2018-2024年中国智能手机行业市场行情动态分析及发展前景趋势预测报告

报告大纲

华经情报网
www.huaon.com

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国智能手机行业市场行情动态分析及发展前景趋势预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：https://www.huaon.com//detail/360320.html

报告价格：电子版: 9000元　纸介版：9000元　电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联 系 人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

智能手机，是指像个人电脑一样，具有独立的操作系统，独立的运行空间，可以由用户自行安装软件、游戏、导航等第三方服务商提供的程序，并可以通过移动通讯网络来实现无线网络接入手机类型的总称。

2017年苹果手机前置3D视觉渗透率约为20%，随着3D视觉逐渐普及预计2019/2020年苹果手机前置3D视觉渗透率将分别达到70%/100%；在后置3D视觉方面，预计从2018年的苹果手机开始装配，到2020年渗透率有望达到70%。2020年全球智能手机端3D视觉硬件市场规模将到达99.25亿美元，其中苹果手机为31.48亿美元，安卓手机为67.77亿美元；前置结构光3D视觉市场规模为66.78亿美元，后置时间光3D视觉市场规模为32.47亿美元。

智能手机端3D视觉渗透情况与市场规模预测

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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调研数据，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。

报告目录：

第1章：中国智能手机行业背景分析
1.1智能手机行业基本概念
1.1.1智能手机的概念及定义
（1）智能手机的概念及定义
（2）智能手机的基本特点
（3）智能手机误区
1.1.2智能手机的构成
（1）智能手机硬件
（2）智能手机软件
1.1.3智能手机的发展历史
1.1.4智能手机对经济和生活的影响
（1）提高上班工作效率
（2）减少“闲置”时间/处理紧急事务
（3）压缩虚度的个人时间
（4）带来经济效益
1.2智能手机行业环境分析
1.2.1智能手机行业经济环境分析
（1）宏观经济对行业影响分析
（2）国际宏观经济环境

1）国际宏观经济现状
2）国际经济展望
（3）国内宏观经济环境
1）国内经济现状
2）国内经济展望
1.2.2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
1）《关于做好工业通信业和信息化“十三五”规划工作的意见》
2）《电子信息产业调整和振兴规划》
1.3智能手机产业链分析
1.3.1智能手机行业产业链简介
1.3.2智能手机行业上游产业供应链分析
（1）半导体行业发展分析
（2）PCB行业发展分析
（3）显示屏行业发展分析
（4）触摸屏行业发展分析
（5）电池行业发展分析
1.3.3智能手机行业下游发展分析
（1）中国居民消费分析
（2）中国电信行业发展分析
第2章：全球智能手机行业发展分析
2.1全球智能手机行业发展现状
2.1.1全球智能手机行业市场分析
（1）智能手机用户规模分析
（2）智能手机出货量分析
2.1.2全球智能手机行业竞争情况分析
（1）智能手机市场份额分析
（2）智能手机渗透率分析
（3）全球智能手机行业竞争态势分析
（4）中国智能手机行业国际竞争力分析
2.2全球主要国家和地区智能手机市场分析
2.2.1美国智能手机市场分析
2.2.2欧洲智能手机市场分析
（1）品牌分析

（2）用户分析
（3）德国智能手机市场分析
2.2.3日本智能手机市场分析
2.2.4韩国智能手机市场分析
2.2.5俄罗斯智能手机市场分析
2.2.6印度智能手机市场分析
2.2.7东南亚智能手机市场分析
2.2.8非洲智能手机市场分析
2.3全球智能手机市场发展前景分析
2.3.1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
2.3.2全球智能手机市场规模预测
第3章：中国智能手机行业市场分析
3.1中国手机行业发展现状
3.1.1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
3.1.2中国手机用户规模分析
3.1.3中国手机行业产量分析
3.1.4中国手机行业销量分析
3.2中国智能手机行业市场发展状况分析
3.2.1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
3.2.2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
3.2.3中国智能手机渗透率分析
3.2.4中国智能手机市场影响因素分析
3.3中国智能手机市场结构分析
3.3.12014-2017年智能手机品牌结构分析
（1）2017年智能手机品牌结构分析
（2）2017年智能手机品牌结构分析

3.3.22017年智能手机产品结构分析
（1）2017年智能手机价格段结构
（2）2017年智能手机屏幕尺寸结构
（3）2017年摄像头像素结构
3.4中国智能手机市场价格分析
3.4.1中国手机价格敏感度分析
3.4.2中国手机价格接受度分析
3.4.3中国整体手机市场价格分析
（1）整体手机市场均价分析
（2）主流品牌均价分析
（3）主流品牌均价变动幅度
3.4.4中国智能手机市场价格分析
（1）智能手机市场均价分析
（2）主流品牌产品均价
（3）主流品牌均价变动幅度
3.53G对中国智能手机市场的影响
3.5.13G标准简介
3.5.2不同3G标准用户规模及ARPU分析
3.5.3不同制式智能手机销量情况分析
3.5.4三种3G标准加速Wi-Fi增长
（1）中国移动：相对成熟，后劲不足
（2）中国联通：起步虽晚，无限试用
（3）中国电信：整合资源，厚积待发
3.6中国山寨智能手机市场分析
3.6.1中国山寨手机市场发展及现状分析
3.6.2中国山寨智能手机技术分析
3.6.3中国山寨智能手机成败因素分析
3.6.4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
3.7中国智能手机应用软件市场分析
3.7.1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）AndroidMarket分析

（4）应用程序市场前景预测
3.7.2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4章：智能手机主流操作系统分析
4.1智能手机操作系统概况
4.1.1智能手机操作系统简介
4.1.2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
4.2智能手机操作系统市场分析
4.2.1智能手机主流操作系统市场份额分析
（1）智能手机操作系统发展趋势
（2）智能手机操作系统市场份额
4.2.2智能手机主流操作系统市场关注度
4.2.3生产商支持的操作系统分析
4.2.4智能手机操作系统竞争格局分析
4.3智能手机主流操作系统分析
4.3.1Android
（1）Android特征分析
（2）Android发展阶段分析
（3）Android市场现状分析
（4）Android发展前景分析
4.3.2iPhone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操作系统发展前景分析
4.3.3Symbian
（1）Symbian特征分析
（2）Symbian发展阶段分析
（3）Symbian市场现状分析
（4）Symbian发展前景分析

4.3.4Windows

（1）WindowsMobile特征分析

（2）WindowsMobile发展阶段分析

（3）WindowsMobile市场现状分析

（4）WindowsMobile发展前景分析

4.3.5web

（1）webOS特征分析

（2）webOS发展阶段分析

（3）webOS市场现状分析

（4）webOS发展前景分析

4.3.6Linux

（1）LinuxMobile特征分析

（2）LinuxMobile发展阶段分析

（3）LinuxMobile市场现状分析

（4）LinuxMobile发展前景分析

4.3.7MeeGo

（1）MeeGo特征分析

（2）MeeGo发展阶段分析

（3）MeeGo市场现状分析

（4）MeeGo发展前景分析

4.3.8Bada

（1）Bada特征分析

（2）Bada发展阶段分析

（3）Bada市场现状分析

（4）Bada发展前景分析

4.3.9Blackberry

（1）Blackberry特征分析

（2）Blackberry发展阶段分析

（3）Blackberry市场现状分析

（4）Blackberry发展前景分析

4.3.10OMS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操作系统发展前景分析

4.4生产商智能手机操作系统选用意愿分析
4.4.1诺基亚智能手机操作系统选用意向分析
4.4.2三星智能手机操作系统选用意向分析
4.4.3LG智能手机操作系统选用意向分析
4.4.4宏达国际（HTC）智能手机操作系统选用意向分析
4.4.5摩托罗拉智能手机操作系统选用意向分析
4.4.6索爱智能手机操作系统选用意向分析
4.4.7苹果智能手机操作系统选用意向分析
4.4.8黑莓智能手机操作系统选用意向分析
4.4.9Palm智能手机操作系统选用意向分析
4.5智能手机操作系统发展趋势分析
4.5.1智能手机操作系统将迎来新军
4.5.2四核处理器将逐渐普及
4.5.3手机操作系统与浏览器发展融合
第5章：中国智能手机主流品牌市场竞争力分析
5.1智能手机品牌走势分析
5.1.12017年中国智能手机品牌走势分析
5.1.22017年国产智能手机品牌走势分析
5.2智能手机品牌竞争格局分析
5.2.1中国智能手机产品竞争力分析
5.2.2中国智能手机品牌关注率分析
5.2.3中国智能手机品牌竞争态势分析
5.3智能手机国际主流品牌分析
5.3.1诺基亚
（1）诺基亚智能手机竞争策略分析
1）市场定位分析
2）生产、成本和定价
3）营销手段分析
4）渠道分析
5）优劣势分析
6）竞争策略分析
（2）诺基亚智能手机市场现状分析
（3）诺基亚（中国）投资有限公司经营情况分析
1）企业发展简况分析
2）企业产销能力分析

3）企业盈利能力分析
4）企业运营能力分析
5）企业偿债能力分析
6）企业发展能力分析
7）企业投资兼并与重组分析
5.3.2三星
（1）三星智能手机竞争策略分析
1）市场定位分析
2）生产、成本和定价
3）营销手段分析
4）渠道分析
5）优劣势分析
6）竞争策略分析
（2）三星智能手机市场现状分析
（3）天津三星通信技术有限公司经营情况分析
1）企业发展简况分析
2）企业产销能力分析
3）企业盈利能力分析
4）企业运营能力分析
5）企业偿债能力分析
6）企业发展能力分析
5.3.3HTC
（1）HTC智能手机竞争策略分析
1）市场定位分析
2）生产、成本和定价
3）营销手段分析
4）渠道分析
5）优劣势分析
6）竞争策略分析
（2）HTC智能手机市场现状分析
（3）HTC经营情况分析
5.4智能手机国内主流品牌分析
5.4.1多普达
（1）多普达智能手机竞争策略分析
1）市场定位分析

2）生产、成本和定价
3）营销手段分析
4）渠道分析
5）优劣势分析
6）竞争策略分析
（2）多普达智能手机特性及操作系统分析
（3）多普达通讯有限公司经营情况分析
5.4.2联想
（1）联想智能手机竞争策略分析
1）市场定位分析
2）生产、成本和定价
3）营销手段分析
4）渠道分析
5）优劣势分析
6）竞争策略分析
（2）联想智能手机市场现状分析
（3）联想智能手机特性及操作系统分析
（4）联想移动通信科技有限公司经营情况分析
5.5智能手机主要配套企业分析
5.5.1ARM
（1）发展简况分析
（2）主营业务分析
（3）经营情况分析
5.5.2Atmel
（1）发展简况分析
（2）主营业务分析
（3）经营情况分析
5.5.3谷歌
（1）发展简况分析
（2）主营业务分析
（3）经营情况分析
5.5.4英飞凌
（1）发展简况分析
（2）主营业务分析
（3）经营情况分析

5.5.5大立光电
（1）发展简况分析
（2）主营业务分析
（3）经营情况分析
5.5.6Marvell
（1）发展简况分析
（2）主营业务分析
（3）经营情况分析
5.5.7高通
（1）发展简况分析
（2）主营业务分析
（3）经营情况分析
5.5.8Spirent
（1）发展简况分析
（2）主营业务分析
（3）经营情况分析
第6章：运营商智能手机和AppStore战略分析
6.1中国三大电信运营商渠道影响力分析
6.1.1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
6.1.2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
6.1.3中国三大电信运营商渠道影响力分析
6.2App
6.2.1App
6.2.2App
（1）AppStore准入政策分析
（2）AppStore日常监管分析
6.3中国移动智能手机和Mobile
6.3.1中国移动智能手机战略分析
6.3.2Mobile

（1）MobileMarket概况分析
（2）MobileMarket模式分析
（3）MobileMarket特色分析
（4）MobileMarket优劣势分析
6.4中国联通智能手机和WoStore战略分析
6.4.1中国联通智能手机战略分析
6.4.2WoStore（应用商场）战略分析
（1）WoStore概况分析
（2）WoStore模式分析
（3）WoStore特色分析
（4）WoStore优劣势分析
6.5中国电信智能手机和天翼空间战略分析
6.5.1中国电信智能手机战略分析
6.5.2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
6.6App
6.6.1CP（内容提供商）发展趋势分析
（1）CP发展趋势分析
（2）案例分析
6.6.2SP（服务提供商）发展趋势分析
（1）SP发展趋势分析
（2）案例分析
6.6.3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7章：中国智能手机市场消费情况调研分析
7.1智能手机使用现状分析
7.1.1参与调查用户基本信息
（1）性别分布
（2）年龄分布
（3）收入状况
（4）职业分布

（5）学历分布
7.1.2智能手机用户购买时间分析
7.1.3智能手机用户更换手机频率分析
7.1.4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
（2）智能手机用户认为需改进的地方
（3）非智能手机用户购买智能手机的影响因素
7.2智能手机购买倾向分析
7.2.1手机用户选择智能手机的比例分析
7.2.2手机用户选择智能手机的原因分析
7.2.3手机用户选择智能手机时注重的因素分析
（1）智能手机用户选择智能手机时注重的因素分析
（2）非智能手机用户选择智能手机时注重的因素分析
7.2.4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
7.2.5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
7.2.6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
7.2.7手机用户选择智能手机时品牌倾向分析
（1）智能手机用户选择智能手机时品牌倾向分析
（2）非智能手机用户选择智能手机时品牌倾向分析
7.2.8手机用户对摄像头像素选择分析
7.2.9非智能手机对智能手机外观的选择倾向分析
7.3智能手机购买渠道分析
7.3.1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
7.3.2智能手机用户购买智能手机渠道分析
7.3.3非智能手机用户购买智能手机渠道分析
7.4智能手机购买预算分析
7.4.1智能手机用户购买智能手机预算分析
7.4.2非智能手机用户购买智能手机预算分析
第8章：中国智能手机行业投资与发展战略分析
8.1中国智能手机行业发展前景分析
8.1.1中国智能手机出货量预测分析
8.1.2中国智能手机销量预测分析
8.1.32018-2024年发展阶段分析
8.2中国智能手机行业投资风险
8.2.1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
8.2.2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
8.3中国智能手机行业投资特性及建议
8.3.1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
8.3.2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
8.4中国智能手机市场战略与成功因素
8.4.1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
8.4.2中国智能手机市场的成功因素分析
图表目录：
图表1：智能手机辨识误区
图表2：智能手机软件平台
图表3：移动软件的产业生态系统
图表4：智能手机发展历程
图表5：宏观经济下滑对智能手机行业的影响
图表6：2014-2017年全球主要经济体经济增长速度（单位：%）
图表7：2014-2017年全球主要经济体经济增速及预测分析（单位：%）
图表8：2014-2017年中国国内生产总值分季度同比增长速度（单位：%）
图表9：2014-2017年中国社会消费品零售总额月度情况（单位：亿元）
图表10：智能手机行业相关政策与标准
图表11：智能手机产业链构成
图表12：2014-2017年全球半导体产值（单位：亿美元，%）
图表13：2014-2017年中国PCB行业产销情况（单位：亿元，%）
图表14：2014-2017年中国LED显示屏行业市场规模（单位：亿元，%）
图表15：2014-2017年中国LED显示屏行业市场规模预测（单位：亿元）
图表16：2014-2017年全球触摸屏行业市场规模（单位：亿元，%）
图表17：2014-2017年全球锂电池产业市场规模（单位：亿元，%）
图表18：2014-2017年中国城镇居民人均总收入及增长情况（单位：元，%）
图表19：2014-2017年农村居民人均纯收入及增长情况（单位：元，%）
图表20：2014-2017年中国电信业收入规模（单位：亿元，%）
图表21：2011-2017年全球智能手机用户规模及预测（单位：亿户）
图表22：2014-2017年智能手机出货量与市场份额（单位：百万部，%）

详细请访问：https://www.huaon.com//detail/360320.html