

## 2013-2017年全球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：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：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: 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: 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42: 2011-2014年中国智能手机销量及增长率预测 (单位: 百万部)
- 图表43: 行业吸引力评价表
- 图表44: 智能手机行业盈利点分析
- 图表45: 智能手机行业盈利发展模式
- 图表46: 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!