

2011-2015年手机行业竞争 格局与投资战略研究咨询报告

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

《2011-2015年手机行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/D04382RQFV.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

2011年第一季度全球手机市场同比增长了19.8%，这主要得益于智能手机销量的大幅增加，尤其是在新兴市场。与2010年第一季度的3.105亿部相比，2011年第一季度手机供应商们发货量达3.718亿部。全球经济复苏，推动了手机生产的增长；2010年全球手机终端销量总计为16亿部，较2009年大幅增加31.8%，而中国目前仍然是全球最多移动用户的大国，在2011年1季度，我国不仅增加了3000万手机用户，其用户总数已达8.89亿，而且在5月期间我国手机用户可能超过9亿；这必将导致手机市场的竞争加剧。目前中国仍然是全球最多的移动用户大国，但印度却正在迎头赶上，印度的手机普及速度比中国更快；截止2011年2月底，印度的移动手机用户已达7.91亿；这是自2010年9月份印度手机用户数达到6.87亿以来的又一次大幅度增长。

2011-2015年传统手机卖场正迎来新一轮智能手机销售热潮，随着智能手机销量的快速增长，手机销售渠道也迎来了三足鼎立时代。面对运营商与家电卖场的双重包围，传统手机连锁卖场纷纷押宝智能手机谋求突围。大品牌的产品也将完全以智能手机为主打，同时更多的手机厂商会加入这场大战，其中包括大量的国产品牌手机，而这部分产品将极大拉低智能手机的市场售价。届时，千元智能手机将大量涌现。2011年智能手机销量有望实现三成至五成的增长，国内手机市场也将被智能手机彻底统治。同时，智能手机价位将进一步拉低，但整体上依然高于传统低端手机，因此手机平均消费水平将相应整体拉升。此外，随着3G的全面推广，手机搜索、手机游戏、手机支付等移动应用也开始迅猛发展。移动互联网和应用的实现都必须依托于智能手机这个终端平台，但反过来看，移动互联网和手机支付等移动应用爆发又是当前不可逆转的社会趋势，手机使用者对硬件提出了更高的要求，从而对智能手机的销售产生更大的推动作用。

3G时代，中国移动、中国电信、中国联通旗下的自有营业厅和合作营业厅遍布全国各个角落，手机定制成为主流，手机和资费捆绑成为重要的售卖模式。同时，国美、苏宁通过资本市场的资金将区域家电连锁收归旗下，形成了中国市场的双寡头，并加强了手机的销售从而成为手机零售市场的主力军，也成为运营商依靠的主渠道。其中，风靡全球的iPhone4和iPad在苏宁的销售，使其成为了最大受益者。随着3G网络的不断优化，以iPhone4为代表的智能手机正成为市场的主导者。厂家利润丰厚的高端机型必须和运营商的资费捆绑进行销售。在运营商与家电卖场的夹击下，传统手机连锁卖场似乎正逐渐失去主导地位。目前，我国手机零售市场已形成专业零售连锁、家电连锁和分散独立店三足鼎立格局。手机零售业的整体发展较国际水准尚属初级阶段，市场格局与商业模式的解构和重塑不可避免。此外，三网融合的日渐明朗，单一的手机销售模式不仅在利润上很难支撑日渐高涨的店面运营成本，而且难以满足市场用户的高要求。这就促使手机零售品牌必须以顾客需求为中心，通过差异化

的经营价值应对市场变革。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家商务部、国家海关总署、国家工业和信息化部、中关村在线调研中心、诺盛电信咨询、易观国际、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息和专业研究单位等公布和提供的大量资料，并结合对手机制造商和手机经销商等业内企业的访谈，以及对手机消费者的调查研究。报告立足于全球手机市场，对我国手机行业的发展现状、市场关注、细分行业、行业竞争格局、领先企业等进行了研究，并重点分析了手机市场的销售状况，现阶段中国手机行业面临的冲击以及企业的应对策略。报告综合了手机产业以及手机销售渠道、消费者分析等重要板块的内容，并对国家手机政策进行了介绍和政策趋向分析判断，为我国手机企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 手机行业发展概述

第一节 手机行业概述

一、手机的定义

二、手机的特性

第二节 手机的主要特点及分类

一、手机的特点

二、手机的分类

第二章 国外手机行业发展分析

第一节 国际手机行业发展轨迹综述

一、国际手机行业发展历程

二、国际手机行业发展面临的问题

三、国际手机行业技术发展现状及趋势

第二节 国际手机市场发展现状

一、2010-2011年全球手机产量情况分析

二、2010-2011年全球手机销售情况分析

三、2010-2011年全球手机销售情况分析

四、2010-2011年全球新型手机研发情况

第三节 部分国家手机市场发展分析

一、2010-2011年美国手机市场分析

二、2010-2011年日本手机产品分析

三、2010-2011年韩国手机市场分析

四、2010-2011年德国手机市场分析

第三章 我国手机行业发展现状

第一节 2010年中国手机行业发展状况

一、2010年手机行业发展状况分析

二、2010年中国移动电话机产量统计

三、2010年中国手机行业发展动态

四、2010年手机行业经营业绩分析

第二节 2010年中国手机行业售后服务分析

一、2010年度手机行业质量问题分析

二、2010年中国手机售后服务调查

三、2010年手机行业用户搜索热点简况

第三节 2011年手机行业发展机遇和挑战分析

一、2011年手机行业发展机遇分析

二、3G为手机行业带来良机分析

三、2011年金融危机对手机行业影响

第四章 手机行业经济运行分析

第一节 2010-2011年手机产量分析

一、2010年手机产量分析

二、2011年1季度手机产量分析

第二节 2010-2011年手机行业主要经济指标分析

一、销售收入前十家企业分析

二、2010年手机行业主要经济指标分析

三、2011年1季度手机行业主要经济指标分析

第三节 2010-2011年我国手机行业绩效分析

一、2010-2011年行业产销情况

二、2010-2011年行业规模情况

三、2010-2011年行业盈利能力

四、2010-2011年行业经营发展能力

五、2010-2011年行业偿债能力分析

第五章 手机行业进出口分析

第一节 2010年中国手机市场对外贸易

一、2010年手机出口总量

二、2010年手机出口集中度

三、2010年手机出口企业份额

四、2010年手机出口价格情况

第二节 2011年中国手机市场对外贸易

一、2011年1季度手机出口总量

二、2011年1季度手机出口价格

三、2011年1季度手机出口集中度

四、2011年1季度手机出口企业

第三节 我国手机出口分析预测

一、2011-2015年我国手机出口总量预测

二、2011-2015年我国手机出口金额预测

三、2011-2015年我国手机出口价格预测

四、2011-2015年我国手机出口集中度预测

第六章 中国手机市场消费分析

第一节 2010-2011年手机用户研究分析

一、用户特征概括

二、用户特征研究

三、用户上网行为研究

四、主流品牌用户特征研究

第二节 2010年中国手机市场热门机型分析

一、市场概述与主要结论

二、热门机型现状与特征

三、热门机型产品结构特征

四、主流厂商热门机型分析

五、热门机型演变趋势分析

第三节 2010-2011年中国手机市场分析

一、市场概述

二、手机整体市场分析

三、市场关注度分析

四、市场发展趋势分析

五、行业发展策略

第四节 中国手机市场季度分析

一、2010年1季度我国手机市场分析

二、2010年2季度我国手机市场分析

三、2010年3季度我国手机市场分析

四、2010年4季度我国手机市场分析

五、2010年5季度我国手机市场分析

第七章 中国手机细分市场分析

第一节 3G手机市场分析

一、市场概述

二、市场关注状况

三、市场发展状况

四、3G终端产品分析

五、中国3G业务发展状况

六、市场机遇与挑战

七、市场走势与策略

八、2011年3G手机市场发展分析

第二节 智能手机市场发展分析

一、金融危机对智能手机市场影响

二、2010年智能手机市场发展状况

三、2010年热门智能手机市场分析

四、2011年智能手机市场分析

第三节 拍照手机市场发展分析

一、高像素拍照手机市场现状

二、高像素手机产品分布特征

三、主流厂商竞争力对比

四、市场发展动态

第四节 中国电视手机市场分析

一、市场概述

二、关于手机电视

三、中国手机电视市场概况

四、中国手机电视用户调查

五、电视手机市场前景调查

六、手机电视市场机遇与挑战

第五节 中国游戏手机市场调查分析

一、市场概况

二、调查概况

三、用户使用状况调查

四、消费行为特征调查

五、主流用户消费行为调查

六、游戏手机市场前景

七、市场发展策略分析

第二部分 行业竞争格局

第八章 手机行业竞争格局分析

第一节 中国手机行业结构分析

一、行业的省份分布概况

二、行业销售集中度分析

三、行业利润集中度分析

四、行业规模集中度分析

第二节 我国低端手机厂商竞争分析

一、低端手机市场竞争概述

二、低端手机市场现状

三、产品结构研究

四、品牌竞争力研究

五、五大品牌产品线研究

六、市场竞争潜力分析

第三节 2010-2011年我国手机竞争分析

一、2010-2011年我国手机品牌竞争分析

二、国内外手机厂商竞争力对比分析

三、2011年3G手机市场竞争分

四、2010年国内外手机竞争分析

- 五、2010年我国手机市场竞争分析
- 六、2010年我国手机市场集中度分析
- 七、2011年国内主要手机企业动向
- 八、2011年国内手机拟在建项目分析
- 第九章 手机企业竞争策略分析
 - 第一节 手机市场竞争策略分析
 - 一、2011年手机市场增长潜力分析
 - 二、2011年手机主要潜力品种分析
 - 三、现有手机产品竞争策略分析
 - 四、潜力手机品种竞争策略选择
 - 五、典型企业产品竞争策略分析
 - 第二节 手机企业竞争策略分析
 - 一、金融危机对手机行业竞争格局的影响
 - 二、金融危机后手机行业竞争格局的变化
 - 三、2011-2015年我国手机市场竞争趋势
 - 四、2011-2015年手机行业竞争格局展望
 - 五、2011-2015年手机行业竞争策略分析
 - 六、2011-2015年手机企业竞争策略分析
- 第十章 手机重点企业竞争分析
 - 第一节 诺基亚
 - 一、企业概况
 - 二、竞争优势分析
 - 三、2010-2011年经营状况
 - 四、2011-2015年发展战略
 - 第二节 摩托罗拉公司
 - 一、企业概况
 - 二、竞争优势分析
 - 三、2010-2011年经营状况
 - 四、2011-2015年发展战略
 - 第三节 三星集团
 - 一、企业概况
 - 二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第四节 宁波波导股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第五节 四川长虹集团公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第六节 索尼爱立信

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第七节 联想移动通信科技公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第八节 康佳集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第九节 TCL集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第十节 中兴通讯股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十一章 手机行业发展趋势分析

第一节 手机研发趋势分析

一、手机研究开发新趋势

二、手机主要品种发展趋势

第二节 2011年手机行业发展趋势

一、2011年全球手机产业前景分析

二、2011年手机行业前景预测

三、2011年无线产业发展趋势

四、2011年中国手机市场增长预测

第三节 我国手机流行趋势

一、2011年手机流行趋势解析

二、2011年手机流行趋势预测

三、2011年手机体验营销流行趋势

第四节 细分手机发展趋势

一、3G手机市场发展前景

二、2011年智能手机市场发展趋势

三、2011年全屏触控手机市场发展趋势

四、中国双待手机市场新趋势

第十二章 未来手机行业发展预测

第一节 2011-2015年国际手机市场预测

一、2011-2015年全球手机行业产能预测

二、2011-2015年全球手机市场需求前景

三、2011-2015年全球手机市场价格预测

第二节 2011-2015年国内手机市场预测

一、2011-2015年国内手机行业产能预测

二、2011-2015年国内手机行业产量预测

- 三、2011-2015年国内手机市场需求前景
- 四、2011-2015年国内手机市场价格预测
- 五、2011-2015年国内手机行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十三章 手机行业投资现状分析

第一节 2010年手机行业投资情况分析

- 一、2010年总体投资及结构
- 二、2010年投资规模情况
- 三、2010年投资增速情况
- 四、2010年分行业投资分析
- 五、2010年分地区投资分析
- 六、2010年外商投资情况

第二节 2011年1季度手机行业投资情况分析

- 一、2011年1季度总体投资及结构
- 二、2011年1季度投资规模情况
- 三、2011年1季度投资增速情况
- 四、2011年1季度分行业投资分析
- 五、2011年1季度分地区投资分析
- 六、2011年1季度外商投资情况

第十四章 手机行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2010-2011年我国宏观经济运行情况
- 二、2011-2015年我国宏观经济形势分析
- 三、2011-2015年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2011年手机行业政策环境
- 二、2011年国内宏观政策对其影响
- 三、2011年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2011年社会环境发展分析
- 三、2011-2015年社会环境对行业的影响分析

第四节 电子产业振兴规划

- 一、电子产业振兴规划概述
- 二、电子产业振兴规划细则
- 三、电子产业振兴规划三大任务
- 四、电子产业振兴规划六大工程
- 五、电子产业振兴规划十项措施
- 六、电子产业振兴规划的意义与作用
- 七、电子产业振兴规划对手机行业的影响

第十五章 手机行业投资机会与风险

第一节 手机行业投资效益分析

- 一、2010-2011年手机行业投资状况分析
- 二、2011-2015年手机行业投资效益分析
- 三、2011-2015年手机行业投资趋势预测
- 四、2011-2015年手机行业的投资方向
- 五、2011-2015年手机行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响手机行业发展的主要因素

- 一、2011-2015年影响手机行业运行的有利因素分析
- 二、2011-2015年影响手机行业运行的稳定因素分析
- 三、2011-2015年影响手机行业运行的不利因素分析
- 四、2011-2015年我国手机行业发展面临的挑战分析
- 五、2011-2015年我国手机行业发展面临的机遇分析

第三节 手机行业投资风险及控制策略分析

- 一、2011-2015年手机行业市场风险及控制策略
- 二、2011-2015年手机行业政策风险及控制策略
- 三、2011-2015年手机行业经营风险及控制策略
- 四、2011-2015年手机行业技术风险及控制策略
- 五、2011-2015年手机同业竞争风险及控制策略
- 六、2011-2015年手机行业其他风险及控制策略

第十六章 手机行业投资战略研究

第一节 手机行业发展战略研究

- 一、战略综合规划

- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国手机品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、手机实施品牌战略的意义
- 三、手机企业品牌的现状分析
- 四、我国手机企业的品牌战略
- 五、手机品牌战略管理的策略

第三节 手机行业投资战略研究

- 一、2011年通讯产业行业投资战略
- 二、2011年我国手机行业投资战略
- 三、2011-2015年手机行业投资战略
- 四、2011-2015年细分行业投资战略

图表目录

- 图表：2009-2011年全球手机市场销量及增长情况
- 图表：2009-2011年中国手机市场销售量及增长率
- 图表：2009-2011年中国手机市场销售额及增长率
- 图表：2010年手机行业搜索指数
- 图表：2010年整体手机产品均价月度变化
- 图表：2010年手机品牌总体关注度排行
- 图表：2010年十大手机品牌产品全年均价
- 图表：2010年主流手机品牌关注度占比季度变化（Top1-4）
- 图表：2010年主流手机品牌关注度占比季度变化（Top5-10）
- 图表：2010年十大上升最快手机品牌
- 图表：2010年国内外手机品牌关注度对比
- 图表：2010年手机型号关注度总体排行
- 图表：2010年十大手机型号全年均价

图表：2010年新上市手机关注度排行

图表：2010年网民关注的手机功能

图表：2010年网民关注的手机功能变化

图表：2010年不同像素手机产品均价月度变化

图表：2010年音乐、智能手机产品均价月度变化

图表：2010年智能手机网民最关注的品牌

图表：2010年音乐手机网民最关注的品牌

图表：2010年网民关注的手机款式

图表：2010年网民关注的手机款式变化

图表：2010年网民关注的手机颜色

图表：2010年手机网民的省份分布

图表：2010年手机网民的地域分布（城市级别）

图表：2010年手机网民的兴趣爱好

图表：2010年智能/音乐手机网民的偏好对比

图表：2010年1-12月移动电话机产量全国统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量北京市统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量天津市统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量内蒙古区统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量辽宁省统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量吉林省统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量上海市统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量江苏省统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量浙江省统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量福建省统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量江西省统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量山东省统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量湖北省统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量广东省统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量广西区统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量重庆市统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量四川省统计

图表：2010年1-12月移动电话机产量贵州省统计

图表：2006-2010年手机行业投诉量对比

图表：2009-2010年手机行业月度投诉量对比分析

图表：2010年手机行业投诉主要来源图

图表：2009年手机行业投诉主要来源图

图表：2010年手机行业投诉主要问题明细图

图表：2010年手机行业投诉外壳/键盘掉漆裂损投诉量排名前四品牌

图表：2010年手机行业投诉屏显故障投诉量排名前五品牌

图表：2010年手机行业投诉非正常开关机投诉量排名前五品牌

图表：2010年手机行业投诉信号差问题投诉量排名前三品牌

图表：2010年诺基亚N73信号差问题月投诉趋势

图表：2010年手机行业投诉售后服务态度投诉量排名前十品牌

图表：2010年手机行业投诉多次维修投诉量排名前五品牌

图表：2010年手机行业投诉维修时间长投诉量排名前五品牌

图表：2010年手机行业虚假宣传/价格欺诈问题投诉量排名前十手机专业卖场

图表：2010年手机行业投诉量排名前十卖场

图表：2010年手机行业投诉解决时效分析

图表：2010年手机行业投诉受理结果分析

图表：2010年手机行业投诉量排名

图表：2004-2011年中国手机售后服务产业规模

图表：调查样本的性别分布

图表：调查样本的年龄分布

图表：调查样本的受教育程度分布

图表：调查样本的职业分布

图表：调查样本的收入分布

图表：消费者接受的服务内容分布

图表：消费者对手机售后服务的整体满意度评价分布

图表：消费者对维修质量的满意度评价分布

图表：消费者对维修费用的满意度评价分布

图表：消费者对零配件价格的满意度评价分布

图表：消费者对维修速度的满意度评价分布

图表：四项维修指标调查结果对比

图表：消费者对客服态度的满意度评价分布

图表：消费者对服务网点查找的满意度评价分布

图表：消费者对网点营业时间的满意度评价分布

图表：消费者对网点硬建设施的满意度评价分布

图表：消费者对服务响应时间的满意度评价分布

图表：消费者对服务电话接通的满意度评价分布

图表：六项服务指标调查结果对比

图表：2010年手机行业搜索指数

图表：2010年手机品牌总体关注度排行

图表：2010年中国手机用户性别分布

图表：2010年中国手机用户年龄分布

图表：2010年中国手机用户所在区域分布

图表：2010年中国手机用户城乡分布

图表：2010年中国手机用户婚姻状况分布

图表：2010年中国手机用户个人月收入分布

图表：2010年中国手机用户家庭月收入分布

图表：2010年中国手机用户受教育程度分布

图表：2010年中国手机用户所在行业分布

图表：2010年中国手机用户所在单位人员规模分布

图表：2010年中国手机用户所在单位年产值规模分布

图表：2010年中国手机用户兴趣爱好分布——音乐

图表：2010年中国手机用户兴趣爱好分布——电影

图表：2010年中国手机用户兴趣爱好分布——电视

图表：2010年中国手机用户兴趣爱好分布——游戏

图表：2010年中国手机用户兴趣爱好分布——阅读

图表：2010年中国手机用户兴趣爱好分布——艺术

图表：2010年中国手机用户兴趣爱好分布——体育

图表：2010年中国手机用户兴趣爱好分布——购物

图表：2010年中国手机用户兴趣爱好分布——旅游出行

图表：2010年中国手机用户兴趣爱好分布——线路信息

图表：2010年中国手机用户上网地点分布

图表：2010年对中国手机用户最具吸引力的广告形式分布

图表：2010年中国手机用户网络广告点击行为分布

图表：2010年Q2手机功能关注度排行

图表：2010年主流品牌手机用户年龄分布对比

图表：2010年主流品牌手机用户个人月收入分布对比

图表：2010年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——音乐

图表：2010年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——电影

图表：2010年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——电视

图表：2010年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——游戏

图表：2010年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——阅读

图表：2010年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——艺术

图表：2010年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——体育

图表：2010年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——购物

图表：2010年中国手机市场百款热门机型上市时间分布

图表：2010年百款热门机型中不同品牌上榜产品数量分布

图表：2010年中国手机市场百款热门机型品牌关注度分布

图表：2010年百款热门机型中不同品牌单款产品关注度贡献值对比

图表：2010年百款热门机型与整体市场六大品牌关注比例对比

图表：2010年百款热门机型中不同价格区间产品数量分布

图表：2010年百款热门机型不同价格区间产品关注度分布

图表：2010年百款热门机型与整体市场不同价格区间产品关注对比

图表：2010年百款热门机型均价与整体市场均价对比

图表：2010年百款热门机型与整体市场不同功能产品均价对比

图表：2010年百款热门机型与整体市场不同像素产品均价对比

图表：2010年百款热门机型中不同设计类型产品数量分布

图表：2010年百款热门机型不同设计类型产品关注度分布

图表：2010年百款热门机型中不同功能产品关注度分布

图表：2010年百款热门机型中不同像素产品数量分布

图表：2010年百款热门机型中主流像素产品关注度分布

图表：2010年百款热门机型中不同屏幕色彩产品关注度分布

图表：2010年百款热门机型中不同尺寸产品关注度分布

图表：2010年百款热门机型中触摸屏手机与GPS手机关注度分布

图表：2010年诺基亚热门机型产品线分布

图表：2010年诺基亚不同像素及价格区间产品数量分布

图表：2010年诺基亚不同功能热门机型产品数量分布

图表：2010年索尼爱立信热门机型产品线分布

图表：2010年索尼爱立信不同像素及价格区间产品数量分布

图表：2010年索尼爱立信不同功能的热门机型产品数量分布

图表：三星热门机型产品线分布

图表：2010年三星不同像素及价格区间产品数量分布

图表：2010年三星不同功能热门机型产品数量分布

图表：2010-2011年未来手机新兴功能调查

图表：2010-2011年中国手机销售业绩最好的区域

图表：2010-2011年手机关注度调查

图表：2010-2011年手机价格区间调查

图表：2010-2011年手机使用年限调查

图表：2010-2011年智能手机系统调查

图表：2010年第1季度中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布

图表：2010年1月-3月入围TOP10的前四大品牌关注比例走势

图表：2010年1月-3月入围TOP10的后六大品牌关注比例走势

图表：2010年第1季度最受用户关注的十大音乐手机品牌分布

图表：2010年第1季度最受用户关注的十大智能手机品牌分布

图表：2010年第1季度中国七大区域手机市场关注比例分布

图表：2010年1月-3月中国七大区域手机市场关注比例走势

图表：2010年第1季度华南市场最受用户关注的十大手机品牌分布

图表：2010年第1季度华东市场最受用户关注的十大手机品牌分布

图表：2010年第1季度华北市场最受用户关注的十大手机品牌分布

图表：2010年第1季度音乐手机与智能手机关注比例对比

图表：2010年1月-3月音乐手机与智能手机关注比例走势

图表：2010年第1季度不同像素拍照手机关注比例分布

图表：2010年1月-3月主流像素拍照手机关注比例走势

图表：2010年第1季度不同价位区间手机关注比例分布

图表：2010年1月-3月不同价位手机关注比例走势

图表：2010年第1季度中国手机市场价格指数走势

图表：2010年第1季度音乐手机与智能手机价格指数走势

图表：2010年第1季度中国手机市场均价走势

图表：2010年第1季度音乐手机与智能手机均价走势对比

图表：2010年第1季度中国手机市场十大品牌产品均价对比

图表：2010年第1季度音乐手机市场十大品牌产品均价对比

图表：2010年第1季度智能手机市场十大品牌产品均价对比

图表：2010年第2季度中国手机市场最受用户关注的15大品牌分布

图表：2010年4月-6月TOP10前四大品牌关注比例走势

图表：2010年4月-6月TOP5-TOP10六大品牌关注比例走势

图表：2010年第2季度最受用户关注的十大音乐手机品牌分布

图表：2010年第2季度最受用户关注的十大智能手机品牌分布

图表：2010年第2季度最受关注的十大200万像素拍照手机品牌排行榜

图表：2010年第2季度最受关注的十大300万像素及以上拍照手机品牌分布

图表：2010年第2季度中国七大区域手机市场关注比例分布

图表：2010年4月-6月中国七大区域手机市场关注走势

图表：2010年第2季度七大区域市场主流品牌格局分布

图表：2010年第2季度华南市场最受用户关注的十大手机品牌分布

图表：2010年第2季度华东市场最受用户关注的十大手机品牌分布

图表：2010年第2季度华北市场最受用户关注的十大手机品牌分布

图表：2010年第2季度音乐手机与智能手机关注比例对比

图表：2010年4月-6月音乐手机与智能手机关注比例走势对比

图表：2010年第2季度不同像素拍照手机关注比例分布

图表：2010年4月-6月不同像素拍照手机关注比例走势对比

图表：2010年第2季度不同价位区间手机关注比例分布

图表：2010年4月-6月不同价位区间手机关注比例走势

图表：2010年第2季度不同设计类型手机关注比例分布

图表：2010年第2季度整体手机市场价格指数走势

图表：2010年第2季度音乐手机与智能手机价格指数走势对比

图表：2010年第2季度主流像素拍照手机价格指数走势对比

图表：2010年4月-6月整体手机市场均价走势

图表：2010年4月-6月音乐手机与智能手机市场均价走势对比

图表：2010年4月-6月主流像素拍照手机均价走势对比

图表：2010年第2季度中国手机市场主流品牌产品均价对比

图表：2010年第2季度音乐手机市场主流品牌产品均价对比

图表：2010年第2季度智能手机市场主流品牌产品均价对比

图表：2010年第2季度200万像素拍照手机市场产品均价对比

图表：2010年第2季度300万及以上拍照手机市场主流品牌产品均价对比

图表：2010年第3季度中国手机市场最受用户关注的15大品牌分布

图表：2010年第3季度最受用户关注的前十大手机品牌关注比例变化

图表：2010年7月-9月TOP10前四大品牌关注比例走势

图表：2010年7月-9月TOP5-TOP10六大品牌关注比例走势

图表：2010年第3季度中国市场最受关注的十大音乐手机品牌排行榜

图表：2010年第3季度中国市场最受关注的十大智能手机品牌排行榜

图表：2010年第3季度最受关注的十大200万像素拍照手机品牌分布

图表：2010年第3季度最受关注的十大300万像素拍照手机品牌分布

图表：2010年第3季度中国七大区域手机市场用户关注分布状况

图表：2010年7月-9月七大区域手机市场用户关注比例走势

图表：2010年第3季度七大区域手机市场用户关注的十大品牌分布

图表：2010年第3季度上海地区最受关注的十大手机品牌分布

图表：2010年第3季度广东地区最受关注的十大手机品牌分布

图表：2010年第3季度诺基亚用户关注度最高的15大地区

图表：2010年第3季度三星用户关注度分布最高的15大地区

图表：2010年第3季度索尼爱立信用户关注度最高的15大地区分布

图表：2010年第3季度摩托罗拉用户关注度最高的15大地区分布

图表：2010年第3季度音乐手机与智能手机关注比例分布

图表：2010年7月-9月音乐手机与智能手机用户关注比例走势

图表：2010年第3季度不同像素手机关注比例分布

图表：2010年7月-9月不同像素手机关注比例走势

图表：2010年第3季度不同价位区间手机关注比例分布

图表：2010年7月-9月不同价位手机关注比例走势

图表：2010年第3季度整体手机市场价格指数走势

图表：2010年第3季度音乐手机与智能手机价格指数走势对比

图表：2010年第3季度主流像素拍照手机价格指数走势对比

图表：2010年第3季度整体手机市场均价走势

图表：2010年第3季度音乐手机与智能手机均价走势对比

图表：2010年第3季度主流像素拍照手机均价走势对比

图表：2010年第3季度主流厂商产品均价对比

图表：2010年第3季度主流厂商产品均价调整幅度对比

图表：2010年第4季度中国手机市场最受用户关注的15大品牌分布

图表：2010年第4季度最受用户关注的前十大手机品牌关注比例变化

图表：2010年10月-12月TOP10前四大品牌关注比例走势

图表：2010年10月-12月TOP5-TOP10六大品牌关注比例走势

图表：2010年第4季度中国市场最受关注的十大音乐手机品牌排行榜

图表：2010年第4季度中国市场最受关注的十大智能手机品牌排行榜

图表：2010年第4季度中国七大区域手机市场用户关注分布状况

图表：2010年10月-12月七大区域手机市场用户关注比例走势

图表：2010年第4季度七大区域手机市场用户关注的十大品牌分布

图表：2010年第4季度北京地区最受关注的十大手机品牌分布

图表：2010年第4季度上海地区最受关注的十大手机品牌分布

图表：2010年第4季度广东地区最受关注的十大手机品牌分布

图表：2010年第4季度诺基亚关注度最高的15大地区分布

图表：2010年第4季度三星用户关注度分布最高的15大地区

图表：2010年第4季度索尼爱立信用户关注度最高的15大地区分布

图表：2010年第4季度摩托罗拉用户关注度最高的15大地区分布

图表：2010年第4季度诺基亚与其他手机品牌搜索人群重合度分布

图表：2010年第4季度三星与其他手机品牌搜索人群重合度分布

图表：2010年第4季度索尼爱立信与其他手机品牌搜索人群重合度分布

图表：2010年第4季度摩托罗拉与其他手机品牌搜索人群重合度分布

图表：2010年Q3与Q4音乐手机和智能手机关注比例分布

图表：2010年10月-12月不同特征手机用户关注比例走势对比

图表：2010年Q3与Q4不同像素手机关注比例对比

图表：2010年10月-12月不同像素手机关注比例走势

图表：2010年Q3与Q4不同价位区间手机关注比例分布

图表：2010年10月-12月不同价位手机关注比例走势

图表：2010年第4季度整体手机市场价格指数走势

图表：2010年第4季度音乐手机与智能手机价格指数走势对比

图表：2010年第4季度主流像素拍照手机价格指数走势对比

图表：2010年第4季度整体手机市场均价走势

图表：2010年第4季度音乐手机与智能手机均价走势对比

图表：2010年第4季度主流像素拍照手机均价走势对比

图表：2010年第4季度主流厂商产品均价对比

图表：2010年第4季度主流厂商产品均价调整对比

图表：2010年10月中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布

图表：2010年9月与10月最受用户关注的十大品牌排名与关注对比。

图表：2010年9月与10月不同类型手机关注比例对比

图表：2010年10月音乐手机、智能手机与3G手机这三大细分市场最受用户关注的前十大品牌排行榜对比

图表：2010年10月不同价位手机关注比例分布

图表：2010年9月与10月不同价位区间手机关注比例对比

图表：2010年9月与10月不同价位音乐手机关注比例对比

图表：2010年9月与10月不同价位智能手机关注比例对比

图表：2010年10月不同像素拍照手机关注比例分布

图表：2010年9月与10月不同像素拍照手机关注比例分布对比

图表：2010年11月中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布

图表：2010年10月与11月十大品牌关注比例变化对比状况

图表：2010年10月与11月不同类型手机关注比例对比

图表：2010年11月不同价位手机关注比例分布

图表：2010年10月与11月不同价位区间手机关注比例对比

图表：2010年11月不同像素拍照手机关注比例分布

图表：2010年10月与11月不同像素拍照手机关注比例分布对比

图表：2010年10月与11月整体手机市场价格指数走势对比

图表：2010年10月与11月手机市场降价产品数量与降价产品比重对比

图表：2010年11月整体手机市场均价走势

图表：2010年11月音乐手机与智能手机价格指数走势对比

图表：2010年11月音乐手机与智能手机降价产品数量与降价产品比重对比

图表：2010年11月音乐手机与智能手机产品均价走势对比

图表：2010年11月主流像素拍照手机价格指数走势对比

图表：2010年11月主流像素拍照手机降价数量与降价比重对比

图表：2010年11月主流向苏拍照手机产品均价走势对比

图表：2010年11月降价产品数量最多的十大厂商分布

图表：2010年11月主流厂商手机产品均价对比

图表：2010年11月音乐手机市场主流品牌产品均价对比

图表：2010年11月智能手机市场主流品牌产品均价对比

图表：2010年12月中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布

图表：2010年11月与12月十大品牌排行榜对比状况

图表：2010年11月与12月不同类型手机关注比例对比

图表：2010年12月不同功能机型消费者关注的十大品牌分布

图表：2010年12月不同价位手机关注比例分布

图表：2010年11月与12月不同价位区间手机关注比例对比

图表：2010年12月不同像素拍照手机关注比例分布

图表：2010年11月与12月不同像素拍照手机关注比例分布对比

图表：2011年1月中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布

图表：2011年1月不同类型手机关注比例对比

图表：2011年1月细分音乐手机与智能手机市场消费者关注的十大品牌分布状况

图表：2011年1月最受关注的前十款音乐手机

图表：2011年1月最受关注的前十款智能手机

图表：2011年1月最受关注的前十款3G手机

图表：2011年1月不同价位手机关注比例分布

图表：2011年1月1000-2000元与2001-3000元价格段手机品牌关注比例对比

图表：2011年1月最受关注的前十款1000-2000元手机

图表：2011年1月最受关注的前十款2001-3000元手机

图表：2011年1月整体手机市场价格指数走势

图表：2011年1月整体手机市场均价走势

图表：2011年1月音乐手机与智能手机价格指数走势对比

图表：2011年1月音乐手机与智能手机降价产品数量与降价产品比重对比

图表：2011年1月音乐手机与智能手机产品均价走势对比

图表：2011年1月主流像素拍照手机价格指数走势对比

图表：2011年1月主流像素拍照手机降价数量与降价比重对比

图表：2011年1月主流像素拍照手机产品均价走势对比

图表：2011年1月降价产品数量最多的十大厂商分布

图表：2011年1月主流厂商手机产品均价对比

图表：2011年1月整体市场降幅最高的前十款手机

图表：2011年1月整体市场降幅最高的前十款音乐手机

图表：2011年1月整体市场降幅最高的前十款智能手机

图表：2011年2月最受用户关注的手机品牌分布图

图表：2011年1-2月中国市场最受用户关注的前十五大手机品牌对比变化表336

图表：2011年2月不同类型产品关注对比图337

图表：2011年2月音乐手机和智能手机最受用户关注的十大品牌排行对比表

图表：2011年2月中国手机市场用户不同价位关注分布图

图表：2011年2月中国手机市场主流价格区间最受关注手机品牌排行对比

图表：2011年2月最受用户关注的手机像素分布图

图表：2011年2月主流像素手机品牌关注排行对比表

图表：2010年最受用户关注的十大3G手机品牌分布

图表：2010年最受用户关注的主流WCDMA手机品牌分布

图表：2010年最受用户关注的主流TD-CDMA手机品牌分布

图表：2010年WCDMA与TD-SCDMA手机关注对比

图表：2010年用户关注的WCDMA与TD-SCDMA手机数量对比

图表：2010年1月-11月TD-SCDMA手机用户关注比例走势

图表：2010年中国十大城市TD基站建设状况

图表：2010年系统设备商市场分布状况

图表：WCDMA与TD两大标准主要参数对比

图表：2010年不同价位WCDMA与TD-SCDMA手机关注对比

图表：2010年用户关注度最高的前五款WCDMA与TD手机

图表：3G手机市场购买潜力调查

图表：用户对3G业务了解状况调查

图表：消费者希望的3G业务调查

图表：2010年上半年不同操作系统智能手机在中国市场的分布状况

图表：2010年1-6月中国智能手机市场用户关注比例走势

图表：2010年上半年中国智能手机市场最受用户关注的十大品牌分布

图表：单款产品贡献率最高的前十大智能手机厂商

图表：不同功能产品数量比例与关注比例分布

图表：不同价位区间智能手机关注度分布

图表：不同价位区间单款产品关注度贡献值

图表：不同像素手机关注比例与数量分布比例对比

图表：不同像素手机单款产品关注度贡献值

图表：不同设计类型智能手机产品数量分布状况

图表：2010年不同显示屏尺寸大小的智能手机产品数量分布状况

图表：2009年1月-2010年6月高像素拍照手机关注比例走势

图表：2010年1-6月高像素拍照手机数量变化及在整体市场中的比重分布

图表：2010年上半年高像素手机上市新品数量分布状况

图表：2010年上半年高像素拍照手机在新品中的比重

图表：不同价位区间高像素拍照手机分布状况

图表：音乐手机与智能手机产品数量分布状况

图表：十大厂商高像素拍照手机数量分布状况

图表：主流厂商不同价位高像素拍照手机产品数量分布

图表：三星高像素拍照手机数量分布状况

图表：索尼爱立信高像素拍照手机产品线分布状况

图表：诺基亚高像素拍照手机产品线分布状况

图表：调查对象性别分布

图表：调查对象年龄分布

图表：调查对象月收入分布状况

图表：调查对象对电视手机的认识时间调查分布

图表：调查对象对手机电视的标准认知度分布

图表：调查对象平时喜爱的电视节目内容分布

图表：调查对象用手机看电视节目的时间分布

图表：调查对象用手机看电视的时间长度分布

图表：调查对象接受的资费支付方式分布

图表：调查对象对电视手机发展前景的看法分布

图表：调查对象未来是否会购买电视手机的分布状况

图表：调查对象认为制约电视手机发展的主要因素分布

图表：调查对象对产品方面的关注分布状况

图表：被调查者性别分布对比

图表：被调查者不同年龄段分布对比

图表：被调查者受教育程度分布比例

图表：被调查者不同职业分布比例

图表：被调查者不同收入分布比例

图表：样本区域分布状况

图表：被调查者是否拥有手机

图表：被调查者不同品牌手机分布比例

图表：被调查者手机主要用途调查

图表：被调查者是否用手机玩过游戏

图表：被调查者玩游戏手机的频率

图表：每次玩手机游戏大约花费的时间

图表：用手机玩游戏的场合

图表：手机游戏的操作平台调查

图表：玩游戏过程中关注性能调查

图表：手机游戏内容的主要来源

图表：喜欢手机内置游戏还是下载游戏调查

图表:手机内置游戏的种类调查

图表：用户喜欢的内置游戏种类调查

图表：消费者喜欢的非手机内置游戏调查

图表：主流年龄段用户拥有手机状况对比

图表：使用手机情况对比

图表：对内置游戏与非内置游戏的态度对比

图表：喜欢的内置游戏对比

图表：喜欢的非内置游戏对比

图表：不同年龄段用户玩手机游戏过程中关注方面对比

图表：被调查者是否有购买手机计划

图表：对游戏手机市场前景的看法调查

图表：阻碍游戏手机市场发展因素调查

图表：潜在用户可接受价位调查

图表：计划购买游戏手机的用户品牌选择调查

图表：主流厂商预购率与实际分布比例对比

图表：希望购买的游戏手机具有什么特征调查

图表:主流年龄段用户计划购买游戏手机可接受价位分布对比

图表：主流年龄段用户对七大品牌的预购率调查对比

图表：主流年龄段用户希望游戏手机具有的特征对比

图表：2010年1月-4月2000元及以下手机关注比例走势

图表：2000元以上与以下产品数量分布比例对比

图表：2000元及以下手机产品数量分布

图表：2000元及以下不同像素手机数量分布对比

图表：2000元及以下不同像素手机关注比例分布对比

图表：2000元及以下音乐手机与智能手机数量分布对比

图表：2000元及以下音乐手机与智能手机关注比例对比

图表：2000元及以下最受用户关注的15大手机品牌分布

图表：十大厂商2000元以内产品数量分布对比

图表：十大厂商2000元及以下产品占各自产品线的比例对比

图表：TOP1-TOP5五大厂商2000元及以下不同像素产品分布

图表：TOP6-TOP10五大厂商2000元及以下不同像素产品分布

图表：诺基亚不同系列产品分布状况

图表：索尼爱立信不同系列产品分布状况

图表：三星不同系列产品分布状况

图表：摩托罗拉不同系列产品分布状况

图表：联想不同系列产品分布状况

图表：苹果iPhone手机的市场前景调查分布

图表：2010年中国手机市场进行品牌关注调查样本

图表：2010年中国市场最受用户关注的15大手机品牌排行榜

图表：2010年中国市场最受用户关注的15大手机品牌排行榜

图表：2010年与2009年最受用户关注的十大手机品牌排名对比

图表：2010年Q1-Q4诺基亚关注比例走势

图表：2010年Q1-Q4五大手机品牌关注比例走势

图表：2010年Q2诺基亚与其他手机品牌的搜索人群重合度

图表：2010年Q2三星与其他手机品牌的搜索人群重合度

图表：2010年Q2索尼爱立信与其他手机品牌的搜索人群重合度

图表：2010年中国市场最受关注的十大国产手机品牌排行榜

图表：2010年中国市场最受关注的十大智能手机品牌排行榜

图表：2010年中国市场最受关注的多媒体手机品牌排行榜

图表：2010年中国市场最受关注的十大CDMA手机品牌排行榜

图表：2010年中国市场最受关注的十大3G手机品牌排行榜

图表：2010年中国市场最受关注的十大平民手机品牌排行榜

图表：2010年中国市场最受关注的十大GPS手机品牌排行榜

图表：2010年中国市场最受关注的十大双卡手机品牌排行榜

图表：国产手机与国外品牌的综合能力对比

图表：2010年1季度中国手机市场环比销售量情况

图表：2010年1季度中国手机市场环比销售额情况

图表：2010年1季度中国手机市场各品牌所占比例

图表：2010年1季度中国手机市场渠道比例分析

图表：2010年1-4季度宁波波导股份有限公司主营构成

图表：2009-2010年宁波波导股份有限公司每股指标分析

图表：2009-2010年宁波波导股份有限公司获利能力分析

图表：2009-2010年宁波波导股份有限公司经营能力分析

图表：2009-2010年宁波波导股份有限公司偿债能力分析

图表：2009-2010年宁波波导股份有限公司资本结构

图表：2009-2010年宁波波导股份有限公司发展能力分析

图表：2009-2010年宁波波导股份有限公司现金流量分析

图表：2009-2010年宁波波导股份有限公司主营业务收入

图表：2009-2010年宁波波导股份有限公司主营业务利润

图表：2009-2010年宁波波导股份有限公司营业利润

图表：2009-2010年宁波波导股份有限公司利润总额

图表：2009-2010年宁波波导股份有限公司净利润

图表：2010年1-4季度四川长虹电器股份有限公司主营构成

图表：2009-2010年四川长虹电器股份有限公司每股指标分析

图表：2009-2010年四川长虹电器股份有限公司获利能力分析

图表：2009-2010年四川长虹电器股份有限公司经营能力分析

图表：2009-2010年四川长虹电器股份有限公司偿债能力分析

图表：2009-2010年四川长虹电器股份有限公司资本结构

图表：2009-2010年四川长虹电器股份有限公司发展能力分析

图表：2009-2010年四川长虹电器股份有限公司现金流量分析

图表：2009-2010年四川长虹电器股份有限公司主营业务收入

图表：2009-2010年四川长虹电器股份有限公司主营业务利润

图表：2009-2010年四川长虹电器股份有限公司营业利润

图表：2009-2010年四川长虹电器股份有限公司利润总额

图表：2009-2010年四川长虹电器股份有限公司净利润

图表：2010年1-4季度康佳集团股份有限公司主营构成

图表：2009-2010年康佳集团股份有限公司每股指标分析

图表：2009-2010年康佳集团股份有限公司获利能力分析

图表：2009-2010年康佳集团股份有限公司经营能力分析

图表：2009-2010年康佳集团股份有限公司偿债能力分析

图表：2009-2010年康佳集团股份有限公司资本结构

图表：2009-2010年康佳集团股份有限公司发展能力分析

图表：2009-2010年康佳集团股份有限公司现金流量分析

图表：2009-2010年康佳集团股份有限公司主营业务收入

图表：2009-2010年康佳集团股份有限公司主营业务利润

图表：2009-2010年康佳集团股份有限公司营业利润

图表：2009-2010年康佳集团股份有限公司利润总额

图表：2009-2010年康佳集团股份有限公司净利润

图表：2010年1-4季度TCL集团股份有限公司主营构成

图表：2009-2010年TCL集团股份有限公司每股指标分析

图表：2009-2010年TCL集团股份有限公司获利能力分析

图表：2009-2010年TCL集团股份有限公司经营能力分析

图表：2009-2010年TCL集团股份有限公司偿债能力分析

图表：2009-2010年TCL集团股份有限公司资本结构

图表：2009-2010年TCL集团股份有限公司发展能力分析

图表：2009-2010年TCL集团股份有限公司现金流量分析

图表：2009-2010年TCL集团股份有限公司主营业务收入

图表：2009-2010年TCL集团股份有限公司主营业务利润

图表：2009-2010年TCL集团股份有限公司营业利润

图表：2009-2010年TCL集团股份有限公司利润总额

图表：2009-2010年TCL集团股份有限公司净利润

图表：2010年1-4季度中兴通讯股份有限公司主营构成

图表：2009-2010年中兴通讯股份有限公司每股指标分析

图表：2009-2010年中兴通讯股份有限公司获利能力分析

图表：2009-2010年中兴通讯股份有限公司经营能力分析

图表：2009-2010年中兴通讯股份有限公司偿债能力分析

图表：2009-2010年中兴通讯股份有限公司资本结构

图表：2009-2010年中兴通讯股份有限公司发展能力分析

图表：2009-2010年中兴通讯股份有限公司现金流量分析

图表：2009-2010年中兴通讯股份有限公司主营业务收入

图表：2009-2010年中兴通讯股份有限公司主营业务利润

图表：2009-2010年中兴通讯股份有限公司营业利润

图表：2009-2010年中兴通讯股份有限公司利润总额

图表：2009-2010年中兴通讯股份有限公司净利润

图表：2006-2010年亚太地区（不含日本）的照相手机销售量统计和预测

图表：2011-2010年全球Wi-Fi功能手机的年出货量预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shouji/D04382RQFV.html>