

# 2007年中国手机市场研究及2008-2012年预测报告

## 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年中国手机市场研究及2008-2012年预测报告》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/N9382711KC.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年中国手机市场研究及2008-2012年预测报告 内容介绍：

从全球市场来看，截至2007年，全球手机销量达到11.7亿部以上，依然保持着近20%的增速。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，保持持续增长。尽管有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2007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，手机市场需求中换机需求开始主导了市场增长，市场销售规模持续提高。从供给竞争情况来看，中国市场集中度快速提升，品牌竞争进入新阶段。手机产品平均价格趋于稳定，不同厂商品牌产品价格有两极分化的趋势。从手机销售渠道来看，复合渠道模式成为主流，分销、直供、定制逐渐向着鼎力之势发展。

在全球3G手机快速增长的背景下，随着中国3G网络的建设逐渐进行，到2007年中国信产部门将三大3G标准正式颁布出来，预计未来的2008年奥运会后有望迎来3G牌照的发出，3G手机市场快速启动在即。从手机应用角度来看，手机电视以及手邮邮件等业务推动产品市场和用户规模快速增长。

总体看，未来5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、2007年中国手机市场规模及增长速度

图 4 2007年全球主要手机厂商销售量的增长情况

图 5 2003-2007年全球3G用户数量规模及其增长情况

图 6 2007年全球不同标准的3G用户所占的份额（竞争情况）

图 7 2007年全球移动通信用户制式别所占份额情况

图 8 2004-2007年全球GSM手机用户规模及增长

图 9 2003-2007年全球3G终端销量及增长

图 10 2002-2007年世界手机市场销售价格及其下降情况（均价）

图 11 2007年世界主要区域市场手机销量规模及其增长情况

图 12 2007年世界手机市场销量地区结构

图 13 2001-2007年中国手机用户数量及增长

图 14 2001-2007年中国手机每年新增用户数量及变化情况

图 15 2007年1-12月中国移动和中国联通各自的月度新增用户数量比较

图 16 2007年1-12月GSM和CDMA月度新增用户数量

图 17 2001-2007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 2005-2007年全球主要手机厂商销量规模及市场份额变化情况

表 4 2007年世界各类型多媒体手机市场结构（份额）

表 5 2007年世界各制式别3G手机市场规模及份额

表 6 2005-2007年主要国家和地区手机销量及份额

表 7 2001-2007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 2007年季度手机市场销量及增长率

表 9 2007年季度手机市场销售额及增长率

表 10 2005-2007年制式别手机市场销量及份额

表 11 2005-2007年制式别手机市场销售额及份额

表 12 2007年各季度制式别手机市场销量及同比增长率

表 13 2005-2007年各价格段的手机市场销量及其份额

表 14 2005-2007年手机市场各价格段平均价格及变化

表 15 2005-2007年不同屏幕色彩彩屏手机市场销量及其份额变化

表 16 2000-2007年中国智能手机(智能手机市场分析)市场销售情况

表 17 2004-2007年中国流媒体手机销量规模与增长

表 18 2005-2007年中国区域(区域市场分析)市场手机销售量结构

表 19 2007年中国省市(省市市场分析)市场手机销售量结构

表 20 2007年中国手机(手机市场分析)市场城市层级结构

表 21 2005-2007年中国渠道别手机(渠道别手机市场分析)市场格局

表 22 2004-2007年中国用户别手机(用户别手机市场分析)市场结构

- 表 23 2004-2007年中国用户别手机(用户别手机市场分析)市场销量变化
- 表 24 2007年中国手机(手机市场分析)市场品牌结构
- 表 25 2007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 26 2007年中国区域(区域市场分析)市场手机品牌竞争状况
- 表 27 2007年中国GSM手机(GSM手机市场分析)市场品牌竞争情况
- 表 28 2007年中国CDMA手机(CDMA手机市场分析)市场品牌竞争情况
- 表 29 2007年中国拍照手机(拍照手机市场分析)市场品牌竞争情况
- 表 30 2007年中国音乐手机(音乐手机市场分析)市场品牌结构
- 表 31 2007年中国智能手机(智能手机市场分析)市场品牌结构
- 表 32 2005-2007年获得手机生产核准的厂商分布和数量
- 表 33 2007年诺基亚手机竞争策略分析
- 表 34 2007年摩托罗拉手机竞争策略分析
- 表 35 2007年三星手机竞争策略分析
- 表 36 2007年联想手机竞争策略分析
- 表 37 2007年波导手机竞争策略分析
- 表 38 2007年索尼爱立信手机竞争策略分析
- 表 39 2007年消费者对手机品牌的选择倾向
- 表 40 2007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 41 2007年消费者预期购买手机的创新功能/服务需求分布
- 表 42 2008-2012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 43 2008-2012年不同制式手机市场销量及增长趋势预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shouji/N9382711KC.html>