

2012-2016年中国手机行业 现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国手机行业现状分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/yingjian1203/X416189FEI.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-03-30

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国手机行业现状分析及投资前景研究报告》共十章。首先介绍了手机相关概述、中国手机市场运行环境等，接着分析了中国手机市场发展的现状，然后介绍了中国手机重点区域市场运行形势。随后，报告对中国手机重点企业经营状况分析，最后分析了中国手机行业发展趋势与投资预测。您若想对手机产业有个系统的了解或者想投资手机行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国手机行业现状分析及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

工信部发布《2011年电子信息产业统计公报》，在2011年，我国彩电、手机、计算机等主要电子产品产量占全球出货量的比重分别达到48.8%、70.6%和90.6%，均名列世界第一。截至2011年底，我国手机普及率达到73.6部/百人，比2010年提高9.2部/百人；3G网络渗透率达到13.0%，比2010年提高7.5个百分点。我国互联网普及率达到38.3%，比上年提高4个百分点；其中手机上网用户占到网民总数的69.4%，比上年提高3.2个百分点。城镇居民的彩电、计算机拥有率超过135台/百户和70台/百户，均比上年有所提高。

第一章 手机行业基本概念

第一节 手机的定义

第二节 行业的种类

第三节 手机的构成

一、手机的硬件

二、手机的软件

三、手机各零部件的成本分析

第四节 手机的发展历史

第五节 手机对经济和生活的影响

第二章 中国手机行业市场发展环境分析

第一节 国内手机经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国手机经济发展预测分析
- 第二节 中国手机行业政策环境分析

第三章 中国手机行业产业链分析

- 第一节 上游产业发展分析
- 第二节 下游产业发展分析
- 第三节 上下游产业的关联性与影响分析

第四章 全球手机行业发展分析

- 第一节 全球手机行业发展现状
 - 一、全球手机用户规模
 - 二、全球手机行业产量分析
 - 三、全球手机行业销量分析
 - 四、全球手机行业竞争格局分析
 - 五、中国手机行业国际竞争力分析
- 第二节 全球主要国家和地区手机市场分析
 - 一、美国手机市场分析
 - 二、欧洲手机市场分析
 - 三、日本手机市场分析
 - 四、韩国手机市场分析
 - 五、俄罗斯手机市场分析
 - 六、印度手机市场分析
 - 七、东南亚手机市场分析
 - 八、非洲手机市场分析
- 第三节 主要跨国手机企业分析
 - 一、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

二、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

三、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

四、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

五、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

六、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

七、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

八、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
- (6) 企业最新发展动向分析

第四节 全球手机市场发展前景分析

一、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

二、全球手机市场规模预测

第五章 中国手机行业发展分析

第一节 中国手机行业发展现状

一、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

二、中国手机行业产量分析

三、中国手机行业销量分析

四、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

第二节 中国手机行业竞争分析

- 一、手机行业议价能力分析
- 二、手机行业新进入者威胁分析
- 三、手机市场品牌关注度分析
- 四、手机行业竞争格局分析
- 五、手机市场不同类型手机关注度分析

第三节 中国手机价格走势分析

一、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) 国内手机细分市场价格指数走势

二、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

三、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

四、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

第四节 中国山寨手机发展分析

一、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

二、山寨手机技术发展分析

三、山寨手机出口分析

四、山寨手机发展趋势及前景分析

第五节 2012-2016年中国手机市场发展前景分析

一、中国手机市场发展趋势

二、中国手机市场规模预测

第六章 中国手机行业主要产品市场分析

第一节 2011-2012年中国智能手机市场分析

一、智能手机出货量分析

二、智能手机销售情况分析

三、智能手机市场价格走势分析

(1) 中国不同品牌智能手机价格分析

(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

四、智能手机市场品牌关注度分析

五、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

六、智能手机市场最新发展动向分析

七、智能手机市场前景分析

第二节 2011-2012年中国3G手机市场分析

一、3G移动电话用户规模

二、3G手机市场规模分析

三、3G手机市场价格走势分析

四、3G手机市场品牌关注度分析

五、3G手机市场竞争格局分析

六、3G手机细分市场分析

(1) WCDMA市场分析

(2) CDMA市场分析

(3) TD-SCDMA市场分析

七、3G手机市场最新发展动向分析

八、3G手机市场前景预测

第三节 中国GPS手机市场分析

- 一、GPS手机市场规模分析
- 二、GPS手机市场价格走势分析
- 三、GPS手机市场品牌关注度分析
- 四、GPS手机市场竞争格局分析
- 五、GPS手机市场最新发展动向分析
- 六、GPS手机市场前景预测

第四节 中国双卡手机市场分析

- 一、双卡手机市场规模分析
- 二、双卡手机市场价格走势分析
- 三、双卡手机市场品牌关注度分析
- 四、双卡手机市场竞争格局分析
- 五、双卡手机市场最新发展动向分析
- 六、双卡手机市场前景预测

第五节 中国拍照手机市场分析

- 一、拍照手机市场规模分析
- 二、拍照手机市场价格走势分析
- 三、拍照手机市场品牌关注度分析
- 四、拍照手机市场竞争格局分析
- 五、拍照手机市场最新发展动向分析
- 六、拍照手机市场前景预测

第六节 中国音乐手机市场分析

- 一、音乐手机市场规模分析
- 二、音乐手机市场价格走势分析
- 三、音乐手机市场品牌关注度分析
- 四、音乐手机市场最新发展动向分析
- 五、音乐手机市场存在的问题
- 六、音乐手机市场前景预测

第七章 中国手机市场消费情况调研分析

第一节 中国手机产品重点区域消费分析

- 一、手机消费市场发展概况

二、主要城市居民手机消费价格结构分析

三、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

四、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

第二节 不同媒介接触频率居民手机消费情况

一、不同电视媒介接触频率居民手机消费情况

二、不同广播媒介接触频率居民手机消费情况

三、不同报纸媒介接触频率居民手机消费情况

四、不同杂志媒介接触频率居民手机消费情况

五、不同网络媒介接触频率居民手机消费情况

六、手机消费人群接触各类广告的排名情况

第八章 中国手机行业营销渠道分析

第一节 中国手机行业营销渠道概述

一、我国手机渠道模式发展历史

二、我国手机市场渠道成员的构成

第二节 中国手机行业销售渠道现状与特征

一、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

二、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

三、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

四、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

第三节 中国手机行业销售渠道发展趋势

- 一、手机营销渠道的创新
- 二、手机营销渠道的发展趋势

第九章 中国手机行业主要企业生产经营分析

第一节 外资品牌手机企业经营情况分析

一、诺基亚（中国）投资有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况分析
- 四、2012-2016年公司发展战略分析

二、天津三星通信技术有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况分析
- 四、2012-2016年公司发展战略分析

三、LG电子（中国）有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

四、北京索爱普天移动通信有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

五、摩托罗拉（中国）电子有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第二节 中国品牌手机企业经营情况分析

第十章 2012-2016年中国手机行业投资分析

第一节 2012-2016年中国手机行业投资特性

一、手机行业进入壁垒分析

二、手机行业盈利模式分析

三、手机行业盈利因素分析

第二节 2012-2016年中国手机行业投资风险

一、手机行业政策风险

二、手机行业技术风险

三、手机行业竞争风险

四、手机行业宏观经济波动风险

五、手机行业关联产业风险

六、手机行业其他风险

第三节 2012-2016年中国手机行业投资建议

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yingjian1203/X416189FEI.html>