

2017-2022年中国手机行业市场运营态势及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国手机行业市场运营态势及投资前景预测报告》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.huaon.com/detail/302182.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

近几年来,全球移动通信业发展迅速,特别是在我国,移动通信增长的态势迅猛。当前,中国手机市场中智能手机占据了高端市场。在中国智能手机的使用者大概为15-50岁之间的人群,尤其以青年人为主。这类人群知识水平相对较高,接触到时代最前沿的科技,对电子产品比较熟悉,对网络的需求较高。智能手机是指像个人电脑一样,具有独立的操作系统,用户可以自行下载软件、游戏等第三方服务商提供的程序。智能手机除了具备手机的通话功能外,还具备了GPS和电子邮件功能。

据统计,2014年全球手机出货量18.9亿部,增长4.9%,我国共计生产手机16亿部,占到全球产量的85%,其中80%的手机又为深圳企业生产。也即是全球有近68%的手机产自深圳。2014年国内共销售4.51亿台手机,其中有3.89亿为智能手机,同比2013年增长20%,2G手机为6050万台,下降64.4%,3G为2.2亿下降46.1%,4G手机为1.71亿台。由于我国手机用户已经达到12.8亿,普及率达到95%左右,市场已基本饱和。预计在2017-2022年,我国手机市场需求主要来自手机的换新。而随着4G网络的迅速普及,预计2016年,我国智能手机的销售比例将进一步提高,4G手机用户将达2.5亿,4G手机出货量也会大幅增长。

手机产量及同比增长(万件)

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:

第一部分 产业环境透视

第一章 手机行业概述

第一节 手机简介

一、手机的定义

二、手机的用途

第二节 手机的主要特点及分类

一、手机的特点

二、手机的分类

第三节 手机行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

五、行业下游产业链相关行业分析

六、上下游行业影响及风险提示

第二章 手机行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 手机行业政治法律环境（P）

一、行业主要政策法规

二、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

一、手机产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、手机技术分析

二、行业主要技术发展趋势

三、技术环境对行业的影响

第三章 国外手机行业发展分析及经验借鉴

第一节 美国手机行业发展经验与启示

一、美国手机行业发展现状分析

二、美国手机行业运营模式分析

三、美国手机行业对我国的启示

第二节 日本手机行业发展经验与启示

一、日本手机行业发展现状分析

二、日本手机行业运营模式分析

三、日本手机行业对我国的启示

第三节 韩国手机行业发展经验与启示

一、韩国手机行业发展现状分析

二、韩国手机行业运营模式分析

三、韩国手机行业对我国的启示

第四节 欧盟手机行业发展经验与启示

一、欧盟手机行业发展现状分析

二、欧盟手机行业运营模式分析

三、欧盟手机行业对我国的启示

第二部分 行业深度分析

第四章 我国手机行业运行现状分析

第一节 我国手机行业发展状况分析

一、我国手机行业发展总体概况

二、我国手机行业发展特点分析

三、我国手机行业商业模式分析

四、我国手机行业市场规模分析

五、我国手机行业价格走势分析

第二节 2016年我国手机市场结构分析

一、产品结构

二、价格段结构

三、省市结构

四、渠道结构

第三节 手机行业热点分析

一、2016年互联网企业将加速手机行业洗牌

二、高通被罚将改变国内手机行业格局

三、魅族联盟阿里 或搅动手机行业格局

第五章 我国手机行业运行指标分析

第一节 我国手机行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 我国手机行业产销情况分析

一、我国手机行业工业总产值

二、我国手机行业工业销售产值

三、我国手机行业产销率

第三节 我国手机行业盈利能力分析

一、我国手机行业销售利润率

二、我国手机行业成本费用利润率

三、我国手机行业亏损面

第四节 我国手机行业发展能力分析

- 一、我国手机行业总资产增长率
- 二、我国手机行业利润总额增长率
- 三、我国手机行业主营业务收入增长率

第六章 手机行业进出口分析

第一节 2016年我国手机市场进口分析

- 一、2016年手机进口总量
- 二、2016年手机进口集中度
- 三、2016年手机进口价格情况

第二节 2016年我国手机市场出口分析

- 一、2016年手机出口总量
- 二、2016年手机出口集中度
- 三、2016年手机出口价格情况

第三节 2017-2022年我国手机进出口预测

- 一、2017-2022年我国手机进出口总量预测
- 二、2017-2022年我国手机进出口价格预测
- 三、2017-2022年我国手机进出口集中度预测

第三部分 市场全景调研

第七章 我国手机细分市场分析及预测

第一节 智能手机市场分析

- 一、智能手机市场规模分析
- 二、智能手机市场价格走势分析
- 三、智能手机市场竞争格局分析

自2008年开始，随着苹果引领的智能手机浪潮兴起，全球消费电子零组件企业快速发展。而从2015年开始，智能手机逐步进入换机期，增速下台阶趋势已经确立。

2015年国内手机市场销量4.38亿部左右，同比增长仅3%，智能手机市场宣告进入存量时代。在存量时代下，当消费者的基本使用需求已被满足，性能、审美和差异化三个维度成为手机厂商的角力场。全球智能手机龙头苹果同样陷入增长停滞，苹果不久之前2016财年第二财季业绩，其营收与净利润均比去年同期下滑。

世界智能手机出货量（百万部）

苹果手机销量遭遇13年来首降

中国智能手机出货量（百万部）

四、智能手机市场最新发展动向分析

五、智能手机市场前景预测

第二节 非智能手机市场分析

一、非智能手机市场规模分析

二、非智能手机市场价格走势分析

三、非智能手机市场竞争格局分析

四、非智能手机市场最新发展动向分析

五、非智能手机市场前景预测

第四部分 竞争格局分析

第八章 我国手机行业竞争形势分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、手机行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、手机行业企业间竞争格局分析

三、手机行业集中度分析

四、手机行业SWOT分析

1、手机行业优势分析

2、手机行业劣势分析

3、手机行业机会分析

4、手机行业威胁分析

第二节 我国手机行业竞争格局综述

一、手机行业竞争概况

二、我国手机行业竞争力分析

三、手机行业主要企业竞争力分析

第三节 手机行业竞争格局分析

一、国内外手机竞争分析

二、我国手机市场竞争分析

三、我国手机市场集中度分析

四、国内主要手机企业动向

五、国内手机企业拟在建项目分析

第九章 手机重点企业竞争分析

第一节 苹果

一、企业概况

二、经营状况分析

三、主导产品分析

四、企业经营策略和发展战略分析

五、企业竞争力评价

第二节 小米

一、企业概况

二、经营状况分析

三、主导产品分析

四、企业经营策略和发展战略分析

五、企业竞争力评价

第三节 三星

一、企业概况

二、经营状况分析

三、主导产品分析

四、企业经营策略和发展战略分析

五、企业竞争力评价

第四节 联想

一、企业概况

二、经营状况分析

三、主导产品分析

四、企业经营策略和发展战略分析

五、企业竞争力评价

第五节 华为

一、企业概况

二、经营状况分析

三、主导产品分析

四、企业经营策略和发展战略分析

五、企业竞争力评价

第六节 酷派

- 一、企业概况
- 二、经营状况分析
- 三、主导产品分析
- 四、企业经营策略和发展战略分析
- 五、企业竞争力评价

第七节 Oppo

- 一、企业概况
- 二、经营状况分析
- 三、主导产品分析
- 四、企业经营策略和发展战略分析
- 五、企业竞争力评价

第八节 Vivo

- 一、企业概况
- 二、经营状况分析
- 三、主导产品分析
- 四、企业经营策略和发展战略分析
- 五、企业竞争力评价

第九节 中兴

- 一、企业概况
- 二、经营状况分析
- 三、主导产品分析
- 四、企业经营策略和发展战略分析
- 五、企业竞争力评价

第十节 魅族

- 一、企业概况
- 二、经营状况分析
- 三、主导产品分析
- 四、企业经营策略和发展战略分析
- 五、企业竞争力评价

第五部分 行业前景预测

第十章 2017-2022年手机行业前景及趋势预测

第一节 2017-2022年手机市场发展前景

- 一、2017-2022年手机市场发展潜力

二、2017-2022年手机市场前景展望

三、2017-2022年手机细分行业发展前景分析

第二节 手机行业“十三五”总体规划

一、手机行业“十三五”规划纲要

二、手机行业“十三五”规划指导思想

三、手机行业“十三五”规划主要目标

第三节 2017-2022年手机市场发展趋势预测

一、2017-2022年手机行业发展趋势

二、2017-2022年手机市场规模预测

三、2017-2022年手机行业应用趋势预测

四、2017-2022年细分市场发展趋势预测

第四节 2017-2022年我国手机行业供需预测

一、2017-2022年我国手机行业供给预测

二、2017-2022年我国手机行业需求预测

第五节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第六部分 行业投资分析与建议

第十一章 2017-2022年手机行业投资机会与风险防范

第一节 手机行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、手机行业投资现状分析

第二节 2017-2022年手机行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、手机行业投资机遇

第三节 2017-2022年手机行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第十二章 手机行业发展战略研究

第一节 手机行业发展战略研究

- 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 对我国手机品牌的战略思考

- 一、手机品牌的重要性
- 二、手机实施品牌战略的意义
- 三、手机企业品牌的现状分析
- 四、我国手机企业的品牌战略
- 五、手机品牌战略管理的策略

第三节 手机经营策略分析

- 一、手机市场细分策略
- 二、手机市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、手机新产品差异化战略

第四节 手机行业投资战略研究

- 一、2016年手机行业投资战略
- 二、2017-2022年手机行业投资战略
- 三、2017-2022年细分行业投资战略

第十三章 研究结论及发展建议

第一节 手机行业研究结论及建议

第二节 手机子行业研究结论及建议

第三节 手机行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：手机行业生命周期

图表：2013-2016年我国手机行业市场规模

图表：2013-2016年手机行业销售收入

图表：2013-2016年手机行业利润总额

图表：2013-2016年手机行业资产总计

图表：2013-2016年手机行业负债总计

图表：2013-2016年手机行业竞争力分析

图表：2013-2016年手机市场价格走势

图表：2013-2016年手机行业主营业务收入

图表：2013-2016年手机行业主营业务成本

图表：2013-2016年手机行业销售费用分析

图表：2013-2016年手机行业管理费用分析

图表：2013-2016年手机行业财务费用分析

图表：2013-2016年手机行业销售毛利率分析

图表：2013-2016年手机行业销售利润率分析

图表：2013-2016年手机行业成本费用利润率分析

图表：2013-2016年手机行业总资产利润率分析

图表：2013-2016年手机行业需求分析

图表：2013-2016年手机行业集中度

图表：2017-2022年我国手机行业供给预测

图表：2017-2022年我国手机行业需求预测

图表：2017-2022年我国手机行业供需平衡预测

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/302182.html>