

2008-2010年中国手机行业 研究与投资咨询分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2008-2010年中国手机行业研究与投资咨询分析报告》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.cction.com/report/200812/7804.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

第一部分 2008年国际手机行业发展形势分析

第一章 2008年全球手机产业发展概述分析

第一节 2008年全球手机产业发展现状分析

一、2008年全球移动通信市场发展情况分析

二、2008年全球手机用户现状分析

三、2008年全球手机产业进入多媒体快餐时代

第二节 全球手机发展三大新兴趋势分析

第二章 2008年全球手机市场发展态势分析

第一节 2008年全球手机市场发展现状分析

第二节 2008年世界主要国家手机市场现状分析

一、2008年美国手机市场现状分析

二、2008年欧洲手机市场现状分析

三、2008年日系手机惨败后再卷土重来

四、2008年韩国手机市场现状分析

第三节 2008年中国在全球手机市场中的地位分析

第二部分 2008年中国手机行业发展形势分析

第三章 2008年中国手机行业发展环境分析

第一节 2008年我国手机产业政策环境分析

一、我国统一手机充电器标准

二、信产部：3G手机不仅仅允许中国标准试验

三、手机标准首次由中国运营商制定

四、信产部力挺手机中文输入国标

五、通信企业境外投资购汇不设限

第二节 2008年我国手机行业发展技术环境分析

一、2008年我国现代移动通讯技术发展分析

1、中国3G研发水平进入世界前列

2、台湾开发4G移动通讯技术分析

3、4G移动通信系统关键技术及演进

二、2008年我国手机设计平台与芯片技术分析

三、2008年我国手机软件平台和操作系统技术分析

- 1、中国拥有自主研发的3G手机操作系统
- 2、3G终端操作系统成手机软件平台里的重中之重
- 3、我国首部多民族文字手机研制成功

四、2008年我国蓝牙遥控技术分析

五、2008年我国高速无线传输信息技术

第四章 2008年中国手机市场发展局势分析

第一节 2008年我国手机行业发展现状分析

- 一、2008年三星紧逼摩托欲闯前三分析
- 二、诺基亚5500脱胶成为手机投诉的焦点
- 三、深圳成为全球手机配件生产基地
- 四、手机配件市场面临重新洗牌

第二节 2008年我国手机市场发展现状分析

- 一、学生消费已成为一支不可忽视的生力军
- 二、2008年我国手机市场发展存在的问题分析

第三节 2008年中国手机进出口现状分析

- 一、2008年我国手机对外贸易基本分析
- 二、2008年我国手机出口市场分析
- 三、2008年我国知识产权成手机出口最大障碍分析

第五章 2008年中国手机生产与消费状况分析

第一节 2008年我国手机生产情况分析

- 一、2008年我国手机产量分析
- 二、2008年手机牌照发放情况
- 三、深圳成为全球“手机之都”
- 四、天津手机生产情况分析

第二节 2008年我国手机销售情况分析

第六章 2008年中国手机市场数据调查分析

第一节 2008年最受用户关注的十五大手机品牌关注度排行

- 一、诺基亚以50.1%的关注比例统领近半壁江山

二、索爱排名稳定

三、三星关注度

第二节 2008年我国手机市场调查分析

一、手机用户对新兴应用的兴趣因地区而异

二、2008年产品关注走势分析

三、2008年价格走势分析

第三节 2008年中国手机市场热门机型分析

一、2008年热门机型品牌与价格分布特点分析

二、2008年热门机型属性数量分布

三、2008年热门机型关键因素关注度分析

四、2008年热门机型演变趋势分析

五、2008年中国手机市场热门机型特点分析

第四节 2008年手机投诉统计分析

一、2008年我国手机投诉主要问题分析

1、产品质量

2、售后服务

3、购买到假冒手机

二、2008年我国手机投诉数量统计分析

三、2008年我国手机投诉人群统计分析

四、2008年我国主要投诉问题分析

1、摄像功能问题

2、显示屏问题

3、话音品质差、杂音大的问题

4、部分不法商家向消费者出售翻新机和组装机

5、键盘脱胶问题

五、2008年我国手机投诉处理情况统计分析

1、投诉处理时间分析

2、投诉处理结果分析

第三部分 2008年中国手机细分行业发展形势分析

第七章 2008年中国手机产品发展状况分析

第一节 2008年手机产品市场发展现状与特点分析

- 一、2008年手机市场产品结构
- 二、2008年手机市场价格动态
- 三、2008年手机总量及上市时间分布
- 四、2008年主要品牌产品分布
- 五、2008年价格区间产品分布
- 六、2008年三大功能手机产品分布

第二节 GSM/CDMA

- 一、2008年GSM/CDMA手机市场分析
- 二、全球GSM手机用户发展预测
- 三、亚太地区CDMA用户发展趋势
- 四、移动、联通拟推GSM/GSM双号双卡手机

第三节 智能手机

- 一、智能手机是手机的第三次革命
- 二、2008年全国智能手机出货情况
- 三、2008年智能手机关注度及价格走势分析
- 四、2008年中国首款人性化智能手机软件上市
- 五、2008年智能手机市场预测

第四节 彩屏/非彩屏

- 一、彩屏手机成为手机市场中的绝对主流
- 二、高分辨率彩屏将成手机发展趋势

第五节 拍照手机

- 一、2008年最受关注的十款拍照手机
- 二、2008年拍照手机发展现状分析
- 三、2010年全球拍照手机预测

第八章 2008年中国3G手机发展情况分析

第一节 2008年我国3G政策分析

- 一、3G牌照已经发布
- 二、3G时代定制模式重构手机产业链
- 三、国内运营商3G发展策略分析

第三节 2008年我国3G应用分析

- 一、全球3G手机用户突破一亿

二、用户购买3G手机情况调查

三、3G业务多元发展成大势

四、行业信息化将成为3G重要应用

第四节 TD-SCDMA手机发展情况及预测分析

一、2008年TD-SCDMAGSM双模手机批量进入测试分析

二、2008年双G双模手机标准制定情况

三、2008年TD-SCDMA手机出货量分析

四、2008年重点是多模、多媒体和多样化

五、2008年TD-SCDMA手机用户预测

第九章 2008年中国手机竞争态势分析

第一节 2008年我国手机市场竞争现状分析

一、品牌竞争两极分化格局加剧

二、手机市场出现三大品牌阵营

三、国际品牌与本土品牌之间的差距仍然在扩大

四、劣势国际品牌退出中国手机市场

五、新进入企业市场业绩平平

第二节 2008年WCDMA手机企业竞争力分析

第三节 2008年我国手机行业进入壁垒分析

一、手机牌照壁垒分析

二、手机行业进入壁垒总体在渐渐降低

三、新进入者成为推动3G市场成长的重要力量

第十章 2008年中国领先手机企业竞争状况分析

第一节 诺基亚

一、2008年公司经营状况

二、2008年诺基亚智能手机销售情况分析

三、2008年公司在中国发展情况

四、2008年公司发展策略

第二节 摩托罗拉

一、2008年前3季度公司经营状况

二、2008年公司在中国发展情况

三、2008-2010年公司发展策略

第三节 三星

一、2008年公司经营状况

二、2008年公司在华发展情况

三、2008年公司发展策略

第四节 波导

一、2008年公司经营状况

二、波导国际化品牌策略分析

三、2008年波导3G手机发展情况

四、2008年公司发展策略

第五节 夏新

一、2008年公司经营状况

二、2008年公司发展情况

三、夏新战略根本问题在哪里

第六节 索尼爱立信

一、2008年公司发展现状

二、2008年公司中国发展策略

第七节 联想

一、2008年联想手机发展情况

二、2008年公司中国发展策略

第八节 TCL

一、2008年公司经营状况

二、公司未来发展策略

第九节 康佳

一、2008年公司经营状况

二、2008年康佳手机设计突围

第十节 海尔

一、2008年公司经营现状

二、海尔拟在印度设置研发中心支持手机业务

第五部分 2008年中国手机上下游以及相关产业发展形势分析

第十一章 2008年中国手机供应链分析

第一节 2008年我国手机元器件发展情况分析

一、国内主要手机元器件技术水平与市场现状分析

二、2008年中国手机基带芯片商排名及分析

三、2008年中国手机芯片市场回顾与展望

四、2008年手机Wi-Fi芯片市场规模预测

五、3G时代手机元器件呈现四大走势

第二节 生产决定新品推出速度和品质

一、手机自主生产方式

二、手机OEM/ODM生产方式

三、手机半自主生产方式

第十二章 2008年中国手机电池产业分析

第一节 2008年中国手机电池产业现状分析

一、2008年中国手机电池市场规模

二、2008年我国手机电池的地区分布

三、锂电池将在3G中扮演重要角色

四、2008年起手机电池有望通用

第二节 2008年我国手机电池市场存在的问题

一、手机电池已成未来移动通信发展“瓶颈”

二、我国锂离子电池行业目前面临的难题

三、冒牌电池充斥市场

四、旅充充电对手机电池危害大

第十三章 2008年中国手机设计行业分析

第一节 2008年我国手机设计产业现状分析

一、手机设计成为产业链的重要环节

二、2008年手机设计产业竞争加剧

三、2008年中国手机设计寻求差异化生存

四、2008年手机轻薄实用简约渐成主旋律

第二节 2008年我国手机设计产业发展趋势分析

一、手机设计公司未来发展趋势

二、2008年我国手机外观设计趋势分析

三、从消费者角度来进行产品设计

第三节 2008年手机设计产业发展预测

一、2008年手机设计产业发展预测

二、2008年单芯片手机方案在中国市场前景分析

三、2008年展望——通用性设计

第十四章 音乐手机

第一节 2008年音乐手机发展现状

一、入门级音乐手机平台将改变市场格局

二、手机巨头纷纷部署手机音乐战略

三、2008年音乐手机市场关注度调查

四、2008年音乐手机市场价格走势调查

第二节 音乐手机发展预测

一、2008年音乐手机市场发展预测

二、2010年中国手机音乐市场总值预测

第十五章 手机电视

第一节 全球手机电视的发展现状

一、2008年全球手机电视技术及业务进展分析

二、全球手机电视用户预测

第二节 中国手机电视的市场现状

一、手机电视业务发展现状及走势

二、2008年手机电视业务加速升温

三、2008年手机电视行业标准出台

四、WAP用户占手机电视主流

五、解剖国内手机电视运营模式

第三节 手机电视市场趋势分析

一、2010年手机电视发展预测

二、2010年中国手机电视用户预测

三、2008年手机免费看奥运

四、2010年手机电视用户及收入预测

第十六章 手机游戏

第一节 2008年中国手机游戏市场规模分析

第二节 2008年用户对手机游戏的消费特征

- 一、用户对手机游戏的认知程度
- 二、用户使用手机游戏的行为特征
- 三、用户对手机游戏公司的偏好

第三节 手机游戏发展趋势

- 一、手机游戏产业步入井喷时代
- 二、2010年国内手机游戏市场规模预测

第六部分 2008年中国手机营销渠道分析

第十七章 2008年中国手机营销渠道分析

第一节 2008年手机渠道发展概况

- 一、2008年中国手机渠道发展概况
- 二、手机渠道结盟谋求打造连锁巨头
- 三、手机终端渠道三足鼎立局面形成

第二节 2008年中国手机市场渠道格局分析

- 一、渠道格局基本特征
- 二、国内生产厂家渠道策略
- 三、终端卖场对渠道变革的影响
- 四、国外厂家的渠道策略
- 五、运营商策略对渠道的冲击
- 六、国内代理商的应对策略
- 七、手机厂商、分销商与大型零售商之间博弈关系

第三节 手机市场渠道发展趋势分析

- 一、影响手机分销发展的四点因素
- 二、手机分销渠道发展的企业内部驱动力
- 三、2008年手机连锁专业卖场将掀开店大战

第七部分 2008年中国手机行业发展策略分析

第十八章 2008年国产手机发展现状与策略分析

第一节 2008年国产手机发展现状

- 一、2008年国产手机发展情况
- 二、国产手机质量明显提高
- 三、2008年国产手机向同质化开战
- 四、国产手机在定制市场处于劣势

第二节 2008年国产手机发展预测

- 一、2008年国产手机的机遇与挑战
- 二、2008年国产手机有望持续反弹

第三节 国产手机发展策略

- 一、国产手机应走自主创新之路
- 二、提升品质打造品牌是国产手机出路
- 三、国产手机厂商应对大渠道时代的策略
- 四、双模手机成为国产手机进军3G时代的杀手锏

第十九章 2008年中国手机厂商发展策略分析

第一节 品牌策略

- 一、多品牌策略
- 二、品牌推广要以消费者需求为导向
- 三、建立品牌诚信度
- 四、做人性化广告推广
- 五、建立品牌的时尚代名词

第二节 产品策略

- 一、重视产品的外观设计
- 二、加大新产品的推出频度
- 三、注重产品的某些特殊功能，给用户人性化的服务
- 四、手机3G时代的到来

第三节 价格策略

- 一、整体产品线价格对比
- 二、细分市场价格对比
- 三、价格策略建议

第四节 渠道策略

- 一、渠道进一步扁平化，以降低渠道成本
- 二、大商场、连锁店将在手机销售中占据越来越重要的位置

三、和运营商更多合作

第五节 促销策略

第六节 终端策略

一、闹市集中型的店服务策略

二、社区服务型的店服务策略

三、通讯市场批零兼零的手机店服务策略

四、商场中的手机专柜服务策略

五、运营商厅中的手机店服务策略

六、连锁店服务策略

七、体验型营销带动手机终端市场发展

第八部分 2008-2010年年中国手机行业发展预测与投资前景分析

第二十章 2008-2010年中国手机投资情况与建议分析

第一节 2008年中国手机投资情况

一、2008年手机行业投资西移

二、2008年部分手机厂商建厂情况

三、风险投资渗入中国手机业

第二节 2008年台湾手机厂商内地投资情况

一、2008年富士康巨资投建手机产业基地

二、2008年明基3G生产线转战内地

三、2008年广达拟将手机生产基地迁上海

四、2008年华宝通讯手机第二工厂在南京开工

五、2008年华冠通讯中国内陆手机年产能预测

第三节 2008-2010年我国手机投资风险分析

一、发改委预警手机业风险

二、“十一五”手机投资要慎重

第四节 2008-2010年我国手机投资建议分析

一、2008-2010年手机行业发展建议分析

二、对国内手机制造产业的投资建议仍维持观望

三、对手机零组装产业的投资建议为观望

第五节 2008-2010年我国3G手机投资展望

一、2008-2010年3G大规模投资启动

二、2008年将是我国真正的3G网络建设元年

第二十一章 2008-2010年中国手机行业发展预测分析

第一节 2008-2010年我国手机技术发展预测分析

- 一、2008-2010年Windows Mobile 6.0智能手机将出现
- 二、2008-2010年GPS技术有望在手机中普及
- 三、2010年手机存储空间可达到100G

第二节 2008-2010年我国手机需求预测分析

- 一、手机普及率与全球比较分析
- 二、未来展望：空间广阔需求良好
- 三、2008-2010年中国手机用户预测
- 四、2010年中国手机销量预测
- 五、2008-2010年我国定制手机需求预测分析

第三节 未来我国手机生产趋势分析

- 一、2008-2010年我国手机产销预测分析
- 二、广东河源“十一五”期间手机年产量预测
- 三、2008年中国台湾手机出货量预测

第四节 2008-2010年中国手机市场竞争趋势分析

- 一、2008年中国手机市场洗牌加剧进入整合期
- 二、2008-2010年我国手机品牌集中度将加强
- 三、2008-2010年我国手机步入快速消费品营销时代

图表目录

图表 2004-2008年全球移动非话音业务增长分析

图表 2004-2008年全球移动话音与非话音业务增长对比分析

图表 全球主要移动营运商话音与非话音业务收入比例分析

图表 美国手机用户使用分析

图表 韩国手机月销售分析

图表 4G移动通讯系统网络组成示意图

图表 2008年中国市场最受关注的15大手机品牌排行榜

图表 2008年我国手机品牌关注度对比分析

图表 2007年前11个月我国手机产量分地区统计

图表 2007年前11个月我国手机产量前五位省市产量集中度图

图表 2007年前11个月我国手机产量前十位省市产量集中度图

图表 2007年前11个月天津市手机产量占全国产量结构图

图表 2008年中国市场最受关注的15大手机品牌分布

图表 2008年1 -8月音乐手机与智能手机关注比例走势对比

图表 不同品牌热门手机产品数量分布

图表 不同设计类型热门机型数量分布比例图

图表 不同存储卡机型数量分布对比

图表 智能手机与音乐手机所占比例对比

图表 不同类型热门机型数量比例与关注比例对比

图表 主流厂商不同功能热门机型数量分布

图表 不同像素热门机型数量分布对比

图表 不同像素热门机型数量分布与关注比例对比

图表 六大厂商主流像素产品数量分布对比

图表 不同价位区间产品数量分布对比

图表 不同价位热门机型关注比例分布对比

图表 六大厂商主流价位产品数量分布

图表 不同价位热门机型关注比例对比

图表 不同类型热门机型关注比例对比

图表 不同像素热门机型关注比例对比

图表 2008年上半年手机投诉每月报表

图表 2008年上半年各地手机投诉分布表（前十名）

图表 投诉人群领域分析

图表 2008年上半年手机投诉主要问题分析（前五个焦点问题）

图表 2008年上半年我国手机投诉处理时间

图表 2008年上半年手机投诉处理结果

图表 2008年上半年上市手机不同价位区间产品数量分析对比

图表 2008年上半年上市手机不同类型数量对比

图表 2008年上半年上市手机不同像素产品数量对比

图表 2008年上半年不同设计类型手机新品数量分布对比

图表 消费者手机价格承受能力

图表 上市产品时间分布比例对比

图表 2008年上半年不同品牌手机新品数量分布对比

图表 2008年我国不同价位手机产品关注比例对比

图表 2008年上半年智能手机与音乐手机数量分布对比

图表 2008年上半年不同功能手机数量比例与关注度对比分析

图表 2008年上半年主要厂商不同功能手机数量分布

图表 2008年1-8月份智能手机关注比例走势分析

图表 2008年我国不同价位智能手机关注度对比分析

图表 2008年我国智能手机市场均价走势分析

图表 2008年我国主要厂商智能手机产品均价对比

图表 2008年最受关注的十款拍照手机

图表 中国3G手机消费人群结构图

图表 中国3G手机消费结构图

图表 行业应用获得的国家支持

图表 CPR流程图

图表 2008年前二季度各运营商行业收入结构分析

图表 2008年前二季度各运营商行业信息化业务占总收入比重

图表 2008年前二季度波导股份公司主要经营指标统计及增长情况分析

图表 2008年前二季度夏新电子股份有限公司主要经营指标分析

图表 2008年前二季度索尼爱立信公司主要经营指标分析

图表 2008年前二季度TCL集团股份有限公司主要经营指标

图表 2008年前二季度康佳集团股份有限公司主要经营指标分析

图表 2005-2008年我国手机芯片市场需求量对比情况

图表 手机多媒体芯片市场占有率分析

图表 消费者对于未来手机的认知分析

图表 手机的消费者--产品需求互动模型

图表 2008年1-8月音乐手机关注比例走势图

图表 2008年我国不同价位音乐手机关注比例对比

图表 2008年我国音乐手机均价走势

图表 2006-2010年中国MP3手机市场规模预测

图表 2006-2010年中国MP4手机市场规模预测

图表 全球手机电视市场发展预测

图表 通过广播网络实现手机电视的主要技术

图表 主要的手机电视技术比较

图表 2005--2010年全球电视手机市场规模

图表 “东方明珠+移动运营商+SP”模式

图表 “移动运营商+独家SP”模式

图表 由广电部门为主导的商业模式

图表 以移动运营商为主导的商业模式 与广电部门合作

图表 独立的手机电视运营商提供的模式

图表 移动运营商主导的模式

图表 2008-2010年手机电视市场规模

图表 2005-2010年我国手机网络游戏市场运营商收入规模

图表 2004-2008年上半年我国手机游戏厂商风险投资数量及金额比例分析

图表 用户第一次接触手机游戏时间分布

图表 用户使用手机游戏的目的分析

图表 用户喜欢的手机类型

图表 用户对手机游戏的关注点分析

图表 用户认为手机游戏与电脑游戏相比的优势分析

图表 用户认为手机游戏与电脑游戏相比的劣势分析

图表 用户使用手机游戏的频率分析

图表 用户使用手机游戏的时间和地点分析

图表 用户使用手机游戏的粘性分析

图表 用户使用同一款手机游戏的时间分析

图表 用户获得手机游戏的途径分析

图表 游戏公司知名度对于用户选择手机游戏的影响分析

图表 用户对各国游戏厂商的关注度分析

图表 用户最喜欢的国外手机游戏公司分析

图表 用户最喜欢的国内手机游戏公司分析

图表 产业生命周期与渠道依赖性

图表 手机分销的产业链

图表 消费者对于定制手机的看法

图表 1998-2010年我国手机产量增长趋势图

图表 我国各省市手机市场规模以上经销商与零售商数量分布

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200812/7804.html>