

2008年中国手机市场研究及2009-2013年预测

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

《2008年中国手机市场研究及2009-2013年预测》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/E071618GG5.html>

报告价格：纸质版：15000元 电子版：15000元 纸质+电子版：15500元

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

2008年中国手机市场研究及2009-2013年预测 内容介绍：

从全球市场来看，截至2008年底，全球年度手机销量达到接近12.5亿部，依然保持着近10%左右的增速。尽管经历了金融风暴的侵袭，世界移动通信市场在3G利好以及手机产品持续创新和价格下降等因素推动下依然保持持续增长，只是增长速度有所下降。尽管2007年之后苹果手机强势进入竞争，从全球手机供方厂商品牌竞争来看，厂商竞争格局基本上没有太大的变化，而且主力厂商市场份额有所放大，市场集中度进一步提高。

随着3G网络的进一步完善与建设扩张，全球3G用户队伍快速发展壮大，但到2008年底，GSM用户仍占主体。同时，随着3G技术、标准以及市场的进一步发展，全球3G手机终端销量高速增长，WCDMA 3G手机已经步入快速发展阶段。

从中国市场来看，手机市场需求中的换机需求开始主导了市场增长，2008年中国手机市场发展概要分析

2.1 市场规模与特点

2.1.1 市场规模及其增长情况

2.1.2 市场发展特征

2.2 主要国家与地区市场分析

2.2.1 美国手机市场调研市场

2.2.2 欧洲市场

2.2.3 日本市场

2.2.4 印度市场

三、2008年中国手机市场规模及增长速度

图 4 2008年全球主要手机厂商销售量的增长情况

图 5 2003-2008年全球3G用户数量规模及其增长情况

图 6 2008年全球不同标准的3G用户所占的份额（竞争情况）

图 7 2008年全球移动通信用户制式别所占份额情况

图 8 2004-2008年全球GSM手机用户规模及增长

图 9 2003-2008年全球3G终端销量及增长

图 10 2002-2008年世界手机市场销售价格及其下降情况（均价）

图 11 2008年全球主要国家与地区手机销量规模及其增长情况

图 12 2009年全球主要国家与地区手机市场销量结构

图 13 1998-2008年中国手机用户数量及增长

图 14 2001-2008年中国手机每年新增用户数量及变化情况

图 15 2008年1-12月中国三大移动运营商各自的月度新增用户数量比较

图 16 2008年1-12月中国三大移动运营商GSM和CDMA月度新增用户数量

图 17 2001-2008年中国手机市场移动通信用户规模及增长状况

表 2 2007年各季度世界手机市场销量及增长率

表 3 2007-2008年全球主要手机厂商销量规模及市场份额变化情况

表 4 2005-2008年世界各类型多媒体手机市场结构（份额）

表 5 2008年世界各制式别3G手机市场规模及份额

表 6 2007-2008年主要国家和地区手机销量及份额

表 7 2001-2008年中国手机(手机市场分析)市场销量整体规模及增长状况

表 8 2008年季度手机市场销量及增长率

表 9 2008年季度手机市场销售额及增长率

表 10 2007-2008年制式别手机市场销量及份额

表 11 2007-2008年制式别手机市场销售额及份额

表 12 2008年各季度制式别手机市场销量及同比增长率

表 13 2007-2008年各价格段的手机市场销量及其份额

表 14 2007-2008年手机市场各价格段平均价格及变化

表 15 2007-2008年不同屏幕色彩彩屏手机市场销量及其份额变化

表 16 2000-2008年中国智能手机(智能手机市场分析)市场销售情况

表 17 2007-2008年中国区域(区域市场分析)市场手机销售量结构

表 18 2008年中国省市(省市市场分析)市场手机销售量结构

表 19 2008年中国手机(手机市场分析)市场城市层级结构

表 20 2007-2008年中国渠道别手机(渠道别手机市场分析)市场格局

表 21 2004-2008年中国用户别手机(用户别手机市场分析)市场结构

表 22 2004-2008年中国用户别手机(用户别手机市场分析)市场销量变化

表 23 2008年中国手机(手机市场分析)市场品牌结构

表 24 2008年中国手机(手机市场分析)市场主要价格段品牌竞争情况

表 25 2008年中国手机(手机市场分析)市场主要品牌厂商销量TOP10手机型号价格分布

表 26 2008年中国手机(手机市场分析)市场区域品牌结构

表 27 2008年中国GSM手机(GSM手机市场分析)市场品牌结构

表 28 2008年中国CDMA手机(CDMA手机市场分析)市场品牌结构

- 表 29 2008年中国拍照手机(拍照手机市场分析)市场品牌结构
- 表 30 2008年中国音乐手机(音乐手机市场分析)市场品牌结构
- 表 31 2008年诺基亚手机竞争策略分析
- 表 32 2009年诺基亚手机竞争策略SWOT分析
- 表 33 2008年三星手机竞争策略分析
- 表 34 2008年三星手机竞争策略SWOT分析
- 表 35 2008年摩托罗拉手机竞争策略分析
- 表 36 2008年摩托罗拉手机竞争策略SWOT分析
- 表 37 天宇手机竞争策略分析
- 表 38 天宇手机竞争策略SWOT分析
- 表 39 2008年联想手机竞争策略分析
- 表 40 2008年联想手机竞争策略SWOT分析
- 表 43 2008年索尼爱立信手机竞争策略分析
- 表 44 2008年索尼爱立信手机竞争策略SWOT分析
- 表 46 近几年消费者对手机品牌的选择倾向
- 表 47 2008年消费者预期购买手机的品牌偏好分布(销量前十位品牌)
- 表 48 2008年消费者预期购买手机的创新功能/服务需求分布
- 表 49 2009-2013年中国手机(手机市场分析)市场总量、增长率及平均价格预测
- 表 50 2009-2013年不同网络结构手机市场销量及增长
- 表 51 2009-2013年不同网络结构3G手机市场销量预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shouji/E071618GG5.html>