

# 中国智能手机市场产销分析及盈利空间研究报告 (2014-2018)

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国智能手机市场产销分析及盈利空间研究报告（2014-2018）》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：<http://baogao.chinabaogao.com/dianzishabei/184733184733.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

据统计：2013年全球智能手机出货量首次突破10亿部大关，达到10.04亿部，较2012年增长了38.4%。全球手机总体出货量中，智能手机所占比例为55.1%，较2012年上升15.1个百分点。。就智能手机品牌而言：在2013年的全球智能手机市场中，三星所占的市场份额上升了一个百分点，达到31.3%，仍保持其全球最大智能手机厂商的地位；苹果的市场份额从2012年的18.7%下降至15.3%，位居第二。华为、LG电子和联想集团在2013年全球智能手机市场所占份额分居第三、第四和第五位置，但每家公司的市场份额均不到5%。

中国报告网发布的《中国智能手机市场产销分析及盈利空间研究报告（2014-2018）》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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：

### 第一章 世界智能手机行业市场运行走势22

#### 第一节 世界智能手机行业进展情况 22

##### 一、世界智能手机市场进展概况 22

##### 二、世界智能手机出货量市场范围 23

##### 三、世界智能手机出货量市场结构 25

##### 四、世界智能手机渗透率 27

##### 五、世界智能手机用户范围 28

#### 第二节 世界智能手机市场进展态势 29

##### 一、日本智能手机市场份额 29

##### 二、美国智能手机使用情况 30

##### 三、加拿大智能手机市场 32

##### 四、世界智能手机出货量分析 33

##### 五、世界智能手机应用内购买市场范围 34

#### 第三节 2014-2018年世界智能手机进展状况 35

##### 一、大屏幕时代 35

二、键盘操控方式多种多样 35

三、关注用户体验 36

四、硬件设计更重要 36

五、操作系统三足鼎立 37

六、国外智能手机厂商市场份额不断缩小 37

七、智能手机的进展带动移动LBS的进展 37

八、智能手机带动云服务进展 37

第四节 2014-2018年世界五大系统智能手机进展状况 38

一、Android：目前市场份额最高 38

二、iOS：简单、流畅的操作系统 38

三、Symbian：逐渐没落的操作系统 39

四、Windows Phone：比较有潜力的操作系统 39

五、Black Berry OS：逐渐退出市场的操作系统 39

第五节 智能手机市场产业链 40

一、智能手机产业概述 40

二、上游配件供应商 41

三、操作系统平台商 42

四、应用软件开发商 43

五、品牌制造商 43

六、电信营销商 44

七、周边设备制造商 48

八、服务供应商 48

第二章 2013年国内智能手机行业进展环境条件 51

第一节 2013年国内智能手机经济环境条件 51

第二节 国内智能手机政策环境条件 61

一、《关于加强移动智能终端进网管理的通知》治理恶意代码 61

二、手机国家三包法 62

三、《反垄断法》促进电信行业有序竞争 65

四、《电信业务经营许可管理办法》 66

第三节 国内智能手机社会环境条件 68

一、国内人口及分布总体情况 68

二、恩格尔系数 71

三、国内手机普及应用情况 71

四、居民手机拥有量 72

五、移动互联网市场运行 73

### 第三章 国内智能手机行业运行态势74

#### 第一节 2011-2013年国内智能手机市场进展综述 74

一、国内智能手机出货量市场范围 74

二、国内智能手机渗透率 75

三、国内智能手机用户范围 75

四、2013年国内智能手机市场价格76

#### 第二节 国内智能手机产品结构78

一、国内智能手机出货量市场结构 78

二、国内智能手机品牌结构 79

三、国内智能手机产品结构 80

四、国内智能手机操作系统结构 80

五、国内手机产品网络结构 81

六、国内智能手机价格段结构 82

七、国内智能手机销售渠道 82

#### 第三节 国内智能手机行业进展走势 84

一、国内已成智能手机最大消费国 84

二、互联网商扎堆血拼智能手机 84

三、国内山寨智能手机市场 87

四、国内家庭智能手机拥有量 89

五、智能手机主要厂商进展走势 90

六、智能手机主要芯片商进展走势 90

#### 第四节 国内智能手机主要品牌运行态势 91

一、苹果 91

二、三星 92

三、诺基亚 95

四、HTC 96

五、中兴 97

六、华为 98

#### 第五节 2012-2013年互联网企业智能手机营销 99

一、互联网企业智能手机整体营销 99

二、小米手机 100

三、百度易手机 105

四、阿里云手机 108

### 第四章 国内智能手机消费者调研10

#### 第一节 2013年国内智能手机整体市场关注度110

- 一、智能手机品牌关注度 110
- 二、智能手机型号关注度 111
- 三、智能手机操作系统关注度 113
- 四、智能手机价格关注度 113
- 五、智能手机像素关注度 114
- 第二节 2012年国内智能手机用户关注度114
  - 一、智能手机品牌关注度 114
  - 二、智能手机价格关注度 115
  - 三、智能手机操作系统关注度 116
  - 四、智能手机屏幕尺寸关注度 118
  - 五、智能手机像素关注度 119
- 第三节 2013年国内智能手机消费者屏幕尺寸调研 120
  - 一、智能手机用户所用的手机屏幕尺寸分布 120
  - 二、不同类型智能手机用户前景对手机屏幕尺寸的选择 121
    - (一) 智能手机用户前景打算购买的手机屏幕尺寸分布 121
    - (二) 不同年龄段智能手机用户前景的手机屏幕尺寸选择 122
    - (三) 不同性别智能手机用户前景的手机屏幕尺寸选择 122
    - (四) 采用不同操作方式的智能手机用户前景的手机屏幕尺寸选择 123
    - (五) 不同功能使用者前景选择手机屏幕尺寸的意向 124
- 第五章 国内移动通信及终端行业经济运行趋势 125
  - 第一节 2009-2013年国内移动通信及终端行业进展 125
    - 一、2012年国内移动通信及终端行业进展概况 125
    - 二、2013年国内移动通信及终端行业进展概况 128
  - 第二节 2009-2013年国内移动通信及终端行业总体运行情况 131
    - 一、国内移动通信及终端行业公司数量统计 131
    - 二、国内移动通信及终端行业从业人数统计 135
    - 三、国内移动通信及终端行业销售收入 138
    - 四、国内移动通信及终端行业利润总额 142
    - 五、国内移动通信及终端行业亏损情况 146
  - 第三节 2009-2013年国内移动通信及终端行业资产负债趋势 147
    - 一、国内移动通信及终端行业资产趋势 147
    - 二、国内移动通信及终端行业应收账款 151
    - 三、国内移动通信及终端行业流动资产趋势 152
    - 四、国内移动通信及终端行业负债总额 152
  - 第四节 2009-2013年国内移动通信及终端行业经营效益 153

- 一、国内移动通信及终端行业盈利能力 153
- 二、国内移动通信及终端行业偿债能力 156
- 三、国内移动通信及终端行业营运能力 157
- 第五节 2009-2013年国内移动通信及终端行业成本费用结构 159
  - 一、国内移动通信及终端行业销售成本 159
  - 二、国内移动通信及终端行业销售费用 160
  - 三、国内移动通信及终端行业管理费用统计 161
  - 四、国内移动通信及终端行业财务费用统计 162
- 第六章 2009-2013年国内移动通信手持机（手机）产量统计 163
  - 第一节 2009-2013年全国移动通信手持机（手机）产量 163
    - 一、国内手机产量总体情况 163
    - 二、国内主要省份手机产量 164
  - 第二节 2009-2013年国内主要省市手机产量情况 165
    - 一、广东省手机产量总体情况 165
    - 二、北京市手机产量总体情况 165
    - 三、天津市手机产量总体情况 166
    - 四、山东省手机产量总体情况 167
    - 五、浙江省手机产量总体情况 168
    - 六、江苏省手机产量总体情况 168
    - 七、江西省手机产量总体情况 169
    - 八、福建省手机产量总体情况 170
    - 九、四川省手机产量总体情况 171
    - 十、湖北省手机产量总体情况 171
    - 十一、重庆市手机产量总体情况 172
    - 十二、吉林省手机产量总体情况 173
    - 十三、上海市手机产量总体情况 174
    - 十四、贵州省手机产量总体情况 174
    - 十五、辽宁省手机产量总体情况 175
- 第七章 2009-2013年国内手机行业进出口情况 178
  - 第一节 2009-2013年国内无线电话进出口 178
    - 一、2009-2013年国内无线电话进口 178
      - （一）进口数量情况（85171100） 178
      - （二）进口金额情况 178
    - 二、2009-2013年国内无线电话出口 179
      - （一）出口数量情况 179

- (二) 出口金额情况 179
- 三、2009-2013年国内无线电话进出口均价 180
- 四、2013年国内无线电话进出口流向 181
  - (一) 进口来源地情况 181
  - (二) 出口目的地情况 182
- 五、2013年国内无线电话进出口省市 184
  - (一) 进口省市情况 184
  - (二) 出口省市情况 185
- 第二节 2009-2013年国内用于蜂窝网络或其他无线网络的电话机进出口 187
  - 一、2009-2013年国内用于蜂窝网络或其他无线网络的电话机进口 187
    - (一) 进口数量情况 (851712) 187
    - (二) 进口金额情况 187
  - 二、2009-2013年国内用于蜂窝网络或其他无线网络的电话机出口 188
    - (一) 出口数量情况 188
    - (二) 出口金额情况 188
  - 三、2009-2013年国内用于蜂窝网络或其他无线网络的电话机进出口均价 189
  - 四、2013年国内用于蜂窝网络或其他无线网络的电话机进出口流向 190
    - (一) 进口来源地情况 190
    - (二) 出口目的地情况 191
  - 五、2013年国内用于蜂窝网络或其他无线网络的电话机进出口省市 193
    - (一) 进口省市情况 193
    - (二) 出口省市情况 195
- 第三节 2011-2013年国内手机进出口面临的问题及意见 196
  - 一、当前中国手机产业面临的问题 196
  - 二、国内手机出口的 及意见 197
- 第八章 2012-2013年国内智能手机行业竞争新形态 200
  - 第一节 国内智能手机市场竞争总况 200
    - 一、国内智能手机市场整体竞争格局 200
    - 二、国内智能手机市场洗牌加速 201
    - 三、国内智能手机品牌排行榜 204
  - 第二节 国内智能手机营销商竞争趋势 205
    - 一、电信联通战火烧至千元智能机 205
    - 二、电信设立智能手机支持中心提供iPhone专属服务 206
    - 三、电信全面进入三大操作系统推动终端直供 207
    - 四、联通展开3G千元智能手机升级攻势 207



### 第三节 国内智能手机品牌竞争走势 209

- 一、三星Galaxy S 发布 209
- 二、诺基亚推出WP智能手机 209
- 三、联想智能手机中国份额稳定 210
- 四、华为预计中国销售2000万部智能手机 211

### 第四节 国内智能手机技能竞争情况 213

- 一、3G和三网融合对智能手机的影响预测 213
- 二、HTML5关键技能的进展趋向与机会 214
- 三、智能手机迈入四核时代：价格和电池成瓶颈 215

### 第五节 国内智能手机行业提升竞争力战略预测 217

- 一、操作系统的开发是根本 217
- 二、充分发挥营销商的力量 217
- 三、应用功能的全面开发 218

## 第九章 2011-2013年世界智能手机品牌竞争力 219

### 第一节 芬兰诺基亚 219

- 一、诺基亚进展情况 219
- 二、诺基亚盈利能力 219
- 三、诺基亚智能手机地区竞争力 220
- 四、诺基亚智能手机产品竞争力 221
- 五、诺基亚SWOT 223

### 第二节 美国苹果 224

- 一、苹果企业进展概况 224
- 二、苹果企业盈利能力 227
- 三、苹果企业手机地区竞争力 228
- 四、苹果iPhone世界竞争力 228

### 第三节 英国索尼爱立信 230

- 一、索尼爱立信进展概况 230
- 二、索尼爱立信盈利能力 230
- 三、索尼爱立信品牌进展 231
- 四、索尼爱立信智能手机产品竞争力 232

### 第四节 台湾HTC 234

- 一、HTC企业进展概况 234
- 二、HTC智能手机进展历程 235
- 三、HTC企业盈利能力 236
- 四、HTC智能手机产品竞争力 237

## 第五节 美国摩托罗拉 238

一、摩托罗拉企业进展概况 238

二、摩托罗拉品牌进展历程 239

三、摩托罗拉盈利能力 240

四、摩托罗拉智能手机竞争力 241

## 第十章 国内手机重点公司营销趋势探析 243

### 第一节 宏达国际电子股份有限公司 243

一、公司基本情况 243

二、2012年公司经营情况 244

三、2013年公司经营情况 245

### 第二节 TCL通讯科技控股有限公司 246

一、公司概况 246

二、公司经营情况 247

三、公司经济指标 248

四、公司盈利能力 248

五、公司偿债能力 249

六、公司营销能力 249

七、公司成本费用 249

### 第三节 惠州TCL移动通信有限公司 250

一、企业基本情况 250

二、公司主要经济指标 250

三、公司偿债能力 251

四、公司盈利能力 252

五、公司营销能力 252

### 第四节 诺基亚通信有限公司 253

一、企业基本情况 253

二、公司主要经济指标 254

三、公司偿债能力 254

四、公司盈利能力 255

五、公司营销能力 255

### 第五节 摩托罗拉(国内)电子有限公司 256

一、企业基本情况 256

二、公司主要经济指标 256

三、公司偿债能力 257

四、公司盈利能力 258

五、公司营销能力 258

第六节 杭州摩托罗拉移动通信设备有限企业 259

一、企业基本情况 259

二、公司主要经济指标 259

三、公司偿债能力 260

四、公司盈利能力 261

五、公司营销能力 261

第七节 天津三星通信技能有限企业 262

一、企业基本情况 262

二、公司主要经济指标 262

三、公司偿债能力 263

四、公司盈利能力 264

五、公司营销能力 264

第八节 北京索爱普天移动通信有限企业 265

一、企业基本情况 265

二、公司主要经济指标 265

三、公司偿债能力 266

四、公司盈利能力 267

五、公司营销能力 267

第九节 杭州东信移动电话有限企业 268

一、企业基本情况 268

二、公司主要经济指标 268

三、公司偿债能力 269

四、公司盈利能力 270

五、公司营销能力 270

第十节 青岛乐金浪潮数字通信有限企业 271

一、企业基本情况 271

二、公司主要经济指标 271

三、公司偿债能力 272

四、公司盈利能力 273

五、公司营销能力 273

第十一章 2014-2018年国内智能手机市场运行未来分析预测 283

第一节 2014-2018年国内手机进展状况预测 283

一、手机游戏大崛起 283

二、智能手机推动NFC支付普及 284

三、LBS用户数呈爆发式增长	286
四、3G业务和用户仍将快速增长	288
五、4G研发的不断推进提升通信设备市场范围	288
第二节 2014-2018年国内智能手机市场分析预测	289
一、2014-2018年国内手机供给分析	289
二、2014-2018年国内智能手机销量分析	289
三、2014-2018年国内智能手机市场盈利分析	290
第十二章 2014-2018年国内智能手机产业投资策略研究	292
第一节 2014-2018年国内品牌智能手机投资机会预测	292
一、智能手机加速普及	292
二、营销商定制机占据优点	292
三、金属外观件渗透率提升	293
第二节 2014-2018年国内品牌智能手机投资风险预警	293
一、行业竞争风险预警	293
二、技能风险预警	295
三、进入退出风险剖析	295
第三节 专家意见	296
一、从策略角度的意见	296
二、从提升核心竞争力方面的意见	302
三、智能手机进展的战略	303
图表目录：	
图表：世界智能手机市场进展历程	21
图表：2009-2013年世界智能手机出货量及增速变化	23
图表：2009-2013年世界手机出货量市场范围	23
图表：2008-2011年世界功能手机与智能手机出货量份额对比	24
图表：2012年世界手机生产商市场份额	25
图表：2012-2013年世界智能手机出货量市场份额分布情况	26
图表：2009-2013年世界智能手机厂商出货量情况	26
图表：2013年世界各区域智能手机渗透率情况	27
图表：2013年3月美国手机用户获取即时信息情况分布	29
图表：2013年美国移动操作系统市场份额分布情况	30
图表：2012年美国用户认为智能手机功能重要性分布情况	31
图表：智能手机市场产业链	40
图表：2009-2013年国内3G用户数量变化状况图	44
图表：2012年国内3G用户市场份额分布情况	45

- 图表：2009-2013年3G市场渗透率变化状况图 45
- 图表：以用户为中心的移动互联网 46
- 图表：2010-2013年手机淘宝交易范围 48
- 图表：2009-2013年国内中国生产总值及增长变化状况图 51
- 图表：2009-2013年国内人均中国生产总值变化状况图 51
- 图表：2011-2013年国内居民消费价格指数变化情况 52
- 图表：2009-2013年城镇居民人均可支配收入及增长状况图 53
- 图表：2009-2013年农村居民纯收入及增长情况统计 54
- 图表：2012年国内社会消费品零售总额同比增长状况图 55
- 图表：2009-2013年国内社会消费品零售总额及增长速度状况图 55
- 图表：2009-2013年国内全社会固定资产投资增长状况图 57
- 图表：2012年国内货物进出口总额及其增长速度 58
- 图表：2009-2013年国内进出口总额增长状况图 60
- 图表：2012年国内人口数量及其构成情况 67
- 图表：2004-2012年国内人口数量变化状况图 68
- 图表：2013末国内各年龄段人口比重 68
- 图表：2009-2013年国内各年龄段人口比重变化情况 69
- 图表：2005-2012年国内城镇居民家庭恩格尔系数 70
- 图表：2007-2015年国内手机用户范围 71
- 图表：2005-2012年国内城镇居民家庭平均每百户通信设备拥有量 72
- 图表：2006-2015年国内移动互联网市场范围 72
- 图表：2009-2012年国内手机生产商智能手机出货量范围 73
- 图表：2010-2013年国内智能手机市场出货量范围 73
- 图表：2011-2015年国内智能手机渗透率情况 74
- 图表：2011-2015年国内智能手机市场保有量范围 75
- 图表：2008-2015年国内移动互联网用户范围 75
- 图表：2011-2013年宏达国际电子股份有限公司主要经济指标走势
- 图表：2011-2013年宏达国际电子股份有限公司经营收入走势
- 图表：2011-2013年宏达国际电子股份有限公司盈利指标走势
- 图表：2011-2013年宏达国际电子股份有限公司负债情况
- 图表：2011-2013年宏达国际电子股份有限公司负债指标走势
- 图表：2011-2013年宏达国际电子股份有限公司运营能力指标走势
- 图表：2011-2013年宏达国际电子股份有限公司成长能力指标走势
- 图表：2011-2013年TCL通讯科技控股有限公司主要经济指标走势
- 图表：2011-2013年TCL通讯科技控股有限公司经营收入走势

图表：2011-2013年TCL通讯科技控股有限公司盈利指标走势

图表：2011-2013年TCL通讯科技控股有限公司负债情况

图表：2011-2013年TCL通讯科技控股有限公司负债指标走势

图表：2011-2013年TCL通讯科技控股有限公司运营能力指标走势

图表：2011-2013年TCL通讯科技控股有限公司成长能力指标走势

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianzishebei/184733184733.html>