

2007-2008年中国手机厂商 海外拓展趋势及行业竞争力分析报告

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

《2007-2008年中国手机厂商海外拓展趋势及行业竞争力分析研究报告》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/E071618GJ5.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

2007-2008年中国手机厂商海外拓展趋势及行业竞争力分析研究报告 内容介绍：

第一章 世界手机市场发展现状 14

1.1 全球手机产业发展特点

1.1.1 手机产业链垂直化分工日趋明显

1.1.1.1 在手机芯片制造领域，美国优势明显

1.1.1.2 Symbian、微软OS依然牢牢控制着手机核心软件

1.1.1.3 日韩手机产业凭应用内容、外观设计而崛起

1.1.1.4 中国手机产业处于产业链的末端，处于下游地位

1.1.2 全球手机出货量成长动力不足,市场竞争激烈

1.1.3 东南亚、拉美、东欧普及率低、手机市场高速增长

1.1.4 全球照相手机、3G手机成为市场主力

1.1.5 全球手机-中韩制造

1.2 世界手机市场供需结构分析与展望

1.2.1 全球手机供应能力陡生，零部件供应不足

1.2.2 全球手机需求呈现多元化结构

1.3 世界手机市场竞争格局分析与展望

1.3.1 全球手机向两极化方向发展

1.3.2 诺基亚依然保持强势地位

1.3.3 世界手机市场集中度将提高

1.3.4 全球二线手机厂商躁动不安，或破产或飙升

第二章 中国国内手机发展特点

2.1.1 产业规模迅速扩大，地区集中度增强

2.1.2 手机厂商利润普遍大幅下滑

2.1.3 智能手机、拍照手机异军突起，中国迎来换机时代

2.1.4 运营商定制力量逐渐加强

2.1.5 销售模式呈多元化

2.2 中国手机市场逐渐回暖，新兴市场需求旺盛

2.5.5 欧美手机消费进入新一轮升级换代的关键时期

第三章 手机厂商海外市场拓展策略分析

- 3.1.1诺基亚
 - 3.1.1.1诺基亚-印度拓展策略研究
 - 3.1.1.2诺基亚-俄罗斯拓展策略研究
 - 3.1.2摩托罗拉
 - 3.1.2.1摩托罗拉-印度拓展策略研究
 - 3.1.2.2摩托罗拉-韩国拓展策略研究
 - 3.1.2.3摩托罗拉-日本拓展策略研究
 - 3.1.3三星
 - 3.1.3.1三星-美国拓展策略研究
 - 3.1.3.2三星-印度拓展策略研究
 - 3.1.3.3三星-俄罗斯拓展策略研究
 - 3.2韩国主要手机厂商进军全球市场案例分析
 - 3.2.1 LG
 - 3.2.1.1LG-印度拓展策略研究
 - 3.2.2.2LG-北美拓展策略研究
 - 3.2.2.3LG-巴西拓展策略研究
 - 3.2.2 SK电信
 - 3.2.3 泛泰（ Pantech&Curitel和Pantech ）
 - 3.3日本手机厂商进军全球市场案例分析
 - 3.3.1 NEC
 - 3.3.2 松下
 - 3.3.3 日本其它手机厂商全球化战略
 - 3.3.4 日本手机厂商海外市场营销战略研究
 - 3.3.4.1价格适中策略
 - 3.3.4.2找准渠道突破口
 - 3.4中国手机厂商进军海外市场竞争格局
- 图表6：中国手机产业在全球产业链竞争地位
- 图表7：2001-2007年全球手机出货量
- 图表8：2006-2007年各品牌手机出货量及市场份额
- 图表9：全球各个地区的手机普及概况
- 图表10：1997-2007年全球手机普及率
- 图表11：2003-2007年全球拍照手机销量

图表12：2003-2007年全球拍照手机占全部手机销量比

图表13：2003-2007年韩国拍照手机占全部手机销量比

图表14：2006年全球3G移动通信发展状况

图表15：世界主要3G市场发展情况

图表16：2004-2009年全球3G手机出货量百万部

图表17：2006-2007年中国手机产销量及增长率

图表18：2006-2007年全球手机产量分布

图表19：2007年全球手机产量分布

图表20：2003-2007年台湾手机产量

图表21：2004年-2006年台湾手机厂商代工情况

图表22：2006-2007年全球主要手机厂商供应能力

图表23：2005-2007年全球的手机产品需求分析

图表24：2006-2007年世界手机厂商市场份额

图表25：2000-2007年中国手机发展情况

图表27：2006-2007年中国手机生产集中度

图表28：2006-2007年中国手机厂商经营状况

图表29：手机主要配件全球供应情况

图表30：中国大陆手机厂商在台湾、韩国手机厂商代工情况

图表31：2002-2007年中国手机总销售量及增幅

图表32：2006-2007年中国国内主要手机厂商

图表33：2006-2007年中国国内主要手机厂商

图表34：中外合资企业（含中港合资企业）

图表35：中国台湾、香港厂商独资企业

图表36：外商独资企业

图表37：纯小灵通生产企业

图表38：2004-2007年中国大陆行货/水货手机总销售量

图表39：2004-2007年中国大陆行货手机销售量及增长率

图表40：2004-2007年中国大陆水货手机销售量及增长率

图表41：2006-2007年跨国公司调整中国战略

图表42：2006-2007年国外手机品牌在中国市场竞争力分析

图表80：波导-印度拓展策略研究

图表81：波导-欧洲拓展策略研究

图表82：TCL各个地区市场占有率
图表83：2000-2007年TCL手机销售量及增长率
图表84：TCL手机全球化战略
图表85：TCL全球市场步伐
图表86：2003-2007年TCL手机出口量及增长率
图表87：TCL世界手机市场竞争力分析
图表88：TCL阿尔卡特手机合作优势
图表89：TCL手机-俄罗斯拓展策略研究
图表90：TCL手机-印度拓展策略研究
图表91：TCL手机-越南拓展策略研究
图表92：TCL进入越南初期遇到的问题
图表93：TCL手机越南整体战略研究
图表94：TCL的新兴市场策略
图表95：南方高科手机全球化战略
图表96：夏新手机全球化战略
图表97：夏新全球市场步伐
图表98：夏新海外的销售渠道
图表99：夏新手机海外市场核心竞争力分析
图表101：夏新-东南亚拓展策略研究
图表102：科健手机全球化战略
图表103：科健全球市场步伐
图表104：科健-印度拓展策略研究
图表105：首信手机全球化战略
图表106：首信全球市场步伐
图表107：首信海外的销售渠道
图表108：首信手机海外市场核心竞争力分析
图表109：金立手机全球化战略
图表110：金立全球市场步伐
图表111：华为手机全球化战略
图表112：华为全球市场步伐
图表113：华为产品全球表现
图表114：华为海外的销售渠道

图表115：华为手机海外市场核心竞争力分析

图表116：华为-俄罗斯拓展策略研究

图表117：中兴手机全球化战略

图表118：中兴全球市场步伐

图表119：中兴手机海外市场核心竞争力分析

图表120：中兴-俄罗斯拓展策略研究

图表121：海尔手机全球战略

图表122：海尔全球市场步伐

图表123：熊猫手机全球化战略

图表124：康佳手机全球化战略

图表125：2006-2007年印度概况

图表126：印度手机市场规模

图表127：印度手机市场供需结构与发展趋势分析

图表128：印度手机用户消费者行为研究

图表129：2006-2007年底印度移动运营商市场份额

图表130：2006-2007年底印度各大移动运营商移动用户数量

图表131：印度主要移动运营商简介

图表132：印度手机市场存在的机会

图表133：印度手机市场存在的风险和不利因素

图表134：拓展印度手机市场的策略

图表135：泰国概况

图表136：泰国手机市场调研市场规模

图表137：泰国手机市场调研市场供需结构与发展趋势分析

图表138：泰国主要移动运营商简介

图表139：泰国手机销售渠道

图表140：泰国手机市场调研市场存在的机会

图表141：新加坡概况

图表142：2007-2007年新加坡移动用户数亿

图表143：新加坡手机市场供需结构与发展趋势分析

图表144：新加坡手机用户消费者行为研究

图表145：新加坡主要移动运营商简介

图表146：新加坡手机销售渠道

图表147：新加坡手机市场存在的机会

图表148：新加坡手机市场存在的风险和不利因素

图表149：新加坡手机市场策略

图表150：印尼概况

图表151：印尼手机市场供需结构与发展趋势分析

图表152：印尼手机用户消费者行为研究

图表153：印度尼西亚移动运营商市场份额

图表154：印尼手机市场存在的风险和不利因素

图表155：印尼手机市场策略

图表156：越南概况

图表157：越南手机市场规模

图表158：越南手机市场供需结构与发展趋势分析

图表159：越南手机用户消费者行为研究

图表160：越南手机市场份额

图表161：2006-2007年越南电信运营商发展概况

图表162：越南手机市场存在的机会

图表163：越南手机市场存在的风险和不利因素

图表164：越南手机市场策略

图表165：俄罗斯国家概况

图表166：俄罗斯手机市场供需结构与发展趋势分析

图表167：俄罗斯手机消费者行为研究

图表168：俄罗斯手机市场份额

图表169：俄罗斯手机运营商市场份额

图表170：俄罗斯主要移动运营商简介

图表171：俄罗斯手机销售渠道

图表172：俄罗斯手机市场存在的机会

图表173：俄罗斯手机市场存在的风险和不利因素

图表174：俄罗斯手机市场策略

图表175：白俄罗斯概况

图表176：2002-2007年白俄罗斯手机用户数

图表177：白俄罗斯手机市场规模

图表178：白俄罗斯手机用户购买频率

图表179：白俄罗斯手机品牌知名度

图表180：白俄罗斯用户倾向于购买的品牌

图表181：白俄罗斯手机市场占有率

图表182：白俄罗斯主要移动运营商简介

图表183：乌克兰概况

图表184：乌克兰移动运营商市场份额

图表185：进军乌克兰手机市场存在的机会

图表186：乌克兰手机市场存在的风险和不利因素

图表187：2006-2007年德国手机用户使用情况

图表188：美国概况

图表189：美国手机市场调研市场规模

图表190：2000-2007年美国移动用户数变化

图表191：美国手机市场调研市场供需结构与发展趋势分析

图表192：美国手机用户消费者行为研究

图表193：美国手机市场调研市场供需结构与发展趋势分析

图表194：美国主要移动运营商简介

图表195：美国移动运营商市场调研市场份额

图表196：加拿大概况

图表197：2002-2007年加拿大移动用户数

图表198：加拿大2.5G和3G用户数现状（单位：百万）

图表199：加拿大移动运营商市场份额

图表200：澳大利亚概况

图表201：澳大利亚手机市场规模

图表202：澳大利亚手机市场供需结构与发展趋势分析

图表203：澳大利亚移动通信

图表204：澳大利亚手机市场策略分析

图表205：中国手机厂商海外(手机厂商海外市场分析)市场竞争战略建议

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shouji/E071618GJ5.html>