

2015-2020年中国智能手机 行业市场态势分析及行业前景调研分析报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国智能手机行业市场态势分析及行业前景调研分析报告》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.bosidata.com/tongxun1502/D57198BBW2.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-09-14

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据发布的《2015-2020年中国智能手机行业市场供需分析及行业前景调研分析报告》共十四章。首先介绍了中国智能手机行业的概念，接着分析了中国智能手机行业发展环境，然后对中国智能手机行业市场供需分析进行了重点分析，最后分析了中国智能手机行业面临的机遇及趋势预测。您若想对中国智能手机行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

从2007年苹果发布第一代iphone手机开始，智能手机的浪潮已经过去近8年，这8年来智能手机硬件技术上鲜有颠覆性的变化，从手机芯片到显示屏幕基本都是在原有技术基础上进行版本升级，比如从单核芯片到多核心片，从1G内存到32G内存，从3.5英寸电阻屏到5.5英寸2K电容屏等等，手机变得更快、更长、更大，也更加耗电。

8年过去了，智能手机又站在一个新的十字路口，未来的手机是怎样的。下一代手机将产生怎样的技术颠覆?这是摆在所有手机厂商面前的重大难题。无论是领跑全球的手机巨头苹果、三星，还是国产出货量大户“中华联酷”，还有国产手机后起之秀小米、魅族等，目前都在手机技术上面临升级的瓶颈。当16核芯片、32G内存、5.5英寸2K显示屏、2000万像素摄像头、5000mAh锂电池都成为智能手机主流标配的时候，试想智能手机下一步该何处何从?技术上该如何升级?

改进电池技术延长手机使用时间、增加投影技术让手机使用更自由、增强配件性能让手机替代更多其他产品，是人们迫切希望未来的手机要比今天的智能手机待机时间更长，功能更加强大而且应用更加广泛，而不是继续停留在目前几乎所有厂商瞄准的更快、更长、更大的技术升级路线上。从目前全球技术发展趋势看，石墨烯电池、石墨烯屏幕及全息投影三大技术有望让目前的智能手机产生颠覆性变化，让用户找到从“骑马”到“驾车”的全新感觉。

新材料技术永远都是科技行业发展突飞猛进的重要推动力，硅晶体的出现就曾让电子科技行业繁荣了数十年。而目前具有与硅晶体同等价值的新材料将是石墨烯，它是已知的世上最薄、最坚硬的纳米材料，石墨烯技术的飞速发展将有望缔造下一个电子科技新时代。无论是欧洲、美国，还是亚太地区，目前都将石墨烯技术提升到一个未来技术创新竞争的战略高度。

众所周知，随着智能手机芯片更快、屏幕更大、功能更多，手机耗电量也在飞速增长，而受制于体积及重量、外观设计的限制，手机电池容量增加非常有限，因此手机电池技术的瓶颈越来越明显，成为智能手机技术更新换代的一大束缚。作为最薄、最坚硬、导电性最好且拥

有强大灵活性的纳米材料，基于石墨烯材料的新能源电池功率密度比锂电池高100倍，能量储存密度比传统超级电容高30倍，是目前高性能电池升级的一个重要方向。

2014年6月，香港市场评估机构Counterpoint发布了一份2014年5月份全球智能手机销量排名数据，他们的数据来自35个国家和地区，统计的是销售数量而非出货量，似乎更具参考价值，不过该机构并未公布各款机型的具体销量。从数据中可以看出iPhone5S依旧位居榜首。

在2014年5月全球智能手机销量排名中，苹果的iPhone 5s成为了全球卖的最好的智能手机。要知道苹果iPhone 5s可算是在2013年就发布的“老产品”。同时三星在今年4月开始正式全球开售的Galaxy S5获得了第二名。

排名第三的是Galaxy S4，第四是Galaxy Note 3，而Galaxy S4 mini则排名第八，Galaxy Grand 2排名第十，而iPhone 5c和iPhone 4s分列第五和第六名。总体来说，在苹果与三星的较量中，还是后者在综合销售情况中更占优势。

报告目录：

第一章 中国智能手机行业背景分析

第一节 中国智能手机行业发展背景

一、智能手机行业定义

二、智能手机行业的发展阶段

三、智能手机行业生命周期分析

第二节 智能手机行业环境分析

一、智能手机行业经济环境分析

1、国际宏观经济环境

2、国内宏观经济环境

二、智能手机行业政策环境分析

1、相关政策与标准

2、相关行业规划

三、智能手机行业社会环境分析

1、社会环境现状分析

2、社会环境对中国智能手机行业的影响

四、智能手机行业技术环境分析

1、技术环境现状分析

2、技术环境对中国智能手机行业的影响

第三节 智能手机产业链分析

一、智能手机行业产业链简介

二、智能手机产业链—上游配件供应商分析

1、芯片

2、触摸屏

3、连接器

三、智能手机产业链—操作系统平台商分析

四、智能手机产业链—服务提供商分析

1、传统互联网服务渗透

2、移动互联网特色服务

五、智能手机产业链—电信运营商分析

六、智能手机产业链—渠道商分析

第二章 全球智能手机行业发展分析

第一节 全球智能手机行业发展现状

一、智能手机用户规模分析

二、智能手机出货量分析

三、智能手机品牌分布情况分析

四、智能手机渗透率分析

五、全球智能手机行业竞争力分析分析

六、全球智能手机区域分布分析

七、中国智能手机行业国际竞争力分析

第二节 全球主要国家和地区智能手机市场分析

一、美国智能手机市场分析

1、市场概况

2、市场规模

3、品牌分析

4、操作系统分析

二、欧洲智能手机市场分析

1、规模和渗透率分析

2、操作系统占比分析

3、使用成本分析

4、用户分析

三、日本智能手机市场分析

1、市场概况

2、趋势分析

四、韩国智能手机市场分析

1、市场概况

2、趋势分析

五、俄罗斯智能手机市场分析

1、市场概况

2、趋势分析

六、印度智能手机市场分析

1、市场概况

2、增长因素

3、趋势分析

七、东南亚智能手机市场分析

1、市场概况

2、趋势分析

八、非洲智能手机市场分析

1、市场概况

2、趋势分析

第三节 全球智能手机市场趋势预测分析

一、全球智能手机市场发展趋势分析

1、智能手机发展方向分析

2、智能手机设计发展趋势分析

3、未来智能手机新兴功能分析

二、全球智能手机市场规模预测

第三章 中国智能手机行业市场分析

第一节 中国手机行业发展现状

一、中国手机行业发展情况分析

1、中国手机行业市场现状分析

2、中国手机行业市场特征分析

二、中国手机用户规模分析

三、中国手机行业出货量分析

四、中国手机行业销量分析

第二节 中国智能手机行业市场发展状况分析

一、中国智能手机发展概况

1、中国智能手机市场现状分析

2、中国智能手机市场特征分析

二、中国智能手机市场规模分析

1、中国智能手机出货量分析

2、中国智能手机销售情况分析

三、中国智能手机渗透率分析

四、中国智能手机市场影响因素分析

第三节 中国智能手机市场产品结构分析

一、智能手机品牌结构分析

二、智能手机产品结构分析

1、智能手机价格段结构

2、智能手机屏幕尺寸结构

3、摄像头像素结构

4、操作系统结构

第四节 中国智能手机市场价格分析

一、中国手机价格敏感度分析

二、中国手机价格接受度分析

三、中国智能手机市场价格分析

1、智能手机市场均价分析

2、主流品牌均价分析

第五节 中国智能手机应用软件市场分析

一、全球智能手机应用软件市场分析

1、市场规模分析

2、市场运营情况分析

3、Google play分析

4、APP Store分析

5、应用程序市场趋势分析

二、中国智能手机应用软件市场分析

1、中国智能手机应用软件现状分析

2、中国智能手机应用软件市场规模分析

3、中国智能手机应用软件市场前景分析

第六节 中国山寨智能手机市场分析

一、中国山寨手机市场发展及现状分析

1、中国山寨手机定义

2、市场规模分析

3、竞争情况分析

二、中国山寨智能手机技术分析

三、中国山寨智能手机成败因素分析

四、中国山寨智能手机发展趋势及前景分析

1、山寨手机市场竞争优势渐失

2、国产手机或迎来发展新格局

第四章 中国智能手机市场消费情况分析

第一节 智能手机使用现状分析

一、智能手机的普及情况分析

二、智能手机用户更换手机频率分析

三、智能手机购买影响因素分析

1、智能手机用户不满意的地方分析

2、智能手机用户认为需改进的地方分析

3、非智能手机用户购买智能手机的影响因素分析

第二节 智能手机购买倾向分析

一、手机用户选择智能手机的比例分析

二、手机用户选择智能手机的原因分析

三、手机用户选择智能手机的用途分析

四、手机用户选择智能手机时注重的参数分析

1、智能手机用户选择智能手机时注重的参数分析

2、非智能手机用户选择智能手机时注重的参数分析

五、手机用户选择智能手机时注重的功能分析

1、智能手机用户选择智能手机时注重的功能分析

2、非智能手机用户选择智能手机时注重的功能分析

六、手机用户对智能手机操作系统选择倾向分析

- 1、智能手机用户对智能手机操作系统选择倾向分析
- 2、非智能手机用户对智能手机操作系统选择倾向分析
- 七、手机用户选择智能手机时品牌倾向分析
- 八、手机用户对价位选择分析

第三节 智能手机购买渠道分析

一、智能手机行业主要销售渠道分析

- 1、传统代理
- 2、直营零售店
- 3、运营商定制
- 4、家电连锁店
- 5、手机连锁卖场
- 6、网络销售
- 7、电子商城
- 8、水货市场

二、智能手机用户购买智能手机渠道分析

第五章 智能手机主流操作系统分析

第一节 智能手机操作系统概况

- 一、智能手机操作系统简介
- 二、智能手机操作系统差异分析
 - 1、技术层面差异
 - 2、战略性差异
 - 3、用户体验差异

第二节 智能手机操作系统市场分析

- 一、智能手机主流操作系统市场份额分析
- 二、生产商支持的操作系统分析
- 三、智能手机操作系统竞争格局分析

第三节 智能手机主流操作系统分析

一、Android

- 1、Android特征分析
- 2、Android发展阶段分析
- 3、Android市场现状分析

4、Android趋势预测分析

二、iPhone操作系统

1、iPhone操作系统特征分析

2、iPhone操作系统发展阶段分析

3、iPhone操作系统市场现状分析

4、iPhone操作系统趋势预测分析

三、Symbian

1、Symbian特征分析

2、Symbian发展阶段分析

3、Symbian市场现状分析

4、Symbian趋势预测分析

四、Windows Mobile

1、Windows Mobile特征分析

2、Windows Mobile发展阶段分析

3、Windows Mobile市场现状分析

4、Windows Mobile趋势预测分析

五、Web OS

1、Web OS特征分析

2、web OS发展阶段分析

3、web OS市场现状分析

4、web OS趋势预测分析

六、Linux Mobile

1、Linux Mobile特征分析

2、Linux Mobile发展阶段分析

3、Linux Mobile市场现状分析

4、Linux Mobile趋势预测分析

七、MeeGo

1、MeeGo特征分析

2、MeeGo发展阶段分析

3、MeeGo市场现状分析

4、MeeGo趋势预测分析

八、Bada

1、Bada特征分析

2、Bada发展阶段分析

3、Bada市场现状分析

4、Bada趋势预测分析

九、Blackberry

1、Blackberry特征分析

2、Blackberry发展阶段分析

3、Blackberry市场现状分析

4、Blackberry趋势预测分析

十、OMS操作系统

1、OMS操作系统特征分析

2、OMS操作系统发展阶段分析

3、OMS操作系统市场现状分析

4、OMS操作系统趋势预测分析

第四节 生产商智能手机操作系统选用意愿分析

一、诺基亚智能手机操作系统选用意向分析

二、三星智能手机操作系统选用意向分析

三、LG智能手机操作系统选用意向分析

四、宏达国际（HTC）智能手机操作系统选用意向分析

五、摩托罗拉智能手机操作系统选用意向分析

六、索尼移动智能手机操作系统选用意向分析

七、苹果智能手机操作系统选用意向分析

八、黑莓智能手机操作系统选用意向分析

九、Palm智能手机操作系统选用意向分析

第五节 智能手机操作系统发展趋势分析

一、智能手机操作系统将迎来新军

二、四核处理器将逐渐普及

三、手机操作系统与浏览器发展融合

第六章 运营商智能手机和App Store战略分析

第一节 中国三大电信运营商渠道影响力分析

一、中国三大电信运营商简介

1、中国移动

2、中国电信

3、中国联通

二、中国三大电信运营商用户规模

1、中国移动

2、中国电信

3、中国联通

三、中国三大电信运营商渠道影响力分析

第二节 App Store概况分析

一、App Store概念及定义

二、App Store政策及监管分析

1、App Store准入政策分析

2、App Store日常监管分析

第三节 中国移动智能手机和Mobile Market战略分析

一、中国移动智能手机战略分析

二、Mobile Market（移动应用商场）战略分析

1、Mobile Market概况分析

2、Mobile Market模式分析

3、Mobile Market特色分析

4、Mobile Market优劣势分析

第四节 中国联通智能手机和WoStore战略分析

一、中国联通智能手机战略分析

二、WoStore（应用商场）战略分析

1、WoStore概况分析

3、WoStore特色分析

4、WoStore优劣势分析

第五节 中国电信智能手机和天翼空间战略分析

一、中国电信智能手机战略分析

二、天翼空间（estore）战略分析

1、天翼空间概况分析

2、天翼空间模式分析

3、天翼空间特色分析

4、天翼空间优劣势分析

第六节 App Store发展趋势分析

一、CP（内容提供商）发展趋势分析

1、CP发展趋势分析

2、案例分析

二、SP（服务提供商）发展趋势分析

1、SP发展趋势分析

2、案例分析

三、运营商发展趋势分析

1、运营商发展趋势分析

2、案例分析

第七章 2013-2014年中国4G手机市场发展分析

第一节 2013-2014年中国4G手机市场发展综述

一、中国4G手机市场发展概况

二、2013-2014年我国4G手机终端补贴呈现分化

三、2013-2014年我国4G手机出货量情况

四、运营商定制成国内4G手机市场新热点

五、我国4G手机市场存量用户之争升级

第二节 2013-2014年中国4G手机市场运行状况

一、品牌关注格局

二、产品关注比例

三、产品特征分析

四、主流国产品牌

第三节 4G手机市场需求分析

一、潜在用户

二、价格需求

三、外观与性能需求

四、双模/多模手机的需求

第四节 中国4G手机发展面临的机遇及挑战

一、中国4G手机发展具有利好因素

二、国产4G手机面临四大机遇

三、中国4G市场广阔将导致竞争激烈

四、中国TD-SCDMA发展存在阻碍因素

第五节 中国手机厂商应对4G时代的策略

一、掌握核心技术

二、关注手机芯片

三、细分手机市场

四、利用三张牌照做文章

第八章 2013-2014年智能手机主要应用软件分析

第一节 手机浏览器

一、中国手机浏览器行业迎来发展机遇期

二、中国手机浏览器行业平台化发展态势明显

三、2013-2014年中国手机浏览器市场竞争愈加激烈

四、2013-2014年我国手机浏览器行业发展状况分析

五、2013-2014年我国手机浏览器行业发展形势分析

六、4G背景下五大手机浏览器竞争比较分析

第二节 手机支付

一、中国手机支付业务应用概况

二、我国手机支付产业链日趋完善

三、手机实名制有力推动手机支付平台发展

四、2013-2014年三大运营商竞逐手机支付市场

五、2013-2014年手机支付市场发展动态分析

六、2013-2014年手机支付市场网民规模状况

七、我国手机支付市场发展潜力巨大

第三节 手机导航

一、手机导航的定义及分类

二、国内手机导航市场逐渐兴起

三、2013-2014年中国手机导航市场整体综述

四、2013-2014年中国手机导航市场运行分析

五、2013-2014年中国手机导航市场发展情况

六、我国手机导航市场竞争格局分析

七、中国手机导航市场趋势预测分析

第四节 手机电视

- 一、手机电视产业链及业务模式浅析
- 二、手机电视用户特征分析
- 三、手机电视用户行为分析
- 四、手机电视内容生产及监管分析
- 五、手机电视业务投资预测

第五节 手机游戏

- 一、国内手机游戏市场的发展模式
- 二、手机游戏培训市场异军突起
- 三、我国手机游戏业务投放渠道浅析
- 四、影响未来手机游戏市场规模的因素

第九章 2015-2020年智能手机行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、智能手机市场竞争现状分析

- 1、同质化现象严重
- 2、价格战日益惨烈
- 3、屏幕越来越大
- 4、预装程序过多
- 5、外观越来越像
- 6、没完“核”竞赛

二、智能手机全方位竞争，国内厂商机会更多

- 1、高端需求放缓
- 2、中国厂商逆袭
- 3、三星样板工程
- 4、比拼用户体验

三、智能手机行业集中度分析

- 1、市场集中度分析
- 2、企业集中度分析
- 3、区域集中度分析
- 4、各子行业集中度
- 5、集中度变化趋势

四、智能手机行业SWOT分析

- 1、智能手机行业优势分析
- 2、智能手机行业劣势分析
- 3、智能手机行业机会分析
- 4、智能手机行业威胁分析

第二节 智能手机时代下的通信竞争

- 一、智能手机发展历程
- 二、智能手机现状
- 三、智能手机发展趋势
 - 1、越来越多智能手机支持近距离无线通信技术（NFC）
 - 2、智能手机日益个性化
 - 3、与其他行业的交融愈加广泛
 - 4、安全性加强
 - 5、对电脑依赖性减少
- 四、智能手机未来竞争要点
- 五、智能手机发展对运营商的影响

第三节 中国智能手机行业竞争格局综述

- 一、智能手机行业竞争概况
 - 1、中国智能手机行业品牌竞争格局
 - 2、智能手机行业未来竞争格局和特点
 - 3、智能手机市场进入及竞争对手分析
- 二、中国智能手机行业竞争力分析
 - 1、我国智能手机行业竞争力剖析
 - 2、我国智能手机企业市场竞争的优势
 - 3、民企与外企比较分析
 - 4、国内智能手机企业竞争能力提升途径
- 三、中国智能手机产品竞争力优势分析
 - 1、整体产品竞争力评价
 - 2、产品竞争力评价结果分析
 - 3、竞争优势评价及构建建议
- 四、2014年智能手机竞争技术点分析
 - 1、2K屏幕：vivo Xplay3S

- 2、虹膜识别技术：三星 Galaxy S5
- 3、高通八核CPU手机
- 4、64位处理器：三星Galaxy Note 4
- 5、曲面柔性屏幕手机

五、智能手机市场竞争日趋激烈

- 1、拼供应链和性价比
- 2、加大与应用整合力度
- 3、海外市场商机无限
- 4、从“价格”到“拼口碑”

第四节 2014年中国智能手机开放市场呈现四大趋势

- 一、线上直销及电商销量猛增
- 二、品牌影响力与溢价力成竞争核心
- 三、向三四线城市和农村倾斜
- 四、中端价位手机竞争更激烈

第五节 2014中国智能手机追逐技术中寻求营销差异化

- 一、技术比拼延续核心在芯片与屏幕
- 二、4G定制机仍是重点，发力在千元机
- 三、电商渠道成第二战场，亟待差异化

第六节 2014年智能手机或面临洗牌4G撬动行业变革

- 一、酷派：电商销售占比将继续提升
- 二、华为：4G带来弯道超车机遇
- 三、金立：运营商终端补贴或加大
- 四、HTC：体验创新突破硬件比拼桎梏

第七节 2014年智能手机渠道瞄向五大方向

- 一、运营商渠道将成为主导渠道
- 二、运营商电子渠道销量增速被看好
- 三、基于能力开放的在线分销体系将得到进一步建设
- 四、自媒体渠道将得到极大发展
- 五、独立、小规模且无特色的实体渠道将迅速衰落

第十章 2015-2020年智能手机行业领先企业经营形势分析（企业可自选）

第一节 国际智能手机企业经营分析

一、企业一

- 1、企业发展概述分析
- 2、企业产品市场定位分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业研发实力分析
- 5、企业销售增长分析
- 6、企业行业竞争力分析
- 7、企业品牌影响力分析
- 8、企业发展战略分析
- 9、企业最新动态分析

二、企业二

- 1、企业发展概述分析
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业运营能力分析
- 4、企业偿债能力分析
- 5、企业发展能力分析
- 6、企业研发实力分析
- 7、企业新产品动向分析
- 8、企业发展战略分析

三、企业三

- 1、企业发展概述分析
- 2、企业生产成本和定价分析
- 3、企业营销渠道分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业品牌影响力分析
- 6、企业行业竞争力分析
- 7、企业主要研发方向
- 8、企业最新动态分析

四、企业四

- 1、企业发展概述分析
- 2、企业经济指标分析
- 3、企业发展目标分析

- 4、企业营销网络分布
- 5、企业扩张规划分析
- 6、企业行业影响力分析
- 7、企业最新产品分析

五、企业五

- 1、企业发展概述分析
- 2、企业经济指标分析
- 3、企业研发实力分析
- 4、企业产品涉及领域分析
- 5、企业营销渠道分析
- 6、企业品牌影响力分析
- 7、企业投资效益分析
- 8、企业发展方向分析

六、企业六

- 1、企业发展概述分析
- 2、企业投资效益分析
- 3、企业市场影响力分析
- 4、企业产品市场定位分析
- 5、企业品牌效益分析
- 6、企业研发实力分析
- 7、企业主要产品分析

七、企业七

- 1、企业发展概述分析
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业运营能力分析
- 4、企业偿债能力分析
- 5、企业发展能力分析
- 6、企业研发实力分析
- 7、企业新产品动向分析
- 8、企业发展战略分析

八、企业八

- 1、企业发展概述分析

- 2、企业经济指标分析
- 3、企业发展目标分析
- 4、企业营销网络分布
- 5、企业扩张规划分析
- 6、企业行业影响力分析
- 7、企业最新产品分析

第二节 国内智能手机企业经营分析分析（企业可自选）

一、企业一

- 1、企业发展概述分析
- 2、企业投资效益分析
- 3、企业市场影响力分析
- 4、企业产品市场定位分析
- 5、企业品牌效益分析
- 6、企业研发实力分析
- 7、企业主要产品分析

二、企业二

- 1、企业发展概述分析
- 2、企业经济指标分析
- 3、企业研发实力分析
- 4、企业产品涉及领域分析
- 5、企业营销渠道分析
- 6、企业品牌影响力分析
- 7、企业投资效益分析
- 8、企业发展方向分析

三、企业三

- 1、企业发展概述分析
- 2、企业生产成本和定价分析
- 3、企业营销渠道分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业品牌影响力分析
- 6、企业行业竞争力分析
- 7、企业主要研发方向

8、企业最新动态分析

四、企业四

1、企业发展概述分析

2、企业产品市场定位分析

3、企业经营情况分析

4、企业研发实力分析

5、企业销售增长分析

6、企业行业竞争力分析

7、企业品牌影响力分析

8、企业发展战略分析

9、企业最新动态分析

五、企业五

1、企业发展概述分析

2、企业投资效益分析

3、企业市场影响力分析

4、企业产品市场定位分析

5、企业品牌效益分析

6、企业研发实力分析

7、企业主要产品分析

六、企业六

1、企业发展概述分析

2、企业经济指标分析

3、企业研发实力分析

4、企业产品涉及领域分析

5、企业营销渠道分析

6、企业品牌影响力分析

7、企业投资效益分析

8、企业发展方向分析

七、企业七

1、企业发展概述分析

2、企业生产成本和定价分析

3、企业营销渠道分析

- 4、企业经济指标分析
- 5、企业品牌影响力分析
- 6、企业行业竞争力分析
- 7、企业主要研发方向
- 8、企业最新动态分析

八、企业八

- 1、企业发展概述分析
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业运营能力分析
- 4、企业偿债能力分析
- 5、企业发展能力分析
- 6、企业研发实力分析
- 7、企业新产品动向分析
- 8、企业发展战略分析

九、企业九

- 1、企业发展概述分析
- 2、企业经济指标分析
- 3、企业发展目标分析
- 4、企业营销网络分布
- 5、企业扩张规划分析
- 6、企业行业影响力分析
- 7、企业最新产品分析

十、企业十

- 1、企业发展概述分析
- 2、企业产品市场定位分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业研发实力分析
- 5、企业销售增长分析
- 6、企业行业竞争力分析
- 7、企业品牌影响力分析
- 8、企业发展战略分析

第十一章 2015-2020年智能手机行业前景及趋势预测

第一节 2015-2020年智能手机市场趋势预测

- 一、2015-2020年智能手机市场发展潜力
- 二、2015-2020年智能手机市场趋势预测展望
- 三、2015-2020年智能手机细分行业趋势预测分析

第二节 2015-2020年智能手机市场发展趋势预测

一、2015-2020年智能手机行业发展趋势

- 1、技术发展趋势分析
- 2、产品发展趋势分析
- 3、产品应用趋势分析

二、2015-2020年智能手机市场规模预测

- 1、智能手机行业市场容量预测
- 2、智能手机行业销售收入预测
- 三、2015-2020年智能手机行业应用趋势预测
- 四、2015-2020年细分市场发展趋势预测

第三节 2015-2020年中国智能手机行业供需预测

- 一、2015-2020年中国智能手机行业供给预测
- 二、2015-2020年中国智能手机行业产量预测
- 三、2015-2020年中国智能手机市场销量预测
- 四、2015-2020年中国智能手机行业需求预测
- 五、2015-2020年中国智能手机行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2015-2020年智能手机行业面临的困境及对策

第一节 2014年智能手机行业面临的困境

第二节 智能手机企业面临的困境及对策

- 一、重点智能手机企业面临的困境及对策
- 1、重点智能手机企业面临的困境

2、重点智能手机企业对策探讨

二、中小智能手机企业发展困境及策略分析

1、中小智能手机企业面临的困境

2、中小智能手机企业对策探讨

三、国内智能手机企业的出路分析

第三节 中国智能手机行业存在的问题及对策

一、中国智能手机行业存在的问题

二、智能手机行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国智能手机市场发展面临的挑战与对策

第十三章 中国智能手机行业投资与发展战略分析

第一节 中国智能手机行业趋势预测分析

一、中国智能手机出货量预测分析

二、中国智能手机销量预测分析

三、2015-2020年发展阶段分析

第二节 中国智能手机行业投资前景

一、系统风险

1、中国智能手机行业政策风险

2、中国智能手机行业宏观经济波动风险

3、中国智能手机行业关联产业风险

二、非系统风险

1、中国智能手机行业技术风险

2、中国智能手机行业竞争风险

3、中国智能手机行业其他风险

第三节 中国智能手机行业投资特性及建议

一、中国智能手机行业投资特性分析

- 1、中国智能手机行业吸引力分析
- 2、中国智能手机行业进入壁垒分析
- 3、中国智能手机行业盈利模式分析
- 4、中国智能手机行业盈利因素分析

二、中国智能手机行业投资建议

- 1、关注积极涉足电容式触摸屏企业
- 2、寻找与手机生产紧密的企业
- 3、上游核心企业最有竞争力
- 4、增值服务因行业年轻而富有潜力

第四节 中国智能手机市场战略与成功因素

一、中国智能手机市场的发展战略分析

- 1、改革组织结构以专注智能手机业务
- 2、采取高端产品策略抢占制高点
- 3、巩固市场地位
- 4、掌控价值链

二、中国智能手机市场的成功因素分析

第十四章 研究结论及投资建议

第一节 智能手机行业研究结论及建议

第二节 智能手机子行业研究结论及建议

第三节 智能手机行业投资建议

- 一、行业投资策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：2013年全国居民家庭恩格尔系数

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：2013-2014年年末国家外汇储备

图表：2013-2014年财政收入

图表：2013-2014年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2013-2014年固定资产投资到位资金同比增速

图表：2014年7月份固定资产投资（不含农户）主要数据

图表：2013年全国居民消费价格涨跌幅

图表：2013年-2014年鲜菜与鲜果价格变动情况

图表：2013年12月份居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表：2013年12月份居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表：2013年12月居民消费价格主要数据

图表：2012年-2013年规模以上工业增加值同比增长速度

图表：2014年7月份规模以上工业生产主要数据

图表：2013年-2014年发电量日均产量及同比增速

图表：2013年-2014年钢材日均产量及同比增速

图表：2013年-2014年水泥日均产量及同比增速

图表：2013年-2014年原油加工量日均产量及同比增速

图表：2013年-2014年十种有色金属日均产量及同比增速

图表：2013年-2014年乙烯日均产量及同比增速

图表：2013年-2014年汽车日均产量及同比增速

图表：2013年-2014年轿车日均产量及同比增速

图表：2013年-2014年全国房地产投资开发增速

图表：2013-2014年全国房地产开发企业土地购置面积增速

图表：2013-2014年全国商品房销售面积及销售额统计

图表：2013-2014年全国房地产开发企业本年到位资金增速

图表：2014年全国房地产开发和销售情况

图表：中国制造业PMI指数走势图

图表：智能手机用户规模分布图

图表：智能手机出货量图表

图表：智能手机品牌分布情况图

图表：智能手机渗透率分布图

图表：全球智能手机行业竞争力分析分布图

图表：全球智能手机区域分布图

图表：美国智能手机市场分析图

图表：欧洲智能手机市场分析图

图表：日本智能手机市场分析图

图表：韩国智能手机市场分析图

图表：俄罗斯智能手机市场分析图

图表：印度智能手机市场分析图

图表：东南亚智能手机市场分析图

图表：非洲智能手机市场分析图

图表：中国手机行业市场现状分析图

图表：中国手机行业市场特征分析图

图表：中国手机用户规模分析图

图表：中国手机行业出货量分析图

图表：中国手机行业销量分析图

图表：中国智能手机市场现状分析图

图表：中国智能手机市场特征分析图

图表：中国智能手机市场规模分析图

图表：中国智能手机出货量分析图

图表：中国智能手机销售情况分析图

图表：中国智能手机渗透率分析图

图表：中国智能手机市场影响因素分析图

图表：全球智能手机应用软件市场分析图

图表：市场规模分析图

图表：市场运营情况分析图

图表：Google play分析图

图表：APP Store分析图

图表：应用程序市场趋势分析图

图表：中国智能手机应用软件现状分析图

图表：中国智能手机应用软件市场规模分析图

图表：中国智能手机应用软件市场前景分析图

图表：智能手机用户更换手机频率分析图

图表：智能手机购买影响因素分析图

图表：智能手机用户不满意的地方分析图

图表：智能手机用户认为需改进的地方分析图

图表：非智能手机用户购买智能手机的影响因素分析图

图表：Android市场现状分析图

图表：iPhone操作系统市场现状分析图

图表：iPhone操作系统趋势预测分析图

图表：Android趋势预测分析图

图表：Symbian市场现状分析图

图表：Symbian趋势预测分析图

图表：Windows Mobile市场现状分析图

图表：Windows Mobile趋势预测分析图

图表：web OS市场现状分析图

图表：web OS趋势预测分析图

图表：Linux Mobile市场现状分析图

图表：Linux Mobile趋势预测分析图

图表：MeeGo市场现状分析图

图表：MeeGo趋势预测分析图

图表：Bada市场现状分析图

图表：Bada趋势预测分析图

图表：Blackberry市场现状分析图

图表：Blackberry趋势预测分析图

图表：OMS操作系统市场现状分析图

图表：OMS操作系统趋势预测分析图

图表：诺基亚智能手机操作系统选用意向分析图

图表：三星智能手机操作系统选用意向分析图

图表：LG智能手机操作系统选用意向分析图

图表：宏达国际（HTC）智能手机操作系统选用意向分析图

图表：摩托罗拉智能手机操作系统选用意向分析图

图表：索尼移动智能手机操作系统选用意向分析图

图表：苹果智能手机操作系统选用意向分析图

图表：黑莓智能手机操作系统选用意向分析图

图表：Palm智能手机操作系统选用意向分析图

图表：天翼空间（estore）战略分析图

图表：CP（内容提供商）发展趋势分析图

图表：SP（服务提供商）发展趋势分析图

图表：运营商发展趋势分析图

图表：2013-2014年我国4G手机终端补贴呈现分化图

图表：2013-2014年我国4G手机出货量情况图

图表：中国4G手机市场发展概况图

图表：2013-2014年中国手机浏览器市场竞争愈加激烈图

图表：2013-2014年我国手机浏览器行业发展状况分析图

图表：2013-2014年我国手机浏览器行业发展形势分析图

图表：2013-2014年三大运营商竞逐手机支付市场图

图表：2013-2014年手机支付市场发展动态分析图

图表：2013-2014年手机支付市场网民规模状况图

图表：2013-2014年中国手机导航市场整体综述图

图表：2013-2014年中国手机导航市场运行分析图

图表：2013-2014年中国手机导航市场发展情况图

图表：2015-2020年智能手机市场发展潜力图

图表：2015-2020年智能手机市场趋势预测展望图

图表：2015-2020年智能手机细分行业趋势预测分析图

图表：2015-2020年中国智能手机行业供给预测图

图表：2015-2020年中国智能手机行业产量预测图

图表：2015-2020年中国智能手机市场销量预测图

图表：2015-2020年中国智能手机行业需求预测图

图表：2015-2020年中国智能手机行业供需平衡预测图

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数

据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场监测数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tongxun1502/D57198BBW2.html>