

2009-2012年中国手机设计行业发展前景预测及投资风险研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年中国手机设计行业发展前景预测及投资风险研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxinshebei/7678976789.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 8000

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

内容简介

手机设计一般是指软件设计、硬件设计和包括机械结构设计在内的外观设计三大领域。手机设计公司正逐渐地成为手机制造产业价值链中的重要一环。迈入2004年后，中国本土的专业手机设计公司迅速崛起，逐渐取代了韩国和中国台湾的企业，而且，已有部分公司能够提供3G手机的解决方案。自国内3G运营牌照发布后，一场3G品牌广告宣传大战首先为市场预热。中国电信博得市场先机，首推“天翼”品牌，中国移动紧随其后推出“G3”，在沉默中酝酿的联通也终于近日透露其全业务品牌“沃”。铺天盖地的广告宣传，让人觉得眼花缭乱，同时也闻到了一丝这战争背后硝烟弥漫的味道。事实上，3G牌照的发放，各路终端厂商都对3G定制手机投入了百倍热情。在2G时代，由于技术上的落后，让中国的手机制造失去了很多机会，但就3G技术而言，我们几乎和世界处于同步水平。如果能重视手机设计力量，我们就有机会成为真正意义上的手机制造大国。从运营商的角度来看，实现和手机设计公司的合作，能使手机应用开发和终端业务直接对接，显然有着更大的优势。对市场和应用技术了解得最为透彻的手机设计公司，经历了多年来在2G和2.5G市场中的积累，势必将会从幕后走到台前，成为运营商终端定制的重要合作伙伴。

2009年上半年中国厂商出货1.65亿部手机，比2008年同期增长19%。2009年中国厂商的手机出货量将达到3.63亿部，比2008年增加20%。话音服务费以及手机平均销售价格持续下降，将在未来五年确保中国手机用户稳步增加。2009年中国白牌手机供应商出货量明显增长。除了国内市场，这些白牌手机主要销往发展中国家。在这些地区，许多消费者青睐这些来自中国的价格低但具有高端功能的手机。有些白牌手机供应商甚至在这些国家建立了自己的销售渠道。独立设计公司(IDH)是这些白牌手机供应商手机系统解决方案的主要来源。目前中国有数百家IDH公司，由于缺乏新的手机功能，竞争非常激烈。这些IDH全都使用一家公司的平台，因此难以使自己的产品实现差异化。对于手机IDH来说，一部手机的毛利润只有一美元是非常普遍的现象。目前手机普及率已很高，消费者对新功能和高配置产品有很高的依赖程度，产品更新换代周期明显缩小；手机市场竞争环境日益严峻，品牌厂商依靠新机型打击竞争对手、取得较高利润和推动消费需求更新。庞大的市场需求和现实的竞争环境，使中国手机市场新推产品数量逐年上升，中国手机设计业的规模还会继续扩大。中国3G市场给手机厂商带来商机，巨大的换机需求也给手机设计业描绘了美好蓝图，设计公司3G手机研发和设计已积累了一定的经验，已比2G手机站在更高的起点上。但由于3G研发要投入大量的人力和财力，一般的手机设计公司出于资金实力和风险考虑都没有积极进行3G手机的研究，只有实力较强的国外手机公司和ODM代工厂商重点投入3G手机的研究，因而3G时代手机的研究和设计上他们仍然会处于领先地位，设计公司仍没有先入为主的劣势。对于手机设计公司来讲，一边是诱人的蛋糕，一边是发展的瓶颈，手机设计公司必须权衡利弊，规划好公司的发展策略。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家工业和信息化部、TD-SCDMA产业联盟、易观国际，中关村在线调研中心，国内外相关刊物杂志的基础信息以及手机设计科研单位等公布和提供的大量资料，结合对手机设计相关企业及终端市场的实地调查，对我国手机设计行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了手机设计行业的前景与风险。报告揭示了手机设计市场潜在需求与潜在机会，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 发展现状与前景分析

第一章 全球手机设计行业发展分析 1

第一节 2009-2010年世界手机设计产业发展环境分析 1

一、2009-2010年全球经济发展情况分析 1

二、2009-2014年全球手机普及率的预测 7

三、2009-2010年发达国家的手机普及率 9

四、2009-2010年发展中国家手机普及率 11

五、2008-2009年全球手机品牌的占有率 13

第二节 2008-2009年世界手机设计产业发展状况分析 17

一、2008-2009年美国手机设计行业发展分析 17

二、2008-2009年欧洲手机设计行业发展分析 18

三、2008-2009年日本手机设计行业发展分析 20

四、2008-2009年韩国手机设计行业发展分析 21

第二章 我国手机设计行业发展现状 25

第一节 手机设计行业发展概况 25

一、手机设计行业概况 25

二、国产手机厂商设计能力分析 26

三、中国手机设计公司问题分析 26

四、中国手机设计公司机遇和挑战分析 27

第二节 手机设计行业发展现状分析 28

一、手机设计产业链发展现状及出路分析 28

二、3G时代手机设计行业发展机会分析 32

三、手机研发设计公司突围策略 33

第三节 TD-SCDMA产业发展分析 37

一、TD-SCDMA产业发展历程 37

二、TD-SCDMA产业发展分析	44
三、政府对TD-SCDMA产业支持分析	48
第四节 TD-SCDMA产业联盟	51
一、TD-SCDMA产业联盟简介	51
二、中移动与TD-SCDMA产业联盟合作分析	52
三、TD联盟拟出台反恶性竞争规定	53
第三章 手机设计平台分析	56
第一节 手机硬件市场概况	56
一、2008-2009年手机芯片市场格局	56
二、2008年中国手机芯片市场回顾	59
三、2009年手机芯片市场发展分析	60
四、2009-2010年手机芯片需求预测	61
五、2009-2012年手机芯片发展趋势	63
第二节 手机软件行业市场发展分析	64
一、2008年手机应用软件行业发展现状	64
二、2008年手机软件商店利益竞争状况	83
三、2008年手机软件标准现状分析	87
四、2009年手机软件市场竞争分析	90
五、2009-2012年手机软件发展趋势	93
第四章 手机设计技术发展分析	98
第一节 3G手机设计的要旨	98
一、数据服务挤压传统话务	98
二、物美价廉的3G手机	98
三、终端体验是产业链核心	99
第二节 智能手机设计概述	100
一、手机市场与功能设计演进	100
二、智能手机的操作系统之争	102
三、应用处理器的发展与变革	103
第三节 手机射频功率控制环路设计	106
一、输出功率检测反馈控制法	107
二、输出功率检测反馈控制电路设计	109
三、电流检测反馈控制	111
第四节 3G手机电源管理的设计趋势	112
一、拍照功能引发的挑战	113
二、闪光灯及其支持电路	114

三、	电池充电的解决方案	115
四、	系统设计策略和趋势	117
第五章	手机行业发展分析	123
第一节	2009年中国手机行业发展状况	123
一、	2009年手机行业发展状况分析	123
二、	2009年我国手机产量统计分析	124
三、	2009年我国手机的进出口分析	130
四、	2009年我国手机市场趋势分析	132
第二节	2008-2009年手机用户研究分析	138
一、	用户特征概括	138
二、	用户特征研究	141
三、	用户上网行为研究	159
四、	主流品牌用户特征研究	162
第三节	2008年中国手机市场热门机型分析	170
一、	市场概述与主要结论	170
二、	热门机型现状与特征	172
三、	热门机型产品结构特征	178
四、	主流厂商热门机型分析	191
五、	热门机型演变趋势分析	200
第四节	2008年中国手机市场季度分析	202
一、	2008年第1季度中国手机市场分析	202
二、	2008年第2季度中国手机市场分析	227
三、	2008年第3季度中国手机市场分析	254
四、	2008年第4季度中国手机市场分析	281
第五节	2009年中国手机市场发展分析	310
一、	2009年第1季度中国手机市场分析	310
二、	2009年第2季度中国手机市场分析	324
三、	2009年第3季度中国手机市场分析	339
四、	2009-2010年度中国手机市场分析	353
第六章	手机设计行业投资与发展前景分析	380
第一节	手机设计行业投资分析	380
一、	手机设计行业发展空间	380
二、	中国3G市场的投资机会	380
三、	3G手机定制市场投资分析	383
第二节	手机设计行业发展前景分析	385

- 一、手机设计公司的优势 385
- 二、手机ID、MD设计前景分析 387
- 三、电信重组带来的商机分析 390
- 第二部分 市场竞争格局与形势
- 第七章 手机设计行业竞争格局分析 393
- 第一节 手机设计行业竞争格局分析 393
- 一、手机设计行业竞争格局分析 393
- 二、手机设计行业区域竞争分析 394
- 三、手机设计厂商竞争策略分析 396
- 第二节 手机设计行业竞争动向分析 399
- 一、2008年手机设计行业竞争分析 399
- 二、2009年华胜天成手机设计分析 401
- 三、2009年LG手机设计发展分析 402
- 第三节 2009年手机设计重点企业竞争分析 404
- 一、2009年中国手机方案企业创新金品奖十佳 404
- 二、2009年中国手机芯片企业创新金品奖十佳 405
- 三、2009年中国手机软件企业创新金品奖十佳 405
- 四、2009年上海市手机设计公司十强企业分析 406
- 第四节 2009年手机设计细分市场竞争对手分析 408
- 一、2009年上半年中国10大手机IDH 408
- 二、2009年两岸手机芯片企业竞争分析 410
- 三、2009年手机芯片市场竞争格局分析 411
- 四、2009年手机操作系统市场竞争分析 414
- 第八章 2009-2012年中国手机设计行业发展形势分析 418
- 第一节 手机设计行业发展概况 418
- 一、手机设计的特点 418
- 二、手机设计市场存在的问题 420
- 三、3G时代手机设计面临的问题 424
- 第二节 手机设计行业发展形势 425
- 一、手机设计行业遭遇大洗牌 425
- 二、内地手机设计产业形势严峻 428
- 三、2008-2009年手机IDH产业发展形势 430
- 第三节 2009-2012年手机世纪产业发展形势 431
- 一、手机市场形势预测 432
- 二、手机设计价值分析 432

- 三、手机企业面临困境 433
- 四、手机设计发展形势 434
- 第三部分 赢利水平与企业分析
- 第九章 中国手机设计行业赢利水平分析 437
 - 第一节 企业规模分析 437
 - 一、企业数量分析 437
 - 二、企业利润分析 437
 - 第二节 手机设计成本分析 437
 - 一、成本优势分析 437
 - 二、成本趋势分析 438
 - 第三节 盈利水平分析 438
 - 一、手机设计价格分析 438
 - 二、IC设计利润率分析 439
 - 三、手机设计毛利率分析 440
 - 四、手机设计利润率分析 440
 - 五、小型设计公司盈利水平 442
- 第十章 手机设计总体方案提供商竞争分析 443
 - 第一节 Techfaith (德信无线) 443
 - 一、公司简介 443
 - 二、2009年经营状况 444
 - 三、未来发展策略 445
 - 第二节 晨讯科技集团有限公司 447
 - 一、公司简介 447
 - 二、2009年经营状况 447
 - 三、发展策略分析 448
 - 第三节 宇龙计算机通信科技(深圳)有限公司 449
 - 一、公司简介 449
 - 二、研发能力 449
 - 三、2009年发展策略 450
 - 第四节 大唐电信科技股份有限公司 453
 - 一、公司简介 453
 - 二、2008-2009年财务分析 455
 - 三、2009年经营状况 458
 - 第五节 其他手机设计总体方案提供商 459
 - 一、上海禹华通信技术有限公司 459

- 二、经纬科技有限公司 460
- 三、上海毅仁信息科技有限公司 460
- 四、深圳埃立特通讯设备集团有限公司 461
- 五、深圳金立通信设备有限公司 461
- 六、深圳友利通电子有限公司 462
- 七、Z-OBEE集团 463
- 八、龙旗集团有限公司 463
- 九、厦门市恒信网元通信技术有限公司 464
- 十、浙江华立通信集团有限公司 465
- 第十一章 手机设计模块提供商竞争分析 466
 - 第一节 模块提供商 466
 - 一、上海展讯通信有限公司 466
 - 二、北高智科技有限公司 466
 - 第二节 工业设计和外观设计厂商 467
 - 一、上海意岭产品设计有限公司 467
 - 二、上海木马工业设计有限公司 467
 - 三、上海龙域设计公司 468
 - 四、上海广辰工业设计有限公司 468
 - 五、创宇国际股份有限公司 469
- 第十二章 全球著名手机设计厂商竞争分析 470
 - 第一节 韩国手机厂商 470
 - 一、BELLWAVE (贝尔威夫) 470
 - 二、INNOSTREAM 470
 - 第二节 Flextronics (伟创力) 471
 - 一、公司简介 471
 - 二、2009-2010年公司经营预测 471
 - 三、公司应对金融危机战略分析 472
 - 第三节 IDEO公司 474
 - 一、公司简介 474
 - 二、Ideo设计分析 474
 - 第四节 SAGEM (法国) 476
 - 一、公司简介 476
 - 二、2009年公司收购行为分析 477
- 第四部分 投资策略与风险预警
- 第十三章 手机设计行业投资策略分析 479

第一节 行业发展特征 479

- 一、手机设计产业在产业链中的位置 479
- 二、中国手机设计产业发展周期阶段 480
- 三、手机设计服务公司商业模式分析 482

第二节 行业投资形势分析 484

- 一、手机设计产业规模 484
- 二、手机设计产业结构 485
- 三、手机设计产业模式 485
- 四、手机设计产业趋势 486

第三节 手机设计行业发展战略研究 487

- 一、技术开发战略 487
- 二、产业战略规划 489
- 三、业务组合战略 491
- 四、营销战略规划 493
- 五、区域战略规划 494
- 六、企业信息化战略规划 496

第十四章 手机设计行业投资风险预警 498

第一节 手机设计行业投资风险 498

- 一、手机设计行业风险程度 498
- 二、手机设计开发项目风险分析 498
- 三、手机设计行业前景及风险预测 498

第二节 手机设计产业风险投资分析 500

- 一、IC设计风险投资分析 500
- 二、我国3G行业投资风险分析 503
- 三、风险投资商聚焦手机相关产业 503

第三节 手机设计产业发展的影响因素分析 504

- 一、手机技术模块化与手机设计产业的发展 504
- 二、需求变化与中国手机设计产业的发展 508
- 三、区域专有因素的影响分析 512
- 四、结论与启示 514

第五部分 发展趋势与规划建设

第十五章 手机设计行业发展趋势分析 519

第一节 2009年手机设计趋势总结 519

- 一、时尚化仍是大势所趋 519
- 二、新材料、新工艺的应用突破 520

三、外观设计与文化元素有机结合	520
第二节 未来手机设计趋势分析	521
一、下一代手机功能设计趋势	521
二、下一代多媒体手机对差异化设计的要求	528
三、智能无线整合对手机设计发展影响分析	536
四、手机设计行业发展趋势分析	540
第三节 手机软件发展趋势分析	541
一、手机后装应用软件主流趋势	541
二、手机平台统一趋势	541
三、手机浏览器发展趋势	542
四、web2.0向手机的战略转移趋势	543
五、新网络软件技术发展趋势	545
第十六章 手机设计企业管理策略建议	546
第一节 手机设计行业发展策略分析	546
一、决断企业输赢规则	546
二、产销渠道策略分析	547
三、手机设计发展策略	548
第二节 芯片集成化背景下手机设计产业发展策略	549
一、原厂发展策略	549
二、设计公司发展策略	550
三、分销商发展策略	554
第三节 对我国手机设计品牌的战略思考	557
一、品牌的基本含义	557
二、品牌战略在企业发展中的重要性	557
三、手机设计品牌的特性和作用	558
四、手机设计品牌的价值战略	559
五、我国手机设计品牌竞争趋势	560
六、手机设计企业品牌发展战略	560
七、手机设计行业品牌竞争策略	562
图表目录	
图表：2008-2013年美国手机用户规模增长情况	9
图表：2009年第三季度全球手机出货量排名	14
图表：手机软件适配机型数表	66
图表：联网软件与不联网软件的比例	67
图表：联网软件中包含的主要功能	68

- 图表：联网软件的收费情况 68
- 图表：手机屏幕大小调查 70
- 图表：手机应用软件开发环境格局 71
- 图表：手机终端对音乐格式的支持情况 71
- 图表：手机终端对视频的支持情况 72
- 图表：中国手机上网用户增长趋势 73
- 图表：手机软件用户性别比例 74
- 图表：手机上网网民婚姻状况分布 74
- 图表：使用手机上网网民年龄分布 75
- 图表：使用手机上网网民职业分布 76
- 图表：使用手机上网网民的城乡分布 76
- 图表：手机产业链条示意图 90
- 图表：PVT功率-时间模板 106
- 图表：功率控制环路的数学模型 107
- 图表：功率控制环路的详细设计步骤 109
- 图表：电流检测反馈控制 111
- 图表：手机低电压输出不同功率水平需求 112
- 图表：LDO与开关稳压器的比较 113
- 图表：闪光灯及其支持电路 115
- 图表：带过流保护功能的LTC4052脉冲充电器 117
- 图表：2G与3G手机的功耗数据对比 118
- 图表：采用AVS的基带电源管理 120
- 图表：白色LED驱动器 122
- 图表：2008-2013年中国智能手机市场出货量预测 124
- 图表：2009年1-10月重点电子信息产品增长变化情况 124
- 图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量全国统计 125
- 图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量北京市统计 125
- 图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量天津市统计 125
- 图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量内蒙古统计 125
- 图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量辽宁省统计 125
- 图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量吉林省统计 126
- 图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量上海市统计 126
- 图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量江苏省统计 126
- 图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量浙江省统计 126
- 图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量福建省统计 126

- 图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量江西省统计 126
- 图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量山东省统计 126
- 图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量湖北省统计 126
- 图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量广东省统计 127
- 图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量广西区统计 127
- 图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量重庆市统计 127
- 图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量四川省统计 127
- 图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量贵州省统计 127
- 图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量全国合计 127
- 图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量北京市合计 127
- 图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量天津市合计 127
- 图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量内蒙古合计 128
- 图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量辽宁省合计 128
- 图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量吉林省合计 128
- 图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量上海市合计 128
- 图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量江苏省合计 128
- 图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量浙江省合计 128
- 图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量安徽省合计 128
- 图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量福建省合计 128
- 图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量江西省合计 129
- 图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量山东省合计 129
- 图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量湖北省合计 129
- 图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量湖南省合计 129
- 图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量广东省合计 129
- 图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量重庆市合计 129
- 图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量四川省合计 129
- 图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量贵州省合计 129
- 图表：2008年中国手机用户性别分布 141
- 图表：2008年中国手机用户年龄分布 142
- 图表：2008年中国手机用户所在区域分布 143
- 图表：2008年中国手机用户城乡分布 144
- 图表：2008年中国手机用户婚姻状况分布 145
- 图表：2008年中国手机用户个人月收入分布 145
- 图表：2008年中国手机用户家庭月收入分布 146
- 图表：2008年中国手机用户受教育程度分布 147

- 图表：2008年中国手机用户所在行业分布 148
- 图表：2008年中国手机用户所在单位人员规模分布 149
- 图表：2008年中国手机用户所在单位年产值规模分布 150
- 图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——音乐 151
- 图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——电影 152
- 图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——电视 152
- 图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——游戏 153
- 图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——阅读 154
- 图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——艺术 155
- 图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——体育 156
- 图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——购物 157
- 图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——旅游出行 157
- 图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——线路信息 158
- 图表：2008年中国手机用户上网地点分布 159
- 图表：2008年对中国手机用户最具吸引力的广告形式分布 160
- 图表：2008年中国手机用户网络广告点击行为分布 160
- 图表：2008年Q2手机功能关注度排行 161
- 图表：2008年主流品牌手机用户年龄分布对比 162
- 图表：2008年主流品牌手机用户个人月收入分布对比 163
- 图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——音乐 164
- 图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——电影 165
- 图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——电视 165
- 图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——游戏 166
- 图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——阅读 167
- 图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——艺术 168
- 图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——体育 169
- 图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——购物 170
- 图表：2008年中国手机市场百款热门机型上市时间分布 173
- 图表：2008年百款热门机型中不同品牌上榜产品数量分布 174
- 图表：2008年中国手机市场百款热门机型品牌关注度分布 175
- 图表：2008年百款热门机型中不同品牌单款产品关注度贡献值对比 176
- 图表：2008年百款热门机型与整体市场六大品牌关注比例对比 177
- 图表：2008年百款热门机型中不同价格区间产品数量分布 178
- 图表：2008年百款热门机型不同价格区间产品关注度分布 179
- 图表：2008年百款热门机型与整体市场不同价格区间产品关注对比 180

- 图表：2008年百款热门机型均价与整体市场均价对比 181
- 图表：2008年百款热门机型与整体市场不同功能产品均价对比 182
- 图表：2008年百款热门机型与整体市场不同像素产品均价对比 183
- 图表：2008年百款热门机型中不同设计类型产品数量分布 184
- 图表：2008年百款热门机型不同设计类型产品关注度分布 185
- 图表：2008年百款热门机型中不同功能产品关注度分布 186
- 图表：2008年百款热门机型中不同像素产品数量分布 187
- 图表：2008年百款热门机型中主流像素产品关注度分布 188
- 图表：2008年百款热门机型中不同屏幕色彩产品关注度分布 189
- 图表：2008年百款热门机型中不同尺寸产品关注度分布 190
- 图表：2008年百款热门机型中触摸屏手机与GPS手机关注度分布 191
- 图表：2008年诺基亚热门机型产品线分布 192
- 图表：2008年诺基亚不同像素及价格区间产品数量分布 193
- 图表：2008年诺基亚不同功能热门机型产品数量分布 194
- 图表：2008年索尼爱立信热门机型产品线分布 195
- 图表：2008年索尼爱立信不同像素及价格区间产品数量分布 196
- 图表：2008年索尼爱立信不同功能的热门机型产品数量分布 197
- 图表：三星热门机型产品线分布 198
- 图表：2008年三星不同像素及价格区间产品数量分布 199
- 图表：2008年三星不同功能热门机型产品数量分布 200
- 图表：2008年第1季度中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布 204
- 图表：2008年1月-3月入围TOP10的前四大品牌关注比例走势 206
- 图表：2008年1月-3月入围TOP10的后六大品牌关注比例走势 207
- 图表：2008年第1季度最受用户关注的十大音乐手机品牌分布 208
- 图表：2008年第1季度最受用户关注的十大智能手机品牌分布 209
- 图表：2008年第1季度中国七大区域手机市场关注比例分布 210
- 图表：2008年1月-3月中国七大区域手机市场关注比例走势 211
- 图表：2008年第1季度华南市场最受用户关注的十大手机品牌分布 212
- 图表：2008年第1季度华东市场最受用户关注的十大手机品牌分布 213
- 图表：2008年第1季度华北市场最受用户关注的十大手机品牌分布 214
- 图表：2008年第1季度音乐手机与智能手机关注比例对比 215
- 图表：2008年1月-3月音乐手机与智能手机关注比例走势 216
- 图表：2008年第1季度不同像素拍照手机关注比例分布 217
- 图表：2008年1月-3月主流像素拍照手机关注比例走势 218
- 图表：2008年第1季度不同价位区间手机关注比例分布 219

- 图表：2008年1月-3月不同价位手机关注比例走势 220
- 图表：2008年第1季度中国手机市场价格指数走势 221
- 图表：2008年第1季度音乐手机与智能手机价格指数走势 222
- 图表：2008年第1季度中国手机市场均价走势 223
- 图表：2008年第1季度音乐手机与智能手机均价走势对比 224
- 图表：2008年第1季度中国手机市场十大品牌产品均价对比 225
- 图表：2008年第1季度音乐手机市场十大品牌产品均价对比 226
- 图表：2008年第1季度智能手机市场十大品牌产品均价对比 227
- 图表：2008年第2季度中国手机市场最受用户关注的15大品牌分布 231
- 图表：2008年4月-6月TOP10前四大品牌关注比例走势 232
- 图表：2008年4月-6月TOP5-TOP10六大品牌关注比例走势 233
- 图表：2008年第2季度最受用户关注的十大音乐手机品牌分布 234
- 图表：2008年第2季度最受用户关注的十大智能手机品牌分布 235
- 图表：2008年第2季度最受关注的十大200万像素拍照手机品牌排行榜 236
- 图表：2008年第2季度最受关注的十大300万像素及以上拍照手机品牌分布 237
- 图表：2008年第2季度中国七大区域手机市场关注比例分布 238
- 图表：2008年4月-6月中国七大区域手机市场关注走势 239
- 图表：2008年第2季度七大区域市场主流品牌格局分布 239
- 图表：2008年第2季度华南市场最受用户关注的十大手机品牌分布 240
- 图表：2008年第2季度华东市场最受用户关注的十大手机品牌分布 241
- 图表：2008年第2季度华北市场最受用户关注的十大手机品牌分布 242
- 图表：2008年第2季度音乐手机与智能手机关注比例对比 243
- 图表：2008年4月-6月音乐手机与智能手机关注比例走势对比 243
- 图表：2008年第2季度不同像素拍照手机关注比例分布 244
- 图表：2008年4月-6月不同像素拍照手机关注比例走势对比 245
- 图表：2008年第2季度不同价位区间手机关注比例分布 246
- 图表：2008年4月-6月不同价位区间手机关注比例走势 247
- 图表：2008年第2季度不同设计类型手机关注比例分布 248
- 图表：2008年第2季度整体手机市场价格指数走势 248
- 图表：2008年第2季度音乐手机与智能手机价格指数走势对比 249
- 图表：2008年第2季度主流像素拍照手机价格指数走势对比 249
- 图表：2008年4月-6月整体手机市场均价走势 250
- 图表：2008年4月-6月音乐手机与智能手机市场均价走势对比 250
- 图表：2008年4月-6月主流像素拍照手机均价走势对比 251
- 图表：2008年第2季度中国手机市场主流品牌产品均价对比 251

- 图表：2008年第2季度音乐手机市场主流品牌产品均价对比 252
- 图表：2008年第2季度智能手机市场主流品牌产品均价对比 252
- 图表：2008年第2季度200万像素拍照手机市场产品均价对比 253
- 图表：2008年第2季度300万及以上拍照手机市场主流品牌产品均价对比 253
- 图表：2008年第3季度中国手机市场最受用户关注的15大品牌分布 256
- 图表：2008年第3季度最受用户关注的前十大手机品牌关注比例变化 258
- 图表：2008年7月-9月TOP10前四大品牌关注比例走势 259
- 图表：2008年7月-9月TOP5-TOP10六大品牌关注比例走势 259
- 图表：2008年第3季度中国市场最受关注的十大音乐手机品牌排行榜 260
- 图表：2008年第3季度中国市场最受关注的十大智能手机品牌排行榜 261
- 图表：2008年第3季度最受关注的十大200万像素拍照手机品牌分布 262
- 图表：2008年第3季度最受关注的十大300万像素拍照手机品牌分布 262
- 图表：2008年第3季度中国七大区域手机市场用户关注分布状况 263
- 图表：2008年7月-9月七大区域手机市场用户关注比例走势 264
- 图表：2008年第3季度七大区域手机市场用户关注的十大品牌分布 265
- 图表：2008年第3季度北京地区最受关注的十大手机品牌分布 266
- 图表：2008年第3季度上海地区最受关注的十大手机品牌分布 266
- 图表：2008年第3季度广东地区最受关注的十大手机品牌分布 267
- 图表：2008年第3季度诺基亚用户关注度最高的15大地区 268
- 图表：2008年第3季度三星用户关注度分布最高的15大地区 269
- 图表：2008年第3季度索尼爱立信用户关注度最高的15大地区分布 269
- 图表：2008年第3季度摩托罗拉用户关注度最高的15大地区分布 270
- 图表：2008年第3季度音乐手机与智能手机关注比例分布 271
- 图表：2008年7月-9月音乐手机与智能手机用户关注比例走势 272
- 图表：2008年第3季度不同像素手机关注比例分布 273
- 图表：2008年7月-9月不同像素手机关注比例走势 274
- 图表：2008年第3季度不同价位区间手机关注比例分布 275
- 图表：2008年7月-9月不同价位手机关注比例走势 276
- 图表：2008年第3季度整体手机市场价格指数走势 277
- 图表：2008年第3季度音乐手机与智能手机价格指数走势对比 277
- 图表：2008年第3季度主流像素拍照手机价格指数走势对比 278
- 图表：2008年第3季度整体手机市场均价走势 278
- 图表：2008年第3季度音乐手机与智能手机均价走势对比 279
- 图表：2008年第3季度主流像素拍照手机均价走势对比 279
- 图表：2008年第3季度主流厂商产品均价对比 280

- 图表：2008年第3季度主流厂商产品均价调整幅度对比 280
- 图表：2008年第4季度中国手机市场最受用户关注的15大品牌分布 283
- 图表：2008年第4季度最受用户关注的前十大手机品牌关注比例变化 284
- 图表：2008年10月-12月TOP10前四大品牌关注比例走势 285
- 图表：2008年10月-12月TOP5-TOP10六大品牌关注比例走势 286
- 图表：2008年第4季度中国市场最受关注的十大音乐手机品牌排行榜 287
- 图表：2008年第4季度中国市场最受关注的十大智能手机品牌排行榜 288
- 图表：2008年第4季度中国七大区域手机市场用户关注分布状况 289
- 图表：2008年10月-12月七大区域手机市场用户关注比例走势 289
- 图表：2008年第4季度七大区域手机市场用户关注的十大品牌分布 290
- 图表：2008年第4季度北京地区最受关注的十大手机品牌分布 291
- 图表：2008年第4季度上海地区最受关注的十大手机品牌分布 292
- 图表：2008年第4季度广东地区最受关注的十大手机品牌分布 292
- 图表：2008年第4季度诺基亚关注度最高的15大地区分布 293
- 图表：2008年第4季度三星用户关注度分布最高的15大地区 294
- 图表：2008年第4季度索尼爱立信用户关注度最高的15大地区分布 294
- 图表：2008年第4季度摩托罗拉用户关注度最高的15大地区分布 295
- 图表：2008年第4季度诺基亚与其他手机品牌搜索人群重合度分布 296
- 图表：2008年第4季度三星与其他手机品牌搜索人群重合度分布 297
- 图表：2008年第4季度索尼爱立信与其他手机品牌搜索人群重合度分布 298
- 图表：2008年第4季度摩托罗拉与其他手机品牌搜索人群重合度分布 299
- 图表：2008年Q3与Q4音乐手机和智能手机关注比例分布 300
- 图表：2008年10月-12月不同特征手机用户关注比例走势对比 301
- 图表：2008年Q3与Q4不同像素手机关注比例对比 302
- 图表：2008年10月-12月不同像素手机关注比例走势 303
- 图表：2008年Q3与Q4不同价位区间手机关注比例分布 304
- 图表：2008年10月-12月不同价位手机关注比例走势 305
- 图表：2008年第4季度整体手机市场价格指数走势 306
- 图表：2008年第4季度音乐手机与智能手机价格指数走势对比 306
- 图表：2008年第4季度主流像素拍照手机价格指数走势对比 307
- 图表：2008年第4季度整体手机市场均价走势 307
- 图表：2008年第4季度音乐手机与智能手机均价走势对比 308
- 图表：2008年第4季度主流像素拍照手机均价走势对比 308
- 图表：2008年第4季度主流厂商产品均价对比 309
- 图表：2008年第4季度主流厂商产品均价调整对比 309

- 图表：2009年第一季度中国市场最受用户关注的前十五大手机品牌分布图 313
- 图表：2009年第一季度中国手机市场七大区域用户关注分布图 314
- 图表：2009年第一季度中国七大区域最受用户关注的前十大手机品牌排行 314
- 图表：2009年第一季度中国手机市场不同类型手机用户关注比例分布图 316
- 图表：2009年第一季度中国市场不同像素手机用户关注分布图 317
- 图表：2009年第一季度中国市场不同价格区间手机用户关注分布图 318
- 图表：2009年第一季度不同价格区间手机用户关注比例走势图 319
- 图表：2009年1-3月中国市场手机价格指数走势图 320
- 图表：2009年第一季度中国市场手机均价走势图 321
- 图表：2009年第一季度中国市场不同类型手机均价走势图 322
- 图表：2009年第一季度中国手机市场最受用户关注的十大品牌均价对比 323
- 图表：2009年第一季度中国市场最受用户关注的十大智能手机品牌均价对比 324
- 图表：2009年Q2中国市场最受用户关注的前十五大手机品牌分布 328
- 图表：2009年Q2与Q1最受关注前十大手机品牌变化幅度对比 329
- 图表：2009年Q2中国市场最受用户关注的前十大智能和音乐手机品牌排行及用户关注比例 330
- 图表：2009年Q2中国七大区域手机市场用户关注分布图 332
- 图表：2009年Q2中国七大区域手机市场最受用户关注前十大品牌分布格局 333
- 图表：2009年Q2北京地区最受用户关注的前十大手机品牌 334
- 图表：2009年Q2上海地区最受用户关注的前十大手机品牌 335
- 图表：2009年Q2广东地区最受用户关注的前十大手机品牌 336
- 图表：2009年Q2不同类型手机用户关注比例对比图 337
- 图表：2009年Q2与Q1中国市场不同类型手机市场用户关注比例变化对比图 338
- 图表：2009年Q2与Q1不同类型手机用户关注比例走势图 339
- 图表：2009年第三季度中国市场最受用户关注的前十五大手机品牌分布图 342
- 图表：2009年第三季度中国市场最受关注十大手机品牌用户关注比例变化幅度 344
- 图表：2009年第三季度不同类型手机最受用户关注的十大品牌排行对比表 345
- 图表：2009年第三季度中国七大区域手机市场用户关注分布图 346
- 图表：2009年三季度七大区域市场最受用户关注的十大手机品牌排行对比情况 346
- 图表：2009年第三季度北京地区最受用户关注的十大手机品牌排行 348
- 图表：2009年第三季度上海地区最受用户关注的十大手机品牌排行 349
- 图表：2009年第三季度广东地区最受用户关注的十大手机品牌排行 350
- 图表：2009年第三季度不同类型手机用户关注比例分布 351
- 图表：2009年第二、三季度不同类型手机用户关注分布对比 352
- 图表：2009年第三季度不同类型手机7月、8月、9月用户关注走势 353

- 图表：2009年度中国最受用户关注的15大手机品牌排名 354
- 图表：2009年度中国最受用户关注的15大手机品牌分布 354
- 图表：2008-2009年度中国最受用户关注的15大手机品牌对比 356
- 图表：2009年Q1-Q4中国最受用户关注的10大手机品牌走势 357
- 图表：2009年1-4季度诺基亚手机品牌关注比例走势 358
- 图表：2009年Q1-Q4三星、索尼爱立信、摩托罗拉、LG手机品牌关注比例走势 359
- 图表：2009年度诺基亚手机品牌关注度流失状况 360
- 图表：2009年度三星手机品牌关注度流失状况 361
- 图表：2009年度索尼爱立信手机品牌关注度流失状况 362
- 图表：2009年度摩托罗拉手机品牌关注度流失状况 363
- 图表：2009年度诺基亚、三星、索尼爱立信、摩托罗拉品牌重合度对比 364
- 图表：2009年度中国最受用户关注的10大智能手机品牌排名 365
- 图表：2009年度中国最受用户关注的10大智能手机品牌比例分布 365
- 图表：2009年Q1-Q4中国最受用户关注的10大智能手机品牌走势 366
- 图表：2009年度中国最受用户关注的10大音乐手机品牌排名 367
- 图表：2009年度中国最受用户关注的10大音乐手机品牌比例分布 368
- 图表：2009年Q1-Q4中国最受用户关注的10大音乐手机品牌走势 368
- 图表：2009年度中国最受用户关注的10大拍照手机品牌排名 369
- 图表：2009年度中国最受用户关注的10大拍照手机品牌比例分布 370
- 图表：2009年Q1-Q4中国最受用户关注的10大拍照手机品牌走势 370
- 图表：2009年度中国最受用户关注的10大国产手机品牌排名 371
- 图表：2009年度中国最受用户关注的10大国产手机品牌分布 372
- 图表：2009年Q1-Q4中国最受用户关注的10大国产手机品牌走势 373
- 图表：2009年度中国最受用户关注的10大平民手机品牌排名 374
- 图表：2009年度中国最受用户关注的10大平民手机品牌比例分布 374
- 图表：2009年Q1-Q4中国最受用户关注的10大平民手机品牌走势 375
- 图表：2009年度中国最受用户关注的10大双卡双待手机品牌排名 376
- 图表：2009年度中国最受用户关注的10大双卡双待手机品牌分布 376
- 图表：2009年Q1-Q4中国最受用户关注的10大双卡双待手机品牌走势 377
- 图表：2009年度中国最受用户关注的10大GPS手机品牌排名 378
- 图表：2009年度中国最受用户关注的10大GPS手机品牌分布 378
- 图表：2009年Q1-Q4中国最受用户关注的10大GPS手机品牌走势 379
- 图表：2009年上半年中国10大手机IDH(按单位出货量排名) 408
- 图表：手机设计的三大特点 418
- 图表：手机设计产业链结构图 419

- 图表：2003-2008年中国手机设计公司手机出货量及增长率 419
- 图表：2003-2007年手机设计行业平均利润率变化 420
- 图表：2007-2009年中国手机IDH出货量的预测 430
- 图表：2007年中国手机IDH排名 431
- 图表：德信无线技术有限公司全球服务网络 444
- 图表：2008-2009年大唐电信科技股份有限公司每股指标 455
- 图表：2008-2009年大唐电信科技股份有限公司获利能力 455
- 图表：2008-2009年大唐电信科技股份有限公司经营能力 455
- 图表：2008-2009年大唐电信科技股份有限公司偿债能力 456
- 图表：2008-2009年大唐电信科技股份有限公司资本结构 456
- 图表：2008-2009年大唐电信科技股份有限公司发展能力 456
- 图表：2008-2009年大唐电信科技股份有限公司现金流量 456
- 图表：2008-2009年大唐电信科技股份有限公司主营业务收入 457
- 图表：2008-2009年大唐电信科技股份有限公司主营业务利润 457
- 图表：2008-2009年大唐电信科技股份有限公司营业利润 457
- 图表：2008-2009年大唐电信科技股份有限公司利润总额 458
- 图表：2008-2009年大唐电信科技股份有限公司净利润 458
- 图表：手机产业链示意图 479
- 图表：手机产业中部分厂商类型及职能 480
- 图表：2004-2006年德信无线的经营状况万元 482
- 图表：芯片级设计、生产阶段的手机产业链 506
- 图表：手机模块和硬件平台出现后的手机产业链 507
- 图表：全面解决方案技术出现后的手机产业链 508
- 图表：1978-2006年中国移动电话和固定电话用户数的增长情况 508
- 图表：手机设计、生产的主要类型 510
- 图表：部分国产手机品牌厂商代工情况 510
- 图表：1999-2007年国产品牌手机的市场占有率 511
- 图表：部分《中国手机设计厂商研究报告》跟踪研究企业的分布 513
- 图表：中国手机设计产业演化的3个阶段及特点 514
- 图表：手机设计产业的演化过程与趋势 515
- 图表：目前市场中常用的三种系统架构各自的优缺点 525
- 图表：多媒体处理器与应用处理器的比较 526
- 图表：手机集成功能预测 538
- 图表：Bluecore7系统结构 539

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxinshebei/7678976789.html>