预测
第3章：中国智能手机行业市场分析
3.1 中国手机行业发展现状
3.1.1 中国手机行业发展情况分析
（1）中国手机行业市场现状分析
（2）中国手机行业市场特征分析
3.1.2 中国手机用户规模分析
3.1.3 中国手机行业产量分析
3.1.4 中国手机行业销量分析
3.2 中国智能手机行业市场发展状况分析
3.2.1 中国智能手机发展概况
（1）中国智能手机市场现状分析
（2）中国智能手机市场特征分析
3.2.2 中国智能手机市场规模分析
（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
3.2.3 中国智能手机渗透率分析
3.2.4 中国智能手机市场影响因素分析
3.3 中国智能手机市场结构分析
3.3.1 2011-2012年智能手机品牌结构分析
（1）2012年智能手机品牌结构分析
（2）2012年智能手机品牌结构分析
3.3.2 2011-2012年智能手机产品结构分析
（1）2011-2012年智能手机价格段结构
（2）2011-2012年智能手机屏幕尺寸结构
（3）2011-2012年摄像头像素结构
3.4 中国智能手机市场价格分析
3.4.1 中国手机价格敏感度分析
3.4.2 中国手机价格接受度分析
3.4.3 中国整体手机市场价格分析
（1）整体手机市场均价分析
（2）主流品牌均价分析
（3）主流品牌均价变动幅度
3.4.4 中国智能手机市场价格分析
（1）智能手机市场均价分析
（2）主流品牌产品均价
（3）主流品牌均价变动幅度
3.5 3G对中国智能手机市场的影响
3.5.1 3G标准简介
3.5.2 不同3G标准用户规模及ARPU分析
3.5.3 不同制式智能手机销量情况分析
3.5.4 三种3G标准加速Wi-Fi增长
（1）中国移动：相对成熟，后劲不足

（2）中国联通：起步虽晚，无限试用
（3）中国电信：整合资源，厚积待发
3.6 中国山寨智能手机市场分析
3.6.1 中国山寨手机市场发展及现状分析
3.6.2 中国山寨智能手机技术分析
3.6.3 中国山寨智能手机成败因素分析
3.6.4 中国山寨智能手机发展趋势及前景分析
（1）山寨手机市场竞争优势渐失
（2）国产手机或迎来发展新格局
3.7 中国智能手机应用软件市场分析
3.7.1 全球智能手机应用软件市场分析
（1）市场规模分析
（2）市场运营情况分析
（3）Android Market分析
（4）应用程序市场前景预测
3.7.2 中国智能手机应用软件市场分析
（1）中国智能手机应用软件现状分析
（2）中国智能手机应用软件市场规模分析
（3）中国智能手机应用软件市场前景分析
第4章：智能手机主流操作系统分析
4.1 智能手机操作系统概况
4.1.1 智能手机操作系统简介
4.1.2 智能手机操作系统差异分析
（1）技术层面差异
（2）战略性差异
（3）用户体验差异
4.2 智能手机操作系统市场分析
4.2.1 智能手机主流操作系统市场份额分析
（1）智能手机操作系统发展趋势
（2）智能手机操作系统市场份额
4.2.2 智能手机主流操作系统市场关注度
4.2.3 生产商支持的操作系统分析
4.2.4 智能手机操作系统竞争格局分析
4.3 智能手机主流操作系统分析
4.3.1 Android
（1）Android特征分析
（2）Android发展阶段分析
（3）Android市场现状分析
（4）Android发展前景分析
4.3.2 iPhone操作系统
（1）iPhone操作系统特征分析
（2）iPhone操作系统发展阶段分析
（3）iPhone操作系统市场现状分析
（4）iPhone操作系统发展前景分析
4.3.3 Symbian
（1）Symbian特征分析
（2）Symbian发展阶段分析
（3）Symbian市场现状分析
（4）Symbian发展前景分析
4.3.4 Windows Mobile
（1）Windows Mobile特征分析
（2）Windows Mobile发展阶段分析
（3）Windows Mobile市场现状分析
（4）Windows Mobile发展前景分析
4.3.5 web OS
（1）web OS特征分析
（2）web OS发展阶段分析
（3）web OS市场现状分析
（4）web OS发展前景分析

4.3.6 Linux Mobile
（1）Linux Mobile特征分析
（2）Linux Mobile发展阶段分析
（3）Linux Mobile市场现状分析
（4）Linux Mobile发展前景分析
4.3.7 MeeGo
（1）MeeGo特征分析
（2）MeeGo发展阶段分析
（3）MeeGo市场现状分析
（4）MeeGo发展前景分析
4.3.8 Bada
（1）Bada特征分析
（2）Bada发展阶段分析
（3）Bada市场现状分析
（4）Bada发展前景分析
4.3.9 Blackberry
（1）Blackberry特征分析
（2）Blackberry发展阶段分析
（3）Blackberry市场现状分析
（4）Blackberry发展前景分析
4.3.10 OMS操作系统
（1）OMS操作系统特征分析
（2）OMS操作系统发展阶段分析
（3）OMS操作系统市场现状分析
（4）OMS操作系统发展前景分析
4.4 生产商智能手机操作系统选用意愿分析
4.4.1 诺基亚智能手机操作系统选用意向分析
4.4.2 三星智能手机操作系统选用意向分析
4.4.3 LG智能手机操作系统选用意向分析
4.4.4 宏达国际（HTC）智能手机操作系统选用意向分析
4.4.5 摩托罗拉智能手机操作系统选用意向分析
4.4.6 索爱智能手机操作系统选用意向分析
4.4.7 苹果智能手机操作系统选用意向分析
4.4.8 黑莓智能手机操作系统选用意向分析
4.4.9 Palm智能手机操作系统选用意向分析
4.5 智能手机操作系统发展趋势分析
4.5.1 智能手机操作系统将迎来新军
4.5.2 四核处理器将逐渐普及
4.5.3 手机操作系统与浏览器发展融合

图表目录

图表1：智能手机辨识误区
图表2：智能手机软件平台
图表3：移动软件的产业生态系统
图表4：智能手机发展历程
图表5：宏观经济下滑对智能手机行业的影响
图表6：2008-2012年全球主要经济体经济增长速度（单位：%）
图表7：2010-2014年全球主要经济体经济增速及预测分析（单位：%）
图表8：2010-2012年中国国内生产总值分季度同比增长速度（单位：%）
图表9：2008-2012年中国社会消费品零售总额月度情况（单位：亿元）
图表10：智能手机行业相关政策与标准
图表11：智能手机产业链构成
图表12：2010-2012年全球半导体产值（单位：亿美元，%）
图表13：2004-2012年中国PCB行业产销情况（单位：亿元，%）
图表14：最近连续两年中国LED显示屏行业市场规模（单位：亿元，%）

图表15：2012-2016年中国LED显示屏行业市场规模预测（单位：亿元）
图表16：最近连续三年全球触摸屏行业市场规模（单位：亿元，%）
图表17：最近连续两年全球锂电池产业市场规模（单位：亿元，%）
图表18：最近连续八年中国城镇居民人均总收入及增长情况（单位：元，%）
图表19：最近连续八年农村居民人均纯收入及增长情况（单位：元，%）
图表20：2010-2012年中国电信业收入规模（单位：亿元，%）
图表21：2011-2015年全球智能手机用户规模及预测（单位：亿户）
图表22：最近连续两年智能手机出货量与市场份额（单位：百万部，%）
图表23：5大品牌智能手机市场占有率（单位：%）
图表24：2012年全球主要智能手机市场份额（单位：%）
图表25：2007-2012年全球智能手机渗透率及增长率（单位：%）
图表26：各个国家/地区的智能手机渗透率（单位：%）
图表27：2010-2012年美国智能手机占有率趋势（单位：%）
图表28：欧洲主要5国智能手机用户性别比例（单位：%）
图表29：德国智能手机操作系统市场份额分析（单位：%）
图表30：日本智能手机操作系统市场占有率（单位：%）
图表31：日本手机用户功能选择（单位：%）
图表32：日本DoCoMo用户增长情况（单位：%）
图表33：2010-2012年韩国智能手机销售额增长趋势（单位：亿美元，%）
图表34：最近连续三年俄罗斯智能手机占有率变化情况（单位：%）
图表35：最近连续三年俄罗斯智能手机操作系统市场份额分析（单位：%）
图表36：2007-2012年印度智能手机市场变化（单位：亿户，亿部）
图表37：东南亚手机增长率对比（单位：%）
图表38：2000-2015年非洲智能手机占有量及渗透率趋势（单位：百万台，%）
图表39：2009-2015年全球智能手机出货量及预测（单位：亿部）
图表40：2010-2016年基于安卓系统的低成本智能手机出货量及预测（单位：百万部）
图表41：最近连续六年6月中国手机用户数量及增长率（单位：亿户，%）
图表42：最近连续六年中国手机产量及增长率（单位：亿部，%）
图表43：最近连续六年中国手机市场总销售量及增长率（单位：亿部，%）
图表44：最近连续六年中国智能手机出货量及增长率（单位：万部，%）
图表45：最近连续六年中国智能手机销量及增长率（单位：万部，%）
图表46：2006-2012年中国智能手机市场渗透率（单位：%）
图表47：中国VS北美智能手机渗透率（单位：%）
图表48：2006-2014年新兴市场智能手机渗透率走势及预测（单位：%）
图表49：中国智能手机市场有利因素与不利因素对比分析
图表50：2012年中国智能手机市场品牌关注比例分布（单位：%）
图表51：2012Q2-2012年中国智能手机市场品牌关注比例对比（单位：%）
图表52：中国智能手机市场品牌格局对比（单位：%）
图表53：中国智能手机市场不同价格段产品分布（单位：元，%）
图表54：中国整体手机市场不同价格段产品对比（单位：%）
图表55：中国智能手机市场不同屏幕尺寸产品分布（单位：%）
图表56：中国整体手机市场不同屏幕尺寸产品对比（单位：%）
图表57：中国智能手机市场不同摄像头像素产品分布（单位：%）
图表58：中国智能手机市场、整体手机市场不同摄像头像素产品对比（单位：%）
图表59：2012年中国手机市场产品均价对比（单位：元）
图表60：2012年中国整体手机市场主流品牌产品均价对比（单位：元）
图表61：2012年对Q2整体手机市场主流品牌均价变动幅度（单位：元）
图表62：2012年中国智能手机市场产品均价对比（单位：元）
图表63：2012年中国智能手机市场主流品牌产品均价对比（单位：元）
图表64：2012年中国智能手机市场主流品牌产品均价变化幅度（单位：元）
图表65：三大运营商3G标准用户数量（单位：万户，%）
图表66：最近连续三年6月三大运营商ARPU（单位：元）
图表67：2006-2014年中国山寨手机市场规模及预测（单位：亿部）
图表68：中国手机产业格局演变
图表69：中国山寨智能手机成败因素对比分析
图表70：上半年全球主要应用商店应用数量趋势（单位：个）
图表71：Android Market销售收入对比（单位：万美元）
图表72：2012年智能手机移动应用程序市场收入预测（单位：亿美元）
图表73：最近连续六年中国智能手机应用软件市场规模（单位：亿元，%）

图表74：2012-2016年中国智能手机应用软件市场规模预测（单位：亿元，%）
图表75：操作系统对智能手机的影响作用
图表76：手机生产商操作系统选择策略
图表77：智能手机操作系统用户体验差异
图表78：最近连续五年智能手机操作系统市场份额变化趋势（单位：百万部）
图表79：2012年全球智能手机操作系统市场占有率（单位： ）
图表80：2012年第三季度中国智能手机市场不同操作系统产品关注比例分布（单位：%）
图表81：2012年中国智能手机市场主流操作系统产品关注比例走势（单位：%）
图表82：生产商支持的操作系统
图表83：智能手机操作系统竞争情况分析
图表84：Android平台发布路径图
图表85：2011-2012年中国智能手机Android系统市场份额（不含水货与山寨机）（单位：%）
图表86：2011-2012年中国智能手机iOS系统市场份额（不含水货与山寨机）（单位：%）
图表87：Symbian Foundation平台发布路径图
图表88：2011-2012年中国智能手机Symbian系统市场份额（不含水货与山寨机）（单位：%）
图表89：Windows Mobile平台发布路径图
图表90：Web OS发布的历史版本

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！