

# 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

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://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
      - 3.2.1.1 LG-印度拓展策略研究
      - 3.2.1.2 LG-北美拓展策略研究
      - 3.2.1.3 LG-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>