

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!