

# 2020-2026年中国智能手机行业市场前景分析及发展趋势预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国智能手机行业市场前景分析及发展趋势预测报告》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.chyxx.com/research/201906/752135.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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的手机类型的总称。

2020年自然换机+5G落地带动智能手机出货量整体回暖。参考2011年全球4G开始启动，同时考虑智能机对功能机的替代，2011/2012年手机（功能机+智能机）出货量同比+8%/+2%。2020年，我们认为智能手机增长驱动因素主要还是5G对4G的替代，以及部分自然换机，虽然没有4G时期的功能机替代驱动，但考虑到价格下探速度高于4G时期，导致渗透会加速，我们判断增速有望和2011年持平，按2020年8%测算出货量在14.86亿部。中国区2013年4G启动时，当年手机（功能机+智能机）出货量总体增速为16%，我们预计2020年智能机出货量增速在15%左右，对应出货量4.3亿部。

全球智能手机出货量预测（单位：百万部）

数据来源：公开资料整理

中国区智能手机出货量预测（单位：百万部）

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2020-2026年中国智能手机行业市场前景分析及发展趋势预测报告》共八章。首先介绍了智能手机行业市场发展环境、智能手机整体运行态势等，接着分析了智能手机行业市场运行的现状，然后介绍了智能手机市场竞争格局。随后，报告对智能手机做了重点企业经营状况分析，最后分析了智能手机行业发展趋势与投资预测。您若想对智能手机产业有个系统的了解或者想投资智能手机行业，本报告是您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

预计2020年全球5G手机出货量2-3亿部，国内1亿部左右。1.从价位段测算：目前发售的5G手机，最低价为小米9Pro的3699元，其余基本在4000元以上。我们假设未来5G手机逐季向低价款渗透。测算美国、中国、日本、韩国和欧洲五个主要国家/地区2019/2020/2021年5G终端合计出货量分别为0.06/1.96/4.30亿部，估算全球分别为0.06/2.18/5.40亿部。2.从渗透率测算：参考4G手机渗透率在商用第二年的表现，假设2020年美国、中国、日本、韩国、欧洲5G手机渗透率分别达到20%/25%/0%/50%/25%，则以上五个主要国家/地区对应出货量在2.2亿部左右，对应全球5G终端出货量2.44亿部。

综合价位段测算和渗透率测算，我们认为中性情况下全球5G手机出货量：2019年600万部左右、2020年2.2-2.4亿部；乐观情况下，对应5G网络覆盖范围和手机终端价格下降超预期，则对应2020年出货量有望达到3亿部。

### 主要地区/国家5G手机出货量预测

数据来源：公开资料整理

### 4G商用后4G智能手机渗透率情况

数据来源：公开资料整理

## 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
- 3.3.1 2015-2019年智能手机品牌结构分析
  - (1) 2019年智能手机品牌结构分析
  - (2) 2019年智能手机品牌结构分析
- 3.3.2 2019年智能手机产品结构分析
  - (1) 2019年智能手机价格段结构
  - (2) 2019年智能手机屏幕尺寸结构
  - (3) 2019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

### 3.5.3G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
  - 4.3.1 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发展前景分析
  - 4.3.2 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操作系统发展前景分析
  - 4.3.3 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发展前景分析
  - 4.3.4 Windows
    - (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
  - 4.3.5 web
    - (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
  - 4.3.6 Linux



- (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

##### 5.1.1 2019年中国智能手机品牌走势分析

##### 5.1.2 2019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

###### (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

##### 5.3.2 三星

###### (1) 三星智能手机竞争策略分析

###### (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

##### 5.3.3 HTC

###### (1) HTC智能手机竞争策略分析

###### (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

###### (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

###### (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

#### 5.5.1 ARM

- (1) 发展简况分析
- (2) 主营业务分析
- (3) 经营情况分析

#### 5.5.2 Atmel

- (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

#### 5.5.6 Marvell

- (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

#### 5.5.8 Spirent

- (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

## 6.6.1 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

## 6.6.2 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

## 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（ZY LII）

### 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

#### 8.1.32020-2026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 (ZY LII)

部分图表目录：

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6：2015-2019年全球主要经济体经济增长速度（单位：%）

图表7：2015-2019年全球主要经济体经济增速及预测分析（单位：%）

图表8：2015-2019年中国国内生产总值分季度同比增长速度（单位：%）

图表9：2015-2019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12：2015-2019年全球半导体产值（单位：亿美元，%）

图表13：2015-2019年中国PCB行业产销情况（单位：亿元，%）

图表14：2015-2019年中国LED显示屏行业市场规模（单位：亿元，%）

图表15：2015-2019年中国LED显示屏行业市场规模预测（单位：亿元）

图表16：2015-2019年全球触摸屏行业市场规模（单位：亿元，%）

图表17：2015-2019年全球锂电池产业市场规模（单位：亿元，%）

图表18：2015-2019年中国城镇居民人均总收入及增长情况（单位：元，%）

图表19：2015-2019年农村居民人均纯收入及增长情况（单位：元，%）

图表20：2015-2019年中国电信业收入规模（单位：亿元，%）

图表21：2015-2019年全球智能手机用户规模及预测（单位：亿户）

图表22：2015-2019年智能手机出货量与市场份额（单位：百万部，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201906/752135.html>