

2015-2022年中国手机制造 行业分析及发展前景评估报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2015-2022年中国手机制造行业分析及发展前景评估报告》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/R0304/201509/14-188672.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

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

报告目录：

第一章 中国手机制造行业发展背景综述

1.1 手机制造行业基本概念

1.1.1 手机的定义

1.1.2 手机的构成

(1) 手机的硬件

(2) 手机的软件

1.2 手机制造行业政策环境分析

1.2.1 行业主管部门

1.2.2 行业管理体制

1.2.3 行业政策规划

1.3 手机制造行业经济环境分析

1.3.1 国际宏观经济环境分析

(1) 国际宏观经济现状

(2) 国际宏观经济预测

1.3.2 国内宏观经济环境分析

(1) 国内宏观经济现状

(2) 国内宏观经济预测

1.3.3 宏观经济环境对行业的影响

1.4 手机制造行业贸易环境分析

1.4.1 行业贸易环境发展现状

1.4.2 行业贸易环境发展趋势

1.5 手机制造行业技术环境分析

1.5.1 行业技术活跃程度分析

1.5.2 行业技术专利类型分析

1.5.3 行业技术领先企业分析

1.5.4 行业热门技术分析

第二章 中国手机制造行业产业链分析

- 2.1 手机制造行业产业链简介
- 2.2 手机制造行业上游供应分析
 - 2.2.1 行业上游供应结构分析
 - 2.2.2 行业上游主要企业分析
- 2.3 手机制造行业下游需求分析
 - 2.3.1 行业下游需求结构分析
 - 2.3.2 行业下游主要企业分析

第三章 中国手机制造行业发展分析

- 3.1 中国手机制造行业发展现状
 - 3.1.1 中国手机整体市场发展分析
 - (1) 中国手机整体产量分析
 - (2) 中国手机整体销量分析
 - (3) 中国手机用户规模分析
 - (4) 中国手机整体市场发展特点
 - 3.1.2 中国智能手机市场发展分析
 - (1) 智能手机品牌数量情况
 - (2) 智能手机出货量情况
 - (3) 智能手机市场销量情况
 - 3.1.3 中国4G手机市场发展分析
 - (1) 4G手机厂商数量情况
 - (2) 4G手机产品数量情况
 - 3.1.4 中国国产手机市场发展分析
 - (1) 国产手机厂商数量情况
 - (2) 国产手机产品数量情况
 - 3.1.5 中国大屏手机市场发展分析
 - (1) 大屏手机品牌变化情况
 - (2) 大屏手机产品变化情况
 - 3.1.6 中国手机市场影响因素分析
 - (1) 手机定制对手机行业的影响
 - (2) 水货手机对手机行业的影响
 - (3) 山寨手机对手机行业的影响

(4) 智能手机对手机行业的影响

(5) 4G发展对手机行业的影响

3.1.7 中国手机市场发展趋势预测

(1) 用户需求趋势预测

(2) 品牌竞争格局趋势预测

(3) 操作系统趋势预测

(4) 产品价格趋势预测

(5) 产品创新趋势预测

3.2 中国手机进出口情况分析

3.2.1 手机进出口状况综述

3.2.2 手机进出口关税分析

3.2.3 手机出口情况分析

(1) 手机出口总体情况

(2) 手机出口产品结构分析

3.2.4 手机进口情况分析

(1) 手机进口总体情况

(2) 手机进口产品结构分析

3.3 中国手机市场品牌竞争结构分析

3.3.1 中国手机整体市场品牌竞争结构

(1) 2013年度品牌结构

(2) 2014年6月品牌结构

3.3.2 中国智能手机市场品牌竞争结构

(1) 2013年度品牌结构

(2) 2014年6月品牌结构

3.3.3 中国4G手机市场品牌竞争结构

(1) 2013年度品牌结构

(2) 2014年5月品牌结构

3.3.4 中国国产手机市场品牌竞争结构

(1) 2013年度品牌结构

(2) 2014年6月品牌结构

3.3.5 中国大屏手机市场品牌竞争结构

(1) 年度品牌结构

(2) 季度品牌结构

3.4 中国手机市场产品竞争结构分析

3.4.1 中国手机整体市场产品竞争结构

(1) 2013年手机整体市场产品竞争结构

1) 热门产品

2) 产品类型结构

3) 产品像素结构

4) 显示屏尺寸结构

(2) 2014年手机整体市场产品竞争结构

1) 产品型号结构

2) 产品类型结构

3) 产品屏幕尺寸结构

4) 产品像素结构

5) 产品网络类型结构

3.4.2 中国智能手机市场产品竞争结构

(1) 2013年智能手机市场产品竞争结构

1) 热门产品

2) 产品操作系统结构

3) 产品核心结构

4) 屏幕尺寸结构

5) 产品像素结构

(2) 2014年智能手机市场产品竞争结构

1) 产品型号结构

2) 产品操作系统结构

3) 产品核心数结构

4) 屏幕尺寸结构

5) 产品像素结构

6) 产品电池容量结构

3.4.3 中国4G手机市场产品竞争结构

(1) 2013年4G手机市场产品竞争结构

1) 热门产品

2) 屏幕尺寸结构

3) 产品像素结构

(2) 2014年4G手机市场产品竞争结构

1) 产品型号结构

2) 屏幕尺寸结构

3) 产品像素结构

3.4.4 中国国产手机市场产品竞争结构

(1) 2013年国产手机市场产品竞争结构

1) 热门产品

2) 屏幕尺寸结构

3) 产品像素结构

4) 产品网络类型结构

(2) 2014年国产手机市场产品竞争结构

1) 产品型号结构

2) 屏幕尺寸结构

3) 产品核心数结构

3.4.5 中国大屏手机市场产品竞争结构

(1) 热门产品

(2) 产品核心结构

(3) 产品像素结构

3.5 中国手机市场前十大竞争者分析

3.5.1 中国手机整体市场前十大竞争者分析

(1) 三星

1) 企业发展简介

2) 企业经营情况

3) 企业手机业务

4) 三星品牌关注走势

5) 三星竞争对手分析

(2) 苹果

1) 企业发展简介

2) 企业经营情况

3) 企业手机业务

(3) 诺基亚

- 1) 企业发展简介
- 2) 企业经营情况
- 3) 企业手机业务

(4) 联想

- 1) 企业发展简介
- 2) 企业经营情况
- 3) 企业手机业务

(5) HTC

- 1) 企业发展简介
- 2) 企业经营情况
- 3) 企业手机业务

(6) 华为

- 1) 企业发展简介
- 2) 企业手机业务

(7) 索尼移动

- 1) 企业发展简介
- 2) 企业手机业务

(8) 小米

- 1) 企业发展简介
- 2) 企业手机业务

(9) OPPO

- 1) 企业发展简介
- 2) 企业手机业务
- 3) OPPO品牌关注走势

(10) 酷派

- 1) 企业发展简介
- 2) 企业手机业务
- 3) 酷派品牌关注走势

3.5.2 中国智能手机市场前十大竞争者分析

3.5.3 中国4G手机市场前十大竞争者

(1) LG

- 1) 企业发展简介

2) 企业手机业务

(2) 黑莓

1) 企业发展简介

2) 企业手机业务

(3) 摩托罗拉

1) 企业发展简介

2) 企业手机业务

(4) 泛泰

1) 企业发展简介

2) 企业手机业务

3.5.4 中国国产手机市场前十大竞争者

(1) Vivo

1) 企业发展简介

2) 企业手机业务

(2) 魅族

1) 企业发展简介

2) 企业手机业务

(3) 中兴

1) 中兴简介

2) 企业手机业务

(4) 锤子

1) 企业发展简介

2) 企业手机业务

(5) 金立

1) 企业发展简介

2) 企业经营情况

3) 企业手机业务

3.5.5 中国大屏手机市场前十大竞争者

3.6 中国手机价格走势分析

3.6.1 手机价格走势分析

(1) 中国手机整体市场价格走势

1) 2013年手机整体市场价格走势

2) 2014年手机整体市场价格走势

(2) 中国智能手机市场价格走势

1) 2013年智能手机市场价格走势

2) 2014年智能手机市场价格走势

(3) 中国4G手机市场价格走势

1) 2013年4G手机市场价格走势

2) 2014年4G手机市场价格走势

(4) 中国国产手机市场价格走势

1) 2013年国产手机市场价格走势

2) 2014年国产手机市场价格走势

(5) 中国大屏手机市场价格走势

3.6.2 手机平均价格分析

(1) 国内手机整体市场平均价格走势

(2) 国内智能手机市场平均价格走势

(3) 国内国产手机市场平均价格走势

3.6.3 手机价格影响因素分析

第四章 中国手机制造行业营销渠道分析

4.1 中国手机营销渠道概述

4.1.1 我国手机渠道模式发展历史

(1) 中国电信独揽手机销售市场阶段

(2) 全国性总代理控制销售渠道阶段

(3) 多种销售渠道模式并存阶段

4.1.2 我国手机市场渠道成员的构成

(1) 生产厂商

(2) 代理商

(3) 零售商

(4) 运营商

4.2 中国手机销售渠道现状与特征

4.2.1 手机销售渠道模式发展现状

(1) 传统代理模式

(2) 直供模式

(3) 运营商定制模式

(4) FD模式

(5) 电子商务模式

4.2.2 主力手机厂商渠道现状与特点

(1) 诺基亚

(2) 三星

(3) LG

(4) 苹果

(5) 摩托罗拉

4.2.3 手机运营商定制模式及策略分析

(1) 中国移动

(2) 中国联通

(3) 中国电信

4.2.4 代理商及分销商竞争策略研究

(1) 天音控股

(2) 普泰通信

(3) 爱施德

(4) 普天太力

4.3 中国手机销售渠道发展趋势

4.3.1 手机营销渠道的创新

4.3.2 手机营销渠道的发展趋势

第五章 中国手机制造行业主要企业生产经营分析

5.1 华为技术有限公司经营情况分析

5.1.1 企业发展简况分析

5.1.2 企业经营情况分析

(1) 主要经济指标分析

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业运营能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业发展能力分析

5.1.3 企业主营业务分析

5.1.4 企业市场网络分析

5.1.5 企业经营状况优劣势分析

5.1.6 企业最新发展动向分析

5.2 中兴通讯股份有限公司经营情况分析

5.2.1 企业发展简况分析

5.2.2 企业经营情况分析

(1) 主要经济指标分析

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业运营能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业发展能力分析

5.2.3 企业主营业务分析

5.2.4 企业市场网络分析

5.2.5 企业经营状况优劣势分析

5.2.6 企业最新发展动向分析

5.3 TCL通讯科技控股有限公司经营情况分析

5.3.1 企业发展简况分析

5.3.2 企业经营情况分析

(1) 主要经济指标分析

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业运营能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业发展能力分析

5.3.3 企业主营业务分析

5.3.4 企业市场网络分析

5.3.5 企业经营状况优劣势分析

5.3.6 企业最新发展动向分析

5.4 宁波波导股份有限公司经营情况分析

5.4.1 企业发展简况分析

5.4.2 企业经营情况分析

(1) 主要经济指标分析

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业运营能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业发展能力分析

5.4.3 企业主营业务分析

5.4.4 企业市场网络分析

5.4.5 企业经营状况优劣势分析

5.4.6 企业最新发展动向分析

5.5 联想移动通信科技有限公司经营情况分析

5.5.1 企业发展简况分析

5.5.2 企业经营情况分析

(1) 主要经济指标分析

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业运营能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业发展能力分析

5.5.3 企业主营业务分析

5.5.4 企业市场网络分析

5.5.5 企业经营状况优劣势分析

5.5.6 企业最新发展动向分析

5.6 中电通信科技有限责任公司经营情况分析

5.6.1 企业发展简况分析

5.6.2 企业主营业务分析

5.6.3 企业市场网络分析

5.6.4 企业经营状况优劣势分析

5.7 珠海市魅族科技有限公司经营情况分析

5.7.1 企业发展简况分析

5.7.2 企业经营情况分析

5.7.3 企业主营业务分析

5.7.4 企业市场网络分析

5.7.5 企业经营状况优劣势分析

5.7.6 企业最新发展动向分析

5.8 比亚迪电子(国际)有限公司经营情况分析

5.8.1 企业发展简况分析

5.8.2 企业经营情况分析

（1）主要经济指标分析

（2）企业盈利能力分析

（3）企业运营能力分析

（4）企业偿债能力分析

（5）企业发展能力分析

5.8.3 企业主营业务分析

5.8.4 企业市场网络分析

5.8.5 企业经营状况优劣势分析

5.9 宇龙计算机通信科技（深圳）有限公司经营情况分析

5.9.1 企业发展简况分析

5.9.2 企业经营情况分析

（1）主要经济指标分析

（2）企业盈利能力分析

（3）企业运营能力分析

（4）企业偿债能力分析

（5）企业发展能力分析

5.9.3 企业主营业务分析

5.9.4 企业市场网络分析

5.9.5 企业经营状况优劣势分析

5.9.6 企业最新发展动向分析

5.10 广东欧珀移动通信有限公司经营情况分析

5.10.1 企业发展简况分析

5.10.2 企业经营情况分析

5.10.3 企业主营业务分析

5.10.4 企业市场网络分析

5.10.5 企业经营状况优劣势分析

5.10.6 企业最新发展动向分析

5.11 富士康科技集团经营情况分析

5.11.1 企业发展简况分析

5.11.2 企业经营情况

- 5.11.3 企业产品结构及新产品动向
- 5.11.4 企业销售渠道与网络
- 5.11.5 企业经营状况优劣势分析
- 5.12 华宝通讯（南京）有限公司经营情况分析
- 5.12.1 企业发展简况分析
- 5.12.2 企业产品结构及新产品动向
- 5.12.3 企业销售渠道与网络
- 5.12.4 企业经营状况优劣势分析
- 5.13 伟创力制造（珠海）有限公司经营情况分析
- 5.13.1 企业发展简况分析
- 5.13.2 企业产品结构及新产品动向
- 5.13.3 企业销售渠道与网络
- 5.13.4 企业经营状况优劣势分析
- 5.14 华冠通讯（江苏）有限公司经营情况分析
- 5.14.1 企业发展简况分析
- 5.14.2 企业产品结构及新产品动向
- 5.14.3 企业销售渠道与网络销售
- 5.14.4 企业经营状况优劣势分析

第六章 中国手机制造行业投资分析

- 6.1 中国手机制造行业进入壁垒分析
- 6.1.1 政策壁垒
- 6.1.2 技术壁垒
- 6.1.3 规模壁垒
- 6.1.4 贸易壁垒
- 6.1.5 人才壁垒
- 6.2 中国手机制造行业投资情况分析
- 6.2.1 过去五年行业进入者分析
- 6.2.2 过去五年行业退出者分析
- 6.2.3 行业潜在进入者分析

图表目录：

图表1：手机硬件部分的构成

图表2：手机主要元件功能表

图表3：手机软件部分的构成

图表4：手机软件及技术一览

图表5：中国手机制造行业主管部门及职责

图表6：中国手机制造行业主要政策规划

图表7：2013-2015年欧元区、英国、美国GDP增速走势图（单位：%）

图表8：2013-2015年世界经济增长趋势（单位：%）

图表9：2013-2015年全国GDP总量及同比增长（单位：亿元，%）

图表10：2016年我国宏观经济指标预测（单位：%、亿美元）

图表11：2013-2015年7月手机制造行业相关专利申请数量变化图（单位：件）

图表12：2013-2015年7月手机制造行业相关专利公开数量变化图（单位：件）

图表13：截至2015年7月我国手机制造行业专利类型结构（单位：%）

图表14：截至2015年7月手机制造行业相关专利申请人构成图（单位：件）

图表15：截至2015年7月手机制造行业相关专利申请人综合比较（单位：件、%、人、年）

图表16：截至2015年7月我国手机制造行业相关专利分布领域（前十位）（单位：件）

图表17：截至2015年7月我国手机制造行业相关专利比重（单位：%）

图表18：手机产业链构成

图表19：2013-2015年中国电信移动用户与3G用户数（单位：百万户）

图表20：2013-2015年中国联通3G用户数（单位：百万户）

图表21：2013-2015年5月中国手机产量及增长率（单位：万部，%）

图表22：2013年中国手机行业月度累计产量及增速（单位：万部，%）

图表23：2013-2015年Q1中国手机整体销售量走势情况（单位：万部，%）

图表24：2013-2015年Q1中国智能手机、非智能手机销售量走势情况（单位：万部，%）

图表25：2013-2015年5月中国手机用户规模增长情况（单位：亿户）

图表26：2013-2015年中国手机市场国产、国际手机关注份额对比（单位：%）

图表27：2013年1-12月中国智能手机市场品牌数量走势（单位：家）

图表28：2013-2015年中国智能手机市场出货量走势图（单位：亿部）

图表29：2013-2015年Q1中国智能手机销售量走势情况（单位：万部，%）

图表30：2014年1-12月中国4G手机市场品牌数量走势（单位：家）

图表31：2014年1-12月中国4G手机市场产品数量走势（单位：款）

图表32：2013-2015年中国手机市场国产、国际手机厂商数量对比（单位：%）

图表33：2013-2015年国产、国际手机在售数量对比（单位：款）

图表34：2014年1-12月中国大屏手机市场品牌数量走势（单位：家）

图表35：2014年1-12月中国大屏手机市场产品数量走势（单位：款）

图表36：2013-2015年中国手机进出口状况表（单位：万美元）

图表37：2013-2015年中国手机进出口总额走势图（单位：万美元，%）

图表38：2013-2015年中国手机出口情况表（单位：万美元）

图表39：2013-2015年中国手机出口额走势图（单位：万美元，%）

图表40：2013-2015年中国主要出口手机产品结构表（单位：万台，万美元）

图表41：2015年中国主要出口手机产品结构表（单位：%）

图表42：2013-2015年中国手机进口情况表（单位：万美元）

图表43：2013-2015年中国手机进口额走势图（单位：万美元，%）

图表44：2013-2015年中国主要进口手机产品结构表（单位：万台，万美元）

图表45：2015年中国主要进口手机产品结构表（单位：%）

图表46：2015年中国手机市场品牌关注份额分布（单位：%）

图表47：2013-2015年中国手机市场品牌关注份额对比（单位：%）

图表48：2014年Q1-Q4中国手机市场品牌关注份额对比（单位：%）

图表49：2015年6月中国手机市场品牌关注份额分布（单位：%）

图表50：2015年5-6月中国手机市场品牌关注份额对比（单位：%）

图表51：2015年中国智能手机市场品牌关注份额分布（单位：%）

图表52：2013-2015年中国智能手机市场品牌关注份额对比（单位：%）

图表53：2014年Q1-Q4中国智能手机市场品牌关注份额对比（单位：%）

图表54：2015年6月中国智能手机市场品牌关注份额分布（单位：%）

图表55：2015年5-6月中国智能手机市场品牌关注份额对比（单位：%）

图表56：2015年中国4G手机市场品牌关注份额分布（单位：%）

图表57：2014年Q1-Q4中国4G手机市场品牌关注份额对比（单位：%）

图表58：2015年5月中国4G手机市场品牌关注份额分布（单位：%）

图表59：2015年4-5月中国4G手机市场品牌关注份额对比（单位：%）

图表60：2015年中国国产手机市场品牌关注份额分布（单位：%）

图表61：2013-2015年中国国产手机市场品牌关注份额对比（单位：%）

图表62：2014年Q1-Q4中国国产手机市场品牌关注份额对比（单位：%）

图表63：2014年6月国产手机市场品牌关注份额分布（单位：%）

图表64：2014年5-6月国产手机市场品牌关注份额对比（单位：%）

图表65：2015年中国大屏手机市场品牌关注份额分布（单位：%）

图表66：2014年Q1-Q4中国大屏手机市场品牌关注份额对比（单位：%）

图表67：2015年中国手机市场产品关注份额排名（单位：%）

图表68：2015年中国手机市场最受关注的前10款产品及主要参数（单位：英寸，万，元）

图表69：2014年Q1-Q4中国手机市场最受关注的前10款产品

图表70：2015年中国手机产品类型关注份额分布（单位：%）

图表71：2013-2015年中国手机产品类型关注份额对比（单位：%）

图表72：2014年Q1-Q4中国手机产品类型关注份额走势（单位：%）

图表73：2015年中国手机产品像素关注份额分布（单位：%）

图表74：2014年Q1-Q4中国手机产品像素关注份额走势（单位：%）

图表75：2015年中国手机产品屏幕尺寸关注份额分布（单位：%）

图表76：2014年Q1-Q4中国手机产品屏幕尺寸关注份额走势（单位：%）

图表77：2015年6月中国手机市场产品关注份额排名（单位：%）

图表78：2015年6月中国手机市场最受关注的十五款产品及主要参数（单位：英寸，万，元）

图表79：2015年5-6月中国手机市场不同类型产品关注份额对比（单位：%）

图表80：2015年5-6月中国手机市场不同屏幕尺寸产品关注份额对比（单位：%）

图表81：2015年5-6月中国手机市场不同像素产品关注份额对比（单位：%）

图表82：2015年5-6月中国手机市场不同网络类型产品关注份额分布（单位：%）

图表83：2015年中国智能手机市场产品关注份额排名（单位：%）

图表84：2015年中国智能手机市场最受关注的前10款产品及主要参数（单位：英寸，万，元）

图表85：2014年Q1-Q4中国智能手机市场最受关注的前10款产品

图表86：2015年中国智能手机产品操作系统关注份额分布（单位：%）

图表87：2013-2015年中国智能手机产品操作系统关注份额对比（单位：%）

图表88：2014年Q1-Q4中国智能手机产品操作系统关注份额走势（单位：%）

图表89：2015年中国智能手机产品核心数关注份额分布（单位：%）

图表90：2014年Q1-Q4中国智能手机产品核心数关注份额走势（单位：%）

图表91：2015年中国智能手机产品屏幕尺寸关注份额分布（单位：%）

图表92：2014年Q1-Q4中国智能手机产品屏幕尺寸关注份额走势（单位：%）

图表93：2015年中国智能手机产品像素关注份额分布（单位：%）

图表94：2014年Q1-Q4中国智能手机产品像素关注份额走势（单位：%）

图表95：2015年6月中国智能手机市场产品关注份额排名（单位：%）

图表96：2015年6月中国智能手机市场最受关注的十五款产品及主要参数（单位：英寸，万，元）

图表97：2015年6月中国智能手机市场不同操作系统产品关注份额分布（单位：%）

图表98：2014年5-6月中国智能手机市场不同核心数产品关注份额对比（单位：%）

图表99：2014年5-6月中国智能手机市场不同屏幕尺寸产品关注份额对比（单位：%）

图表100：2014年5-6月中国智能手机市场不同像素产品关注份额对比（单位：%）

图表101：2014年5-6月中国智能手机市场不同电池容量产品关注份额对比（单位：%）

图表102：2015年中国4G手机市场产品关注份额排名（单位：%）

图表103：2015年中国4G手机市场最受关注的前10款产品及主要参数（单位：英寸，万，元）

图表104：2014年Q1-Q4中国4G手机市场最受关注的前10款产品

图表105：2015年中国4G手机产品屏幕尺寸关注份额分布（单位：%）

图表106：2014年Q1-Q4中国4G手机产品屏幕尺寸关注份额走势（单位：%）

图表107：2015年中国4G手机产品像素关注份额分布（单位：%）

图表108：2014年Q1-Q4中国4G手机产品像素关注份额走势（单位：%）

图表109：2015年5月中国4G手机市场产品关注份额排名（单位：%）

图表110：2015年5月中国4G手机市场最受关注的十五款产品及主要参数（单位：英寸，万，元）

图表111：2015年4-5月中国4G手机市场不同屏幕尺寸产品关注份额对比（单位：%）

图表112：2015年4-5月中国4G手机市场不同像素产品关注份额对比（单位：%）

图表113：2015年中国国产手机市场产品关注份额排名（单位：%）

图表114：2015年中国国产手机市场最受关注的前10款产品及主要参数（单位：英寸，万，元）

图表115：2014年Q1-Q4中国国产手机市场最受关注的前10款产品

图表116：2015年中国国产手机产品屏幕尺寸关注份额分布（单位：%）

图表117：2014年Q1-Q4中国国产手机产品屏幕尺寸关注份额走势（单位：%）

图表118：2015年中国国产手机产品像素关注份额分布（单位：%）

图表119：2014年Q1-Q4中国国产手机产品像素关注份额走势（单位：%）

图表120：2015年中国国产手机产品网络类型关注份额分布（单位：%）

略……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0304/201509/14-188672.html>