

2016-2022年中国智能手机行业市场研究及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国智能手机行业市场研究及发展前景预测报告》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/286129.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

人们消费观念的改变，社交媒介的改变以及消费方式的改变从一定程度上解放了消费者对智能手机的购买思想和购买能力，直接扩大了智能手机的销量，促进了市场规模的快速增长。

由于人们对智能手机的诉求不再像功能手机那样单一，娱乐功能成为手机的一大重要功能。自拍、上网、玩游戏、看视频、社交媒体成为人们时下智能手机使用最多的功能。

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】

第一章 2015年全球智能手机行业市场运行动态分析 22

第一节 2015年全球智能手机行业发展情况分析 22

一、全球智能手机市场发展概况 22

二、全球智能手机出货量市场规模 23

（一）全球智能手机出货量规模 23

（二）全球手机出货量规模分析 24

（三）全球智能手机出货量占比分析 24

三、全球智能手机出货量市场结构 25

（一）全球手机出货量市场结构 25

（二）全球智能手机市场结构 26

（三）全球智能手机厂商出货量对比 27

四、全球智能手机渗透率 27

五、全球智能手机用户规模 28

（一）全球手机用户规模分析 28

（二）全球智能手机用户规模 29

第二节 全球智能手机市场发展态势分析 29

一、日本智能手机市场份额分析 29

二、美国智能手机使用情况分析 30

三、加拿大智能手机市场分析 32

四、全球智能手机出货量预测 33

五、全球智能手机应用内购买市场规模 34

第三节 2016-2022年全球智能手机发展趋势 35

- 一、大屏幕时代 35
- 二、键盘操控方式多种多样 35
- 三、关注用户体验 36
- 四、硬件设计更重要 36
- 五、操作系统三足鼎立 37
- 六、国外智能手机厂商市场份额不断缩小 37
- 七、智能手机的发展带动移动LBS的发展 37
- 八、智能手机带动云服务发展 37

第四节 2016-2022年全球五大系统智能手机发展趋势 38

- 一、Android：目前市场份额最高 38
- 二、iOS：简单、流畅的操作系统 38
- 三、Symbian：逐渐没落的操作系统 39
- 四、Windows Phone：比较有潜力的操作系统 39
- 五、Black Berry OS：逐渐退出市场的操作系统 39

第五节 智能手机市场产业链分析 40

- 一、智能手机产业概述 40
- 二、上游配件供应商分析 41
- 三、操作系统平台商 42
- 四、应用软件开发商 43
- 五、品牌制造商 43
- 六、电信运营商 44
- 七、周边设备制造商 48
- 八、服务供应商 48

第二章 2015年中国智能手机行业发展环境分析 51

第一节 2015年中国智能手机经济环境分析 51

- 一、中国GDP分析 51
- 二、消费价格指数分析 52
- 三、城乡居民收入分析 53
- 四、社会消费品零售总额 55
- 五、全社会固定资产投资分析 56
- 六、进出口总额及增长率分析 58

第二节 中国智能手机政策环境分析 61

- 一、《关于加强移动智能终端进网管理的通知》治理恶意代码 61

二、手机国家三包法 62

三、《反垄断法》促进电信行业有序竞争 65

四、《电信业务经营许可管理办法》分析 66

第三节 中国智能手机社会环境分析 68

一、中国人口及分布总体情况 68

二、恩格尔系数 71

三、中国手机普及应用情况 71

四、居民手机拥有量分析 72

五、移动互联网市场运行分析 73

第三章 中国智能手机行业运行态势分析 74

第一节 2015年中国智能手机市场发展综述 74

一、中国智能手机出货量市场规模 74

二、中国智能手机渗透率 75

三、中国智能手机用户规模 75

四、中国智能手机市场价格分析 76

第二节 2015年中国智能手机产品结构分析 78

一、中国智能手机出货量市场结构 78

二、中国智能手机品牌结构 79

三、中国智能手机产品结构 80

四、中国智能手机操作系统结构 80

五、中国手机产品网络结构分析 81

六、中国智能手机价格段结构分析 82

七、中国智能手机销售渠道分析 82

第三节 中国智能手机行业发展动态分析 84

一、中国已成智能手机最大消费国 84

二、互联网商扎堆血拼智能手机 84

三、中国山寨智能手机市场分析 87

四、中国家庭智能手机拥有量分析 89

五、智能手机主要厂商发展动态 90

六、智能手机主要芯片商发展动态 90

第四节 2015年中国智能手机主要品牌运行态势分析 91

第五节 2011-2015年互联网公司智能手机运营分析 99

一、互联网公司智能手机整体运营分析 99

二、小米手机 100

三、百度易手机 105

四、阿里云手机 108

第四章 中国智能手机消费者调研分析 110

第一节 2015年中国智能手机整体市场关注度分析 110

一、智能手机品牌关注度 110

二、智能手机型号关注度 111

三、智能手机操作系统关注度 113

四、智能手机价格关注度 113

五、智能手机像素关注度 114

第二节 2015年中国智能手机用户关注度分析 114

一、智能手机品牌关注度 114

二、智能手机价格关注度 115

三、智能手机操作系统关注度 116

四、智能手机屏幕尺寸关注度 118

五、智能手机像素关注度 119

第三节 2015年中国智能手机消费者屏幕尺寸调研 120

一、智能手机用户所用的手机屏幕尺寸分布 120

（一）正在使用的手机屏幕尺寸分布 120

（二）智能手机用户对目前正在使用的手机屏幕的感觉 120

二、不同类型智能手机用户未来对手机屏幕尺寸的选择 121

（一）智能手机用户未来打算购买的手机屏幕尺寸分布 121

（二）不同年龄段智能手机用户未来的手机屏幕尺寸选择 122

（三）不同性别智能手机用户未来的手机屏幕尺寸选择 122

（四）采用不同操作方式的智能手机用户未来的手机屏幕尺寸选择 123

（五）不同功能使用者未来选择手机屏幕尺寸的意向 124

第五章 2011-2015年中国移动通信及终端行业经济运行状况 125

第一节 2014-2015年中国移动通信及终端行业发展分析 125

一、2014年中国移动通信及终端行业发展概况 125

二、2015年中国移动通信及终端行业发展概况 128

第二节 2011-2015年中国移动通信及终端行业总体运行情况 131

一、中国移动通信及终端行业企业数量统计 131

二、中国移动通信及终端行业从业人数统计 135

三、中国移动通信及终端行业销售收入分析 138

四、中国移动通信及终端行业利润总额分析 142

五、中国移动通信及终端行业亏损情况分析 146

第三节 2011-2015年中国移动通信及终端行业资产负债状况 147

一、中国移动通信及终端行业资产状况分析 147

二、中国移动通信及终端行业应收账款分析 151

三、中国移动通信及终端行业流动资产状况 152

四、中国移动通信及终端行业负债总额分析 152

第四节 2011-2015年中国移动通信及终端行业经营效益分析 153

一、中国移动通信及终端行业盈利能力分析 153

二、中国移动通信及终端行业偿债能力分析 156

三、中国移动通信及终端行业营运能力分析 157

第五节 2011-2015年中国移动通信及终端行业成本费用结构分析 159

一、中国移动通信及终端行业销售成本分析 159

二、中国移动通信及终端行业销售费用分析 160

三、中国移动通信及终端行业管理费用统计 161

四、中国移动通信及终端行业财务费用统计 162

第六章 2011-2015年中国移动通信手持机（手机）产量统计分析 163

第一节 2011-2015年全国移动通信手持机（手机）产量分析 163

一、中国手机产量总体情况 163

二、中国主要省份手机产量分析 164

第二节 2011-2015年中国主要省市手机产量情况 165

一、广东省手机产量总体情况 165

二、北京市手机产量总体情况 165

三、天津市手机产量总体情况 166

四、山东省手机产量总体情况 167

五、浙江省手机产量总体情况 168

六、江苏省手机产量总体情况 168

七、江西省手机产量总体情况 169

八、福建省手机产量总体情况 170

九、四川省手机产量总体情况 171

十、湖北省手机产量总体情况 171

十一、重庆市手机产量总体情况 172

十二、吉林省手机产量总体情况 173

十三、上海市手机产量总体情况 174

十四、贵州省手机产量总体情况 174

十五、辽宁省手机产量总体情况 175

第三节 2009-2015年移动通信手持机（手机）产量集中度分析 176

第七章 2009-2015年中国手机行业进出口情况分析 178

第一节 2009-2015年中国无线电话进出口分析 178

一、2009-2015年中国无线电话进口分析 178

（一）进口数量情况（85171100） 178

（二）进口金额情况 178

二、2009-2015年中国无线电话出口分析 179

（一）出口数量情况 179

（二）出口金额情况 179

三、2009-2015年中国无线电话进出口均价分析 180

四、2015年中国无线电话进出口流向分析 181

（一）进口来源地情况 181

（二）出口目的地情况 182

五、2015年中国无线电话进出口省市分析 184

（一）进口省市情况 184

（二）出口省市情况 185

第二节 2011-2015年中国用于蜂窝网络或其他无线网络的电话机进出口分析 187

一、2011-2015年中国用于蜂窝网络或其他无线网络的电话机进口分析 187

（一）进口数量情况（851712） 187

（二）进口金额情况 187

二、2011-2015年中国用于蜂窝网络或其他无线网络的电话机出口分析 188

（一）出口数量情况 188

（二）出口金额情况 188

三、2011-2015年中国用于蜂窝网络或其他无线网络的电话机进出口均价分析 189

四、2015年中国用于蜂窝网络或其他无线网络的电话机进出口流向分析 190

（一）进口来源地情况 190

（二）出口目的地情况 191

五、2015年中国用于蜂窝网络或其他无线网络的电话机进出口省市分析 193

（一）进口省市情况 193

（二）出口省市情况 195

第三节 2015年中国手机进出口面临的问题及建议 196

一、当前国内手机产业面临的问题 196

二、中国手机出口的展望及建议 197

第八章 2015年中国智能手机行业竞争新形态分析 200

第一节 2015年中国智能手机市场竞争总况 200

一、中国智能手机市场整体竞争格局 200

二、中国智能手机市场洗牌加速 201

三、中国智能手机品牌排行榜 204

第二节 2015年中国智能手机运营商竞争状况 205

一、电信联通战火烧至千元智能机 205

二、电信设立智能手机支持中心提供iPhone专属服务 206

三、电信全面进入三大操作系统推动终端直供 207

四、联通展开3G千元智能手机升级攻势 207

第三节 中国智能手机品牌竞争动态 209

一、三星S7发布 209

二、苹果智能手机 209

三、联想智能手机国内份额稳定 210

四、华为智能手机销售 211

第四节 中国智能手机技术竞争情况 213

一、3G、4G和三网融合对智能手机的影响分析 213

二、HTML5关键技术的发展趋向与机会 214

三、智能手机迈入四核时代：价格和电池成瓶颈 215

第五节 中国智能手机行业提升竞争力策略分析 217

一、操作系统的开发是根本 217

二、充分发挥运营商的力量 217

三、应用功能的全面开发 218

第九章 2015年全球智能手机品牌竞争力分析 219

第一节 芬兰诺基亚 219

一、诺基亚发展情况 219

二、诺基亚盈利能力分析 219

三、诺基亚智能手机区域竞争力 220

四、诺基亚智能手机产品竞争力 221

五、诺基亚SWOT分析 223

第二节 美国苹果 224

一、苹果公司发展概况 224

- 二、苹果公司盈利能力分析 227
- 三、苹果公司手机区域竞争力 228
- 四、苹果iPhone全球竞争力分析 228
- 五、苹果智能手机iPhoen4竞争力分析 229
- 第三节 英国索尼爱立信 230
 - 一、索尼爱立信发展概况 230
 - 二、索尼爱立信盈利能力分析 230
 - 三、索尼爱立信品牌发展分析 231
 - 四、索尼爱立信智能手机产品竞争力 232
 - 五、索尼爱立信SWOT分析 233
- 第四节 台湾HTC 234
 - 一、HTC公司发展概况 234
 - 二、HTC智能手机发展历程 235
 - 三、HTC公司盈利能力分析 236
 - 四、HTC智能手机产品竞争力 237
 - 五、HTC公司SWOT分析 238
- 第五节 美国摩托罗拉 238
 - 一、摩托罗拉公司发展概况 238
 - 二、摩托罗拉品牌发展历程 239
 - 三、摩托罗拉盈利能力分析 240
 - 四、摩托罗拉智能手机竞争力分析 241
- 第十章 中国手机重点企业运营状况探析 243
 - 第一节 宏达国际电子股份有限公司 243
 - 一、企业基本情况 243
 - 二、2015年企业经营情况分析 244
 - 三、2015年企业经营情况分析 245
 - 四、企业产品研发费用 246
 - 第二节 TCL通讯科技控股有限公司 246
 - 一、企业概况 246
 - 二、企业经营情况分析 247
 - 三、企业经济指标分析 248
 - 四、企业盈利能力分析 248
 - 五、企业偿债能力分析 249
 - 六、企业运营能力分析 249
 - 七、企业成本费用分析 249

第三节 惠州TCL移动通信有限公司 250

- 一、公司基本情况 250
- 二、企业主要经济指标 250
- 三、企业偿债能力分析 251
- 四、企业盈利能力分析 252
- 五、企业运营能力分析 252

第四节 诺基亚通信有限公司 253

- 一、公司基本情况 253
- 二、企业主要经济指标 254
- 三、企业偿债能力分析 254
- 四、企业盈利能力分析 255
- 五、企业运营能力分析 255

第五节 摩托罗拉(中国)电子有限公司 256

- 一、公司基本情况 256
- 二、企业主要经济指标 256
- 三、企业偿债能力分析 257
- 四、企业盈利能力分析 258
- 五、企业运营能力分析 258

第六节 杭州摩托罗拉移动通信设备有限公司 259

- 一、公司基本情况 259
- 二、企业主要经济指标 259
- 三、企业偿债能力分析 260
- 四、企业盈利能力分析 261
- 五、企业运营能力分析 261

第七节 天津三星通信技术有限公司 262

- 一、公司基本情况 262
- 二、企业主要经济指标 262
- 三、企业偿债能力分析 263
- 四、企业盈利能力分析 264
- 五、企业运营能力分析 264

第八节 北京索爱普天移动通信有限公司 265

- 一、公司基本情况 265
- 二、企业主要经济指标 265
- 三、企业偿债能力分析 266
- 四、企业盈利能力分析 267

五、企业运营能力分析 267

第九节 杭州东信移动电话有限公司 268

一、公司基本情况 268

二、企业主要经济指标 268

三、企业偿债能力分析 269

四、企业盈利能力分析 270

五、企业运营能力分析 270

第十节 青岛乐金浪潮数字通信有限公司 271

一、公司基本情况 271

二、企业主要经济指标 271

三、企业偿债能力分析 272

四、企业盈利能力分析 273

五、企业运营能力分析 273

第十一节 华宝通讯（南京）有限公司 274

一、公司基本情况 274

二、企业主要经济指标 274

三、企业偿债能力分析 275

四、企业盈利能力分析 276

五、企业运营能力分析 276

第十二节 伟创力实业（珠海）有限公司 277

一、公司基本情况 277

二、企业主要经济指标 278

三、企业偿债能力分析 278

四、企业盈利能力分析 279

五、企业运营能力分析 279

第十三节 北京天宇朗通通信设备股份有限公司 280

一、公司基本情况 280

二、企业主要经济指标 280

三、企业偿债能力分析 281

四、企业盈利能力分析 281

五、企业运营能力分析 282

第十一章 2016-2022年中国智能手机市场运行前景预测分析 283

第一节 2016-2022年中国手机发展趋势分析 283

一、手机游戏大崛起 283

二、智能手机推动NFC支付普及 284

三、LBS用户数呈爆发式增长 286

四、3G业务和用户仍将快速增长 288

五、4G研发的不断推进提升通信设备市场规模 288

第二节 2016-2022年中国智能手机市场预测分析 289

一、2016-2022年中国手机供给预测 289

二、2016-2022年中国智能手机销量预测 289

三、2016-2022年中国智能手机市场盈利预测 290

第十二章 2016-2022年中国智能手机产业投资战略研究 292

第一节 2016-2022年中国品牌智能手机投资机会分析 292

一、智能手机加速普及 292

二、运营商定制机占据优势 292

三、金属外观件渗透率提升 293

第二节 2016-2022年中国品牌智能手机投资风险预警 293

一、行业竞争风险预警 293

二、技术风险预警 295

三、进入退出风险分析 295

第三节 专家建议 296

一、从战略角度的建议 296

二、从提升核心竞争力方面的建议 302

三、智能手机发展的策略 303

第十三章 中国智能手机企业融资及IPO上市策略指导分析 305

第一节 智能手机企业融资渠道与选择分析 305

一、智能手机企业融资方法与渠道简析 305

二、利用股权融资谋划企业发展机遇 307

三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道 311

四、适度债权融资配置自身资本结构 312

五、关注民间资本和外资的投资动向 313

第二节 智能手机企业境内IPO上市目的及条件 314

一、智能手机企业境内上市主要目的 314

二、智能手机企业上市需满足的条件 315

（一）企业境内主板 IPO 主要条件 315

（二）企业境内中小板IPO主要条件 316

(三) 企业境内创业板IPO主要条件	317
三、企业改制上市中的关键问题	318
第三节 智能手机企业IPO上市的相关准备	319
一、企业该不该上市	319
二、企业应何时上市	319
三、企业应何地上市	320
四、企业上市前准备	320
(一) 企业上市前综合评估	320
(二) 企业的内部规范重组	320
(三) 选择并配合中介机构	321
(四) 应如何选择中介机构	321
第四节 智能手机企业IPO上市的规划实施	321
一、上市费用规划和团队组建	321
二、尽职调查及问题解决方案	325
三、改制重组需关注重点问题	328
四、企业上市辅导及注意事项	331
五、上市申报材料制作及要求	333
六、网上路演推介及询价发行	335
第五节 智能手机企业IPO上市审核工作流程	336
一、企业IPO上市基本审核流程	336
二、企业IPO上市具体审核环节	337
三、与发行审核流程相关的事项	340

图表目录：

图表 1 全球智能手机市场发展历程	21
图表 2 2011-2015年全球智能手机出货量及增速变化	23
图表 3 2011-2015年全球手机出货量市场规模	23
图表 4 2011-2015年全球功能手机与智能手机出货量份额对比	24
图表 5 2015年全球手机生产商市场份额	25
图表 6 2011-2015年全球智能手机出货量市场份额分布情况	26
图表 7 2011-2015年全球智能手机厂商出货量情况	26
图表 8 2015年全球各地区智能手机渗透率情况	27
图表 9 2011-2015年全球手机用户规模情况	27
图表 10 2011-2015年全球智能手机用户规模	28
图表 11 2015年美国手机用户获取即时信息情况分布	29

图表 12	2015年美国移动操作系统市场份额分布情况	30		
图表 13	2015年美国用户认为智能手机功能重要性分布情况	31		
图表 14	2011-2015年加拿大智能手机用户规模	32		
图表 15	2016-2022年全球智能手机出货量预测趋势图	32		
图表 16	2012-2015年全球应用内购买市场交易规模	33		
图表 17	智能手机市场产业链	40		
图表 18	2011-2015年全球智能手机操作系统市场份额变化情况	41		
图表 19	2011-2015年中国3G用户数量变化趋势图	44		
图表 20	2015年中国3G用户市场份额分布情况	45		
图表 21	2011-2015年3G市场渗透率变化趋势图	45		
图表 22	以用户为中心的移动互联网	46		
图表 23	2011-2015年手机淘宝交易规模	48		
图表 24	2011-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图	51		
图表 25	2011-2015年中国人均国内生产总值变化趋势图	51		
图表 26	2011-2015年中国居民消费价格指数变化情况	52		
图表 27	2011-2015年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图	53		
图表 28	2011-2015年农村居民纯收入及增长情况统计	54		
图表 29	2015年中国社会消费品零售总额同比增长趋势图	55		
图表 30	2011-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图	55		
图表 31	2011-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图	57		
图表 32	2015年中国货物进出口总额及其增长速度	58		
图表 33	2011-2015年中国进出口总额增长趋势图	60		
图表 34	2015年中国人口数量及其构成情况	67		
图表 35	2011-2015年中国人口数量变化趋势图	68	图表 36	2015年末中国各年龄段人口比重

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/286129.html>