2020-2026年中国智能手机行业深度调研及投资战略研究报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国智能手机行业深度调研及投资战略研究报告》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：https://www.chyxx.com/research/201703/509237.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

智研咨询发布的《2020-2026年中国智能手机行业深度调研及投资战略研究报告》共八章。首先介绍了智能手机产业相关概念及发展环境，接着分析了中国智能手机行业规模及消费需求，然后对中国智能手机行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国智能手机行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国智能手机行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 中国智能手机行业发展背景
1.1.1 智能手机行业定义
（1）智能手机行业定义
（2）智能手机行业的发展阶段
（3）智能手机行业生命周期分析
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
（4）国际、国内宏观经济环境对中国智能手机行业的影响
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》
1.2.3 智能手机行业社会环境分析
（1）社会环境现状分析

（2）社会环境对中国智能手机行业的影响
1.2.4 智能手机行业技术环境分析
（1）技术环境现状分析
（2）技术环境对中国智能手机行业的影响
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 智能手机产业链——上游配件供应商分析
（1）芯片
（2）触摸屏
（3）连接器
1.3.3 智能手机产业链——操作系统平台商分析
1.3.4 智能手机产业链——服务提供商分析
（1）传统互联网服务渗透
（2）移动互联网特色服务
1.3.5 智能手机产业链——电信运营商分析
1.3.6 智能手机产业链——渠道商分析

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
（3）智能手机品牌分布情况分析
（4）智能手机渗透率分析
（5）全球智能手机行业竞争态势分析
（6）全球智能手机区域分布分析
（7）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
（1）市场概况
（2）市场规模
（3）品牌分析
（4）操作系统分析
2.2.2 欧洲智能手机市场分析
（1）规模和渗透率分析

（2）操作系统占比分析
（3）使用成本分析
（4）用户分析
2.2.3 日本智能手机市场分析
（1）市场概况
（2）趋势分析
2.2.4 韩国智能手机市场分析
（1）市场概况
（2）趋势分析
2.2.5 俄罗斯智能手机市场分析
（1）市场概况
（2）趋势分析
2.2.6 印度智能手机市场分析
（1）市场概况
（2）增长因素
（3）前景预测
2.2.7 东南亚智能手机市场分析
（1）市场概况
（2）趋势分析
2.2.8 非洲智能手机市场分析
（1）市场概况
（2）前景预测
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 中国手机行业出货量分析
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 中国智能手机市场产品结构分析
3.3.1 智能手机品牌结构分析
3.3.2 智能手机产品结构分析
（1）智能手机价格段结构
（2）智能手机屏幕尺寸结构
（3）摄像头像素结构
（4）操作系统结构
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）主流品牌均价分析
3.5 中国智能手机应用软件市场分析
3.5.1 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）Googleplay分析
（4）APPStore分析
（5）应用程序市场前景预测
3.5.2 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

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
（1）中国山寨手机定义
（2）市场规模分析
（3）竞争情况分析
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

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
4.2.2 生产商支持的操作系统分析
4.2.3 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 WindowsMobile
（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 WebOS
（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 LinuxMobile
（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
4.3.7 MeeGo
（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
4.3.8 Bada
（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
4.3.9 Blackberry
（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
4.3.10 OMS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
4.4.3 LG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 索尼移动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
4.4.9 Palm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 运营商智能手机和AppStore战略分析
5.1 中国三大电信运营商渠道影响力分析
5.1.1 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
5.1.2 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
5.1.3 中国三大电信运营商渠道影响力分析
5.2 AppStore概况分析
5.2.1 AppStore概念及定义
5.2.2 AppStore政策及监管分析
（1）AppStore准入政策分析
（2）AppStore日常监管分析
5.3 中国移动智能手机和MobileMarket战略分析

5.3.1 中国移动智能手机战略分析
5.3.2 MobileMarket（移动应用商场）战略分析
（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
5.4 中国联通智能手机和WoStore战略分析
5.4.1 中国联通智能手机战略分析
5.4.2 WoStore（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
5.5 中国电信智能手机和天翼空间战略分析
5.5.1 中国电信智能手机战略分析
5.5.2 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
5.6 AppStore发展趋势分析
5.6.1 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
5.6.2 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
5.6.3 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6章 中国智能手机主流品牌市场竞争力分析
6.1 智能手机品牌走势分析
6.1.1 2015年中国智能手机品牌走势分析
6.1.2 2016年国产智能手机品牌走势分析

6.2 智能手机品牌竞争格局分析
6.2.1 中国智能手机产品竞争力分析
6.2.2 中国智能手机品牌关注率分析
6.2.3 中国智能手机品牌竞争态势分析
6.3 智能手机国际主流品牌分析
6.3.1 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）企业经营情况分析
3）企业投资兼并与重组分析
6.3.2 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）企业经营情况分析
3）企业投资兼并与重组分析
6.3.3 HTC
（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
6.3.4 苹果
（1）苹果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）苹果智能手机市场现状分析
（3）苹果经营情况分析
6.3.5 摩托罗拉
（1）摩托罗拉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）摩托罗拉智能手机市场现状分析
（3）摩托罗拉（中国）电子有限公司经营情况分析
1）企业发展简况分析
2）企业经营情况分析
3）企业经营优劣势分析
6.3.6 索尼移动
（1）索尼移动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）索尼移动智能手机市场现状分析
（3）北京索尼爱立信普天移动通信有限公司经营情况分析
1）企业发展简况分析
2）企业经营情况分析
6.3.7 黑莓
（1）黑莓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）黑莓智能手机市场现状分析
（3）黑莓经营情况分析
6.3.8 LG
（1）LG智能手机竞争策略分析
1）市场定位分析
2）营销手段分析
3）渠道分析
4）优劣势分析
（2）LG智能手机市场现状分析
（3）LG电子（中国）有限公司经营情况分析
1）企业发展简况分析
2）企业经营情况分析
3）企业投资兼并与重组分析
6.3.9 惠普
（1）惠普智能手机竞争策略分析
1）市场定位分析
2）营销手段分析
3）渠道分析
4）优劣势分析
5）竞争策略分析
（2）惠普智能手机市场现状分析

（3）惠普经营情况分析
6.3.10 夏普
（1）夏普智能手机竞争策略分析
1）市场定位分析
2）营销手段分析
3）渠道分析
4）优劣势分析
5）竞争策略分析
（2）夏普智能手机市场现状分析
（3）夏普经营情况分析
6.4 2019智能手机国内主流品牌分析
6.4.1 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
1）企业发展简况分析
2）企业经营情况分析
6.4.2 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
1）企业发展简况分析

2）企业经营情况分析
6.4.3 魅族
（1）魅族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）魅族智能手机特性及操作系统分析
（3）珠海市魅族电子科技有限公司经营情况分析
1）企业发展简况分析
2）企业经营情况分析
3）企业最新发展动向分析
6.4.4 酷派
（1）酷派智能手机竞争策略分析
1）市场定位分析
2）营销手段分析
3）渠道分析
4）优劣势分析
5）竞争策略分析
（2）酷派智能手机特性及操作系统分析
（3）宇龙计算机通信科技（深圳）有限公司经营情况分析
1）企业发展简况分析
2）企业经营情况分析
3）企业最新发展动向分析
6.4.5 中兴
（1）中兴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）渠道分析
4）优劣势分析
5）竞争策略分析
（2）中兴智能手机市场现状分析
（3）中兴智能手机特性及操作系统分析

（4）中兴通讯股份有限公司经营情况分析
1）企业发展简况分析
2）主要经济指标分析
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
8）企业最新发展动向分析
6.4.6 金立
（1）金立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）金立智能手机特性及操作系统分析
（3）深圳市金立通信设备有限公司经营情况分析
1）企业发展简况分析
2）企业经营情况分析
3）企业最新发展动向分析
6.4.7 天语
（1）天语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）天语智能手机特性及操作系统分析
（3）北京天宇朗通通信设备股份有限公司经营情况分析
1）企业发展简况分析
2）企业经营情况分析
3）企业最新发展动向分析

6.4.8 TCL

（1）TCL智能手机竞争策略分析

1）市场定位分析

2）营销渠道分析

3）优劣势分析

4）竞争策略分析

（2）TCL智能手机特性及操作系统分析

（3）TCL通讯科技控股有限公司经营情况分析

1）企业发展简况分析

2）主要经济指标分析

3）企业盈利能力分析

4）企业运营能力分析

6.4.9 华为

（1）华为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）渠道分析

4）优劣势分析

5）竞争策略分析

（2）华为智能手机市场现状分析

（3）华为智能手机特性及操作系统分析

（4）华为技术有限公司经营情况分析

1）企业发展简况分析

2）企业经营情况分析

3）企业最新发展动向分析

6.4.10 OPPO

（1）OPPO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）广东欧珀电子工业有限公司经营情况分析

1）企业发展简况分析

2）企业经营情况分析
6.4.11 国产智能手机发展分析
（1）国产智能手机发展现状分析
（2）国产智能手机发展前景分析
6.5 智能手机主要配套企业分析
6.5.1 ARMHoldings
（1）发展简况分析
（2）主营业务分析
（3）经营情况分析
6.5.2 Atmel
（1）发展简况分析
（2）主营业务分析
（3）经营情况分析
6.5.3 谷歌
（1）发展简况分析
（2）主营业务分析
（3）经营情况分析
6.5.4 英飞凌
（1）发展简况分析
（2）主营业务分析
（3）经营情况分析
6.5.5 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
6.5.6 Marvell
（1）发展简况分析
（2）主营业务分析
（3）经营情况分析
6.5.7 高通
（1）发展简况分析
（2）主营业务分析
（3）经营情况分析
6.5.8 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 智能手机的普及情况
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的用途
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
7.2.8 手机用户对价位选择分析
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

第8章 中国智能手机行业投资与发展战略分析（ZY CW）
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
8.1.3 2015-2019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

部分图表目录：

图表1：智能手机发展历程
图表2：行业生命周期理论
图表3：中国智能手机行业所处生命周期分析
图表4：宏观经济下滑对智能手机行业的影响
图表5：主要国家经济增长速度（单位：%）
图表6：2019年中国GDP增长速度（单位：百万元，%）
图表7：中国社会消费品零售总额情况（单位：亿元）
图表8：智能手机行业相关政策与标准
图表9：中国智能手机专利公开数量（单位：个）
图表10：中国智能手机专利技术分布情况（单位：个）
图表11：智能手机产业链构成
图表12：2019全球智能手机操作系统份额分析图（单位：%）
图表13：淘宝无线交易规模（单位：亿元）
更多图表见正文……

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201703/509237.html