

2009-2012年中国手机显示屏行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告

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年中国手机显示屏行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告》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/R0304/200907/08-23509.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

由于经济形势恶化继续冲击无线行业，2009年全球手机显示器发货量将下降超过6%，不景气形势将持续至2010年。2009年手机显示器市场发货量将由2008年的16亿台降至15亿台，下滑6.2%。2010年发货量将微增0.3%。2011年发货量将实现16.5亿台，但在此之前，该市场不会超过2008年的水平。由于平均售价（ASP）下滑及利润率萎缩，2008年手机显示器市场已经步履维艰。但如今，经济下滑已开始影响到发货量，导致2009-2010年两年行业收入下降。经济形势的恶化导致手机换机率下降，这将是手机显示器市场下滑的主要原因。新兴国家的新手机需求将难以抵消换机率下降的影响。除需求放缓外，成品手机库存的大量积压将在初期加剧手机显示器市场的下滑趋势。2008年第4季度，库存修正指标已对该行业产生重大影响。为应对这种局面，2008年第4季度主要供应商的手机显示器发货量较上季度减少了40%以上。2009年1季度，在中国春节需求的拉动下，手机显示器总体需求小幅上升。中国本国手机制造商和一线手机品牌正推动这一需求。

近年来，手机市场中的显示器价格不断下跌。其主要原因在于，厂商纷纷投资兴建新一代晶圆厂以满足显示器、笔记本电脑和液晶电视日益增长的需求，从而扩大了TFT-LCD产能。2009年，预计各种尺寸和技术的移动显示器面板价格将不畏经济下滑，保持其以前的年度下滑速度——15-20%。对某些类型的面板来说，2009年ASP降幅将较2008年有所好转。大部分供应商已削减产能，并降低了其晶圆厂产能利用率，以因应需求放缓的困境。这将有助于减缓价格下跌势头。2009年，尽管价格下跌且发货量下降，但一线客户在采购面板方面不会遇到困难。由于当前产能利用率的降低，中小型TFT-LCD行业的供应过剩水平可能下降，但不太可能出现供应短缺。供应商可针对不断增多的订单轻松扩大生产。对于中小型TFT-LCD手机显示器供应商来说，2009年形势严峻，而且2010年只会略有改善。但如果供应商能够经受住价格下跌、产量下降和产能利用率降低的考验，则应该会在2011年迎来转机。在这样严峻的形势下，我国手机显示屏企业应如何应对呢？

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、中国光学光电子行业协会液晶分会、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，并结合对手机显示屏制造商和经销商等业内企业的访谈。报告立足于全球手机显示屏市场，对我国手机显示屏行业的发展现状、市场关注、细分行业、行业竞争格局等进行了研究，并重点分析了手机显示屏的销售状况，现阶段中国手机显示屏行业面临的冲击以及企业的应对策略。为我国手机显示屏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 手机显示屏概述 1

第一节 手机显示屏类型 1

一、TFT 1

二、TFD 1

三、UFB 1

四、STN 2

五、OLED 2

六、其他种类 2

第二节 手机屏显技术的演进 3

一、STN屏幕 3

二、UFB屏幕 3

三、TFD屏幕 4

四、TFT屏幕 4

五、非主流显示技术 5

第三节 手机显示屏行业概况 6

一、LED生产工艺 6

二、OLED生产工艺 6

三、2009年产业链发展分析 7

第二章 国内外手机行业发展现状分析 9

第一节 全球手机行业发展分析 9

一、2008年全球手机用户总数 9

二、2008年全球手机市场分析 10

三、2009年全球手机需求分析 13

四、2009年全球手机市场分析	15
五、2009年全球手机市场预测	17
六、2009年全球手机销量预测	19
七、2010年全球手机市场预测	21
第二节 2008年手机行业发展回顾	22
一、智能操作系统	22
二、多媒体手机	23
三、国产手机	24
四、山寨手机	24
五、电信重组	24
第三节 2008-2009年我国手机行业发展分析	25
一、2009年中国手机用户总数统计	25
二、2008年手机行业发展状况分析	26
三、2008年手机行业的七大关键词	56
四、手机出货量与利润倒挂引发深思	59
五、2009年工信部发放3G牌照分析	63
六、3G时代到来对国内手机市场的影响	64
七、中国手机行业可持续发展策略	65
八、手机行业微利时代到来	66
第四节 2008-2009年手机市场产销分析	67
一、2008年上半年中国手机产销分析	67
二、2008年我国手机产量情况分析	70
三、2009年我国手机产量情况分析	73
四、2008年我国手机市场销量分析	77
五、2009年我国手机市场销量分析	79
六、2008年我国手机出口情况分析	80
七、2009年我国手机出口情况分析	80
八、2009年深圳手机产量及出口情况	82
第五节 2009年我国手机行业展望	83
一、大屏幕触摸手机的推广	83
二、800万像素拍照手机普及	83
三、S60、WM、Android操作系统S60更具优势	83

四、TD-SCDMA、CDMA2000、WCDMA同台登场 84

五、2009年Wi-Fi解禁有难度 84

六、2009年手机市场面临洗牌 84

第三章 2008-2009中国手机市场分析 88

第一节 手机整体市场分析 88

一、2008-2009年手机市场结构 88

二、2008-2009年手机市场特征 89

第二节 市场关注度分析 91

一、2008-2009年中国手机市场品牌结构关注分析 91

二、2008-2009年中国手机市场价位区间关注分析 95

三、2008-2009年中国手机市场显示屏的关注分析 101

第三节 2008-2009年手机用户研究 104

一、用户特征概括 104

二、用户特征研究 107

三、用户上网行为研究 125

四、主流品牌用户特征研究 128

第四节 2009年1季度中国手机市场研究 136

一、市场概述及观点 136

二、市场结构研究 139

三、市场价格研究 147

四、市场发展趋势预测 152

第五节 2009年手机市场发展趋势分析 153

一、国外品牌依然占据大部分市场份额 153

二、互联网改变市场营销方式 153

三、3G手机市场逐渐兴起 154

四、手机市场规模预测 154

第六节 行业发展策略与建议 155

一、产品策略 155

二、价格策略 156

三、渠道策略 156

四、品牌策略 156

第四章 LED产业发展分析 157

第一节 LED显示器结构及分类 157

一、LED显示器结构 157

二、LED显示器分类 158

三、LED显示器的参数 159

四、LED显示器的应用指南 159

第二节 LED产业发展分析 164

一、LED产业发展前景分析 164

二、推动LED产业发展的因素分析 166

三、金融危机对我国LED产业的影响 170

四、2009年LED产业新格局分析 171

五、2009年整体LED产业发展形势 173

六、2009-2010年LED产业发展预测 176

七、2009-2015年深圳LED产业发展分析 182

第三节 2009年LED行业供需分析 183

一、LED是最具发展前景的朝阳产业之一 183

二、行业竞争格局分析 185

三、行业需求分析 187

四、行业供给分析 195

五、内资企业发展空间 200

六、结论及投资建议 201

第四节 2009-2012年两岸LED产业合作机遇 201

一、上游核心技术缺失制约产业发展 201

二、两岸经贸关系突破带来新机遇 202

三、两岸LED产业合作的建议 202

第五章 国外手机显示屏行业发展分析 204

第一节 全球手机显示屏市场分析 204

一、全球手机显示屏市场销售额 204

二、全球手机显示屏市场出货量 205

三、台湾胜华成最大手机显示屏商 207

四、夏普将关闭两条手机屏生产线 208

- 五、2008年手机面板供应链的变化 208
- 第二节 手机显示屏技术发展分析 209
 - 一、手机显示屏新技术 209
 - 二、世界上第一个三维手机显示屏 214
 - 三、2英寸960×540手机显示屏问世 214
 - 四、隐形手机显示屏诞生 215
 - 五、友达推全球最薄LCD手机屏 215
 - 六、2009年美光科技推新款单芯片微型显示屏 215
 - 七、2009年折叠钱包式的OLED显示屏概念手机亮相 217
 - 八、2009年夏普开发出0.8毫米厚用于手机的太阳能面板 217

第六章 我国手机显示屏行业发展现状 219

第一节 手机显示屏发展现状分析 219

- 一、3G手机显示四种技术应关注 219
- 二、LCD位居主流OLED前景看好 220
- 三、驱动IC是薄弱环节 221

第二节 3G对手机显示屏更新换代的影响 222

- 一、手机显示屏技术不断更新 222
- 二、CSTN到TFT过渡加速 222
- 三、OLED将成未来新霸主 223

第三节 手机电视对高清手机显示屏的影响 224

- 一、高清手机呼啸而来 224
- 二、高清趋势不可逆转 225
- 三、手机电视将带来新机遇 226
- 四、3G时代眼球经济开始抢占手机屏 227

第七章 中国手机显示屏市场态势分析 229

- 一、2009年我国TFT混合液晶需求 229
- 二、3D手机显示屏需求情况分析预测 232
- 三、2009年手机面板供应链格局变动情况分析 233
- 四、2009年中国手机显示屏需求及价格走势 234
- 五、2009年全球手机显示屏需求及价格走势 234

六、2009年全球手机显示屏出货量分析预测 235

七、2008-2009年手机触控面板出货量分析 236

第二部分 行业竞争格局

第八章 手机显示屏行业竞争格局分析 239

第一节 TFT-LCD产业竞争格局 239

一、全球TFT-LCD产业竞争格局 239

二、我国TFT-LCD产业竞争格局 240

第二节 手机显示屏行业竞争分析 242

一、小型显示屏市场竞争分析 242

二、手机显示屏市场竞争分析 243

第三节 手机显示屏厂商竞争力点评 243

一、天马品牌竞争优势 243

二、维信诺的综合实力 244

第四节 折叠手机显示屏问世的影响 245

一、折叠手机屏猎杀手机电视拦路虎 245

二、手机显示屏或改变IT行业发展 246

第五节 手机显示屏制造商发展分析 247

一、“成都造”手机显示屏的发展 247

二、高通大举进军手机显示屏领域 249

三、信利涉足高端手机显示屏领域 250

第九章 手机显示屏企业竞争策略分析 252

第一节 领先者市场竞争策略 252

一、维护高质量形象 252

二、扩大市场需求总量 252

三、保护市场份额 253

四、扩大市场份额 254

第二节 挑战者市场竞争策略 254

一、正面进攻 254

二、侧翼攻击 254

三、包围进攻 255

四、迂回攻击	255
五、游击战	255
第三节 追随者的市场竞争策略	255
一、紧密追随策略	256
二、距离追随策略	256
三、选择追随策略	256
第四节 补缺者的市场竞争策略	256
一、市场补缺者的特征	256
二、市场补缺者的策略	257
第十章 手机显示屏重点企业竞争分析	258
第一节 胜华	258
一、企业概况	258
二、扩产情况	258
三、2009年竞争战略	259
第二节 信利	260
一、企业概况	260
二、企业历程	264
三、2008年发展状况	265
第三节 三星	268
一、企业概况	268
二、2009年经营状况	269
三、2009年投资规划	270
第四节 爱普生	270
一、企业概况	270
二、2008年经营状况	272
三、2008-2009年在华发展	272
第五节 日立	274
一、企业概况	274
二、品牌战略	275
三、2008-2009年经营状况	275
第六节 夏普	276

- 一、企业概况 276
- 二、2008年经营状况 277
- 三、2010年发展规划 277
- 第七节 统宝 278
 - 一、企业概况 278
 - 二、公司治理 278
 - 三、2009年研发状况 279
- 第八节 凌巨 280
 - 一、企业概况 280
 - 二、竞争优势 280
 - 三、2009年发展状况 281
- 第九节 友达 282
 - 一、企业概况 282
 - 二、2008-2009年经营状况 283
 - 三、2009-2012年发展规划 287
- 第十节 天马 289
 - 一、企业概况 289
 - 二、2008-2009年财务分析 289
 - 三、2008-2009年经营状况 293
- 第十一节 京东方 294
 - 一、企业概况 294
 - 二、2008-2009年财务分析 295
 - 三、2008-2009年经营状况 299
- 第十二节 精电国际 300
 - 一、企业概况 300
 - 二、2008年经营状况 300
 - 三、2008年扩产情况 301
- 第十三节 比亚迪 302
 - 一、企业概况 302
 - 二、2008-2009年财务分析 304
 - 三、2008-2009年发展状况 307
- 第十四节 其他企业介绍 309

- 一、中航华天 309
- 二、立德通讯 310
- 三、晨兴电子 311
- 四、中山微视 312

第十一章 主要手机厂家的发展分析 313

第一节 诺基亚 313

- 一、公司在中国 313
- 二、2008年第四季度公司经营状况 314
- 三、2009年公司收购情况 314

第二节 摩托罗拉公司 315

- 一、公司在中国 315
- 二、2009年和北电网络合并 315
- 三、2009年调整中国手机业务 316

第三节 波导股份 318

- 一、公司简介 318
- 二、2008-2009年财务分析 320
- 三、2008-2009年经营状况 324

第四节 夏新电子 325

- 一、公司简介 325
- 二、2008-2009年财务分析 325
- 三、2008-2009年经营状况 329

第五节 索尼爱立信 331

- 一、公司简介 331
- 二、公司新战略 332
- 三、公司营销策略 334

第六节 联想 336

- 一、公司手机状况 336
- 二、公司手机战略经营状况 336
- 三、公司手机发展策略 339

第七节 康佳集团 340

- 一、公司简介 340

二、2008-2009年财务分析 343

三、2008-2009年经营状况 347

第八节 TCL集团 348

一、公司简介 348

二、2008-2009年财务分析 349

三、2008-2009年经营状况 353

第九节 金立 354

一、公司简介 354

二、公司研发情况 355

三、2009年公司动态 356

第十节 华为 357

一、企业概况 357

二、2008年经营状况 360

三、2009年竞争战略 361

第十一节 中兴 364

一、企业概况 364

二、2008-2009年财务分析 366

三、2008-2009年经营状况 370

第三部分 发展趋势预测

第十二章 手机显示屏发展趋势分析 373

第一节 手机显示屏发展趋势分析 373

一、液晶显示屏降价趋势分析 373

二、手机发展趋势给显示屏设计带来的挑战 373

三、高分辨率彩色显示屏是未来手机发展趋势 378

四、LED显示屏发展趋势分析 380

第二节 手机显示屏正向彩色高分辨率发展 384

一、从单色向彩色转变 384

二、显示质量和分辨率不断提高 385

三、显示屏幕越来越大 386

第三节 手机面板发展趋势分析 387

一、手机面板市场规模分析 387

二、影响手机面板发展的因素 387

三、手机面板的未来发展趋势 388

第十三章 未来手机显示屏行业发展预测 390

第一节 手机显示屏市场预测 390

一、2009年全球手机显示面板出货量预测 390

二、2010年全球手机显示屏市场发展预测 390

三、2015年全球OLED营收情况分析预测 391

四、2009-2012年手机显示屏市场形势预测 392

五、2009-2012年OLED替代LCD趋势预测 392

第二节 未来手机屏市场预测 393

一、小型显示屏市场预测 393

二、手机应用市场预测 394

三、手机面板出货量预测 394

四、手机主/次面板市占率预测 395

五、手机STN/CSTN面板发展方向 395

六、手机面板市场竞争格局预测 397

第四部分 投资战略研究

第十四章 手机显示屏行业投资现状分析 399

第一节 LED行业投资分析 399

一、国内LED产业主要投资机会 399

二、LED产业成全球范围内投资热点 402

三、从奥运看LED产业投资机会 403

第二节 LCD行业投资分析 407

一、TFT-LCD产业投资分析 407

二、2008年电信业重组开启手机屏巨大市场 409

三、2008年天马LCD投资情况 411

四、2009年三星LCD投资规划 413

五、2009年京东方TFT-LCD线投资规划 413

六、2009年龙腾光电TFT-LCD线投资规划 414

七、2009年彩虹AM-OLED线投资规划 415

第十五章 手机显示屏行业投资环境分析 417

第一节 经济发展环境分析 417

- 一、2008年宏观经济发展情况分析 417
- 二、2008-2009年居民消费价格分类指数分析 434
- 三、2009年我国宏观经济运行分析 442
- 四、2009-2010年中国经济增长分析预测 457

第二节 社会发展环境分析 462

- 一、2009年全国居民收入情况分析 462
- 二、2009年全国社会消费品零售总额 463
- 三、2009年全国居民消费价格分析 464

第三节 政策法规环境分析 468

第四节 2009-2011年电子信息产业振兴规划 469

- 一、电子信息产业现状及面临的形势 469
- 二、指导思想、基本原则和目标 469
- 三、产业调整和振兴的主要任务 471
- 四、政策措施 474
- 五、规划实施 476

第十六章 手机显示屏行业投资机会与风险 477

第一节 金融危机给我国企业带来的机遇分析 477

- 一、为享受调控政策带来机遇 477
- 二、为搞好战略转型带来机遇 477
- 三、为吸引国际投资带来机遇 478
- 四、为招聘高端人才带来机遇 478
- 五、为实施战略重组带来机遇 479
- 六、为降低制造成本带来机遇 479

第二节 金融危机下手机显示屏行业发展机遇分析 480

- 一、金融危机为手机显示屏企业提供了并购国外企业的机会 480
- 二、金融危机导致部分经营不善的手机显示屏企业退出市场 481
- 三、金融危机也给手机显示屏带来了巨大发展机遇 482
- 四、金融危机中我国手机显示屏企业发展机遇分析 482

第三节 金融危机下我国企业面临的风险分析 483

- 一、金融危机下我国企业面临的风险分析 483
- 二、金融危机给我国中小企业带来的风险 484
- 第四节 手机显示屏企业战略规划不确定性风险分析 485
 - 一、客观事件的不确定性风险 486
 - 二、市场的不确定性风险 486
 - 三、行业发展的不确定性风险 486
 - 四、技术发展的不确定性风险 487
 - 五、战略规划者的主观不确定性风险 487
 - 六、执行过程的不确定性风险 488
 - 七、工具方法的局限性风险 488
 - 八、战略规划系统的不确定性风险 489

第十七章 手机显示屏行业投资战略研究 490

- 第一节 手机显示器行业投资形势 490
 - 一、2009年手机显示器市场形势 490
 - 二、2009年手机显示器价格走向 491
 - 三、2009年手机显示器供求分析 491
 - 四、2009-2011年市场发展形势 491
- 第二节 2009-2012年我国手机显示屏企业发展策略 492
 - 一、坚守核心主业 492
 - 二、构建优质渠道 492
 - 三、整合优质资源 493
 - 四、提升经营能力 493
 - 五、明确品牌形象 494
 - 六、调整市场策略 495

图表目录

- 图表：2000-2008年全球手机市场销售规模及增长速度 11
- 图表；2008年H1全球市场主要品牌结构 12
- 图表：2008/2007年智能手机销量排行(根据操作系统) 17
- 图表：2006-2009年移动电话用户各月净增比较 25

图表：2006-2009年固定电话用户各月净增比较 26

图表：2008年手机行业搜索指数 28

图表：2008年整体手机产品均价月度变化 29

图表：2008年手机品牌总体关注度排行 30

图表：2008年十大手机品牌产品全年均价 31

图表：2008年主流手机品牌关注度占比季度变化（Top1-4） 32

图表：2008年主流手机品牌关注度占比季度变化（Top5-10） 33

图表：2008年十大上升最快手机品牌 34

图表：2008年国内外手机品牌关注度对比 35

图表：2008年手机型号关注度总体排行 36

图表：2008年十大手机型号全年均价 37

图表：2008年新上市手机关注度排行 38

图表：2008年网民关注的手机功能 39

图表：2008年网民关注的手机功能变化 39

图表：2008年不同像素手机产品均价月度变化 40

图表：2008年音乐、智能手机产品均价月度变化 40

图表：2008年智能手机网民最关注的品牌 41

图表：2008年音乐手机网民最关注的品牌 42

图表：2008年网民关注的手机款式 43

图表：2008年网民关注的手机款式变化 43

图表：2008年网民关注的手机颜色 44

图表：2008年手机网民的省份分布 45

图表：2008年手机网民的地域分布（城市级别） 46

图表：2008年手机网民的兴趣爱好 47

图表：2008年手机行业搜索指数 48

图表：2008年手机品牌总体关注度排行 48

图表：2008年智能/音乐手机网民的偏好对比 49

图表：2006-2008年手机行业投诉量对比 49

图表：2007-2008年手机行业月度投诉量对比分析 50

图表：2008年手机行业投诉主要来源图 50

图表：2007年手机行业投诉主要来源图 51

图表：2008年手机行业投诉主要问题明细图 51

图表：2008年手机行业投诉外壳/键盘掉漆裂损投诉量排名前四品牌 52

图表：2008年手机行业投诉屏显故障投诉量排名前五品牌 52

图表：2008年手机行业投诉非正常开关机投诉量排名前五品牌 53

图表：2008年手机行业投诉信号差问题投诉量排名前三品牌 53

图表：2008年手机行业投诉售后服务态度投诉量排名前十品牌 54

图表：2008年手机行业投诉多次维修投诉量排名前五品牌 54

图表：2008年手机行业投诉维修时间长投诉量排名前五品牌 55

图表：2008年手机行业投诉解决时效分析 55

图表：2008年手机行业投诉受理结果分析 56

图表：2008年电信运营重组情况 58

图表：2008年电信运营重组后市场格局 58

图表：2005年H1-2008年H1手机产量及增长率 67

图表：2008年H1重点品牌手机产量份额 68

图表：2005年H1-2008年H1手机内销量及增长率 68

图表：2008年H1重点品牌手机内销量份额 68

图表：2005年H1-2008年H1手机外销量及增长率 69

图表：2008年H1重点品牌手机外销量份额 69

图表：2005-2008年中国手机产量及增长率 69

图表：2005-2008年中国手机内销量及增长率 70

图表：2005-2008年中国手机外销量及增长率 70

图表：2008年1-12月移动电话机产量全国统计 71

图表：2008年1-12月移动电话机产量北京市统计 71

图表：2008年1-12月移动电话机产量天津市统计 71

图表：2008年1-12月移动电话机产量内蒙古区统计 71

图表：2008年1-12月移动电话机产量辽宁省统计 71

图表：2008年1-12月移动电话机产量吉林省统计 71

图表：2008年1-12月移动电话机产量上海市统计 71

图表：2008年1-12月移动电话机产量江苏省统计 71

图表：2008年1-12月移动电话机产量浙江省统计 72

图表：2008年1-12月移动电话机产量福建省统计 72

图表：2008年1-12月移动电话机产量江西省统计 72

图表：2008年1-12月移动电话机产量山东省统计 72

图表：2008年1-12月移动电话机产量湖北省统计 72

图表：2008年1-12月移动电话机产量广东省统计 72

图表：2008年1-12月移动电话机产量广西区统计 72

图表：2008年1-12月移动电话机产量重庆市统计 72

图表：2008年1-12月移动电话机产量四川省统计 73

图表：2008年1-12月移动电话机产量贵州省统计 73

图表：2009年1-4月移动电话机产量全国合计 73

图表：2009年1-4月移动电话机产量北京市合计 74

图表：2009年1-4月移动电话机产量天津市合计 74

图表：2009年1-4月移动电话机产量辽宁省合计 74

图表：2009年1-4月移动电话机产量吉林省合计 74

图表：2009年1-4月移动电话机产量上海市合计 74

图表：2009年1-4月移动电话机产量江苏省合计 75

图表：2009年1-4月移动电话机产量浙江省合计 75

图表：2009年1-4月移动电话机产量福建省合计 75

图表：2009年1-4月移动电话机产量江西省合计 75

图表：2009年1-4月移动电话机产量山东省合计 75

图表：2009年1-4月移动电话机产量湖北省合计 76

图表：2009年1-4月移动电话机产量海南省合计 76

图表：2009年1-4月移动电话机产量广东省合计 76

图表：2009年1-4月移动电话机产量广西区合计 76

图表：2009年1-4月移动电话机产量重庆市合计 76

图表：2009年1-4月移动电话机产量四川省合计 77

图表：2009年1-4月移动电话机产量贵州省合计 77

图表：2009年1-4月移动电话机产量内蒙古合计 77

图表：2008年中国手机终端市场季度销量变化情况 78

图表：2006-2008年中国移动用户月度净增长情况 78

图表：2008-2009年中国手机销售业绩最好的区域 88

图表：未来手机新兴功能调查 89

图表：2008-2009年手机关注度调查 91

图表：2008年中国手机用户性别分布 92

图表：2008年中国手机市场百款热门机型上市时间分布 93

图表：2008年百款热门机型中不同品牌上榜产品数量分布 93

图表：2008年中国手机市场百款热门机型品牌关注度分布 94

图表：2008年百款热门机型中不同品牌单款产品关注度贡献值对比 94

图表：2008年百款热门机型与整体市场六大品牌关注比例对比 95

图表：2008-2009年手机价格区间调查 95

图表：2008年百款热门机型中不同价格区间产品数量分布 97

图表：2008年百款热门机型不同价格区间产品关注度分布 97

图表：2008年百款热门机型与整体市场不同价格区间产品关注对比 98

图表：2008年百款热门机型均价与整体市场均价对比 98

图表：2008年百款热门机型与整体市场不同功能产品均价对比 99

图表：2008年百款热门机型与整体市场不同像素产品均价对比 99

图表：2008年百款热门机型中不同设计类型产品数量分布 100

图表：2008年百款热门机型不同设计类型产品关注度分布 100

图表：2008年百款热门机型中不同功能产品关注度分布 101

图表：2008年百款热门机型中不同像素产品数量分布 101

图表：2008年百款热门机型中主流像素产品关注度分布 102

图表：2008年百款热门机型中不同屏幕色彩产品关注度分布 102

图表：2008年百款热门机型中不同尺寸产品关注度分布 103

图表：2008年百款热门机型中触摸屏手机与GPS手机关注度分布 103

图表：2008年中国手机用户性别分布 107

图表：2008年中国手机用户年龄分布 108

图表：2008年中国手机用户所在区域分布 109

图表：2008年中国手机用户城乡分布 110

图表：2008年中国手机用户婚姻状况分布 111

图表：2008年中国手机用户个人月收入分布 111

图表：2008年中国手机用户家庭月收入分布 112

图表：2008年中国手机用户受教育程度分布 113

图表：2008年中国手机用户所在行业分布 114

图表：2008年中国手机用户所在单位人员规模分布 115

图表：2008年中国手机用户所在单位年产值规模分布 116

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——音乐 117

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——电影 118

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——电视 118

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——游戏 119

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——阅读 120

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——艺术 121

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——体育 122

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——购物 123

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——旅游出行 123

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——线路信息 124

图表：2008年中国手机用户上网地点分布 125

图表：2008年对中国手机用户最具吸引力的广告形式分布 126

图表：2008年中国手机用户网络广告点击行为分布 126

图表：2008年Q2手机功能关注度排行 127

图表：2008年主流品牌手机用户年龄分布对比 128

图表：2008年主流品牌手机用户个人月收入分布对比 129

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——音乐 130

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——电影 131

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——电视 131

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——游戏 132

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——阅读 133

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——艺术 134

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——体育 135

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——购物 136

图表：2009年第一季度中国市场最受用户关注的前十五大手机品牌分布图 139

图表：2009年第一季度中国手机市场七大区域用户关注分布图 140

图表：2009年第一季度中国七大区域最受用户关注的前十大手机品牌排行 141

图表：2009年第一季度中国手机市场不同类型手机用户关注比例分布图 143

图表：2009年第一季度中国市场不同像素手机用户关注分布图 144

图表：2009年第一季度中国市场不同价格区间手机用户关注分布图 145

图表：2009年第一季度不同价格区间手机用户关注比例走势图 146

图表：2009年1-3月中国市场手机价格指数走势图 147

图表：2009年第一季度中国市场手机均价走势图 148

图表：2009年第一季度中国市场不同类型手机均价走势图 149

图表：2009年第一季度中国手机市场最受用户关注的十大品牌均价对比 150

图表：2009年第一季度中国市场最受用户关注的十大智能手机品牌均价对比 151

图表：2008-2009年手机使用年限调查 154

图表：2008-2009年智能手机系统调查 155

图表：基本的半导体数码管是由七个条状发光二极管芯片按排列而成的 157

图表：各发光段电极连接方式分有共阳极和共阴极两种 159

图表：数码宇航局的共阳极形式和共阴极形式 160

图表：数码管的静态的驱动 161

图表：N位数字静态驱动显示电路 161

图表：一种四位数字动态驱动（脉搏冲驱动）方法的线路 162

图表：采用双列直插14脚封装表示两种显示器的差别是LED极性不同 163

图表：一个LED点阵显示器驱动电路 164

图表：2005-2010年中国LED照明市场规模及增长率 165

图表：白光LED与传统通用照明灯的比较 165

图表：2007年度国内LED产量、芯片产量及芯片国产率 168

图表：2000-2007年我国LED封装市场规模及增长率变化 168

图表：2007年12月国内外功率型白光LED技术指标对比 169

图表：2007年按应用分中国LED照明市场规模(按销售额) 169

图表：2007年中国LED照明各应用市场占比 169

图表：2008年中国LED应用市场规模预测 176

图表：主要国家和地区LED产业发展政策 176

图表：全球LED产业链分布情况 177

图表：五大国际LED厂商产业化和应用情况 177

图表：2009-2010年全球LED产值预估 178

图表：2009-2010年台湾LED产值预估 179

图表：2009年2-4月显示屏尺寸关注比例变动表 193

图表：2009年4月液晶显示器尺寸关注比例排名 193

图表：2009年4月液晶显示器最佳分辨率关注比例 194

图表：2009年5月LCD市场品牌关注比例统计 194

图表：2009年5月LCD品牌关注比例走势统计 195

图表：2009年1-4月显示器产量全国合计 197

图表：2009年1-4月显示器产量北京市合计 198

图表：2009年1-4月显示器产量天津市合计 198

图表：2009年1-4月显示器产量上海市合计 198

图表：2009年1-4月显示器产量江苏省合计 198

图表：2009年1-4月显示器产量浙江省合计 198

图表：2009年1-4月显示器产量安徽省合计 199

图表：2009年1-4月显示器产量福建省合计 199

图表：2009年1-4月显示器产量山东省合计 199

图表：2009年1-4月显示器产量湖北省合计 199

图表：2009年1-4月显示器产量湖南省合计 199

图表：2009年1-4月显示器产量广东省合计 200

图表：2009年1-4月显示器产量陕西省合计 200

图表：2007-2015年全球触控面板出货量及预测 237

图表：行业市场竞争者地位结构 252

图表：胜华科技简况 258

图表：信利半导体LCD事业部 260

图表：信利半导体TFT事业部 261

图表：信利半导体MDS事业部 261

图表：信利半导体LCM事业部 262

图表：信利半导体COG事业部 262

图表：信利半导体CCM事业部 262

图表：信利半导体TPD事业部 263

图表：信利半导体ADD事业部 263

图表：信利半导体光技术事业部 263

图表：2007-2008年信利国际财务摘要 266

图表：2001-2008年信利国际每股盈利及股息 266

图表：2001-2008年信利国际综合收益表 267

图表：2001-2008年信利国际综合资产负债表 267

图表：凌巨科技简况 280

图表：2008年友达光电营运报告 284

图表：2009年1-5月友达光电营运报告 286

图表：2008年1-4季度天马微电子股份有限公司主营构成 289

图表：2008-2009年天马微电子股份有限公司每股指标 290

图表：2008-2009年天马微电子股份有限公司获利能力 290

图表：2008-2009年天马微电子股份有限公司经营能力 290

图表：2008-2009年天马微电子股份有限公司偿债能力 290

图表：2008-2009年天马微电子股份有限公司资本结构 291

图表：2008-2009年天马微电子股份有限公司发展能力 291

图表：2008-2009年天马微电子股份有限公司现金流量 291

图表：2008-2009年天马微电子股份有限公司主营业务收入 291

图表：2008-2009年天马微电子股份有限公司主营业务利润 292

图表：2008-2009年天马微电子股份有限公司营业利润 292

图表：2008-2009年天马微电子股份有限公司利润总额 293

图表：2008-2009年天马微电子股份有限公司净利润 293

图表：2008年1-4季度京东方科技集团股份有限公司主营构成 295

图表：2008-2009年京东方科技集团股份有限公司每股指标 296

图表：2008-2009年京东方科技集团股份有限公司获利能力 296

图表：2008-2009年京东方科技集团股份有限公司经营能力 296

图表：2008-2009年京东方科技集团股份有限公司偿债能力 296

图表：2008-2009年京东方科技集团股份有限公司资本结构 297

图表：2008-2009年京东方科技集团股份有限公司发展能力 297

图表：2008-2009年京东方科技集团股份有限公司现金流量 297

图表：2008-2009年京东方科技集团股份有限公司主营业务收入 297

图表：2008-2009年京东方科技集团股份有限公司主营业务利润 298

图表：2008-2009年京东方科技集团股份有限公司营业利润 298

图表：2008-2009年京东方科技集团股份有限公司利润总额 298

图表：2008-2009年京东方科技集团股份有限公司净利润 299

图表：2004-2008年比亚迪财务数据比较 304

图表：2007-2008年比亚迪按产品类别分析的营业额比较 305

图表：2007-2008年比亚迪按客户所在地分析的地区分布比较 305

图表：2007-2008年比亚迪综合损益表 306

图表：2007-2008年比亚迪综合资产负债表 306

图表：2008年2月摩托罗拉在七大区域市场关注比例对比 317

图表：摩托罗拉分拆目的的网友调查 317

图表：2008年1-4季度宁波波导股份有限公司主营构成 320

图表：2008-2009年宁波波导股份有限公司每股指标 320

图表：2008-2009年宁波波导股份有限公司获利能力 321

图表：2008-2009年宁波波导股份有限公司经营能力 321

图表：2008-2009年宁波波导股份有限公司偿债能力 321

图表：2008-2009年宁波波导股份有限公司资本结构 322

图表：2008-2009年宁波波导股份有限公司发展能力 322

图表：2008-2009年宁波波导股份有限公司现金流量 322

图表：2008-2009年宁波波导股份有限公司主营业务收入 322

图表：2008-2009年宁波波导股份有限公司主营业务利润 323

图表：2008-2009年宁波波导股份有限公司营业利润 323

图表：2008-2009年宁波波导股份有限公司利润总额 323

图表：2008-2009年宁波波导股份有限公司净利润 324

图表：2008年1-4季度夏新电子股份有限公司主营构成 325

图表：2008-2009年夏新电子股份有限公司每股指标 326

图表：2008-2009年夏新电子股份有限公司获利能力 326

图表：2008-2009年夏新电子股份有限公司经营能力 326

图表：2008-2009年夏新电子股份有限公司偿债能力 327

图表：2008-2009年夏新电子股份有限公司资本结构 327

图表：2008-2009年夏新电子股份有限公司发展能力 327

图表：2008-2009年夏新电子股份有限公司现金流量 327

图表：2008-2009年夏新电子股份有限公司主营业务收入 328

图表：2008-2009年夏新电子股份有限公司主营业务利润 328

图表：2008-2009年夏新电子股份有限公司营业利润 328

图表：2008-2009年夏新电子股份有限公司利润总额 329

图表：2008-2009年夏新电子股份有限公司净利润 329

图表：2008年1-4季度康佳集团股份有限公司主营构成 343

图表：2008-2009年康佳集团股份有限公司每股指标 343

图表：2008-2009年康佳集团股份有限公司获利能力 344

图表：2008-2009年康佳集团股份有限公司经营能力 344

图表：2008-2009年康佳集团股份有限公司偿债能力 344

图表：2008-2009年康佳集团股份有限公司资本结构 345

图表：2008-2009年康佳集团股份有限公司发展能力 345

图表：2008-2009年康佳集团股份有限公司现金流量 345

图表：2008-2009年康佳集团股份有限公司主营业务收入 345

图表：2008-2009年康佳集团股份有限公司主营业务利润 346

图表：2008-2009年康佳集团股份有限公司营业利润 346

图表：2008-2009年康佳集团股份有限公司利润总额 346

图表：2008-2009年康佳集团股份有限公司净利润 347

图表：2008年1-4季度TCL集团股份有限公司主营构成 349

图表：2008-2009年TCL集团股份有限公司每股指标 349

图表：2008-2009年TCL集团股份有限公司获利能力 350

图表：2008-2009年TCL集团股份有限公司经营能力 350

图表：2008-2009年TCL集团股份有限公司偿债能力 350

图表：2008-2009年TCL集团股份有限公司资本结构 351

图表：2008-2009年TCL集团股份有限公司发展能力 351

图表：2008-2009年TCL集团股份有限公司现金流量 351

图表：2008-2009年TCL集团股份有限公司主营业务收入 351

图表：2008-2009年TCL集团股份有限公司主营业务利润 352

图表：2008-2009年TCL集团股份有限公司营业利润 352

图表：2008-2009年TCL集团股份有限公司利润总额 352

图表：2008-2009年TCL集团股份有限公司净利润 352

图表：华为业务领域 358

图表：2002-2007年华为经营业绩 358

图表：中兴通讯中国区域营销网络 366

图表：2008年1-4季度中兴通讯股份有限公司主营构成 366

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司每股指标 367

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司获利能力 367

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司经营能力 368

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司偿债能力 368

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司资本结构 368

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司发展能力 368

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司现金流量 369

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司主营业务收入 369

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司主营业务利润 369

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司营业利润 369

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司利润总额 370

图表：2008-2009年中兴通讯股份有限公司净利润 370

图表：感应式与电荷泵两种架构之间的对比 376

图表：安森美半导体的NCP5608背光和闪光灯驱动器的引脚功能图 377

图表：移动电话用显示屏和PC用显示屏对比 379

图表：2007-2012年全球液晶显示器销售额预测(销售额以百万美元计) 382

图表：手机功能发展趋势 388

图表：手机功能趋势及其对手机面板之影响 389

图表：2008年1-4季度国内生产总值 417

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度 418

图表：2004-2008年居民消费价格指数涨跌幅度 418

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度 419

图表：2004-2008年年末国家外汇储备 419

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度 420

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度 421

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度 422

图表：2008年1-11月规模以上工业企业实现利润及其增长速度 423

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度 424

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度 424

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 425

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力 426

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况 426

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度 427

图表：2008年1-12月中国PPI发展情况 428

图表：2008年货物进出口总额及其增长速度 428

图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度 429

图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度 429

图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 430

图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度 430

图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度 431

图表：2008年人口数及其构成 432

图表：2004-2008年农村居民人均可支配收入及其增长速度 432

图表：2004-2008年城镇居民人均可支配收入及其增长速度 433

图表：2008年1-12月中国PPI和CPI走势图 434

图表：2008年1月居民消费价格分类指数分析 434

图表：2008年2月居民消费价格分类指数分析 435

图表：2008年3月居民消费价格分类指数分析 435

图表：2008年4月居民消费价格分类指数分析 436

图表：2008年5月居民消费价格分类指数分析 436

图表：2008年6月居民消费价格分类指数分析 437

图表：2008年7月居民消费价格分类指数分析 437

图表：2008年8月居民消费价格分类指数分析 438

图表：2008年9月居民消费价格分类指数分析 438

图表：2008年10月居民消费价格分类指数分析 439

图表：2008年11月居民消费价格分类指数分析 439

图表：2008年12月居民消费价格分类指数分析 440

图表：2009年1月居民消费价格分类指数分析 440

图表：2009年2月居民消费价格分类指数分析 441

图表：2009年3月居民消费价格分类指数分析 441

图表：2008-2009年3月国房景气指数 443

图表：2008-2009年3月房地产开发投资指数 444

图表：2008-2009年2月国家货币供应量 444

图表：2008-2009年2月全国房地产开发投资情况 445

图表：2008-2009年2月全国房地产开发投资增长情况 445

图表：2008-2009年2月工业总产值和同比增长率走势图 446

图表：2008-2009年2月工业总产值和同比增长率情况 446

图表：2008-2009年2月社会消费品零售总额 447

图表：2008-2009年2月社会消费品零售增长率 447

图表：2008-2009年2月全国外商直接投资情况 448

图表：2008-2009年2月全国外商直接投资增长率 448

图表：2008-2009年3月全国GDP、CPI和PPI涨幅 449

图表：2008-2009年3月全国居民消费价格指数 466

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0304/200907/08-23509.html>