



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年手机连锁行业发展 前景分析及投资风险预测报告

一、调研说明

《2009-2012年手机连锁行业发展前景分析及投资风险预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/136669.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

国际金融危机的到来，让手机市场整体增长放缓，这无疑给手机连锁渠道企业带来了一定的冲击。然而，3G的开启、家电下乡政策的推行，又给渠道企业带来了新的市场机遇。2009年上半年，3G产品销量井喷、PDA手机已成主流。同时，国产手机消费上扬、通讯连锁重新整合、市场两极化等特点，体现于2009年上半年通讯市场。自多款3G手机铺货以来，3G手机销量首度出现井喷现象。6月份3G手机销量增长40%，其中学生消费3G手机占到4成，同时有超过50%非刚性需求换机消费者选择将2G手机直接升级为3G，以免发生以后不必要的升级消费。业内人士认为，下半年3G销售将逐步呈现主流趋势。2009年上半年，手机连锁市场迎来关店潮。北京某知名手机连锁卖场，关闭了在京多家手机连锁门店，并将其在北京的门店总数减少1/3多。同时，另一知名连锁卖场已在温州大规模关店，手机卖场正在面临新一轮洗牌。目前，连锁通讯店依旧占据整个销售渠道33%市场份额。通讯连锁通过更专业的服务以及和手机厂商的合作，虽然在2009年上半年呈现关店趋势，但市场份额并未出现下滑，某些通讯连锁通过关闭一些效益不好的门店，通过收缩战线，缓解危机，也是根据市场需求随机而变。数据显示，受经济危机影响，2009年1-6月份，600元至1500元低端机型销量增速明显，以迪信通北京市场为例，600元以下手机销售同比2008年增长25%。

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、国内外相关刊物杂志的基础信息以及手机连锁科研单位等公布和提供的大量资料，结合手机连锁相关企业和终端市场的实地调查，对我国手机连锁行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了手机连锁行业的前景

与风险。报告揭示了手机连锁市场潜在需求与潜在机会，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 发展现状与前景分析

第一章 全球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

第二章 我国手机连锁行业发展现状

第一节 中国手机连锁行业发展概述

- 一、中国手机连锁行业发展历程
- 二、中国手机连锁行业发展面临问题
- 三、中国手机连锁行业技术发展现状

第二节 我国手机连锁行业发展状况

- 一、2008年中国手机连锁行业发展回顾
- 二、2008年手机连锁行业发展情况分析
- 三、2008年我国手机连锁市场特点分析
- 四、2009年我国手机连锁市场发展分析

第三节 中国手机连锁行业供需分析

- 一、2008年中国手机连锁市场供给总量分析
- 二、2008年中国手机连锁市场供给结构分析
- 三、2009年中国手机连锁市场需求总量分析
- 四、2009年中国手机连锁市场需求结构分析
- 五、2009年中国手机连锁市场供需平衡分析

第三章 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

第四章 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

第五章 中国手机连锁行业区域市场分析

第一节 2009年华北地区手机连锁行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第二节 2009年东北地区手机连锁行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第三节 2009年华东地区手机连锁行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第四节 2009年华南地区手机连锁行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第五节 2009年华中地区手机连锁行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第六节 2009年西南地区手机连锁行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第七节 2009年西北地区手机连锁行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第六章 手机连锁行业投资与发展前景分析

第一节 2009年上半年手机连锁行业投资情况分析

一、2009年上半年总体投资结构

二、2009年上半年投资规模情况

三、2009年上半年投资增速情况

四、2009年上半年分行业投资分析

五、2009年上半年分地区投资分析

第二节 手机连锁行业投资机会分析

一、手机连锁投资项目分析

二、可以投资的手机连锁模式

三、2009年手机连锁投资机会

四、2009年手机连锁细分行业投资机会

五、2009年手机连锁投资新方向

第三节 手机连锁行业发展前景分析

一、手机连锁市场发展前景分析

二、我国手机连锁市场蕴藏的商机

三、金融危机下手机连锁市场的发展前景

四、2009年手机连锁市场面临的发展商机

五、2009-2012年手机连锁市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 手机连锁行业竞争格局分析

第一节 手机连锁行业集中度分析

一、手机连锁市场集中度分析

二、手机连锁企业集中度分析

三、手机连锁区域集中度分析

第二节 手机连锁行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 手机连锁行业竞争格局分析

一、2008年手机连锁行业竞争分析

二、2008年中外手机连锁产品竞争分析

三、2008-2009年国内外手机连锁竞争分析

四、2008-2009年我国手机连锁市场竞争分析

五、2008-2009年我国手机连锁市场集中度分析

六、2009-2012年国内主要手机连锁企业动向

第八章 2009-2012年中国手机连锁行业发展形势分析

第一节 手机连锁行业发展概况

一、手机连锁行业发展特点分析

二、手机连锁行业投资现状分析

三、手机连锁行业总产值分析

四、手机连锁行业技术发展分析

第二节 2008-2009年手机连锁行业市场情况分析

一、手机连锁行业市场发展分析

二、手机连锁市场存在的问题

三、手机连锁市场规模分析

第三节 2008-2009年手机连锁产销状况分析

一、手机连锁产量分析

二、手机连锁产能分析

三、手机连锁市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国手机连锁行业整体运行指标分析

第一节 2009年中国手机连锁行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2009年中国家电行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2009年年中国手机连锁行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 手机连锁行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2008-2009年手机连锁原材料价格走势

二、2008-2009年手机连锁行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

一、2008-2009年家电行业产销情况

二、2008-2009年家电行业库存情况

三、2008-2009年手机连锁行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

一、2008-2009年手机连锁行业价格走势

二、2008-2009年手机连锁行业营业收入情况

三、2008-2009年手机连锁行业毛利率情况

四、2008-2009年手机连锁行业赢利能力

五、2008-2009年手机连锁行业赢利水平

六、2009-2012年手机连锁行业赢利预测

第十一章 手机连锁行业盈利能力分析

第一节 2009年中国手机连锁行业利润总额分析

一、利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2009年中国手机连锁行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2009年中国手机连锁行业总资产利润率分析

一、总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率比较分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2009年中国手机连锁行业产值利税率分析

一、产值利税率分析

二、不同规模企业产值利税率比较分析

三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十二章 手机连锁重点企业发展分析

第一节 中复电讯

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第二节 迪信通

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第三节 北京派普

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第四节 广州龙粤

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第五节 北京金飞鸿

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第六节 北京天宇朗通

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第七节 中域

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第八节 恒波

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第九节 易天

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 手机连锁行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 手机连锁行业投资效益分析

一、2009年手机连锁行业投资状况分析

二、2009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方向

四、2009-2012年手机连锁行业投资建议

第四节 手机连锁行业投资策略研究

一、2008年手机连锁行业投资策略

二、2009年手机连锁行业投资策略

三、2009-2012年手机连锁行业投资策略

四、2009-2012年手机连锁细分行业投资策略

第十四章 手机连锁行业投资风险预警

第一节 影响手机连锁行业发展的主要因素

一、2009年影响手机连锁行业运行的有利因素

二、2009年影响手机连锁行业运行的稳定因素

三、2009年影响手机连锁行业运行的不利因素

四、2009年我国手机连锁行业发展面临的挑战

五、2009年我国手机连锁行业发展面临的机遇

第二节 手机连锁行业投资风险预警

一、2009-2012年手机连锁行业市场风险预测

- 二、2009-2012年手机连锁行业政策风险预测
- 三、2009-2012年手机连锁行业经营风险预测
- 四、2009-2012年手机连锁行业技术风险预测
- 五、2009-2012年手机连锁行业竞争风险预测
- 六、2009-2012年手机连锁行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 手机连锁行业发展趋势分析

第一节 2009-2012年中国手机连锁市场趋势分析

- 一、2008-2009年我国手机连锁市场趋势总结
- 二、2009-2012年我国手机连锁发展趋势分析

第二节 2009-2012年手机连锁产品发展趋势分析

- 一、2009-2012年手机连锁产品技术趋势分析
- 二、2009-2012年手机连锁产品价格趋势分析

第三节 2009-2012年中国手机连锁行业供需预测

- 一、2008-2012年中国手机连锁供给预测
- 二、2009-2012年中国手机连锁需求预测
- 三、2009-2012年中国手机连锁价格预测

第四节 2009-2012年手机连锁行业规划建议

- 一、手机连锁行业"十一五"整体规划
- 二、手机连锁行业"十一五"发展预测
- 三、2009-2012年手机连锁行业规划建议

第十六章 手机连锁企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

- 一、手机连锁价格策略分析
- 二、手机连锁渠道策略分析

第二节 销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第三节 提高手机连锁企业竞争力的策略

- 一、提高中国手机连锁企业核心竞争力的对策
- 二、手机连锁企业提升竞争力的主要方向

三、影响手机连锁企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高手机连锁企业竞争力的策略

第四节 对我国手机连锁品牌的战略思考

一、手机连锁实施品牌战略的意义

二、手机连锁企业品牌的现状分析

三、我国手机连锁企业的品牌战略

四、手机连锁品牌战略管理的策略

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年全球手机市场份额

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月终价格调整对比

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月诺基亚智能手机月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月与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：<https://www.icandata.com/view/136669.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适

中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。