

## 2013-2017年中国智能手机行业市场前瞻与投资机会分析报告

## 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：中国智能手机行业市场分析****2.1 中国手机行业发展现状**

- 2.1.1 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
- 2.1.2 中国手机用户规模分析
- 2.1.3 中国手机行业产量分析
- 2.1.4 中国手机行业销量分析

**2.2 中国智能手机行业市场发展状况分析**

- 2.2.1 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
  - 2.2.2 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
  - 2.2.3 中国智能手机渗透率分析
  - 2.2.4 中国智能手机市场影响因素分析
  - 2.3 中国智能手机市场结构分析**
    - 2.3.1 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
    - 2.3.2 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
  - 2.4 中国智能手机市场价格分析**
    - 2.4.1 中国手机价格敏感度分析
    - 2.4.2 中国手机价格接受度分析
    - 2.4.3 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
    - 2.4.4 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
  - 2.5 3G对中国智能手机市场的影响**
    - 2.5.1 3G标准简介
    - 2.5.2 不同3G标准用户规模及ARPU分析
    - 2.5.3 不同制式智能手机销量情况分析
    - 2.5.4 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
  - 2.6 中国山寨智能手机市场分析**
    - 2.6.1 中国山寨手机市场发展及现状分析
    - 2.6.2 中国山寨智能手机技术分析
    - 2.6.3 中国山寨智能手机成败因素分析
    - 2.6.4 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
  - 2.7 中国智能手机应用软件市场分析**
    - 2.7.1 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
    - 2.7.2 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3章：中国智能手机行业投资与发展战略分析**
- 3.1 中国智能手机行业发展前景分析**
    - 3.1.1 中国智能手机出货量预测分析
    - 3.1.2 中国智能手机销量预测分析
    - 3.1.3 2012-2015年发展阶段分析
  - 3.2 中国智能手机行业投资风险**
    - 3.2.1 系统风险
      - (1) 中国智能手机行业政策风险
      - (2) 中国智能手机行业宏观经济波动风险

- (3) 中国智能手机行业关联产业风险
- 3.2.2 非系统风险
  - (1) 中国智能手机行业技术风险
  - (2) 中国智能手机行业竞争风险
  - (3) 中国智能手机行业其他风险
- 3.3 中国智能手机行业投资特性及建议**
  - 3.3.1 中国智能手机行业投资特性分析
    - (1) 中国智能手机行业吸引力分析
    - (2) 中国智能手机行业进入壁垒分析
    - (3) 中国智能手机行业盈利模式分析
    - (4) 中国智能手机行业盈利因素分析
  - 3.3.2 中国智能手机行业投资建议
    - (1) 关注积极涉足电容式触摸屏企业
    - (2) 寻找与手机生产紧密的企业
    - (3) 上游核心企业最有竞争力
    - (4) 增值服务因行业年轻而富有潜力
- 3.4 中国智能手机市场战略与成功因素**
  - 3.4.1 中国智能手机市场的发展战略分析
    - (1) 改革组织结构以专注智能手机业务
    - (2) 采取高端产品策略抢占制高点
    - (3) 巩固市场地位
    - (4) 掌控价值链
  - 3.4.2 中国智能手机市场的成功因素分析

## 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: 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22: 最近连续六年中国手机产量及增长率(单位: 亿部, %)
- 图表23: 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24: 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25: 最近连续六年中国智能手机销量及增长率(单位: 万部, %)
- 图表26: 2006-2012年中国智能手机市场渗透率(单位: %)
- 图表27: 中国VS北美智能手机渗透率(单位: %)
- 图表28: 2006-2014年新兴市场智能手机渗透率走势及预测(单位: %)
- 图表29: 中国智能手机市场有利因素与不利因素对比分析
- 图表30: 2012年中国智能手机市场品牌关注比例分布(单位: %)

- 图表31: 2012Q2-2012年中国智能手机市场品牌关注比例对比 (单位: %)
- 图表32: 中国智能手机市场品牌格局对比 (单位: %)
- 图表33: 中国智能手机市场不同价格段产品分布 (单位: 元, %)
- 图表34: 中国整体手机市场不同价格段产品对比 (单位: %)
- 图表35: 中国智能手机市场不同屏幕尺寸产品分布 (单位: %)
- 图表36: 中国整体手机市场不同屏幕尺寸产品对比 (单位: %)
- 图表37: 中国智能手机市场不同摄像头像素产品分布 (单位: %)
- 图表38: 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39: 2012年中国手机市场产品均价对比 (单位: 元)
- 图表40: 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41: 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42: 2012年中国智能手机市场产品均价对比 (单位: 元)
- 图表43: 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44: 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45: 三大运营商3G标准用户数量 (单位: 万户, %)
- 图表46: 最近连续三年6月三大运营商ARPU (单位: 元)
- 图表47: 2006-2014年中国山寨手机市场规模及预测 (单位: 亿部)
- 图表48: 中国手机产业格局演变
- 图表49: 中国山寨智能手机成败因素对比分析
- 图表50: 上半年全球主要应用商店应用数量趋势 (单位: 个)
- 图表51: Android Market销售收入对比 (单位: 万美元)
- 图表52: 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53: 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54: 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55: 2011-2014年中国智能手机出货量及增长率预测 (单位: 百万部)
- 图表56: 2011-2014年中国智能手机销量及增长率预测 (单位: 百万部)
- 图表57: 行业吸引力评价表
- 图表58: 智能手机行业盈利点分析
- 图表59: 智能手机行业盈利发展模式
- 图表60: 中国智能手机市场各厂商阵营确保市场地位采取的策略

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](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!