

2015-2020年中国手机行业市场前景与投资预测分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国手机行业发展背景分析

1.1 手机行业基本概念

- 1.1.1 手机的定义
- 1.1.2 行业的种类
- 1.1.3 手机的构成
 - (1) 手机的硬件
 - (2) 手机的软件
 - (3) 手机各零部件的成本分析
- 1.1.4 手机的发展历史
- 1.1.5 手机对经济和生活的影响

1.2 手机行业经济环境分析

- 1.2.1 国际宏观经济环境分析
 - (1) 国际宏观经济现状
 - (2) 国际宏观经济预测
- 1.2.2 国内宏观经济环境分析
 - (1) 国内宏观经济现状
 - (2) 国内宏观经济预测
- 1.2.3 行业宏观经济环境分析

1.3 手机行业政策环境分析

- 1.3.1 《手机及数码产品外壳用铝及铝合金板、带材》标准
- 1.3.2 《手机电池壳用铝合金板、带材》标准
- 1.3.3 《关于推进第三代移动通信网络建设的意见》
- 1.3.4 《关于做好工业通信业和信息化“十二五”规划工作的意见》
- 1.3.5 《电子信息产业调整和振兴规划》
- 1.3.6 工信部通过产业政策推动Android平台发展

1.4 手机行业贸易环境分析

- 1.4.1 行业贸易环境发展现状
- 1.4.2 行业贸易环境发展趋势

1.5 手机行业技术环境分析

- 1.5.1 行业技术水平发展现状
- 1.5.2 行业技术水平发展趋势

第2章：中国手机行业产业链分析

2.1 手机行业产业链简介

2.2 手机上游发展分析

- 2.2.1 手机半导体行业发展分析
 - (1) 手机半导体市场规模分析
 - (2) 手机半导体价格走势分析
 - (3) 手机半导体主要生产企业
 - (4) 手机半导体发展趋势分析
- 2.2.2 手机PCB行业发展分析
 - (1) 手机PCB市场规模分析
 - (2) 手机PCB价格走势分析
 - (3) 手机PCB主要生产企业
 - (4) 手机PCB行业发展趋势
- 2.2.3 手机显示屏行业发展分析
 - (1) 手机显示屏市场规模分析
 - (2) 手机显示屏主要生产企业
 - (3) 手机显示屏发展趋势分析
- 2.2.4 手机触摸屏行业发展分析
 - (1) 手机触摸屏市场规模分析
 - (2) 手机触摸屏主要生产企业

- (3) 手机触摸屏发展趋势分析
- 2.2.5 手机电池行业发展分析
 - (1) 手机电池行业发展现状
 - (2) 手机电池行业主要生产企业
 - (3) 手机电池行业发展趋势
- 2.2.6 手机软件行业发展分析
 - (1) 手机软件行业发展现状
 - (2) 手机软件行业发展趋势
- 2.2.7 手机设计行业发展分析
 - (1) 手机设计行业发展现状
 - (2) 手机设计行业发展趋势

2.3 手机下游发展分析

- 2.3.1 居民消费分析
 - (1) 居民人均收入增长情况分析
 - (2) 居民消费影响因素与消费倾向分析
 - (3) 居民消费信心分析
 - (4) 居民消费结构及演进特征
 - (5) 居民消费支出及行为特征分析
- 2.3.2 电信行业发展分析
 - (1) 电信行业经营情况分析
 - (2) 移动电话用户规模分析
 - 1) 移动电话用户总规模
 - 2) 东、中、西部地区移动电话用户规模
 - 3) 各省和自治区移动电话用户规模
 - (3) 电信运营商手机采购分析
 - 1) 中国移动手机采购分析
 - 2) 中国联通手机采购分析
 - 3) 中国电信手机采购分析

第3章：全球手机行业发展分析

3.1 全球手机行业发展现状

- 3.1.1 全球手机用户规模
- 3.1.2 全球手机行业产量分析
- 3.1.3 全球手机行业销量分析
- 3.1.4 全球手机行业竞争格局分析
- 3.1.5 中国手机行业国际竞争力分析

3.2 全球主要国家和地区手机市场分析

- 3.2.1 美国手机市场分析
- 3.2.2 欧洲手机市场分析
- 3.2.3 日本手机市场分析
- 3.2.4 韩国手机市场分析
- 3.2.5 俄罗斯手机市场分析
- 3.2.6 印度手机市场分析
- 3.2.7 东南亚手机市场分析
- 3.2.8 非洲手机市场分析

3.3 主要跨国手机企业分析

- 3.3.1 诺基亚公司分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业手机销量分析
 - (4) 企业手机全球市场份额分析
 - (5) 企业在华竞争分析
 - (6) 企业最新发展动向分析
- 3.3.2 三星公司分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业手机销量分析
 - (4) 企业手机全球市场份额分析
 - (5) 企业在华竞争分析
 - (6) 企业最新发展动向分析

3.3.3 LG公司分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业手机销量分析
- (4) 企业手机全球市场份额分析
- (5) 企业在华竞争分析
- (6) 企业最新发展动向分析

3.3.4 摩托罗拉公司分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业手机销量分析
- (4) 企业手机全球市场份额分析
- (5) 企业在华竞争分析
- (6) 企业最新发展动向分析

3.3.5 索尼爱立信公司分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业手机销量分析
- (4) 企业手机全球市场份额分析
- (5) 企业在华竞争分析
- (6) 企业最新发展动向分析

3.3.6 苹果股份有限公司分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业手机销量分析
- (4) 企业手机全球市场份额分析
- (5) 企业在华竞争分析
- (6) 企业最新发展动向分析

3.3.7 RIM公司分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业手机销量分析
- (4) 企业手机全球市场份额分析
- (5) 企业在华竞争分析
- (6) 企业最新发展动向分析

3.3.8 宏达国际电子股份有限公司分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业手机销量分析
- (4) 企业手机全球市场份额分析
- (5) 企业在华竞争分析

3.4 全球手机市场发展前景分析

3.4.1 全球手机市场发展趋势分析

- (1) 产品发展方向分析
- (2) 手机设计发展趋势分析
- (3) 未来手机新兴功能分析

3.4.2 全球手机市场规模预测

第4章：中国手机行业发展分析

4.1 中国手机行业发展现状

4.1.1 中国手机行业发展概况

- (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

4.1.2 中国手机行业产量分析

4.1.3 中国手机行业销量分析

4.1.4 中国手机行业影响因素分析

- (1) 3G对手机行业的影响
- (2) 手机定制对手机行业的影响
- (3) 水货手机对手机行业的影响
- (4) 山寨手机对手机行业的影响

4.2 中国手机行业竞争分析

- 4.2.1 手机行业议价能力分析
- 4.2.2 手机行业新进入者威胁分析
- 4.2.3 手机市场品牌关注度分析
- 4.2.4 手机行业竞争格局分析
- 4.2.5 手机市场不同类型手机关注度分析

4.3 中国手机价格走势分析

- 4.3.1 手机市场价格指数分析
 - (1) 国内手机整体市场价格指数走势
 - (2) 国内智能手机市场价格指数走势
- 4.3.2 手机平均价格分析
 - (1) 国内手机整体市场平均价格走势
 - (2) 国内手机细分市场平均价格走势
 - (3) 国内手机市场平均价格预测
- 4.3.3 主流厂商平均价格分析
 - (1) 十大手机厂商平均价格分布
 - (2) 十大手机厂商平均价格走势
- 4.3.4 手机价格接受度分析
 - (1) 国内手机价格敏感度分析
 - (2) 国内手机价格接受度分析

4.4 2012-2013年中国手机行业进出口分析

- 4.4.1 2012-2013年手机行业进出口状况综述
- 4.4.2 2012-2013年手机行业出口情况
 - (1) 2012-2013年手机行业出口总体情况
 - (2) 2012-2013年手机行业出口产品结构分析
- 4.4.3 2012-2013年手机行业进口情况分析
 - (1) 2012-2013年手机行业进口总体情况
 - (2) 2012-2013年手机行业进口产品结构分析

4.5 中国山寨手机发展分析

- 4.5.1 山寨手机发展现状分析
 - (1) 山寨手机产量分析
 - (2) 山寨手机销量分析
 - (3) 山寨手机企业经营情况分析
- 4.5.2 山寨手机技术发展分析
- 4.5.3 山寨手机出口分析
- 4.5.4 山寨手机发展趋势及前景分析

4.6 中国手机市场发展前景分析

- 4.6.1 中国手机市场发展趋势
- 4.6.2 中国手机市场规模预测

第5章：中国手机行业主要产品市场分析

5.1 中国智能手机市场分析

- 5.1.1 智能手机出货量分析
- 5.1.2 智能手机销售情况分析
- 5.1.3 智能手机市场价格走势分析
 - (1) 中国不同价位智能手机关注度
 - (2) 中国不同制式智能手机价格分析
 - (3) 中国智能手机价格走势分析
- 5.1.4 智能手机市场品牌关注度分析
- 5.1.5 智能手机市场竞争格局分析
 - (1) 中国智能手机产品竞争力分析
 - (2) 中国智能手机竞争格局分析
- 5.1.6 智能手机市场最新发展动向分析
- 5.1.7 智能手机市场前景分析

5.2 中国3G手机市场分析

- 5.2.1 G移动电话用户规模
- 5.2.2 G手机市场规模分析
- 5.2.3 G手机市场价格走势分析
- 5.2.4 G手机市场品牌关注度分析
- 5.2.5 G手机市场竞争格局分析

- 5.2.6 G手机细分市场分析
 - (1) WCDMA市场分析
 - (2) CDMA2000市场分析
 - (3) TD-SCDMA市场分析
- 5.2.7 G手机市场最新发展动向分析
- 5.2.8 G手机市场前景预测

5.3 中国GPS手机市场分析

- 5.3.1 GPS手机市场规模分析
- 5.3.2 GPS手机市场价格走势分析
- 5.3.3 GPS手机市场品牌关注度分析
- 5.3.4 GPS手机市场竞争格局分析
- 5.3.5 GPS手机市场最新发展动向分析
- 5.3.6 GPS手机市场前景预测

5.4 中国双卡手机市场分析

- 5.4.1 双卡手机市场规模分析
- 5.4.2 双卡手机市场价格走势分析
- 5.4.3 双卡手机市场品牌关注度分析
- 5.4.4 双卡手机市场竞争格局分析
- 5.4.5 双卡手机市场最新发展动向分析
- 5.4.6 双卡手机市场前景预测

5.5 中国拍照手机市场分析

- 5.5.1 拍照手机市场规模分析
- 5.5.2 拍照手机市场价格走势分析
- 5.5.3 拍照手机市场品牌关注度分析
- 5.5.4 拍照手机市场竞争格局分析
- 5.5.5 拍照手机市场最新发展动向分析
- 5.5.6 拍照手机市场前景预测

5.6 中国音乐手机市场分析

- 5.6.1 音乐手机市场规模分析
- 5.6.2 音乐手机市场价格走势分析
- 5.6.3 音乐手机市场品牌关注度分析
- 5.6.4 音乐手机市场最新发展动向分析
- 5.6.5 音乐手机市场存在的问题
- 5.6.6 音乐手机市场前景预测

第6章：中国手机市场消费情况调研分析

6.1 中国手机产品重点区域消费分析

- 6.1.1 手机消费市场发展概况
- 6.1.2 主要城市居民手机消费价格结构分析
- 6.1.3 不同人口特征城市居民的手机购买比例
 - (1) 不同性别居民的手机购买分析
 - (2) 不同年龄居民的手机购买分析
 - (3) 不同学历居民的手机购买分析
 - (4) 不同收入居民的手机购买分析
- 6.1.4 主要城市居民手机购买意愿分析
 - (1) 不同性别居民未来一年内的手机购买意愿分析
 - (2) 不同年龄居民未来一年内的手机购买意愿分析
 - (3) 不同学历居民未来一年内的手机购买意愿分析
 - (4) 不同收入居民未来一年内的手机购买意愿分析

6.2 不同媒介接触频率居民手机消费情况

- 6.2.1 不同电视媒介接触频率居民手机消费情况
- 6.2.2 不同广播媒介接触频率居民手机消费情况
- 6.2.3 不同报纸媒介接触频率居民手机消费情况
- 6.2.4 不同杂志媒介接触频率居民手机消费情况
- 6.2.5 不同网络媒介接触频率居民手机消费情况
- 6.2.6 手机消费人群接触各类广告的排名情况

第7章：中国手机行业营销渠道分析

7.1 中国手机行业营销渠道概述

- 7.1.1 我国手机渠道模式发展历史
- 7.1.2 我国手机市场渠道成员的构成

7.2 中国手机行业销售渠道现状与特征

7.2.1 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

7.2.2 主力手机厂商渠道现状与特点

- (1) 诺基亚
- (2) 三星
- (3) LG
- (4) 索尼爱立信
- (5) 摩托罗拉

7.2.3 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

7.2.4 代理商及分销商竞争策略研究

- (1) 天音控股
- (2) 中邮器材
- (3) 爱施德
- (4) 普天太力

7.3 中国手机行业销售渠道发展趋势

7.3.1 手机营销渠道的创新

7.3.2 手机营销渠道的发展趋势

第8章：中国手机行业主要企业生产经营分析

8.1 外资品牌手机企业经营情况分析

8.1.1 诺基亚（中国）投资有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

8.1.2 天津三星通信技术有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

8.1.3 LG电子（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.1.4 北京索爱普天移动通信有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.1.5 摩托罗拉（中国）电子有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.1.6 多普达通讯有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.1.7 夏普商贸（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析

8.1.8 NEC通讯（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析

8.1.9 英华达（上海）科技有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

8.1.10 北京松下普天通信设备有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

8.1.11 UT斯达康（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.2 国内品牌手机企业经营情况分析

8.2.1 联想移动通信科技有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

8.2.2 中兴通讯股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

8.2.3 华为技术有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析
- 8.2.4 深圳市金立通信设备有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
 - (6) 企业最新发展动向分析
- 8.2.5 TCL通讯科技控股有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 主要经济指标分析
 - (3) 企业盈利能力分析
 - (4) 企业运营能力分析
 - (5) 企业偿债能力分析
 - (6) 企业发展能力分析
 - (7) 企业产品结构及新产品动向
 - (8) 企业销售渠道与网络
 - (9) 企业经营状况优劣势分析
 - (10) 企业投资兼并与重组分析
 - (11) 企业最新发展动向分析
- 8.2.6 青岛海尔通信有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品结构及新产品动向
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营状况优劣势分析
- 8.2.7 北京天宇朗通通信设备股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品结构及新产品动向
 - (3) 企业品牌建设分析
 - (4) 企业商业模式分析
 - (5) 企业销售渠道与网络
 - (6) 企业经营状况优劣势分析
- 8.2.8 夏新科技有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品结构及新产品动向
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营状况优劣势分析
 - (5) 企业最新发展动向分析
- 8.2.9 康佳通信科技有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
 - (6) 企业最新发展动向分析
- 8.2.10 宁波波导股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 主要经济指标分析
 - (3) 企业盈利能力分析
 - (4) 企业运营能力分析
 - (5) 企业偿债能力分析
 - (6) 企业发展能力分析
 - (7) 企业产品结构及新产品动向
 - (8) 企业销售渠道与网络
 - (9) 企业经营状况优劣势分析
 - (10) 企业最新发展动向分析

- 8.2.11 创维移动通信技术有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 8.2.12 国虹通讯数码集团有限责任公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 8.2.13 青岛海信通信有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品结构及新产品动向
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营状况优劣势分析
 - (5) 企业最新发展动向分析
- 8.2.14 中电通信科技有限责任公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 8.2.15 宇龙计算机通信科技（深圳）有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
 - (6) 企业最新发展动向分析
- 8.2.16 广东步步高电子工业有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 8.2.17 明基电通（上海浦东）有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品结构及新产品动向
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营状况优劣势分析
- 8.2.18 江苏高通科技实业有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业组织架构分析
 - (4) 企业产品结构及新产品动向
 - (5) 企业销售渠道与网络
 - (6) 企业经营状况优劣势分析
- 8.2.19 珠海市魅族科技有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
 - (6) 企业最新发展动向分析
- 8.2.20 万利达集团有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析

- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

8.2.21 广东欧珀移动通信有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析

8.3 国内手机代工企业经营情况分析

8.3.1 富士康科技集团经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

8.3.2 华宝通讯（南京）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.3.3 伟创力制造（珠海）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.3.4 华冠通讯（江苏）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络销售
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.3.5 比亚迪电子（国际）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

第9章：中国手机行业投资分析

9.1 中国手机行业投资特性

- 9.1.1 手机行业进入壁垒分析
- 9.1.2 手机行业盈利模式分析
- 9.1.3 手机行业盈利因素分析

9.2 中国手机行业投资风险

- 9.2.1 手机行业政策风险
- 9.2.2 手机行业技术风险
- 9.2.3 手机行业竞争风险

- 9.2.4 手机行业宏观经济波动风险
- 9.2.5 手机行业关联产业风险
- 9.2.6 手机行业其他风险
- 9.3 中国手机行业投资建议
 - 9.3.1 手机行业投资现状
 - 9.3.2 手机行业投资建议

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: 半导体外的零组件占手机材料成本比重 (单位: %)
- 图表6: 1G到4G的比较
- 图表7: 2004-2013年移动通信及终端设备制造业工业总产值及占GDP的比重 (单位: 亿元, %)
- 图表8: 2012-2013年国内生产总值同比增长速度 (单位: %)
- 图表9: 2013年固定资产投资同比增速 (单位: %)
- 图表10: 2013年房地产开发投资同比增速 (单位: %)
- 图表11: 2011-2013年全国进出口市场情况 (单位: 亿美元)
- 图表12: 2012-2013年广义货币增长速度 (单位: %)
- 图表13: 2012-2013年城镇居民人均收入实际增长速度 (单位: %)
- 图表14: 2012-2013年农村居民人均收入实际增长速度 (单位: %)
- 图表15: 2013年我国PPI走势 (单位: %)
- 图表16: 2012-2013年居民消费价格同比上涨比较 (单位: %)
- 图表17: 2012-2013年社会消费品零售总额增长情况 (单位: %)
- 图表18: 2013年社会消费结构明细 (单位: 亿元, %)
- 图表19: 《电子信息产业调整和振兴规划》要点
- 图表20: 2013年中国电子信息产品出口累计情况 (单位: 亿美元, %)
- 图表21: 2013年中国电子信息产品出口各行业对比情况 (单位: 亿美元, %)
- 图表22: 2013年与2013年电子信息产品出口贸易方式结构对比
- 图表23: 1997-2013年我国进出口增速情况及预测 (单位: %)
- 图表24: 2006-2013年我国贸易顺差走势及预测 (单位: 亿美元)
- 图表25: 手机行业链构成
- 图表26: 各类手机显示屏技术参数对比
- 图表27: 2012-2014年各类手机触摸屏比例预测 (单位: %)
- 图表28: 2013年安卓用户手机软件应用下载排行 (单位: %)
- 图表29: 手机设计产业链各环节利润对比图
- 图表30: 2001-2013年中国城镇居民人均可支配收入及同比增速 (单位: 元, %)
- 图表31: 2001-2013年中国农村居民人均纯收入及同比增速 (单位: 元, %)
- 图表32: 1990-2013年中国居民人均消费支出情况 (单位: 元)
- 图表33: 2013年中国居民消费支出结构 (单位: %)
- 图表34: 2013年中国居民消费支出情况 (单位: %)
- 图表35: 1990-2013年中国城镇居民人均年消费支出情况 (单位: 元)
- 图表36: 2013年我国电信业务总量及增长情况 (单位: 亿元, %)
- 图表37: 2013年我国电信主营业务收入及增长情况 (单位: 亿元, %)
- 图表38: 2012-2013年我国移动电话累计用户数情况 (单位: 万户)
- 图表39: 2012-2013年我国移动电话月度净增用户数情况 (单位: 万户)
- 图表40: 2013年各月我国分区域移动电话用户数量情况 (单位: 万户)
- 图表41: 截至2013年我国分省移动电话用户数量情况 (单位: 万户)
- 图表42: 2005-2013年全球手机用户数量及增长率 (单位: 亿人, %)
- 图表43: 2005-2013年全球手机出货量及增长率 (单位: 亿部, %)
- 图表44: 2007-2013年全球手机销量及增长率 (单位: 亿部, %)
- 图表45: 2013年VS2013年各厂商全球终端用户手机销量及市场份额 (单位: 百万部, %)
- 图表46: 2013年美国手机市场各操作系统市场份额 (单位: %)
- 图表47: 2012-2013年欧洲智能手机市场各系统份额 (单位: %)

- 图表48: 2012-2013年英国智能手机市场各系统份额 (单位: %)
- 图表49: 2013年日本手机市场份额 (单位: %)
- 图表50: 2013年日本手机市场份额 (单位: %)
- 图表51: 世界各地手机普及率 (单位: %)
- 图表52: 非洲主要国家手机普及率 (单位: 千人, %, 美元)
- 图表53: 中东非洲市场手机份额 (单位: %)
- 图表54: 2003-2013年诺基亚手机全球出货量及增长率 (单位: 亿部, %)
- 图表55: 2002-2013年诺基亚手机全球市场份额 (单位: %)
- 图表56: 2005-2013年三星全球终端用户手机销售量及增长率 (单位: 亿部, %)
- 图表57: 2004-2013年三星手机全球市场份额 (单位: %)
- 图表58: 2005-2013年LG全球终端用户手机销售量及增长率 (单位: 亿部, %)
- 图表59: 2004-2013年LG手机全球市场份额 (单位: %)
- 图表60: 2005-2013年摩托罗拉全球终端用户手机销售量及增长率 (单位: 亿部, %)
- 图表61: 2004-2013年摩托罗拉手机全球市场份额 (单位: %)
- 图表62: 2005-2013年索尼爱立信全球终端用户手机销售量及增长率 (单位: 亿部, %)
- 图表63: 2004-2013年索尼爱立信手机全球市场份额 (单位: %)
- 图表64: 2006-2013年中国手机产量及增长率 (单位: 亿部, %)
- 图表65: 2006-2013年中国手机市场总销售量及增长率 (单位: 亿部, %)
- 图表66: 2013年中国手机市场品牌关注度比例分布 (单位: %)
- 图表67: 2012-2013年中国手机市场品牌关注度比例对比 (单位: %)
- 图表68: 2013年中国手机市场品牌关注度比例分布 (单位: %)
- 图表69: 2013年中国手机市场品牌关注度比例对比 (单位: %)
- 图表70: 2013年-中国手机市场品牌关注排名对比 (单位: %)
- 图表71: 2013年中国手机市场不同类型产品关注比例 (单位: %)
- 图表72: 2013年各季度中国手机市场不同类型产品关注走势 (单位: %)
- 图表73: 2013年中国手机市场不同类型产品关注比例对比 (单位: %)
- 图表74: 2013年中国手机整体市场价格指数走势图 (月度)
- 图表75: 2013年中国手机整体市场价格指数走势图 (周度)
- 图表76: 2013年中国手机整体市场价格指数走势图
- 图表77: 2013年中国智能手机市场价格指数走势图
- 图表78: 2014年中国智能手机市场价格指数走势图
- 图表79: 2013年各月中国手机整体市场均价走势 (单位: 元)
- 图表80: 2013年中国手机整体市场均价走势对比 (单位: 元)
- 图表81: 2013年中国手机整体市场均价走势 (单位: 元)
- 图表82: 2013年中国智能手机市场月均价格走势 (单位: 元)
- 图表83: 2013年中国3G手机市场月均价格走势 (单位: 元)
- 图表84: 2012-2013年中国手机市场平均价格走势预测 (单位: 元)
- 图表85: 2013年中国手机市场十大品牌平均价格对比 (单位: 元)
- 图表86: 2013年中国手机市场主流品牌产品均价走势 (单位: 元)
- 图表87: 2013年中国手机市场不同价格段产品关注比例分布 (单位: %)
- 图表88: 2013年中国大众购买/更换手机时不同价格段选择比例 (单位: %)
- 图表89: 2012-2013年中国手机行业进出口状况表 (单位: 万美元)
- 图表90: 2012-2013年中国手机行业产品出口月度金额 (单位: 万美元)
- 图表91: 2012-2013年中国手机行业产品出口月度金额走势图 (单位: 亿美元)
- 图表92: 2012-2013年中国手机行业主要出口产品结构表 (单位: 万台, 万美元)
- 图表93: VS2013年中国手机行业月度主要出口产品结构表 (单位: %)
- 图表94: 2012-2013年中国手机行业产品进口月度金额 (单位: 万美元)
- 图表95: 2012-2013年中国手机行业产品进口月度金额走势图 (单位: 亿美元)
- 图表96: 2012-2013年中国手机行业年度进口产品结构表 (单位: 万台, 万美元)
- 图表97: VS2013年中国手机行业月度主要进口产品结构表 (单位: %)
- 图表98: 2011-2014年中国山寨手机市场出货量状况及预测 (单位: 亿部, %)
- 图表99: 2006-2013年中国山寨手机市场规模及预测 (单位: 亿部)
- 图表100: 2012-2014年中国手机市场年度销量及增长率预测 (单位: 亿部, %)
- 图表101: 2006-2013年中国智能手机出货量及增长率 (单位: 万部, %)
- 图表102: 2006-2013年中国智能手机销量及增长率 (单位: 万部, %)
- 图表103: 2013年中国智能手机市场不同价位段产品关注比例分布 (单位: %)
- 图表104: 中国不同制式智能手机价格分布 (单位: %)
- 图表105: 2005-2013年中国智能手机市场均价走势及预测 (单位: 元)
- 图表106: 2013年中国智能手机市场品牌关注度比例分布 (单位: %)

图表107: 2012-2013年中国智能手机市场品牌关注度比例对比 (单位: %)
图表108: 2013年-中国智能手机市场品牌关注排名对比 (单位: %)
图表109: 2013年中国智能手机市场主流品牌市售产品数量对比 (单位: 款)
图表110: 2015-2020中国智能手机出货量及增长率预测 (单位: 万部, %)
图表111: 2012-2013年中国手机市场/3G手机市场销量 (单位: 万部, %)
图表112: 2013年中国3G手机市场不同价位段产品关注比例分布 (单位: %)
图表113: 2013年中国3G手机市场品牌关注度比例分布 (单位: %)
图表114: 2012-2013年中国3G手机市场品牌关注度比例对比 (单位: %)
图表115: 2013年-中国3G手机市场品牌关注排名对比 (单位: %)
图表116: 2013年中国3G手机市场主流品牌市售产品数量对比 (单位: 款)
图表117: 2011-2013年中国GPS手机市场出货规模状况及预测 (单位: 万部)
图表118: 2013年中国GPS手机均价月度走势 (单位: 元)
图表119: 2013年中国GPS手机市场品牌关注度比例分布 (单位: %)
图表120: 2012-2013年中国GPS手机市场品牌关注度比例对比 (单位: %)

……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

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!