2015年中国手机制造行业市场调研分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国手机制造行业发展背景综述

1.1 手机制造行业基本概念

1.1.1 手机的定义

1.1.2 手机的构成

（1）手机的硬件

（2）手机的软件

1.2 手机制造行业政策环境分析

1.2.1 行业主管部门

1.2.2 行业管理体制

1.2.3 行业政策规划

1.3 手机制造行业经济环境分析

1.3.1 国际宏观经济环境分析

（1）国际宏观经济运行现状

（2）国际宏观经济展望

1.3.2 国内宏观经济环境分析

（1）国内生产总值

（2）消费价格指数

（3）城乡居民收入

（4）固定资产投资

1.3.3 宏观经济环境对行业的影响

1.4 手机制造行业贸易环境分析

1.4.1 行业贸易环境发展现状

（1）概况

（2）主要贸易国家与地区

（3）主要出口地

（4）贸易环境对手机出口市场的影响

1.4.2 行业贸易环境发展趋势

（1）全球经济缓慢复苏，国际贸易呈低速增长

（2）我国经济新的内生增长动力正在逐步形成，工业经济增速有望小幅提升

（3）多因素导致工业各行业运行仍将延续分化态势

（4）区域协同发展格局逐步形成，但部分地区断崖式回落将带来不确定风险

1.5 手机制造行业技术环境分析

1.5.1 行业技术活跃程度分析

（1）专利申请数量变化情况

（2）专利公开数量变化情况

1.5.2 行业技术专利类型分析

1.5.3 行业技术重点企业分析

1.5.4 行业热门技术分析

第2章：中国手机制造行业产业链分析

2.1 手机制造行业产业链简介

2.2 手机制造行业上游供应分析

2.2.1 行业上游供应结构分析

2.2.2 行业上游主要企业分析

（1）手机半导体企业

（2）手机PCB企业

（3）手机显示屏企业

（4）手机触摸屏企业

（5）手机电池企业

（6）手机软件企业

（7）激光技术的应用

2.3 手机制造行业下游需求分析

2.3.1 行业下游需求结构分析
2.3.2 行业下游主要企业分析
（1）中国移动
（2）中国电信
（3）中国联通
第3章：中国手机制造行业发展分析
3.1 中国手机制造行业发展现状
3.1.1 中国手机整体市场发展分析
（1）中国手机整体产量分析
（2）中国手机整体销量分析
（3）中国手机用户规模分析
（4）中国手机整体市场发展特点
3.1.2 中国智能手机市场发展分析
（1）智能手机品牌数量情况
（2）智能手机出货量情况
（3）智能手机市场销量情况
3.1.3 中国4G手机市场发展分析
（1）4G手机产品数量情况
（2）4G手机用户关注度情况
3.1.4 中国国产手机市场发展分析
（1）国产手机厂商数量情况
（2）国产手机产品数量情况
3.1.5 中国手机市场影响因素分析
（1）手机定制对手机行业的影响
（2）水货手机对手机行业的影响
（3）山寨手机对手机行业的影响
（4）4G发展对手机行业的影响
3.1.6 中国手机市场发展趋势预测
（1）新增长点带动力不足，市场将延续下滑趋势
（2）一二三线地区市场饱和，倒逼分销渠道下沉
（3）市场竞争格局将重构，国产品牌商有望崛起
（4）手机价值链加速集聚，上下游整合趋势明晰
3.2 中国手机进出口情况分析
3.2.1 手机进出口状况综述
3.2.2 手机进出口关税分析
3.2.3 手机出口情况分析
（1）手机出口总体情况
（2）手机出口产品结构分析
3.2.4 手机进口情况分析
（1）手机进口总体情况
（2）手机进口产品结构分析
3.3 中国手机市场品牌竞争结构分析
3.3.1 中国手机整体市场品牌竞争结构
（1）2015年度品牌结构
（2）2016年3月品牌结构
3.3.2 中国智能手机市场品牌竞争结构
3.3.3 中国4G手机市场品牌竞争结构
3.3.4 中国国产手机市场品牌竞争结构
3.4 中国手机市场产品竞争结构分析
3.4.1 中国手机整体市场产品竞争结构
（1）热门系列
（2）热门产品
（3）产品结构
（4）系统类型
3.4.2 中国智能手机市场产品竞争结构
（1）热门系列
（2）热门产品
（3）价格结构
（4）产品结构

3.4.3 中国4G手机市场产品竞争结构
（1）热门系列
（2）热门产品
（3）价格结构
（4）产品结构
3.4.4 中国国产手机市场产品竞争结构
（1）热门系列
（2）热门产品
（3）价格结构
（4）产品结构
3.5 中国手机市场前十大竞争者分析
3.5.1 中国手机整体市场主要竞争者分析
（1）三星
（2）苹果
（3）诺基亚
（4）联想
（5）HTC
（6）华为
（7）索尼移动
（8）小米
（9）OPPO
（10）酷派
3.5.2 中国智能手机市场主要竞争者分析
3.5.3 中国4G手机市场主要竞争者
（1）Vivo
（2）魅族
3.5.4 中国国产手机市场前十大竞争者
（1）中兴
（2）金立
3.6 中国手机价格走势分析
3.6.1 手机价格走势分析
（1）2015年手机整体市场价格走势
（2）2015年手机整体市场关注均价走势
（3）2015年手机整体市场价格指数走势
3.6.2 手机平均价格分析
（1）品牌均价
（2）产品系列均价
（3）产品均价
（4）不同操作系统均价
3.6.3 手机价格影响因素分析
第4章：中国手机制造行业营销渠道分析
4.1 中国手机营销渠道概述
4.1.1 我国手机渠道模式发展历史
（1）中国电信独揽手机销售市场阶段
（2）全国性总代理控制销售渠道阶段
（3）多种销售渠道模式并存阶段
4.1.2 我国手机市场渠道成员的构成
（1）生产厂商
（2）代理商
（3）零售商
（4）运营商
4.2 中国手机销售渠道现状与特征
4.2.1 手机销售渠道模式发展现状
（1）传统代理模式
（2）直供模式
（3）运营商定制模式
（4）FD模式
（5）电子商务模式
4.2.2 主力手机厂商渠道现状与特点

（1）诺基亚
（2）三星
（3）LG
（4）苹果
（5）摩托罗拉
4.2.3 手机运营商定制模式及策略分析
（1）中国移动
（2）中国联通
（3）中国电信
4.2.4 代理商及分销商竞争策略研究
（1）天音控股
（2）普泰通信
（3）爱施德
（4）普天太力
4.3 中国手机销售渠道发展趋势
4.3.1 手机营销渠道的创新
4.3.2 手机营销渠道的发展趋势
第5章：中国手机制造行业主要企业生产经营分析
5.1 华为技术有限公司经营情况分析
5.1.1 企业发展简况分析
5.1.2 企业经营情况分析
5.1.3 企业主营业务分析
5.1.4 企业市场网络分析
5.1.5 企业经营状况优劣势分析
5.1.6 企业最新发展动向分析
5.2 中兴通讯股份有限公司经营情况分析
5.2.1 企业发展简况分析
5.2.2 企业经营情况分析
5.2.3 企业主营业务分析
5.2.4 企业市场网络分析
5.2.5 企业经营状况优劣势分析
5.2.6 企业最新发展动向分析
5.3 TCL通讯科技控股有限公司经营情况分析
5.3.1 企业发展简况分析
5.3.2 企业经营情况分析
5.3.3 企业业务回顾
5.3.4 企业市场网络分析
5.3.5 企业经营状况优劣势分析
5.3.6 企业最新发展动向分析
5.4 宁波波导股份有限公司经营情况分析
5.4.1 企业发展简况分析
5.4.2 企业经营情况分析
5.4.3 企业主营业务分析
5.4.4 企业市场网络分析
5.4.5 企业经营状况优劣势分析
5.4.6 企业最新发展动向分析
5.5 联想移动通信科技有限公司经营情况分析
5.5.1 企业发展简况分析
5.5.2 企业经营情况分析
5.5.3 企业主营业务分析
5.5.4 企业市场网络分析
5.5.5 企业经营状况优劣势分析
5.6 中电通信科技有限责任公司经营情况分析
5.6.1 企业发展简况分析
5.6.2 企业主营业务分析
5.6.3 企业市场网络分析
5.6.4 企业经营状况优劣势分析
5.7 珠海市魅族科技有限公司经营情况分析
5.7.1 企业发展简况分析

5.7.2 企业经营情况分析
5.7.3 企业主营业务分析
5.7.4 企业市场网络分析
5.7.5 企业经营状况优劣势分析
5.7.6 企业最新发展动向分析
5.8 比亚迪电子（国际）有限公司经营情况分析
5.8.1 企业发展简况分析
5.8.2 企业经营情况分析
5.8.3 企业主营业务分析
5.8.4 企业市场网络分析
5.8.5 企业经营状况优劣势分析
5.9 宇龙计算机通信科技（深圳）有限公司经营情况分析
5.9.1 企业发展简况分析
5.9.2 企业经营情况分析
5.9.3 企业主营业务分析
5.9.4 企业市场网络分析
5.9.5 企业经营状况优劣势分析
5.9.6 企业最新发展动向分析
5.10 广东东莞市欧珀电子工业有限公司经营情况分析
5.10.1 企业发展简况分析
5.10.2 企业经营情况分析
5.10.3 企业主营业务分析
5.10.4 企业市场网络分析
5.10.5 企业经营状况优劣势分析
5.11 富士康科技集团经营情况分析
5.11.1 企业发展简况分析
5.11.2 企业经营情况
5.11.3 企业布局策略
5.11.4 企业销售渠道与网络
5.11.5 企业经营状况优劣势分析
5.12 华宝通讯（南京）有限公司经营情况分析
5.12.1 企业发展简况分析
5.12.2 企业产品结构及新产品动向
5.12.3 企业销售渠道与网络
5.12.4 企业经营状况优劣势分析
5.13 伟创力制造（珠海）有限公司经营情况分析
5.13.1 企业发展简况分析
5.13.2 企业产品结构及新产品动向
5.13.3 企业销售渠道与网络
5.13.4 企业经营状况优劣势分析
5.14 华冠通讯（江苏）有限公司经营情况分析
5.14.1 企业发展简况分析
5.14.2 企业产品结构及新产品动向
5.14.3 企业销售渠道与网络销售
5.14.4 企业经营状况优劣势分析
第6章：中国手机制造行业投资分析
6.1 中国手机制造行业进入壁垒分析
6.1.1 政策壁垒
6.1.2 技术壁垒
6.1.3 规模壁垒
6.1.4 贸易壁垒
6.1.5 人才壁垒
6.2 中国手机制造行业投资情况分析
6.2.1 过去五年行业进入者分析
6.2.2 过去五年行业退出者分析
6.2.3 行业潜在进入者分析

图表目录

图表1：手机硬件部分的构成
图表2：手机主要元件功能表
图表3：手机软件部分的构成
图表4：手机软件及技术一览
图表5：中国手机制造行业主管部门及职责
图表6：中国手机制造行业主要政策规划
图表7：2016年国际宏观经济预测（单位：%）
图表8：2005-2015年中国国内生产总值及其变化趋势（单位：万亿元，%）
图表9：2014-2015年全国居民消费价格涨跌幅变化情况（单位：%）
图表10：2005-2015年我国城镇居民人均可支配收入（单位：元，%）
图表11：2005-2015年我国农村居民人均纯收入（单位：元，%）
图表12：2011-2015年固定资产投资（不含农户）变化情况（单位：万亿元，%）
图表13：2015-2016传统产业形势分析及预测
图表14：2001-2015年手机制造行业相关专利申请数量变化图（单位：件）
图表15：2001-2015年手机制造行业相关专利公开数量变化图（单位：件）
图表16：截至2015年12月我国手机制造行业专利类型结构（单位：%）
图表17：截至2015年12月手机制造行业相关专利申请人构成图（单位：件）
图表18：截至2015年12月手机制造行业相关专利申请人构成图（单位：%）
图表19：截至2015年12月我国手机制造行业相关专利分布领域（前十位）（单位：件）
图表20：截至2015年12月我国手机制造行业相关专利比重（单位：%）
图表21：激光工艺在手机制造业的应用
图表22：2014-2015年中国电信4G用户数（单位：百万户）
图表23：2015年第4季-2016年2月中国联通4G月均新增用户数（单位：百万户）
图表24：2007-2015年中国手机产量及增长率（单位：亿部，%）
图表25：2015年2-12月中国手机行业月度累计产量及增速（单位：亿部，%）
图表26：2007-2015年中国手机整体销售量走势情况（单位：亿部，%）
图表27：2012-2015年中国智能手机、非智能手机各季度销售量走势情况（单位：亿部）
图表28：2006-2015年中国手机用户规模增长情况（单位：亿户）
图表29：2015年中国手机市场品牌份额分布（单位：%）
图表30：2015年1月-2016年2月中国智能手机市场厂商数量及在售机型数量走势（单位：家，款）
图表31：2010-2015年中国智能手机市场出货量走势图（单位：亿部）
图表32：2012-2015年中国智能手机分季度销售量走势情况（单位：亿部）
图表33：2015年1-12月中国4G手机市场产品数量走势（单位：款）
图表34：2015年1-12月中国4G手机用户关注度走势（单位：%）
图表35：2012-2015年中国手机市场国产手机厂商数量走势（单位：家）
图表36：2012-2015年中国手机市场国产手机在售机型数量走势（单位：款）
图表37：手机定制对手机行业的影响分析
图表38：手机定制引发产业格局变化分析
图表39：水货手机对手机行业的影响分析
图表40：水货手机对手机行业的伤害分析
图表41：2015年中国市场不同制式手机销量（单位：万台）
图表42：2015年中国市场不同制式手机销量占比（单位：%）
图表43：2011-2015中国手机进出口状况表（单位：万美元）
图表44：2011-2015中国手机进出口总额走势图（单位：万美元，%）
图表45：2011-2015年中国手机出口情况表（单位：万美元）
图表46：2011-2015年中国手机出口额走势图（单位：万美元，%）
图表47：2014-2015年中国主要出口手机产品结构表（单位：万台，万美元）
图表48：2015年中国主要出口手机产品结构表（单位：%）
图表49：2011-2015年中国手机进口情况表（单位：万美元）
图表50：2011-2015年中国手机进口额走势图（单位：万美元，%）
图表51：2014-2015年中国主要进口手机产品结构表（单位：万台，万美元）
图表52：2015年中国主要进口手机产品结构表（单位：%）
图表53：2015年中国手机市场前十品牌关注比例（单位：%）

图表54：2015年中国手机市场排名第11-20品牌关注比例（单位：%）
图表55：2015年Q1-Q4中国手机市场品牌关注份额对比（单位：%）
图表56：2016年3月中国手机市场品牌关注份额分布（单位：%）
图表57：2016年2月中国智能手机市场品牌关注份额分布（单位：%）
图表58：2016年1-2月中国智能手机市场品牌关注份额对比（单位：%）
图表59：2015年12月中国4G手机市场品牌关注份额分布（单位：%）
图表60：2015年11-12月中国4G手机市场品牌关注份额对比（单位：%）
图表61：2015年11-12月中国国产手机市场品牌关注份额对比（单位：%）
图表62：2016年1-2月中国国产手机市场品牌关注份额对比（单位：%）
图表63：2015年中国前十手机系列关注比例（单位：%）
图表64：2015年中国手机市场最受关注的前20系列各季度关注度（单位：%）
图表65：2015年中国手机市场产品关注比例（单位：%）
图表66：2015年中国手机市场最受关注的前20款各季度关注度（单位：%）
图表67：2015年中国手机市场尺寸关注比例（单位：%）
图表68：2015年中国手机市场尺寸关注比例（单位：%）
图表69：2015年中国手机市场平均尺寸走势（单位：英寸）
图表70：2015年中国手机市场前十分辨率关注度（单位：%）
图表71：2015年中国手机市场前十分辨率各季度关注度（单位：%）
图表72：2015年中国手机市场平均像素数量走势（单位：个）
图表73：2015年中国手机市场屏幕占比各季度走势（单位：%）
图表74：2015年中国手机操作系统关注比例（单位：%）
图表75：2015年中国手机主流操作系统各季度关注比例走势（单位：%）
图表76：2016年2月中国前十智能手机系列关注比例（单位：%）
图表77：2016年2月中国智能手机市场产品关注比例（单位：%）
图表78：2016年1-2月中国智能手机市场不同价格产品关注比例（单位：%）
图表79：2016年1-2月中国智能手机市场不同尺寸产品关注比例（单位：%）
图表80：2015年12月中国前十4G手机系列关注比例（单位：%）
图表81：2015年12月中国4G手机市场产品关注比例（单位：%）
图表82：2015年11-12月中国4G手机市场不同价格产品关注比例（单位：%）
图表83：2015年11-12月中国4G手机市场不同尺寸产品关注比例（单位：%）
图表84：2016年2月中国前十国产手机系列关注比例（单位：%）
图表85：2016年2月中国国产手机市场产品关注比例（单位：%）
图表86：2016年1-2月中国国产手机市场不同价格产品关注比例（单位：%）
图表87：2016年1-2月中国国产手机市场不同尺寸产品关注比例（单位：%）
图表88：2015年中国手机整体市场各品牌市场占有率（单位：%）
图表89：三星集团发展简况表
图表90：2011-2015年三星集团利润表（单位：万亿韩元）
图表91：2011-2015年三星集团营业收入变化（单位：万亿韩元，%）
图表92：2010-2015年三星集团分业务总收入情况（单位：万亿韩元）
图表93：2015年三星集团分业务总收入占比情况（单位：%）
图表94：2011-2015年三星集团资产负债表（单位：万亿韩元）
图表95：2013-2015年三星集团现金流量表（单位：万亿韩元）
图表96：2014-2015年三星全球手机销量及市场份额统计（单位：亿部，%）
图表97：2015年1月-2016年3月中国手机市场三星品牌关注份额走势（单位：%）
图表98：2016年3月中国手机市场五家主流品牌在售机型数量占比对比（单位：%）
图表99：2016年3月中国手机市场五家主流品牌单品关注率对比（单位：%）
图表100：苹果公司发展简况表
图表101：2011-2015财年苹果公司利润表（单位：百万美元）
图表102：2015财年苹果公司分业务主营收入分布（单位：%）
图表103：2015财年苹果公司分地区主营收入分布（单位：%）
图表104：2011-2015财年苹果公司资产负债表（单位：百万美元）
图表105：2011-2015财年苹果公司现金流量表（单位：百万美元）
图表106：2014-2015年苹果全球手机销量及市场份额统计（单位：亿部，%）
图表107：2015年诺基亚分地区营业收入分布（单位：%）
图表108：2015年诺基亚分业务营业收入分布（单位：%）
图表109：2014-2015年诺基亚全球手机销量及市场份额统计（单位：亿部，%）
图表110：联想集团有限公司基本信息表
图表111：2013-2016财年联想集团有限公司主要经济指标分析（单位：万美元）
图表112：2014-2016财年联想集团有限公司运营能力分析（单位：次）

图表113：2014-2016财年联想集团有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表114：2014-2016财年联想集团有限公司偿债能力分析（单位：%）
图表115：2014-2016财年联想集团有限公司发展能力分析（单位：%）
图表116：2014-2015年联想全球手机销量及市场份额统计（单位：亿部，%）
图表117：2014-2015年华为全球手机销量及市场份额统计（单位：亿部，%）
图表118：2014-2015年索尼移动全球手机销量及市场份额统计（单位：亿部，%）
图表119：2012-2013年小米手机销量统计（单位：万部，%）
图表120：2016年2月中国智能手机市场OPPO产品结构分析（单位：%）
略·····完整目录请咨询客服

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！