

2007-2010年中国手机市场 发展趋势决策咨询及行业竞争力调查研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2007-2010年中国手机市场发展趋势决策咨询及行业竞争力调查研究报告》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.abaogao.com/b/shouji/4310438Y6F.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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。

二、说明、目录、图表目录

2007-2010年中国手机市场发展趋势决策咨询及行业竞争力调查研究报告 内容介绍：

国内品牌手机企业市场将增长5%，这将进一步拉动中国手机产品发展现状

第一节 2005—2007年中国手机业发展情况分析

一、2005—2007年手机产业发展的主要特点

二、2006—2007年我国手机产业所面临的机遇与挑战

第二节 手机整机厂的区域分布

第三节 手机产业链的配套能力

第二章 关联产业分析

第一节 中国移动通信业发展情况分析

一、移动电话用户总数分析

二、移动通信业务发展情况分析

三、移动通信收入情况分析

第二节 移动运营商现状

一、中国电信

二、中国移动

三、中国联通

四、中国网通

第三节 手机零配件行业

第三章 中国手机市场的革命

二、2008年中国手机市场发展的新亮点

二、2005—2007年我国智能手机销售情况

三、2007年智能手机市场关注度调查分析

四、智能手机市场销量将持续上升

五、三个细分市场是智能手机软件投资热点

六、2008—2010年智能手机占中国手机发展情况分析

一、国内主要手机元器件技术水平与市场现状分析

二、2005—2007年中国手机IC市场分析

三、2006—2007手机芯片发展趋势解析

四、3G时代手机元器件呈现四大走势

第二节 研发决定产品创新能力

- 一、手机芯片研发方式
- 二、手机硬件平台研发方式
- 三、手机设计方案研发方式
- 四、手机整机组装研发方式

第三节 生产决定新品推出速度和品质

- 一、手机自主生产方式
- 二、手机OEM/ODM 生产方式
- 三、手机半自主生产方式

第九章 手机设计行业分析

第一节 手机设计发展现状分析

第二节 手机设计特点

- 一、采用MEMS 技术的硅麦克风
- 二、根据手机功能分区进行电源管理
- 三、应用串行总线技术

第三节 手机设计平台

- 一、手机设计平台概念
- 二、手机设计平台的功能集成
- 三、手机设计平台的资源分割

第四节 手机设计行业发展趋势

- 一、手机设计业规模继续扩大
- 二、中国手机设计寻求差异化生存
- 三、开放性处理架构与手机多媒体平台设计

第十章 手机新技术分析

第一节 音乐手机

- 一、2005—2007年音乐手机销量分析
- 二、MMusic 成立将加速音乐手机市场集中度上升

第二节 蓝牙遥控技术

- 一、蓝牙由来
- 二、什么是蓝牙
- 三、蓝牙产品发展趋势分析

第三节 高速无线传输信息技术

第四节 2008—2010年最值得期待的手机新技术

第十一章 手机电视

第一节 手机电视实现方式与功能

- 一、利用移动网络实现的方式
- 二、利用卫星网络实现的方式
- 三、手机中安装数字电视接收模块的方式

第二节 全球手机电视的发展现状

- 一、各国手机电视业务发展现状
- 二、手机电视业务的发展趋势

第三节 中国手机电视的市场现状

- 一、2006—2007年手机电视完成布点
- 二、中国手机电视发展的关键在于部门利益协调

第四节 手机电视市场趋势分析

- 一、手机电视试验阶段
- 二、手机电视试运营阶段
- 三、手机电视运营阶段
- 四、2011年手机电视用户预测

第五节 手机电视发展障碍

- 一、实现应用的技术尚不完善
- 二、管制政策存在壁垒
- 三、运营模式尚未确定
- 四、用户认知度较低
- 五、需要更换终端
- 六、操作较为繁琐
- 七、内容有待于开发整合
- 八、播放软件标准不统一
- 九、网络速率有待于提高
- 十、资费标准有待于调整

第六节 运营模式的探讨

- 一、手机电视的包月制
- 二、手机电视的计次制

第十二章 手机游戏

第一节 手机游戏发展现状

- 一、2005—2007中国手机游戏市场竞争日益剧烈
- 二、2006—2007年世界手机市场占有率分析
- 三、2005—2007年中国手机厂商竞争状况分析
- 四、中国手机行业投资建议

第一节 手机投资环境

- 一、政策环境
- 二、经济环境

第二节 手机投资风险

- 一、发改委预警手机业风险
- 二、“十一五”手机投资要慎重

第三节 手机投资建议

- 一、手机媒体成未来投资热点
- 二、未来几年3G成为电信投资主导
- 三、对国内手机制造产业的投资建议仍维持观望
- 四、对手机零组装产业的投资建议为观望

报告图表目录

图表1：1988—2007年我国移动电话用户从突破1亿户到突破4亿户时间的记录

图表2：1995—2007年我国移动电话用户增长量

图表3：2005—2007年月中国移动分组数据用户发展情况

图表4：2001—2007年固定、移动本地电话业务发展情况

图表5：2001—2007年移动长途电话业务发展情况

图表6：2002—2007年移动短信业务发展情况

图表7：2001—2007年移动通信企业电信主营业务收入

图表8：2001—2007年移动通信企业收入与总量之比

图表9：2005—2007年各网络制式终端的销量占比

图表10：2005—2007年各月不同价格段手机的比例变化

图表11：2001—2007年GSM手机机型数量的变化

图表12：2001—2007年GSM市场国产品牌与国外品牌销量的份额变化

图表13：2001—2007年国产品牌与国外品牌的销售金额份额的变化

图表14：2001—2007年国产品牌与国外品牌价格的变化趋势

图表15：2001—2007年国产品牌与国外品牌在郊县、运营商捆绑市场的表现

图表16：2005—2007年手机种类的比例

图表17：2005—2007年度中国市场最受关注的十五大手机品牌

图表18：2005—2007年度不同像素可拍照手机关注比例分布

图表19：2001—2007年手机渠道的比例变化

图表20：2004—2007年运营商定制手机市场规模发展

图表21：2006—2007年最受用户关注的15大手机品牌关注分布

图表22：2006—2007年十大手机厂商在排行榜上的分布状况

图表23：2006—2007年不同价位手机关注比例走势

图表24：2006—2007年不同像素手机关注比例走势

图表25：2005—2007年中国手机市场占有率分析

图表152：手机电池销售代理情况

图表153：以往国外手机厂商的典型渠道结构图

图表154：目前国产手机厂商的典型渠道结构图

图表155：目前国产手机厂商的典型渠道结构图

图表156：2000—2007年中国手机零售店数量和年平均手机零售店手机销售量

图表157：中国手机渠道体系的构成情况

图表158：中国市场GSM手机渠道的一般模式现状

图表159：中国市场CDMA或GPRS手机渠道的一般模式现状

图表160：中国市场上手机厂商的渠道运作情况

图表161：国外手机渠道体系框架

图表162：2005—2007年中国手机(手机市场分析)市场规模(分制式)

图表163：2005—2007年中国手机(手机市场分析)市场厂商份额(GSM+CDMA)

图表164：2002—2007年手机区域市场竞争格局

图表165：2003—2007年Q1—2006年Q1中国手机(手机市场分析)市场各季度销量情况

图表166：2006—2007年第一季度中国手机(手机市场分析)市场(手机市场竞争力)竞争格局

图表167：2005—2007年度前十大国外手机厂商关注比例总增长率

图表168：2005—2007年国外主流手机厂商关注度走势

图表169：2005—2007年度前五大手机厂商主流像素产品分布状况

图表170：2005—2007年度诺基亚主流系列拍照手机分布状况

图表171：2005—2007年度摩托罗拉主流系列拍照手机分布状况

图表172：2005—2007年度三星主流系列拍照手机分布状况

图表173：2005—2007年度索爱主流系列拍照手机分布状况

图表174：2005—2007年度前五大国外手机厂商产品均价对比

图表175：2005—2007年度五大国外手机厂商主流价位区间产品分布

图表176：2005—2007年度前十大国内手机厂商关注比例累计增长率

图表177：2005—2007年国内主流手机厂商关注度走势

图表178：2005—2007年度前十大国内手机厂商产品均价对比

图表179：2005—2007年度五大国产手机厂商在主流价位区间产品分布

图表180：2001—2005年中国手机(手机市场分析)市场销量及增长率

图表181：1999—2007年中国手机(手机市场分析)市场集中度变化

图表182：2004—2007年各季度TFT彩屏手机销量市场份额

图表183：2004—2007年各季度拍照手机销量市场份额

图表184：2005—2007年各季度重要创新功能手机新品覆盖率变化

图表185：2001—2007年手机平均价格走势及变化率

图表186：2005—2007年消费者预期购买手机时对渠道的偏好

图表187：2006—2007年最受用户关注的十大手机品牌关注比例分布

图表188：2006—2007年最受关注的五大国内手机品牌关注比例分布

图表189：和黄3G业务开展时间表

图表190：Vodafone的3G网络开通时间表

图表191：和黄与Vodafone的典型资费套餐对比

图表192：英国3G运营商商用的终端型号

图表193：诺基亚在20062—5月年主要业绩

图表194：各地区诺基亚移动终端销售量

图表195：2004—2007年整体手机产品线价格对比

图表196：2004—2007年摄相手机平均价格对比

图表197：2004—2007年主要厂商彩屏手机平均价格对比

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shouji/4310438Y6F.html>