

# 2012-2016年中国智能手机 行业深度调研及发展战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2012-2016年中国智能手机行业深度调研及发展战略咨询报告》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.chinairr.org/report/R03/R0304/201211/28-113587.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

2011年全球智能手机销量为4.88亿部，同比增长62.7%。2011年Q4中国智能手机市场销量达到2283万部，同比增长79.6%，环比增长16.8%；中国智能手机用户保有量为2.23亿，占总手机用户的23.2%。随着智能手机市场份额的大幅度提升及竞争优势的逐渐凸显，各品牌厂商纷纷加大智能手机领域优势。此外，在市场需求方面存在六大因素影响智能手机的推广，即手机品牌、操作系统、价格、3G标准、手机应用程序的市场接受度和分销渠道。

近年来，伴随着移动互联网的快速发展，智能手机在厂家、运营商等多方推动下以极快的速度持续普及。智能手机的硬件技术和软件技术都有了质的飞跃，双核甚至四核智能手机都不再罕见，操作系统上也有了更多选择和新发展。智能手机的品牌格局也在2011年有了明显的改变，过去的诺基亚一家独大局面彻底改变，强者云集的智能手机市场竞争日趋激烈。中国智能手机市场规模的扩大，很大程度上得益于各大手机厂商以及运营商对中低端智能机型的推广和普及，中国正在引领着智能手机平价时代的到来。目前，苹果、三星、HTC、摩托罗拉，四大品牌之间的竞争可谓进入白热化阶段。中国本土智能手机企业的发展令各方瞩目。

中国产业研究报告网发布的《2012-2016年中国智能手机行业深度调研及发展战略咨询报告》共十三章。首先介绍了中国智能手机行业的概念，接着分析了中国智能手机行业发展环境，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家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 2011-2012年中国智能手机行业市场发展环境分析

##### 第一节 中国经济环境分析

###### 一、GDP历史变动轨迹分析

###### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

###### 三、2012年中国宏观经济发展预测分析

## 第二节 2011-2012年中国智能手机行业政策环境分析

## 第三节 2011-2012年中国智能手机行业社会环境分析

### 一、人口环境分析

### 二、教育环境分析

### 三、文化环境分析

### 四、中国城镇化率

### 五、居民的各种消费观念和习惯

## 第二章 2011-2012年中国智能手机产业总体形势分析

## 第一节 2011-2012年中国智能手机行业发展概况分析

### 一、中国智能手机行业发展历程分析

### 二、中国智能手机产业整体规模分析

### 三、智能手机产品技术研发进展

## 第二节 2011-2012年中国智能手机行业存在的问题分析

### 一、与国外产品差异

### 二、发展制约因素

### 三、生存困境

## 第三节 2011-2012年中国智能手机产业发展策略分析

## 第三章 2011-2012年中国智能手机市场运营格局分析

## 第一节 2011-2012年中国智能手机市场发展情况分析

### 一、智能手机市场容量分析

### 二、智能手机市场需求情况分析

### 三、智能手机生产规模分析

## 第二节 2011-2012年中国智能手机市场运行局势分析

### 一、智能手机产品市场价格走势分析

### 二、智能手机市场销售动态分析

## 第三节 2011-2012年中国智能手机市场最新资讯分析

## 第四章 2011-2012年中国智能手机市场营销情况分析

## 第一节 2011-2012年中国智能手机市场营销现状分析

### 一、智能手机市场营销动态概览

## 二、智能手机营销模式分析

## 三、智能手机市场营销渠道分析

### 第二节 2011-2012年中国智能手机网络营销分析

### 第三节 2011-2012年中国智能手机市场营销策略分析

#### 一、产品策略

#### 二、价格策略

#### 三、渠道策略

## 第五章 2011年中国智能手机行业数据监测分析

### 第一节 2011年中国智能手机行业规模分析

#### 一、企业数量增长分析

#### 二、从业人数增长分析

#### 三、资产规模增长分析

### 第二节 2011年中国智能手机行业结构分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、销售收入结构分析

### 第三节 2011年中国智能手机行业产值分析

#### 一、产成品增长分析

#### 二、工业销售产值分析

#### 三、出口交货值分析

### 第四节 2011年中国智能手机行业成本费用分析

#### 一、销售成本统计

#### 二、费用统计

### 第五节 2011年中国智能手机行业盈利能力分析

#### 一、主要盈利指标分析

#### 二、主要盈利能力指标分析

## 第六章 2011年中国智能手机进出口数据监测分析

### 第一节 2011年中国电话机进口数据分析

#### 一、进口数量分析

#### 二、进口金额分析

### 第二节 2011年中国手持或车载无线电话机出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

## 第七章 2011-2012年中国智能手机行业消费市场分析

### 第一节 中国智能手机消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、消费者收入水平

三、2011-2012年消费者信心指数分析

### 第二节 智能手机市场消费需求分析

一、智能手机市场的消费需求变化

二、智能手机行业的需求情况分析

三、2011-2012年智能手机品牌市场消费需求分析

### 第三节 智能手机消费市场状况分析

一、智能手机行业消费特点

二、智能手机消费者分析

三、智能手机消费结构分析

四、智能手机消费的市场变化

五、智能手机市场的消费方向

### 第四节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

### 第五节 智能手机行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、智能手机行业品牌忠诚度调查

六、智能手机行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

## 第八章 2011-2012年中国智能手机行业竞争格局分析

### 第一节 2011-2012年中国智能手机行业SWOT分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

### 第二节 2011-2012年中国智能手机行业集中度分析

### 第三节 2011-2012年中国智能手机行业竞争态势分析

一、智能手机产品技术竞争分析

二、智能手机市场价格竞争分析

三、智能手机生产成本竞争分析

### 第四节 2011-2012年中国智能手机行业竞争策略分析

一、产品竞争策略

二、品牌竞争策略

三、成本控制策略

## 第九章 2011-2012年中国智能手机行业重点企业竞争力分析

### 第一节 宏达国际电子股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

### 第二节 TCL集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

### 第三节 华为技术有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

#### 第四节 中兴通讯股份有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2011-2012年经营状况分析

##### 四、2012-2016年公司发展战略分析

#### 第五节 联想集团

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2011-2012年经营状况分析

##### 四、2012-2016年公司发展战略分析

#### 第六节 宇龙计算机通信科技（深圳）有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2011-2012年经营状况分析

##### 四、2012-2016年公司发展战略分析

#### 第七节 北京小米科技有限责任公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业经营分析

#### 第八节 魅族科技

##### 一、企业简介

##### 二、企业经营分析

### 第十章 2011-2012年中国智能手机行业相关产业运行态势分析

#### 第一节 上游原材料

##### 一、行业总况

##### 二、未来前景预测

#### 第二节 下游市场

##### 一、行业总况

##### 二、市场发展格局

##### 三、未来前景预测

### 第十一章 2012-2016年中国智能手机行业发展趋势分析



## 第一节 2012-2016年我国智能手机行业发展前景与机遇分析

一、我国智能手机行业发展前景

二、我国智能手机发展机遇分析

三、智能手机行业发展趋势预测

## 第二节 2012-2016年中国智能手机市场趋势分析

一、智能手机市场趋势总结

二、智能手机市场发展空间

三、智能手机价格走势分析

四、智能手机技术革新趋势

## 第三节 2012-2016年中国智能手机市场需求与消费预测

一、智能手机产品消费预测

二、智能手机市场规模预测

三、智能手机行业总产值预测

四、智能手机供需平衡预测

## 第十二章 2012-2016年中国智能手机行业投资机会与风险分析

### 第一节 2012-2016年中国智能手机行业投资效益分析

一、智能手机行业投资策略分析

二、智能手机行业投资效益分析

三、智能手机行业投资趋势预测

四、新进入者应注意的障碍因素分析

### 第二节 2012-2016年中国影响智能手机行业发展的主要因素分析

一、影响智能手机行业运行的有利因素分析

二、影响智能手机行业运行的稳定因素分析

三、影响智能手机行业运行的不利因素分析

四、我国智能手机行业发展面临的挑战分析

### 第三节 2012-2016年中国智能手机行业投资风险及控制策略分析

一、智能手机行业市场风险及控制策略

二、智能手机行业经营风险及控制策略

三、智能手机行业技术风险及控制策略

四、智能手机行业同业竞争风险及控制策略

五、智能手机行业其他风险及控制策略

## 第十三章 2012-2016年中国智能手机行业投资战略研究

### 第一节 智能手机行业发展战略研究

一、技术开发战略

二、产业战略规划

三、业务组合战略

四、营销战略规划

五、区域战略规划

六、企业信息化战略规划

### 第二节 对我国智能手机品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、智能手机实施品牌战略的意义

三、智能手机企业品牌的现状分析

四、我国智能手机企业的品牌战略

五、智能手机品牌战略管理的策略

#### 图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

通过《2012-2016年中国智能手机行业深度调研及发展战略咨询报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0304/201211/28-113587.html>