

2008年中国手机市场研究预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abagao.com

一、报告报价

《2008年中国手机市场研究预测报告》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/M832719HY3.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

2008年中国手机市场研究预测报告 内容介绍：

第一章 世界手机市场规模分析

九、2008年第一季度全球智能手机分析

十、2008年世界手机市场增速预测

第二节 2007年全球3G发展特点、现状及趋势分析

一、全球3G发展特点

二、3G业务发展现状

三、3G业务发展趋势

第三节 全球部分地区或国家手机行业发展状况

一、2007年欧洲3G手机互联网用户分析

二、2007年韩国手机用户普及率分析

三、2008年第二季度印度新增手机用户分析

四、2008年美国手机市场调研市场分析

第四节 2011-2013年世界手机发展现状与趋势

一、售后服务市场规模与特点

二、服务产业链发展现状与特点

三、手机售后服务发展趋势

第三章 手机配件发展分析

二、2007年增值业务市场国产手机与洋品牌竞争情况

三、国内移动增值业务市场规模预测

八、手机游戏发展前景分析

第三节 手机视频产业链发展分析

一、手机视频产业链分析

二、手机视频标准分析

三、手机视频发展的问题分析

四、手机视频发展与挑战并存

五、手机视频市场前景分析

第四节 手机广告市场分析

一、手机广告的运作模式和产业链分析

二、手机广告发展中的问题分析

三、手机广告精准营销分析

四、手机广告瓶颈解决方法

五、手机广告市场前景分析

第五节 手机电视市场分析

一、手机电视国家标准确定

二、手机电视发展的难题分析

三、手机电视将成为奥运期间最抢眼业务

四、数字移动手机电视商业模式分析

五、手机电视发展现状分析

六、2010年世界手机电视市场发展分析

七、世界手机电视市场发展规模预测

第六节 手机媒体化分析

一、中国手机媒体发展的现状及问题分析

二、手机的媒体化发展趋势

三、手机媒体与传统媒体的关系

四、手机媒体突围对策

第七节 手机其他业务分析

一、手机电邮市场

二、手机搜索市场

三、手机阅读市场

四、中国手机上网状况

五、GPS手机

六、手机动漫

七、手机报

第五章 各类别手机发展现状

二、2007年4G研究进入关键阶段

三、2008年中国与欧洲联手围剿美国4G标准

四、2008-2009年中国将向国际电联提交4G标准

第三节 智能手机市场发展分析

一、2008年一季度智能手机销售分析

二、2008年智能手机份跨越式发展分析

三、智能手机“抢滩”3G

四、富士康加紧布局智能手机

五、智能手机竞争分析

六、2013年Linux所占智能手机市场份额分析

第四节 音乐手机市场发展分析

一、音乐手机市场状况分析

二、2007年中国音乐手机行业发展趋势分析

第一节 全球手机产业趋势

一、低阶手机发展趋势

二、高端手机发展趋势

第二节 2008年手机行业现象与趋势分析

一、2008年手机市场洗牌加剧

二、细分手机市场将大有可为

三、外形时尚化设计仍是主流

四、手机多媒体热点将会集中在手机视频领域

五、推出具有独特功能的手机

六、融合家用视听功能的手机产品将增多

第三节 2008-2010年智能手机融合发展趋势

一、低端智能手机+应用服务

二、高端智能手机+应用服务

三、差异化服务+定制终端

第四节 2008-2010年手机终端集成功能趋势分析

一、照相手机普及率高

二、黑莓机（BLACKBERRY）日渐风光

三、Wi-Fi双模手机市场进展加快

四、专为特殊群体设计的手机开始问世

五、手机电视正在蓬勃兴起

六、GPS手机将走向大众市场

七、智能手机持有率有待提升

第十三章 手机厂商发展策略分析

第一节 手机企业的三网平衡术

一、平衡策略

二、TD手机现状

三、专利费用倒逼

第二节 手机支付商业模式分析

一、手机支付主要商业模式类型

二、适合我国手机支付的商业模式

三、我国手机支付的策略

第三节 国内外手机制造业营销策略分析

一、诺基亚和波导的产品营销分析

二、诺基亚和波导的价格比较

三、诺基亚和波导的促销策略比较

四、诺基亚和波导的渠道策略

第四节 中国手机产业的蓝海策略

一、产品满意度提升的主要原因

二、功能创新驱动市场增长

三、新增用户与整体价格发展变化

四、运营商深度介入渠道挑战传统代理模式

五、3G推动移动通信终端产业发展

第五节 跨国手机巨头的中国战略

一、外资品牌雄踞中国市场

二、全面渗透式营销策略

三、国产品牌的应对策略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shouji/M832719HY3.html>