

2009-2012年手机连锁行业 竞争格局与投资战略研究咨询报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2009-2012年手机连锁行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/R0301/200904/27-19554.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

金融危机冲击之下，一些手机连锁店纷纷被收购或者退市，甚至传出规模关店的消息，在此逆势之下，知名手机连锁卖场中域电讯却高调宣称2009年将新开300-500家门店、招聘10000人，在业内引起不小的轰动。当前席卷全球的金融危机对不少行业都造成了不小的冲击，手机零售业最直接的影响体现在手机单店销量的下滑，增长率较之往年呈下降趋势。不过有些企业虽然手机单店销量下滑，但是其总体销量并没有减少，而是在增长。这是因为，随着手机门店的增多，手机单店销量下滑的部分由多余的门店弥补了。手机市场这块蛋糕总会有企业吃到或吃不到，至于吃多吃少就要看每一个企业经过多年经营积累下来的品牌、知名度、美誉度、服务诚信、产品品质、核心竞争力。当一个行业高盈利的时候，很多人蜂拥而至，平均的行业利润就会拉下来。在这种情况下，企业的经营成本就会加大甚至支撑不下去，自然就会被淘汰。剩下来的又会获取一个正常的平均利润，实际上就是“剩者为王”。也就是说，如果按现在手机的毛利率和盈利率来讲，500台手机销量是一个店的生存平衡点，它只销售400台手机的话，这个店就亏掉了，自然无法生存。这个手机店关闭之后，400台手机销量的消费者自然就分流到周边其他生存下来的手机店。

2009年1季度手机连锁企业的“手机下乡”活动全面展开。把手机作为家电下乡首批入选产品，既能帮助农民更早地享受现代移动通信服务，又能让手机销售企业更好地开发农村市场，可谓一举两得。目前，城市电信市场已经接近饱和，一线城市如北京、上海等地的电信市场渗透率甚至达到100%，而农村市场依然有很大的空间可以拓展。目前手机在农村的覆盖率不到30%，我国的农村市场还远没有饱和，仍有很大的增长空间。面对农村市场的广阔前景，加之国家推动家电下乡的机遇，手机连锁企业早已欣喜不已。面对家电卖场以及IT卖场不断加大手机销售业务，传统手机连锁市场份额将不断缩减，行业整合在所难免。在此背景下，“手机下乡”对于手机连锁企业来讲，更是这个春天为应对此局面的一场“及时雨”。目前，中标的手机连锁企业通过自身的经营优势和特色业务积极推动“手机下乡”。它们根据自身特点与需求，在农村市场推出了各式各样的优惠措施，力争吸引更多的农村用户。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家商务部、国家海关总署、国家工业和信息化部、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中关村在线调研中心、诺盛电信咨询、易观国际、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息和专业研究单位等公布和提供的大量资料，并结合对手机制造商和手机经销商等业内企业的访谈，以及对手机消费者的调查研究。从全球手机销售行业的发展环境（包括经济环境、社会环境、政策环境、消费者环境等）多方面多角度地分析全球范围内的手机销售渠道及手机连锁行业现状、趋势。着重分析了中国手机市场发展趋势、手机销售渠道的现状、竞争

优劣势SWOT分析、手机销售渠道的变革趋势、手机连锁行业运行现状、行业竞争格局及趋势，手机连锁行业的投融资与并购现状、特征、趋势及相关案例。为手机连锁企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 中国连锁经营行业发展分析

第一节 我国连锁经营业现状分析

一、我国社会消费品零售现状分析

二、中国连锁业在变革中强势发展

三、连锁经营巨头单店销售概况

第二节 连锁经营与电子商务

一、中国电子商务市场现状分析

二、电子商务与连锁经营的结合之路

三、连锁经营与电子商务结合的手段

四、连锁经营解决电子商务物流难题

第三节 我国农村连锁经营的发展

一、连锁药店开始占领农村市场

二、农资物流连锁经营蕴含巨大商机

三、农村零售业实现连锁经营的措施

四、农村连锁成功经营的策略分析

第四节 我国连锁经营的主要问题

一、我国连锁经营存在的主要问题分析

二、我国连锁经营发展中的弊病

三、制约我国连锁经营发展的因素

四、中国企业实施连锁的六大困惑

五、对我国连锁经营发展的思考

第五节 促进我国连锁经营发展的对策

- 一、我国连锁经营发展面临的问题与对策
- 二、我国发展连锁经营的策略建议
- 三、加快发展我国连锁经营的方针
- 四、中国连锁经营的发展性策略
- 五、我国连锁经营企业的“越位”对策

第二章 国外手机连锁行业发展分析

第一节 2008-2009年世界手机连锁产业发展环境分析

- 一、2008-2009年全球经济发展情况分析
- 二、2008-2009年发达国家的手机普及率
- 三、2008-2009年发展中国家手机普及率
- 四、2008-2009年全球手机品牌的占有率

第二节 2008-2009年世界手机连锁产业发展状况分析

- 一、2008-2009年全球手机销售渠道发展状况
- 二、2008-2009年手机制造企业销售渠道状况
- 三、2008-2009年手机连锁渠道所面临的压力

第三节 2009-2012年世界手机连锁产业发展趋势分析

- 一、手机渠道整合趋势分析
- 二、手机连锁企业业务拓展趋势分析
- 三、电子产品连锁企业进入手机市场分析
- 四、全球手机连锁经营模式多样化趋势分析

第三章 中国手机连锁产业发展分析

第一节 2008-2009年中国手机连锁行业现状分析

- 一、2008-2009年中国手机连锁行业的集中度分析
- 二、2008-2009年中国手机连锁企业业务拓展分析
- 三、2008-2009年中国手机连锁行业整体盈利情况
- 四、2008-2009年中国手机连锁产业发展规模分析

第二节 2008-2009年中国手机连锁市场发展分析

- 一、2008年前三季度我国手机连锁市场分析

- 二、2008年第四季度我国手机连锁市场分析
- 三、2008年我国手机连锁市场销售情况分析
- 四、2008年我国手机连锁市场价格走势分析
- 五、2009年第一季度我国手机连锁市场分析
- 六、2009年我国手机连锁市场价格走势分析

第四章 手机连锁行业投融资与并购

第一节 中国手机连锁行业投融资与并购背景分析

- 一、手机将发展成为个人移动信息终端
- 二、IT产品渠道整合
- 三、家电连锁渠道整合
- 四、移动运营商对手机产业得一体化整合
- 五、手机厂商与销售渠道的双方博弈

第二节 2008-2009年中国手机连锁行业投融资与并购现状分析

- 一、2008-2009年中国手机连锁行业投资规模分析
- 二、2008-2009年中国手机连锁行业投资特点分析
- 三、2008-2009年中国手机连锁行业投资回报分析

第三节 2008-2009年中国手机连锁行业投融资与并购动因分析

- 一、上游厂商
- 二、移动运营商
- 三、手机连锁企业
- 四、其他手机销售业态

第四节 中国手机连锁行业投融资与并购案例比较分析

第五章 中国手机行业发展情况分析

第一节 2008年中国手机市场发展分析

- 一、市场概述
- 二、市场特征分析
- 三、市场结构研究
- 四、市场价格研究
- 五、市场竞争格局研究
- 六、市场发展趋势预测

七、手机行业经营商发展建议

八、2008年网民对手机关注度调查分析

九、2008年中国手机市场品牌调查

第二节 2009年1季度中国手机市场发展状况

一、市场概述

二、品牌结构分析

三、区域结构分析

四、产品结构分析

五、价格走势分析

六、2009年市场预测

第三节 国产手机发展挑战与策略分析

一、国产手机的转型和挑战

二、国产手机成本问题分析

三、国产手机困局分析

四、国产手机技术问题分析

第六章 手机消费以及销售渠道分析

第一节 中国手机消费发展状况分析

一、2008-2009年中国手机消费情况分析

二、2008-2009年一线城市手机消费分析

三、2008-2009年二三线城市手机的消费

四、2008-2009年农村手机市场消费分析

五、2009年3G手机推出对产业的影响

第二节 未来中国手机销售渠道趋势发展分析

一、手机厂商手机销售渠道趋势分析

二、家电连锁商手机销售渠道趋势分析

三、移动运营商手机销售渠道趋势分析

四、电脑城手机销售渠道趋势分析

五、其他手机销售渠道发展趋势分析

第七章 中国手机营销渠道发展分析

第一节 2008-2009年手机渠道发展概况

- 一、2008-2009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 2008-2009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转攻电子商务

第二部分 行业竞争格局

第八章 主要地区手机连锁市场竞争比较

第一节 北京

- 一、手机连锁企业进入北京市场的战略意义
- 二、2008年北京手机连锁市场的发展状况
- 三、2008-2009年北京手机连锁发展分析

第二节 上海

- 一、2008年上海手机连锁市场发展回顾
- 二、2008-2009年上海手机连锁市场发展状况
- 三、2008-2009年上海手机连锁市场竞争分析

第三节 深圳

- 一、2008年深圳手机连锁市场发展回顾
- 二、2008-2009年深圳手机连锁市场发展状况
- 三、2008-2009年深圳手机连锁市场竞争分析

第四节 南京

- 一、2008年南京手机连锁市场发展回顾

二、2008-2009年南京手机连锁市场发展状况

三、2008-2009年南京手机连锁市场竞争分析

第五节 成都

一、2008年成都手机连锁市场发展回顾

二、2008-2009年成都手机连锁市场发展状况

三、2008-2009年成都手机连锁市场竞争分析

第九章 手机连锁行业竞争格局分析

第一节 中国手机连锁行业结构分析

一、行业的省份分布概况

二、行业销售集中度分析

三、行业利润集中度分析

四、行业规模集中度分析

第二节 手机连锁市场竞争分析

一、国际市场发展现状

二、2008年国际市场竞争分析

三、2008年国内市场竞争分析

四、国际市场变化对国内市场影响分析

第三节 中国手机连锁行业竞争分析

一、2007年中国手机连锁行业竞争分析

二、2008年中国手机连锁行业竞争分析

三、2008年手机连锁与其他渠道竞争分析

第四节 中国手机连锁行业竞争趋势分析

一、手机连锁企业谋求资金支持

二、手机连锁企业盈利趋势分析

三、移动运营商营业厅连锁形式转变趋势分析

四、信息流、物流系统、现金流三者结合趋势分析

第五节 2008-2009年我国手机连锁竞争分析

一、2008-2009年我国手机连锁品牌竞争分析

二、2008-2009年国内外手机连锁竞争力对比

三、2008年我国手机连锁市场集中度分析

四、2009年国内主要手机连锁企业动向

五、2009年国内手机连锁拟在建项目分析

第十章 手机连锁企业竞争策略分析

第一节 手机连锁市场竞争策略分析

- 一、2009年手机连锁市场增长潜力分析
- 二、2009年手机连锁主要潜力品种分析
- 三、现有手机连锁产品竞争策略分析
- 四、潜力手机连锁品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 手机连锁企业竞争策略分析

- 一、金融危机对手机连锁行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后手机连锁行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国手机连锁市场竞争趋势
- 四、2009-2012年手机连锁行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年手机连锁行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年手机连锁企业竞争策略分析

第十一章 手机连锁重点企业竞争分析

第一节 中复电讯

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第二节 迪信通

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第三节 北京派普

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2009年收购协亨情况

四、2009-2012年发展战略

第四节 广州龙粤

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 北京金飞鸿

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 北京天宇朗通

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 中域

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 恒波

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第九节 易天

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十二章 手机连锁业外企业竞争分析

第一节 国美

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 苏宁

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 大中

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 中国移动

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 中国联通

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 中邮普泰

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 天音通信

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十三章 手机连锁行业发展趋势分析

第一节 2009年手机连锁市场发展趋势分析

- 一、2009年影响因素分析
- 二、2009年消费趋势分析
- 三、2009年市场前景分析

第二节 我国手机需求预测分析

- 一、手机普及率与全球比较分析
- 二、2009-2010年手机行业发展空间
- 三、2009-2010年中国手机用户预测
- 四、2009-2010年中国手机销量预测
- 五、2009-2010年定制手机需求预测

第三节 2009-2012年中国手机连锁业发展趋势分析

- 一、2009-2012年中国手机连锁市场空间分析
- 二、2009-2012年手机连锁业发展趋势分析
- 三、2009-2012年手机连锁投融资与并购趋势
- 四、未来中国手机连锁市场发展趋势

第十四章 未来手机连锁行业发展预测

第一节 2009-2012年国际手机连锁市场预测

- 一、2009-2012年全球手机连锁行业供给预测
- 二、2009-2012年全球手机连锁市场需求前景
- 三、2009-2012年全球手机连锁市场价格预测

第二节 2009-2012年国内手机连锁市场预测

- 一、2009-2012年国内手机连锁行业供给预测
- 二、2009-2012年国内手机连锁行业规模预测
- 三、2009-2012年国内手机连锁市场需求前景

- 四、2009-2012年国内手机连锁市场价格预测
- 五、2009-2012年国内手机连锁行业集中度预测
- 六、2009-2012年中国手机连锁发展成本预测
- 七、2009-2012年中国手机连锁市场销量预测

第四部分 投资战略研究

第十五章 手机连锁行业投资现状分析

第一节 2008年手机连锁行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1季度手机连锁行业投资情况分析

- 一、2009年1季度总体投资及结构
- 二、2009年1季度投资规模情况
- 三、2009年1季度投资增速情况
- 四、2009年1季度分行业投资分析
- 五、2009年1季度分地区投资分析
- 六、2009年1季度外商投资情况

第十六章 手机连锁行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年手机连锁行业政策环境
- 二、2009年国内宏观政策对其影响
- 三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2009年社会环境发展分析
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第四节 轻工业振兴规划

- 一、轻工业振兴规划概述
- 二、轻工业振兴规划细则
- 三、轻工业振兴规划三大任务
- 四、轻工业振兴规划六大工程
- 五、轻工业振兴规划十项措施
- 六、轻工业振兴规划的意义与作用
- 七、轻工业振兴规划对手机连锁行业的影响

第十七章 手机连锁行业投资机会与风险

第一节 手机连锁行业投资效益分析

- 一、2008-2009年手机连锁行业投资状况分析
- 二、2009-2012年手机连锁行业投资效益分析
- 三、2009-2012年手机连锁行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年手机连锁行业的投资方向
- 五、2009-2012年手机连锁行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响手机连锁行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响手机连锁行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响手机连锁行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响手机连锁行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国手机连锁行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国手机连锁行业发展面临的机遇分析

第三节 手机连锁行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年手机连锁行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年手机连锁行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年手机连锁行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年手机连锁行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年手机连锁同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年手机连锁行业其他风险及控制策略

第十八章 手机连锁行业投资战略研究

第一节 手机连锁行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国手机连锁品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、手机连锁实施品牌战略的意义

三、手机连锁企业品牌的现状分析

四、我国手机连锁企业的品牌战略

五、手机连锁品牌战略管理的策略

第三节 手机连锁行业投资战略研究

一、2009年手机行业投资战略

二、2009年我国手机连锁行业投资战略

三、2009-2012年手机连锁行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：2007-2009年全球手机连锁市场销量及增长情况

图表：2007-2009年中国手机连锁市场销售量及增长率

图表：2007-2009年中国手机连锁市场销售额及增长率

图表：2007年-2010年全球具有Wi-Fi功能终端的年出货量预测

图表：2007年-2010年全球GPS终端的年出货量预测

图表：2007年全球手机市场分额

图表：2005年Q2-2008年Q2全球手机销量情况

图表：2007年-2010年全球采用不同技术的手机总销量预测

图表：2007年-2010年美国移动手机服务的数据收入增长图

图表：中国手机产业链解析图

图表：1988-2008年中国移动电话用户从突破1亿户到6亿户时间的记录

图表：2008年8月移动电话用户分省情况

图表：2008年各网络制式终端的销量占比

图表：2008年各月不同价格段手机的比例变化

图表：2001-2008年GSM手机机型数量的变化

图表：2001-2008年GSM市场国产品牌与国外品牌销量的份额变化

图表：2001-2008年国产品牌与国外品牌的销售金额份额的变化

图表：2001-2008年国产品牌与国外品牌价格的变化趋势

图表：2001-2008年国产品牌与国外品牌在郊县、运营商捆绑市场的表现

图表：2008年11月手机种类的比例

图表：2001-2008年手机渠道的比例变化

图表：未来中国手机连锁规模预测分析

图表：未来中国手机连锁成本预测分析

图表：未来中国手机连锁发展方向分析

图表：消费者手机品牌选择的敏感度演变过程

图表：2006-2011年全球手机信息收入规模及增长情况

图表：2004-2011年全球GPS手机出货量统计和预测

图表：2007-2012年西欧地区手机付费广告市场收入

图表：2007-2010年美国手机银行用户规模及增长率

图表：2001-2008年中国手机市场规模变化

图表：2008-2012年中国手机市场销量及增长预测

图表：2008年手机渠道变化趋势

图表：2008年中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布

图表：2008年主流品牌关注比例波动幅度对比

图表：2008年中国七大区域手机市场关注比例分布

图表：2008年Q1-Q4七大区域手机市场关注比例走势对比

图表：2007-2008年手机品牌区域格局

图表：2008年Q1-Q4音乐手机市场关注比例走势

图表：2008年中国市场不同价位音乐手机关注比例分布

图表：2008年Q1-Q4智能手机市场关注比例走势

图表：2008年中国市场不同价位智能手机关注比例分布

图表：2008年中国市场不同像素拍照手机关注比例分布

图表；2008年中国市场不同价位手机关注比例分布

图表：2008年不同价位区间手机关注比例波动幅度对比

图表：2008年中国手机市场价格指数走势

图表：2008年中国音乐手机与智能手机市场价格指数走势

图表：2008年1月至12月中国手机市场产品均价走势

图表：2008年1-12月中国市场音乐手机与智能手机均价走势对比

图表：2008年音乐手机与智能手机产品均价对比

图表：2008年主流像素手机产品均价对比

图表：2008年中国市场十大手机品牌产品均价对比

图表：2008年诺基亚最受关注产品线及产品数量分布

图表：2008年诺基亚不同像素产品分布对比

图表：2008年诺基亚不同价位区间产品分布对比

图表：2008年索尼爱立信最受关注产品线及产品数量分布

图表：2008年索尼爱立信不同像素手机数量分布

图表：2008年索尼爱立信不同价位手机数量分布

图表：2008年摩托罗拉不同像素产品数量分布

图表：2008年摩托罗拉不同价位产品数量分布

图表：2008年三星不同像素产品数量分布

图表：2008年三星不同价位手机数量分布

图表：2008年Q1-Q4四大手机厂商关注比例走势对比

图表：2008年Q1-Q4六大手机厂商关注比例走势对比

图表：2008年Q1-Q4音乐手机与智能手机关注比例走势对比

图表：2008年Q1-Q4不同像素拍照手机关注走势对比

图表：2008年Q1-Q4不同价位区间产品关注比例走势

图表：2008年4季度手机品牌关注度排行

图表：2008年4季度国内外手机品牌关注份额对比

图表：2008年10月十大手机品牌在三大重点城市的关注份额

图表：2008年手机行业指数

图表：2008年4季度手机型号关注度排行

图表：2008年4季度网民最关注的手机产品信息

图表：2008年4季度网民最关注的手机功能

图表：2008年4季度网民最关注的手机娱乐内容

图表：2008年4季度网民搜索手机音乐的常用关键词

图表：2008年4季度网民最关注的手机上网功能

图表：2008年4季度网民检索的手机价位区间

图表：2008年4季度网民搜索手机款式的常用关键词

图表：2008年4季度网民检索三种手机款式所占比例

图表：2008年4季度网民最关注的手机颜色

图表：2008年4季度网民最关注的手机上网功能

图表：2008年4季度网民最关注的网上商城排行

图表：2008年4季度网民最关注的手机产品资讯网站

图表：2008年4季度搜索手机的网民关注的信息类别

图表：2008年4季度国外手机品牌关注份额排行

图表：2008年4季度国内手机品牌关注份额排行

图表：2008年中国手机市场品牌状况调查样本

图表：2008年中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布

图表：2008年中国市场最受用户关注的十大国内手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受用户关注的十大音乐手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受用户关注的十大智能手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受用户关注的十大拍照手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受用户关注的GPS手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受用户关注的双模双待手机品牌排行榜

图表：2008年1-12月中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布

图表：2008年1-11月入围TOP10的前四大品牌关注比例走势

图表：2008年1-11月入围TOP10的后六大品牌关注比例走势

图表：2008年1-12月最受用户关注的十大音乐手机品牌分布

图表：2008年1-12月最受用户关注的十大智能手机品牌分布

图表：2008年1-12月中国七大区域手机市场关注比例分布

图表：2008年1-11月中国七大区域手机市场关注比例走势

图表：2008年1-12月华南市场最受用户关注的十大手机品牌分布

图表：2008年1-12月华东市场最受用户关注的十大手机品牌分布

图表：2008年1-12月华北市场最受用户关注的十大手机品牌分布

图表：2008年1-12月音乐手机与智能手机关注比例对比

图表：2008年1-11月音乐手机与智能手机关注比例走势

图表：2008年1-12月不同像素拍照手机关注比例分布

图表：2008年1-11月主流像素拍照手机关注比例走势

图表：2008年1-12月不同价位区间手机关注比例分布

图表：2008年1-11月不同价位手机关注比例走势

图表：2008年1-12月中国手机市场价格指数走势

图表：2008年1-12月音乐手机与智能手机价格指数走势

图表：2008年1-12月中国手机市场均价走势

图表：2008年1-12月音乐手机与智能手机均价走势对比

图表：2008年1-12月中国手机市场十大品牌产品均价对比

图表：2008年1-12月音乐手机市场十大品牌产品均价对比

图表：2008年1-12月智能手机市场十大品牌产品均价对比

图表：1998-2008年国产手机历年来在国内手机市场上的占有率情况

图表：2004-2009年中国手机售后服务产业规模

图表：调查样本的性别分布

图表：调查样本的年龄分布

图表：调查样本的受教育程度分布

图表：调查样本的职业分布

图表：调查样本的收入分布

图表：消费者接受的服务内容分布

图表：消费者对手机售后服务的整体满意度评价分布

图表：消费者对维修质量的满意度评价分布

图表：消费者对维修费用的满意度评价分布

图表：消费者对零配件价格的满意度评价分布

图表：消费者对维修速度的满意度评价分布

图表：四项维修指标调查结果对比

图表：消费者对客服态度的满意度评价分布

图表：消费者对服务网点查找的满意度评价分布

图表：消费者对网点营业时间的满意度评价分布

图表：消费者对网点硬建设施的满意度评价分布

图表：消费者对服务响应时间的满意度评价分布

图表：消费者对服务电话接通的满意度评价分布

图表：六项服务指标调查结果对比

图表：2007-2011年中国手机多媒体芯片市场预测

图表：已通过泰尔认证中心产品认证的统一接口手机充电器名录

图表：2008年2季度JAVA市场规模

图表：2008年2季度BREW市场规模

图表：2008年第3季度中国JAVA/BREW手机游戏市场规模

图表：2008年第4季度中国手机游戏市场规模

图表：3G手机市场购买潜力调查

图表：用户对3G业务了解状况调查

图表：消费者希望的3G业务调查

图表：2008年1-7月智能手机关注比例走势

图表：2008年7月最受用户关注的十大智能手机品牌分布

图表：2008年6月与7月最受关注的十大智能手机品牌关注比例对比

图表：2008年7月不同像素智能手机数量与降价产品数量分布

图表：2008年7月不同像素智能手机关注比例分布

图表：2008年6月与7月不同价位智能手机关注比例对比

图表：2008年6月与7月智能手机价格指数走势对比

图表：2008年7月智能手机市场均价走势

图表：2008年7月九大智能手机厂商产品均价对比

图表：2008年7月九家智能手机厂商月终价格调整对比

图表：2008年7月100万像素智能手机关注排行

图表：2008年7月100万像素智能手机关注排行

图表：2008年7月1000-2000元价位智能手机关注排行

图表：2008年7月2001-3000元价位智能手机关注排行

图表：2008年7月3001-4000元价位智能手机关注排行

图表：2008年1-8月智能手机关注比例走势

图表：2008年8月最受用户关注的十大智能手机品牌分布

图表：2008年7月与8月最受关注的十大智能手机品牌关注比例对比

图表：2008年8月不同像素智能手机与降价产品数量分布对比

图表：2008年7月与8月不同像素智能手机关注比例对比

图表：2008年7月与8月不同价位智能手机关注比例对比

图表：2008年7月与8月智能手机价格指数走势对比

图表：2008年8月智能手机市场均价走势

图表：2008年8月主流智能手机厂商产品均价对比

图表：2008年8月主流智能手机厂商月终价格调整对比

图表：2008年8月100万像素智能手机前十位排行

图表：2008年8月200万像素智能手机前十位排行

图表：2008年8月1000-2000元智能手机前十位排行

图表：2008年8月2001-3000元智能手机前十位排行

图表：2008年8月最受用户关注的前十款智能手机排行榜

图表：2008年8月最受用户关注的前十款智能手机报价

图表：2008年1-9月智能手机关注比例走势

图表：2008年9月中国智能手机市场十大厂商关注比例分布

图表：2008年7月与8月最受关注的十大智能手机品牌关注比例对比

图表：2008年9月不同像素智能手机与降价产品数量分布对比

图表：2008年8月与9月不同像素智能手机关注比例对比

图表：2008年8月与9月不同价位智能手机关注比例对比

图表：2008年8月与9月智能手机价格指数走势对比

图表：2008年9月智能手机市场均价走势

图表：2008年9月主流智能手机厂商产品均价对比

图表：2008年9月主流智能手机厂商月终价格调整对比

图表：2008年10月降幅最高的前十款智能手机排行榜

图表：2008年10月降幅最高的前十款智能手机分布状况

图表：2008年1月-10月智能手机关注比例走势

图表：2008年9月与10月最受关注的十大智能手机厂商排行榜

图表：2008年9月与10月不同像素智能手机关注比例对比

图表：2008年9月与10月不同价位智能手机关注比例对比

图表：2008年9月与10月智能手机价格指数走势对比

图表：2008年10月智能手机市场均价走势

图表：2008年10月主流智能手机厂商产品均价对比

图表：2008年10月主流智能手机厂商月终价格调整对比

图表：2008年1月-11月智能手机关注比例走势

图表：2008年10月与11月智能手机厂商排行榜对比

图表：2008年9月与10月不同像素智能手机关注比例对比

图表：2008年10月与11月不同价位智能手机关注比例对比

图表：2008年10月与11月智能手机价格指数走势对比

图表：2008年11月智能手机市场均价走势

图表：2008年11月主流智能手机厂商产品均价对比

图表：2008年11月主流智能手机厂商年终价格调整对比

图表：2008年12月最受关注的前十款智能手机排行榜

图表：2008年12月智能手机具体上榜产品主要参数及参考报价状况

图表：2008年1月至10月智能手机产品数量分布

图表：2008年1月至10月智能手机市场均价走势

图表：2008年1月至10月诺基亚智能手机关注比例走势

图表：2008年1月至10月诺基亚智能手机数量占整体智能手机产品数量比重

图表：2005-2008年诺基亚智能手机数量及比重变化

图表：2008年1月至10月诺基亚智能手机数量变化

图表：2008年诺基亚智能手机产品线分布对比

图表：2008年10月不同价位智能手机数量分布

图表：2008年1月至10月诺基亚降价智能手机数量及比重变化

图表：2008年1月-10月诺基亚智能手机市场均价走势

图表：2008年1月-10月诺基亚智能手机年终价格调整幅度对比

图表：2005-2008年智能手机市场比例上升图

图表：2008年智能手机预计所占市场比例图

图表：Phone类，PDA类，dPhone类以及仿iPhone类在基本硬件层面各类的表现

图表：四大手机平台对热门功能的支持情况

图表：2008年12月最受关注的前十款音乐手机排行榜

图表：2008年12月上榜手机产品主要参数及参考报价状况

图表：2008年1-9月音乐手机关注比例走势

图表：2008年9月最受用户关注的十大音乐手机品牌排行榜

图表：2008年9月不同像素音乐手机与降价产品数量分布

图表：2008年8月与9月不同像素音乐手机关注比例分布

图表：2008年8月与9月不同价位音乐手机关注比例对比

图表：2008年8月与9月音乐手机价格指数走势对比

图表：2008年9月音乐手机市场均价走势

图表：2008年9月主流音乐手机厂商产品均价对比

图表：2008年9月主流音乐手机厂商月终价格调整对比

图表：2008年10月降幅最高的前十款音乐手机排行榜

图表：2008年1-12月音乐手机关注比例走势

图表：2008年10月音乐手机市场各大品牌在排行榜上的分布

图表：2008年9月与10月不同像素音乐手机关注比例对比

图表：2008年9月与10月不同价位音乐手机关注比例对比

图表：2008年9月与10月音乐手机市场价格指数走势对比

图表：2008年10月音乐手机市场均价走势监测

图表：2008年10月主流音乐手机厂商产品均价对比

图表：2008年10月主流音乐手机厂商月终价格调整对比

图表：2008年1月-11月音乐手机关注比例走势

图表：2008年11月音乐手机市场各大品牌在排行榜上的分布

图表：2008年10月与11月不同像素音乐手机关注比例对比

图表：2008年10月与11月不同价位音乐手机关注比例对比

图表：2008年10月与11月音乐手机市场价格指数走势对比

图表：2008年11月音乐手机市场均价走势监测

图表：2008年11月主流音乐手机厂商产品均价对比

图表：2008年11月主流音乐手机厂商月终价格调整对比

图表：2008年11月降幅最高的前十款音乐手机排行榜

图表：2008年10月与11月音乐手机降价榜对比图

图表：2008年1月于2月降价手机数量与降价产品比重对比

图表：2008年1月与2月手机市场价格指数走势对比

图表：2008年2月整体手机市场价格指数走势

图表：2008年2月整体手机市场降价TOP10产品

图表：2008年1月与2月音乐手机与智能手机降价产品数量对比

图表：2008年2月音乐手机与智能手机价格指数走势对比

图表：2008年2月音乐手机降价TOP10

图表：2008年2月智能手机降价TOP10

图表：2008年2月不同像素拍照手机降价产品数量分布

图表：2008年2月不同像素拍照手机价格指数走势对比

图表：2008年2月100万像素音乐手机产品降价TOP10

图表：2008年2月200万像素音乐手机产品降价TOP10

图表：2006年1月至2008年10月三大容量MP3关注比例走势

图表：2008年1月至10月主流容量产品关注比例走势

图表：参与音乐手机容量调查的用户分布状况

图表：参与音乐手机容量调查的用户分布比例

图表：各大厂商主流市场销售音乐手机产品数量分布对比

图表：2008年不同价位音乐手机产品数量分布对比

图表：2008年主流厂商音乐手机产品均价对比

图表：2008年主流厂商不同价位产品数量分布对比

图表：2008年7月2000元及以下与2000元以上数码相机关注比例对比

图表：2008年7月2000元内不同像素手机关注比例分布对比

图表：2000元内数码相机与照相手机选择状况调查分布

图表：2001-3000元之间消费者可选择数码相机品牌及产品分布

图表：2008年7月2001-3000元之间不同像素照相手机关注比例对比

图表：2001-3000元之间消费者对数码相机与照相手机选择状况调查分布

图表：2008年7月3001-4000元之间消费者可选择数码相机品牌及产品分布

图表：2008年7月3001-4000元之间不同像素照相手机关注比例对比

图表：2008年7月3001-4000元之间消费者对数码相机与照相手机选择状况调查分布

图表：2007-2008年1季度手机品牌厂出货及市场占有率

图表：苹果iPhone手机的市场前景调查分布

图表：国产手机与国外品牌的综合能力对比

图表：2008年手机品牌关注度对比

图表：2008年1季度中国手机市场环比销售量情况

图表：2008年1季度中国手机市场环比销售额情况

图表：2008年1季度中国手机市场各品牌所占比例

图表：2008年1季度中国手机市场渠道比例分析

图表：2008年2月摩托罗拉在七大区域市场关注比例对比

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0301/200904/27-19554.html>