

2016-2022年中国手机市场 深度调查与投资前景分析报告

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

《2016-2022年中国手机市场深度调查与投资前景分析报告》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/Y16189OXQE.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

2014年，世界经济延续复苏态势，消费电子市场保持小幅增长，手机在智能机快速增长、新兴市场加快普及等因素带动下延续增长态势。我国手机企业抓住良好的发展机遇，带动行业产销继续提升，外贸稳步增长，国内品牌的全球市场份额快速提升，效益进一步提高，为电子信息行业的发展起到了积极的支撑作用。

2014年，我国手机整体产量达到16.3亿部，同比增长6.8%。从产量增速走势来看，除年初受节日因素影响增幅较小外，3月后增速均保持在两位数以上。进入下半年，增速逐月下降。

《2016-2022年中国手机市场深度调查与投资前景分析报告》由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了手机行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国手机做了重点企业经营状况分析，并分析了中国手机行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一部分行业发展形势分析 1

第一章全球手机市场发展分析 1

第一节全球手机市场发展情况分析 1

一、2014年全球手机市场发展分析 1

二、2014年全球手机市场统计分析 1

随着移动通讯网络在全球覆盖范围的扩大，手机已经成为人们日常生活中必备的电子设备，日益提升的消费需求成为手机产业不断扩大的源动力。2013年全球手机销售量达到18.06亿部，2014年全球手机销售量为18.79亿部，2008年至2014年期间累计增长53.73%。

自苹果发布iPhone智能手机以来，手机产业的格局发生了革命性的变化，逐步进入智能手机时代，相关产业的发展也进入了快速上升通道。2008年，全球智能手机销售量为1.39亿部，仅占全球手机销量的11.40%，到2014年，全球智能手机销售量已经达到了12.45亿部，占全球手机销量的66.25%，相比2008年增长近八倍，年均复合增长率为44.06%，远高于全球手机（包括

功能手机和智能手机)销量的增长速度。

三、2014年全球手机市场分析 3

第二节2014年世界主要国家手机市场现状分析 4

一、2014年美国手机市场现状分析 4

二、2014年欧洲手机市场现状分析 5

三、2014年日本手机市场现状分析 7

四、2014年韩国手机市场现状分析 9

五、2014年中东与非洲手机市场 11

第三节2014年全球手机市场竞争格局分析 12

一、2014年全球手机市场格局分析 12

二、智能手机改变全球手机市场格局 13

三、移动互联网颠覆手机市场未来竞争格局 14

第二章中国手机行业发展情况分析 17

第一节2014年手机产业政策环境分析 17

一、我国手机充电器标准有望强制执行 17

二、我国各方推动手机行业规范 18

三、我国工信部规范3G通信 21

四、我国将出台手机安全政策法规 24

五、移动通信手机耳机标准化 24

第二节2014年我国手机行业发展技术环境分析 25

一、2014年我国现代移动通讯技术发展分析 25

二、2014年我国手机刷卡技术的模式应用和技术 30

三、2014年我国手机软件平台和操作系统技术分析 32

四、2014年我国手机视频监控技术应用 33

五、2014年我国手机语音技术发展分析 37

第三节2014年手机行业数据分析 39

一、2014年移动电话机产量分析 39

二、2014年通信设备制造业主要经济指标统计 39

第二部分市场发展状况分析 41

第三章中国手机市场分析	41
第一节2014年我国手机行业发展现状分析	41
一、2014年我国手机行业概况	41
二、2014年中国4G全面商用	46
二、2014年我国手机用户规模	47
四、2014年我国手机行业进入低碳时代	53
五、2014年手机支付将进入大规模推进阶段	54
第二节2013-2014年手机市场发展分析	58
一、2013中国手机市场回顾	58
二、2014年中国手机市场发展情况	63
三、2014年中国手机价格走势分析	64
第三节2014年中国手机品牌市场结构分析	66
一、2014年中国手机市场品牌格局	66
二、2014年中国手机市场各季度品牌格局	70
三、2014年中国手机市场主流品牌走势	74
四、2014年中国手机市场主流品牌竞争状况	76
第四节2014年中国各手机细分市场发展分析	82
一、2014年中国智能手机市场	82
二、2014年中国音乐手机市场	84
三、2014年中国拍照手机市场	85
四、2014年中国国产手机市场	87
五、2014年中国平民手机市场	96
六、2014年中国双卡双待手机市场	100
七、2014年中国GPS手机市场	101
八、2014年中国炫酷手机市场	101
九、2014年中国安全手机市场	102
第五节2014年中国手机出口情况分析	104
一、2014年中国手机出口情况分析	104
二、2014年我国手机主要出口省市分析	105
第四章2014年中国手机市场用户调查分析	106
第一节2014年中国手机市场用户调查分析	106

一、手机用户基本特征	106
二、手机用户品牌选择	108
三、手机产品选择特征	110
四、手机购买行为分析	119
五、手机上网行为分析	120
第二节2014年度手机行业投诉调查分析	124
一、2014年度手机行业投诉概况	124
二、2014年度手机行业投诉趋势分析	124
三、2014年度手机行业投诉来源分析	124
四、2014年度手机行业投诉主要问题分析	126
五、2014年度手机行业投诉人构成分析	126
六、2014年度手机行业投诉处理时效分析	127
七、2014年度手机行业投诉处理结果分析	127
八、2014年度手机行业行业投诉量排名前十品牌	127
第三节2014年中国3G手机市场用户调查分析	128
一、中国3G市场及调查概述	128
二、中国3G手机用户调查	128
三、正在使用3G业务的3G手机用户	129
四、非3G用户对3G手机的认识	130
第五章手机关联产业分析	131
第一节中国电信业发展现状及展望	131
一、2014年通信业运营情况	131
二、2014年通信产品进出口情况	144
第二节小灵通发展现状及前景分析	145
一、小灵通发展现状分析	145
二、小灵通发展历程分析	146
三、2014年小灵通退市将成定局	148
第三节手机配件市场分析	149
一、2014年手机配件产品分析	149
二、2014年中高端手机配件价格上涨	150
三、2014年国内手机配件接口实施新行业标准	151

四、2014年手机配件批发的销售新模式	152
五、2015年全球手机配件市场收入预测	152
第四节2014年中国手机售后服务产业发展情况	153
一、2014年中国手机售后服务产业发展现状与趋势	153
二、2014年手机售后服务测评分析	154
三、手机售后服务有待进一步规范	156
第五节2014年中国手机用户售后服务产业发展现状与趋势	157
一、售后服务市场规模与结构	157
二、服务产业链发展现状与特点	158
第六章2014年中国3G/4G手机发展情况分析	161
第一节2014年我国3G手机发展情况分析	161
一、2014年中国3G手机发展分析	161
二、2014年3G/4G市场发展新格局分析	161
三、2014年中国移动3G业务发展现状分析	162
四、3G手机带来应用程序新商机	162
五、中国3G手机销量情况分析	164
六、中国3G手机制造商三大阵营	165
第二节2014年我国3G行业发展分析	168
一、中国3G产业链逐渐完善	168
二、2014年中国3G/4G产业发展分析	176
三、2014年3G市场呈现三足鼎立格局	180
五、2014年中国3G用户数	180
六、2014年中国3G销售量情况	182
第三节2014年中国4G手机市场调查	197
一、4G手机品牌结构	197
二、4G手机不同型号市场结构	199
三、4G手机不同价位市场结构	203
第四节2015年中国TD产业发展情况及预测	204
第三部分上下游产业链分析	211
第七章手机业务发展分析	211

第一节2014年中国手机增值业务市场分析	211
一、2014年手机增值业务发展分析	211
二、2014年中国4G运营商抢占增值业务市场	213
三、热点移动增值业务预测	213
第二节GPS手机发展状况分析	214
一、2014年GPS手机市场变化分析	214
二、GPS手机市场发展趋势分析	216
第三节手机视频发展状况分析	217
一、手机视频发展现状分析	217
二、手机视频监控发展前景	217
三、手机视频进入“高清时代”	218
四、2014年手机视频市场发展预测	219
第四节手机报业务发展状况分析	220
一、中国手机报发展现状及前景分析	220
二、中国手机报的营销创新策略分析	222
三、手机报网站打造完美的第五媒体	223
四、手机阅读业务面临的挑战分析	224
五、手机报的运营模式分析	225
六、4G对手机报发展的影响分析	226
七、手机报未来的发展分析	226
第五节手机搜索业务发展状况分析	227
一、中国手机搜索业务发展状况	227
二、中国手机移动搜索的发展阶段	228
三、日本手机音乐搜索运营经验的启示	229
四、2014年全球手机广告搜索营收预测	231
五、2014年全球移动搜索业务发展预测	232
第六节手机广告市场综合分析	233
一、手机广告的基本概述及特点解析	233
二、世界手机广告的发展状况	234
三、中国手机广告市场渐趋火热	235
四、4G时代中国手机广告发展形势	236
五、手机广告市场前景看好	238

六、手机广告市场发展路径特点分析	239
第七节其他手机业务发展状况分析	240
一、汽车网购登陆手机版淘宝	240
二、手机多媒体化的发展分析	240
三、手机移动支付业务的发展分析	241
第八章中国手机游戏产业分析	243
第一节中国手机游戏行业发展分析	243
一、2014年中国手机游戏行业现状	243
二、2014年中国手机游戏道路分析	245
三、2014年手机游戏的营销模式机遇	247
四、2014年手机网络游戏迎来机遇期	250
五、2014年手机网游的低成本外包分析	252
六、2014年度手机游戏市场规模分析	253
七、交互式网游成手机游戏趋势	253
八、手机游戏面临的机遇与挑战	254
第二节2014年手机游戏产业竞争分析	255
一、2014年手机游戏产业经济营收情况分析	255
二、2014年手机游戏产业竞争制度分析	256
三、2014年网游企业抢占手机游戏市场	257
第三节2014年手机用户分布	257
一、调查对象的职业分布	257
二、调查对象的职业区域分布	258
三、调查对象省市分布	258
四、调查对象区域分布变化	259
五、调查对象年龄分布	259
六、调查对象的收入情况	260
第四节2014年手机用户消费习惯	261
一、使用情况调查	261
二、使用习惯调查	261
三、喜欢的游戏调查	262
四、玩游戏过程中关注内容调查	262

第五节2014年游戏手机市场前景	263
一、市场前景调查	263
二、市场预购率调查	263
三、市场购买潜力调查	264
四、对游戏手机的期望	264
第九章中国手机电视产业分析	265
第一节中国手机电视发展概述	265
一、中国手机电视市场初具规模	265
二、中国手机电视业务的实践探索	266
三、中国手机电视市场竞争异常激烈	266
第二节2014年手机电视市场发展现状	267
一、2014年中国手机电视终端市场迅速扩张	267
二、2014年中国免费手机电视成定制热点	268
三、2014年中国手机电视突破垄断进军国外市场	268
四、2014年中国移动手机电视业务G3正式商用	269
第三节4G助力手机电视业务发展	269
一、4G技术的基本介绍	269
二、4G技术为手机电视发展带来良机	270
三、4G时代加快手机电视发展速度分析	270
四、4G手机电视业务发展的深入思考	270
第四节CMMB手机电视的发展	271
一、奥运后CMMB手机电视面临的局面剖析	271
二、2014年CMMB手机电视进入大规模商用阶段	272
三、CMMB手机电视收费模式的思考	272
四、CMMB手机电视的运营定位	273
五、CMMB手机电视面临的挑战	273
六、CMMB手机电视的市场前景探析	274
第五节手机电视用户特征	274
一、用户普及率	274
二、年龄	274
三、性别	275

四、学历	275
五、从业性质	276
六、地区	276
第六节手机电视用户行为	277
一、产品认知	277
二、产品内容	277
三、产品比较优势	278
四、使用习惯	278
五、非手机电视用户	279
第七节中国手机电视产业存在的问题	279
一、制约手机电视业务增长的若干因素	279
二、手机电视发展面临六大问题	279
三、我国手机电视市场发展面临的问题	280
四、手机电视领域政府合作上面临的难题	282
五、手机电视亟待解决的重要问题	282
第八节中国手机电视产业发展的对策	283
一、促进手机电视市场发展的建议	283
二、手机电视健康发展的对策建议	284
三、中国手机电视发展策略分析	285
四、手机电视挖掘综合商用价值是关键	286
五、手机电视的营销策略分析	287
第十章手机芯片市场分析	291
第一节全球手机芯片产业发展情况分析	291
一、全球手机芯片市场格局分析	291
二、爱立信和意法半导体共为手机产芯片	292
三、2014年手机芯片市场销售分析	293
四、全球手机芯片市场竞争分析	293
第二节中国手机芯片市场分析	296
一、2014年中国手机芯片对智能手机影响分析	296
二、2014年中国首颗手机传感芯片推出	299
三、华为进军山寨手机芯片市场分析	301

四、中国首款ANDROID系统手机芯片将诞生	302
五、中国3G手机芯片将率先实现国产化	303
第十一章手机设计、电池产业分析	304
第一节手机设计趋势分析	304
一、手机外观设计与色彩流行趋势的分析	304
二、3G手机终端设计五大发展趋势	306
三、手机设计发展趋势分析	308
第二节手机设计行业发展分析	310
一、手机设计行业现状	310
二、3G时代手机设计面临问题分析	311
三、中国手机设计水平分析	312
四、手机设计行业加速手机产业发展	313
五、手机设计行业发展趋势分析	313
第三节手机设计公司现状	317
一、大陆手机设计公司现状	317
二、3G推动手机设计公司发展	317
三、手机设计公司市场环境分析	318
四、手机公司向设计为主转变	319
五、手机设计公司发展策略分析	320
第四节2014年手机电池产业分析	321
一、中国手机电池市场的现状与发展	321
二、2014年手机电池产品质量抽查分析	323
三、3G时代手机电池市场竞争分析	323
第四部分手机渠道分析	325
第十二章手机渠道分析	325
第一节中国手机市场渠道格局及演变	325
一、手机渠道格局基本特征	325
二、运营商渠道现状分析	325
三、运营商借力社会渠道助销3G终端	326
四、国外厂家的渠道策略	328

五、运营商策略对渠道的影响分析	329
六、国内手机代理商现状分析	329
七、手机厂商、分销商与大型零售商之间博弈关系	330
第二节2014年中国手机渠道发展情况分析	330
一、2014年中国手机市场零售渠道	330
二、手机在线销售渠道分析	332
三、3G时代、4G时代的手机渠道格局	333
四、中国手机渠道的发展历程	334
五、中国手机渠道集成模式升级	335
六、中国手机连锁渠道的发展分析	336
第十三章移动运营商手机定制发展情况分析	342
第一节中国移动运营商手机定制发展情况分析	342
一、三大运营商深度介入手机定制	342
二、运营商定制手机可互用网络	343
三、运营商4G终端定制	343
四、全球运营商集采定制手机模式分析	346
第二节移动运营商的手机定制策略分析	349
一、手机定制的定义	349
二、国外手机终端定制的策略分析	349
三、3G/4G发展手机定制成新趋势	350
四、我国移动运营商手机定制策略建议	351
第三节手机定制发展趋势分析	355
一、手机厂商的手机定制市场策略分析	355
二、3G手机定制发展策略分析	357
三、中移动启动TD手机深度定制	357
四、手机深度定制是国内运营商必经之路	358
第五部分领先企业分析	360
第十四章领先企业分析	360
第一节诺基亚	360
一、企业概况	360

二、2014年公司经营状况	361
三、诺基亚发展策略	366
第二节三星	367
一、企业概况	367
二、2014年公司经营状况	368
三、三星发展策略	370
第三节摩托罗拉	371
一、企业概况	371
二、2014年公司经营状况	372
三、摩托罗拉渠道策略分析	377
四、摩托罗拉市场发展策略建议	378
第四节中兴	379
一、企业概况	379
二、2014年企业经营情况分析	381
三、2013-2014年企业财务数据分析	386
四、2014年公司发展展望及策略	387
第五节索尼爱立信	387
一、企业概况	387
二、2014年公司经营状况	388
三、索爱3G发展战略分析	389
第六节TCL	390
一、企业概况	390
二、2014年企业经营情况分析	391
三、2013-2014年企业财务数据分析	395
四、2014年公司发展展望及策略	396
第七节波导	397
一、企业概况	397
二、2014年企业经营情况分析	397
三、2013-2014年企业财务数据分析	403
四、2014年公司发展展望及策略	404
第八节夏新	404
一、企业概况	404

二、2014年企业经营情况分析	405
三、2013-2014年企业财务数据分析	406
第九节康佳	407
一、企业概况	407
二、2014年企业经营情况分析	408
三、2013-2014年企业财务数据分析	415
四、2014年公司发展展望及策略	416
第六部分发展趋势及战略探讨	418
第十五章2016-2022年手机行业竞争与发展趋势	418
第一节2016-2022年全球手机市场发展趋势	418
一、2015年手机市场将出现十大趋势	418
二、2015年手机市场五大期望	420
三、2015年全球手机市场将迎来复苏	421
四、2015全球手机销量预测	422
五、2015年全球手机用户预测	422
六、2016-2022年全球智能手机销量预测	424
第二节2016-2022年中国手机行业发展预测	425
一、2015年中国手机市场预测	425
二、中国智能手机市场三大趋势预测	427
三、中国未来4G手机发展预测	428
四、2015年中国手机行业发展展望	429
五、2015年中国手机支付市场规模预测	433
六、2015年3G手机市场预测	436
第三节2016-2022年中国手机市场竞争格局分析	437
一、中国手机竞争形势分析	437
二、运营商将主导中国3G后手机市场	443
三、手机行业应用上演无序竞争	444
四、中国手机支付市场竞争酝酿洗牌	447
五、售后服务成为手机产业竞争新焦点	449
第十六章2016-2022年手机厂商发展战略	451

第一节国内外手机厂商平面媒体宣传策略建议(zyyzg)451

一、国内外手机厂商的平面媒体宣传策略分析 451

二、国产手机厂商平面媒体宣传的策略分析 452

第二节手机品牌提升品牌竞争力策略分析 453

一、发掘独特的品牌定位 453

二、严谨的品牌管理 454

三、品牌推广应增强与消费者深度沟通 454

四、创新是永葆手机品牌竞争力的法宝 455

第三节国产手机厂商的各种发展策略综合分析 455

一、渠道等于市场 455

二、技术研发的重要性 456

三、规模至上 457

四、勇敢地走出去 458

五、做手机就是做品牌 458

第四节国内外手机本土化营销策略比较及建议 459

一、基于4P理论的本土化营销的对比分析 459

二、结论与建议 461

第五节国产手机发展策略 462

一、国产手机应走自主创新之路 462

二、提升品质打造品牌是国产手机出路 463

三、国产手机厂商应对大渠道时代的策略 464

四、双模手机成为国产手机进军3G时代的杀手锏 465

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shouji/Y16189OXQE.html>