



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年中国手机设计行业 发展前景预测及投资风险研究报 告

## 一、调研说明

《2009-2012年中国手机设计行业发展前景预测及投资风险研究报告》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/144249.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

### &rarr;内容简介

手机设计一般是指软件设计、硬件设计和包括机械结构设计在内的外观设计三大领域。手机设计公司正逐渐地成为手机制造产业价值链中的重要一环。迈入2004年后，中国本土的专业手机设计公司迅速崛起，逐渐取代了韩国和中国台湾的企业，而且，已有部分公司能够提供3G手机的解决方案。自国内3G运营牌照发布后，一场3G品牌广告宣传大战首先为市场预热。中国电信博得市场先机，首推"天翼"品牌，中国移动紧随其后推出"G3"，在沉默中酝酿的联通也终于近日透露其全业务品牌"沃"。铺天盖地的广告宣传，让人觉得眼花缭乱，同时也闻到了一丝这战争背后硝烟弥漫的味道。事实上，3G牌照的发放，各路终端厂商都对3G定制手机投入了百倍热情。在2G时代，由于技术上的落后，让中国的手机制造失去了很多机会，但就3G技术而言，我们几乎和世界处于同步水平。如果能重视手机设计力量，我们就有机会成为真正意义上的手机制造大国。从运营商的角度来看，实现和手机设计公司的合作，能使手机应用开发和终端业务直接对接，显然有着更大的优势。对市场和应用技术了解得最为透彻的手机设计公司，经历了多年来在2G和2.5G市场中的积累，势必将会从幕后走到台前，成为运营商终端定制的重要合作伙伴。

2009年上半年中国厂商出货1.65亿部手机，比2008年同期增长19%。2009年中国厂商的手机出货量将达到3.63亿部，比2008年增加20%。话音服务费以及手机平均销售价格持续下降，将在未来五年确保中国手机用户稳步增加。2009年中国白牌手机供应商出货量明显增长。除了国内市场，这些白牌手机主要销往发展中国家。在这些地区，许多消费者青睐这些来自中国的价格低但具有高端功能的手机。有些白牌手机供应商甚至在这些国家建立了自己的销售渠道。独立设计公司(IDH)是这些白牌手机供应商手机系统解决方案的主要来源。目前中国有数百家IDH公司，由于缺乏新的手机功能，竞争非常激烈。这些IDH全都使用一家公司的平台，因此难以使自己的产品实现差异化。对于手机IDH来说，一部手机的毛利润只有一美元是非常普遍的现象。目前手机普及率已很高，消费者对新功能和高配置产品有很高的依赖程度，产品更新换代周期明显缩小；手机市场竞争环境日益严峻，品牌厂商依靠新机型打击竞争对手、取得较高利润和推动消费需求更新。庞大的市场需求和现实的竞争环境，使中国手机市场新推产品数量逐年上升，中国手机设计业的规模还会继续扩大。中国3G市场给手机厂商带来商机，巨大的换机需求也给手机设计业描绘了美好蓝图，设计公司3G手机研发和设计已积累了一定的经验，已比2G手机站在更高的起点上。但由于3G研发要投入大量的人力和财力，一般的手机设计公司出于资金实力和风险考虑都没有积极进行3G手机的研发，只有实力较强的国外手机公司和ODM代工厂商重点投入3G手机的研发，因而3G时代手机的研发和设计

上他们仍然会处于领先地位，设计公司仍没有先入为主的优势。对于手机设计公司来讲，一边是诱人的蛋糕，一边是发展的瓶颈，手机设计公司必须权衡利弊，规划好公司的发展策略。

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、国家工业和信息化部、TD-SCDMA产业联盟、易观国际，中关村在线调研中心，国内外相关刊物杂志的基础信息以及手机设计科研单位等公布和提供的大量资料，结合对手机设计相关企业和终端市场的实地调查，对我国手机设计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，并重点分析了手机设计行业的前景与风险。报告揭示了手机设计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。

## &rarr;报告目录

### 第一部分 发展现状与前景分析

#### 第一章 全球手机设计行业发展分析 1

##### 第一节 2009-2010年世界手机设计产业发展环境分析 1

###### 一、2009-2010年全球经济发展情况分析 1

###### 二、2009-2014年全球手机普及率的预测 7

###### 三、2009-2010年发达国家的手机普及率 9

###### 四、2009-2010年发展中国家手机普及率 11

###### 五、2008-2009年全球手机品牌的占有率 13

##### 第二节 2008-2009年世界手机设计产业发展状况分析 17

###### 一、2008-2009年美国手机设计行业发展分析 17

###### 二、2008-2009年欧洲手机设计行业发展分析 18

###### 三、2008-2009年日本手机设计行业发展分析 20

###### 四、2008-2009年韩国手机设计行业发展分析 21

#### 第二章 我国手机设计行业发展现状 25

##### 第一节 手机设计行业发展概况 25

###### 一、手机设计行业概况 25

###### 二、国产手机厂商设计能力分析 26

###### 三、中国手机设计公司问题分析 26

###### 四、中国手机设计公司机遇和挑战分析 27

## 第二节 手机设计行业发展现状分析 28

### 一、手机设计产业链发展现状及出路分析 28

### 二、3G时代手机设计行业发展机会分析 32

### 三、手机研发设计公司突围策略 33

## 第三节 TD-SCDMA产业发展分析 37

### 一、TD-SCDMA产业发展历程 37

### 二、TD-SCDMA产业发展分析 44

### 三、政府对TD-SCDMA产业支持分析 48

## 第四节 TD-SCDMA产业联盟 51

### 一、TD-SCDMA产业联盟简介 51

### 二、中移动与TD-SCDMA产业联盟合作分析 52

### 三、TD联盟拟出台反恶性竞争规定 53

## 第三章 手机设计平台分析 56

### 第一节 手机硬件市场概况 56

#### 一、2008-2009年手机芯片市场格局 56

#### 二、2008年中国手机芯片市场回顾 59

#### 三、2009年手机芯片市场发展分析 60

#### 四、2009-2010年手机芯片需求预测 61

#### 五、2009-2012年手机芯片发展趋势 63

### 第二节 手机软件行业市场发展分析 64

#### 一、2008年手机应用软件行业发展现状 64

#### 二、2008年手机软件商店利益竞争状况 83

#### 三、2008年手机软件标准现状分析 87

#### 四、2009年手机软件市场竞争分析 90

#### 五、2009-2012年手机软件发展趋势 93

## 第四章 手机设计技术发展分析 98

### 第一节 3G手机设计的要旨 98

#### 一、数据服务挤压传统话务 98

#### 二、物美价廉的3G手机 98

#### 三、终端体验是产业链核心 99

### 第二节 智能手机设计概述 100

#### 一、手机市场与功能设计演进 100

二、智能手机的操作系统之争	102
三、应用处理器的发展与变革	103
第三节 手机射频功率控制环路设计	106
一、输出功率检测反馈控制法	107
二、输出功率检测反馈控制电路设计	109
三、电流检测反馈控制	111
第四节 3G手机电源管理的设计趋势	112
一、拍照功能引发的挑战	113
二、闪光灯及其支持电路	114
三、电池充电的解决方案	115
四、系统设计策略和趋势	117
第五章 手机行业发展分析	123
第一节 2009年中国手机行业发展状况	123
一、2009年手机行业发展状况分析	123
二、2009年我国手机产量统计分析	124
三、2009年我国手机的进出口分析	130
四、2009年我国手机市场趋势分析	132
第二节 2008-2009年手机用户研究分析	138
一、用户特征概括	138
二、用户特征研究	141
三、用户上网行为研究	159
四、主流品牌用户特征研究	162
第三节 2008年中国手机市场热门机型分析	170
一、市场概述与主要结论	170
二、热门机型现状与特征	172
三、热门机型产品结构特征	178
四、主流厂商热门机型分析	191
五、热门机型演变趋势分析	200
第四节 2008年中国手机市场季度分析	202
一、2008年第1季度中国手机市场分析	202
二、2008年第2季度中国手机市场分析	227
三、2008年第3季度中国手机市场分析	254

四、2008年第4季度中国手机市场分析	281
第五节 2009年中国手机市场发展分析	310
一、2009年第1季度中国手机市场分析	310
二、2009年第2季度中国手机市场分析	324
三、2009年第3季度中国手机市场分析	339
四、2009-2010年度中国手机市场分析	353
第六章 手机设计行业投资与发展前景分析	380
第一节 手机设计行业投资分析	380
一、手机设计行业发展空间	380
二、中国3G市场的投资机会	380
三、3G手机定制市场投资分析	383
第二节 手机设计行业发展前景分析	385
一、手机设计公司的优势	385
二、手机ID、MD设计前景分析	387
三、电信重组带来的商机分析	390
第二部分 市场竞争格局与形势	
第七章 手机设计行业竞争格局分析	393
第一节 手机设计行业竞争格局分析	393
一、手机设计行业竞争格局分析	393
二、手机设计行业区域竞争分析	394
三、手机设计厂商竞争策略分析	396
第二节 手机设计行业竞争动向分析	399
一、2008年手机设计行业竞争分析	399
二、2009年华胜天成手机设计分析	401
三、2009年LG手机设计发展分析	402
第三节 2009年手机设计重点企业竞争分析	404
一、2009年中国手机方案企业创新金品奖十佳	404
二、2009年中国手机芯片企业创新金品奖十佳	405
三、2009年中国手机软件企业创新金品奖十佳	405
四、2009年上海市手机设计公司十强企业分析	406
第四节 2009年手机设计细分市场竞争对手分析	408
一、2009年上半年中国10大手机IDH	408

二、2009年两岸手机芯片企业竞争分析	410
三、2009年手机芯片市场竞争格局分析	411
四、2009年手机操作系统市场竞争分析	414
第八章 2009-2012年中国手机设计行业发展形势分析	418
第一节 手机设计行业发展概况	418
一、手机设计的特点	418
二、手机设计市场存在的问题	420
三、3G时代手机设计面临的问题	424
第二节 手机设计行业发展形势	425
一、手机设计行业遭遇大洗牌	425
二、内地手机设计产业形势严峻	428
三、2008-2009年手机IDH产业发展形势	430
第三节 2009-2012年手机世纪产业发展形势	431
一、手机市场形势预测	432
二、手机设计价值分析	432
三、手机企业面临困境	433
四、手机设计发展形势	434
第三部分 赢利水平与企业分析	
第九章 中国手机设计行业赢利水平分析	437
第一节 企业规模分析	437
一、企业数量分析	437
二、企业利润分析	437
第二节 手机设计成本分析	437
一、成本优势分析	437
二、成本趋势分析	438
第三节 盈利水平分析	438
一、手机设计价格分析	438
二、IC设计利润率分析	439
三、手机设计毛利率分析	440
四、手机设计利润率分析	440
五、小型设计公司盈利水平	442
第十章 手机设计总体方案提供商竞争分析	443



第一节 Techfaith ( 德信无线 )	443
一、公司简介	443
二、2009年经营状况	444
三、未来发展策略	445
第二节 晨讯科技集团有限公司	447
一、公司简介	447
二、2009年经营状况	447
三、发展策略分析	448
第三节 宇龙计算机通信科技 ( 深圳 ) 有限公司	449
一、公司简介	449
二、研发能力	449
三、2009年发展策略	450
第四节 大唐电信科技股份有限公司	453
一、公司简介	453
二、2008-2009年财务分析	455
三、2009年经营状况	458
第五节 其他手机设计总体方案提供商	459
一、上海禹华通信技术有限公司	459
二、经纬科技有限公司	460
三、上海毅仁信息科技有限公司	460
四、深圳埃立特通讯设备集团有限公司	461
五、深圳金立通信设备有限公司	461
六、深圳友利通电子有限公司	462
七、Z-OBEE集团	463
八、龙旗集团有限公司	463
九、厦门市恒信网元通信技术有限公司	464
十、浙江华立通信集团有限公司	465
第十一章 手机设计模块提供商竞争分析	466
第一节 模块提供商	466
一、上海展讯通信有限公司	466
二、北高智科技有限公司	466
第二节 工业设计和外观设计厂商	467

一、上海意岭产品设计有限公司	467
二、上海木马工业设计有限公司	467
三、上海龙域设计公司	468
四、上海广辰工业设计有限公司	468
五、创宇国际股份有限公司	469
第十二章 全球著名手机设计厂商竞争分析	470
第一节 韩国手机厂商	470
一、BELLWAVE（贝尔威夫）	470
二、INNOSTREAM	470
第二节 Flextronics（伟创力）	471
一、公司简介	471
二、2009-2010年公司经营预测	471
三、公司应对金融危机战略分析	472
第三节 IDEO公司	474
一、公司简介	474
二、Idea设计分析	474
第四节 SAGEM（法国）	476
一、公司简介	476
二、2009年公司收购行为分析	477
第四部分 投资策略与风险预警	
第十三章 手机设计行业投资策略分析	479
第一节 行业发展特征	479
一、手机设计产业在产业链中的位置	479
二、中国手机设计产业发展周期阶段	480
三、手机设计服务公司商业模式分析	482
第二节 行业投资形势分析	484
一、手机设计产业规模	484
二、手机设计产业结构	485
三、手机设计产业模式	485
四、手机设计产业趋势	486
第三节 手机设计行业发展战略研究	487
一、技术开发战略	487

二、产业战略规划	489
三、业务组合战略	491
四、营销战略规划	493
五、区域战略规划	494
六、企业信息化战略规划	496
第十四章 手机设计行业投资风险预警	498
第一节 手机设计行业投资风险	498
一、手机设计行业风险程度	498
二、手机设计开发项目风险分析	498
三、手机设计行业前景及风险预测	498
第二节 手机设计产业风险投资分析	500
一、IC设计风险投资分析	500
二、我国3G行业投资风险分析	503
三、风险投资商聚焦手机相关产业	503
第三节 手机设计产业发展的影响因素分析	504
一、手机技术模块化与手机设计产业的发展	504
二、需求变化与中国手机设计产业的发展	508
三、区域专有因素的影响分析	512
四、结论与启示	514
第五部分 发展趋势与规划建议	
第十五章 手机设计行业发展趋势分析	519
第一节 2009年手机设计趋势总结	519
一、时尚化仍是大势所趋	519
二、新材料、新工艺的应用突破	520
三、外观设计与文化元素有机结合	520
第二节 未来手机设计趋势分析	521
一、下一代手机功能设计趋势	521
二、下一代多媒体手机对差异化设计的要求	528
三、智能无线整合对手机设计发展影响分析	536
四、手机设计行业发展趋势分析	540
第三节 手机软件发展趋势分析	541
一、手机后装应用软件主流趋势	541

二、手机平台统一趋势	541
三、手机浏览器发展趋势	542
四、web2.0向手机的战略转移趋势	543
五、新网络软件技术发展趋势	545
第十六章 手机设计企业管理策略建议	546
第一节 手机设计行业发展策略分析	546
一、决断企业输赢规则	546
二、产销渠道策略分析	547
三、手机设计发展策略	548
第二节 芯片集成化背景下手机设计产业发展策略	549
一、原厂发展策略	549
二、设计公司发展策略	550
三、分销商发展策略	554
第三节 对我国手机设计品牌的战略思考	557
一、品牌的基本含义	557
二、品牌战略在企业发展中的重要性	557
三、手机设计品牌的特性和作用	558
四、手机设计品牌的价值战略	559
五、我国手机设计品牌竞争趋势	560
六、手机设计企业品牌发展战略	560
七、手机设计行业品牌竞争策略	562

## 图表目录

图表：2008-2013年美国手机用户规模增长情况	9
图表：2009年第三季度全球手机出货量排名	14
图表：手机软件适配机型数表	66
图表：联网软件与不联网软件的比例	67
图表：联网软件中包含的主要功能	68
图表：联网软件的收费情况	68
图表：手机屏幕大小调查	70
图表：手机应用软件开发环境格局	71
图表：手机终端对音乐格式的支持情况	71
图表：手机终端对视频的支持情况	72

图表：中国手机上网用户增长趋势 73

图表：手机软件用户性别比例 74

图表：手机上网网民婚姻状况分布 74

图表：使用手机上网网民年龄分布 75

图表：使用手机上网网民职业分布 76

图表：使用手机上网网民的城乡分布 76

图表：手机产业链条示意图 90

图表：PVT功率-时间模板 106

图表：功率控制环路的数学模型 107

图表：功率控制环路的详细设计步骤 109

图表：电流检测反馈控制 111

图表：手机低电压输出不同功率水平需求 112

图表：LDO与开关稳压器的比较 113

图表：闪光灯及其支持电路 115

图表：带过流保护功能的LTC4052脉冲充电器 117

图表：2G与3G手机的功耗数据对比 118

图表：采用AVS的基带电源管理 120

图表：白色LED驱动器 122

图表：2008-2013年中国智能手机市场出货量预测 124

图表：2009年1-10月重点电子信息产品增长变化情况 124

图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量全国统计 125

图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量北京市统计 125

图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量天津市统计 125

图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量内蒙古统计 125

图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量辽宁省统计 125

图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量吉林省统计 126

图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量上海市统计 126

图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量江苏省统计 126

图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量浙江省统计 126

图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量福建省统计 126

图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量江西省统计 126

图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量山东省统计 126

图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量湖北省统计 126

图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量广东省统计 127

图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量广西区统计 127

图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量重庆市统计 127

图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量四川省统计 127

图表：2008年1-12月移动通信手持机（手机）产量贵州省统计 127

图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量全国合计 127

图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量北京市合计 127

图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量天津市合计 127

图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量内蒙古合计 128

图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量辽宁省合计 128

图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量吉林省合计 128

图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量上海市合计 128

图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量江苏省合计 128

图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量浙江省合计 128

图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量安徽省合计 128

图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量福建省合计 128

图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量江西省合计 129

图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量山东省合计 129

图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量湖北省合计 129

图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量湖南省合计 129

图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量广东省合计 129

图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量重庆市合计 129

图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量四川省合计 129

图表：2009年1-11月移动通信手持机（手机）产量贵州省合计 129

图表：2008年中国手机用户性别分布 141

图表：2008年中国手机用户年龄分布 142

图表：2008年中国手机用户所在区域分布 143

图表：2008年中国手机用户城乡分布 144

图表：2008年中国手机用户婚姻状况分布 145

图表：2008年中国手机用户个人月收入分布 145

图表：2008年中国手机用户家庭月收入分布 146

图表：2008年中国手机用户受教育程度分布 147

图表：2008年中国手机用户所在行业分布 148

图表：2008年中国手机用户所在单位人员规模分布 149

图表：2008年中国手机用户所在单位年产值规模分布 150

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布&mdash;&mdash;音乐 151

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布&mdash;&mdash;电影 152

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布&mdash;&mdash;电视 152

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布&mdash;&mdash;游戏 153

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布&mdash;&mdash;阅读 154

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布&mdash;&mdash;艺术 155

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布&mdash;&mdash;体育 156

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布&mdash;&mdash;购物 157

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布&mdash;&mdash;旅游出行 157

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布&mdash;&mdash;线路信息 158

图表：2008年中国手机用户上网地点分布 159

图表：2008年对中国手机用户最具吸引力的广告形式分布 160

图表：2008年中国手机用户网络广告点击行为分布 160

图表：2008年Q2手机功能关注度排行 161

图表：2008年主流品牌手机用户年龄分布对比 162

图表：2008年主流品牌手机用户个人月收入分布对比 163

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比&mdash;&mdash;音乐 164

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比&mdash;&mdash;电影 165

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比&mdash;&mdash;电视 165

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比&mdash;&mdash;游戏 166

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比&mdash;&mdash;阅读 167

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比&mdash;&mdash;艺术 168

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比&mdash;&mdash;体育 169

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比&mdash;&mdash;购物 170

图表：2008年中国手机市场百款热门机型上市时间分布 173

图表：2008年百款热门机型中不同品牌上榜产品数量分布 174

图表：2008年中国手机市场百款热门机型品牌关注度分布 175

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 176

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 177

图表：2008年百款热门机型中不同价格区间产品数量分布 178

图表：2008年百款热门机型不同价格区间产品关注度分布 179

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 180

图表：2008年百款热门机型均价与整体市场均价对比 181

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 182

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 183

图表：2008年百款热门机型中不同设计类型产品数量分布 184

图表：2008年百款热门机型不同设计类型产品关注度分布 185

图表：2008年百款热门机型中不同功能产品关注度分布 186

图表：2008年百款热门机型中不同像素产品数量分布 187

图表：2008年百款热门机型中主流像素产品关注度分布 188

图表：2008年百款热门机型中不同屏幕色彩产品关注度分布 189

图表：2008年百款热门机型中不同尺寸产品关注度分布 190

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 191

图表：2008年诺基亚热门机型产品线分布 192

图表：2008年诺基亚不同像素及价格区间产品数量分布 193

图表：2008年诺基亚不同功能热门机型产品数量分布 194

图表：2008年索尼爱立信热门机型产品线分布 195

图表：2008年索尼爱立信不同像素及价格区间产品数量分布 196

图表：2008年索尼爱立信不同功能的热门机型产品数量分布 197

图表：三星热门机型产品线分布 198

图表：2008年三星不同像素及价格区间产品数量分布 199

图表：2008年三星不同功能热门机型产品数量分布 200

图表：2008年第1季度中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布 204

图表：2008年1月-3月入围TOP10的前四大品牌关注比例走势 206

图表：2008年1月-3月入围TOP10的后六大品牌关注比例走势 207

图表：2008年第1季度最受用户关注的十大音乐手机品牌分布 208

图表：2008年第1季度最受用户关注的十大智能手机品牌分布 209

图表：2008年第1季度中国七大区域手机市场关注比例分布 210

图表：2008年1月-3月中国七大区域手机市场关注比例走势 211

图表：2008年第1季度华南市场最受用户关注的十大手机品牌分布 212



图表：2008年第1季度华东市场最受用户关注的十大手机品牌分布 213

图表：2008年第1季度华北市场最受用户关注的十大手机品牌分布 214

图表：2008年第1季度音乐手机与智能手机关注比例对比 215

图表：2008年1月-3月音乐手机与智能手机关注比例走势 216

图表：2008年第1季度不同像素拍照手机关注比例分布 217

图表：2008年1月-3月主流像素拍照手机关注比例走势 218

图表：2008年第1季度不同价位区间手机关注比例分布 219

图表：2008年1月-3月不同价位手机关注比例走势 220

图表：2008年第1季度中国手机市场价格指数走势 221

图表：2008年第1季度音乐手机与智能手机价格指数走势 222

图表：2008年第1季度中国手机市场均价走势 223

图表：2008年第1季度音乐手机与智能手机均价走势对比 224

图表：2008年第1季度中国手机市场十大品牌产品均价对比 225

图表：2008年第1季度音乐手机市场十大品牌产品均价对比 226

图表：2008年第1季度智能手机市场十大品牌产品均价对比 227

图表：2008年第2季度中国手机市场最受用户关注的15大品牌分布 231

图表：2008年4月-6月TOP10前四大品牌关注比例走势 232

图表：2008年4月-6月TOP5-TOP10六大品牌关注比例走势 233

图表：2008年第2季度最受用户关注的十大音乐手机品牌分布 234

图表：2008年第2季度最受用户关注的十大智能手机品牌分布 235

图表：2008年第2季度最受关注的十大200万像素拍照手机品牌排行榜 236

图表：2008年第2季度最受关注的十大300万像素及以上拍照手机品牌分布 237

图表：2008年第2季度中国七大区域手机市场关注比例分布 238

图表：2008年4月-6月中国七大区域手机市场关注走势 239

图表：2008年第2季度七大区域市场主流品牌格局分布 239

图表：2008年第2季度华南市场最受用户关注的十大手机品牌分布 240

图表：2008年第2季度华东市场最受用户关注的十大手机品牌分布 241

图表：2008年第2季度华北市场最受用户关注的十大手机品牌分布 242

图表：2008年第2季度音乐手机与智能手机关注比例对比 243

图表：2008年4月-6月音乐手机与智能手机关注比例走势对比 243

图表：2008年第2季度不同像素拍照手机关注比例分布 244

图表：2008年4月-6月不同像素拍照手机关注比例走势对比 245

图表：2008年第2季度不同价位区间手机关注比例分布 246

图表：2008年4月-6月不同价位区间手机关注比例走势 247

图表：2008年第2季度不同设计类型手机关注比例分布 248

图表：2008年第2季度整体手机市场价格指数走势 248

图表：2008年第2季度音乐手机与智能手机价格指数走势对比 249

图表：2008年第2季度主流像素拍照手机价格指数走势对比 249

图表：2008年4月-6月整体手机市场均价走势 250

图表：2008年4月-6月音乐手机与智能手机市场均价走势对比 250

图表：2008年4月-6月主流像素拍照手机均价走势对比 251

图表：2008年第2季度中国手机市场主流品牌产品均价对比 251

图表：2008年第2季度音乐手机市场主流品牌产品均价对比 252

图表：2008年第2季度智能手机市场主流品牌产品均价对比 252

图表：2008年第2季度200万像素拍照手机市场产品均价对比 253

图表：2008年第2季度300万及以上拍照手机市场主流品牌产品均价对比 253

图表：2008年第3季度中国手机市场最受用户关注的15大品牌分布 256

图表：2008年第3季度最受用户关注的前十大手机品牌关注比例变化 258

图表：2008年7月-9月TOP10前四大品牌关注比例走势 259

图表：2008年7月-9月TOP5-TOP10六大品牌关注比例走势 259

图表：2008年第3季度中国市场最受关注的十大音乐手机品牌排行榜 260

图表：2008年第3季度中国市场最受关注的十大智能手机品牌排行榜 261

图表：2008年第3季度最受关注的十大200万像素拍照手机品牌分布 262

图表：2008年第3季度最受关注的十大300万像素拍照手机品牌分布 262

图表：2008年第3季度中国七大区域手机市场用户关注分布状况 263

图表：2008年7月-9月七大区域手机市场用户关注比例走势 264

图表：2008年第3季度七大区域手机市场用户关注的十大品牌分布 265

图表：2008年第3季度北京地区最受关注的十大手机品牌分布 266

图表：2008年第3季度上海地区最受关注的十大手机品牌分布 266

图表：2008年第3季度广东地区最受关注的十大手机品牌分布 267

图表：2008年第3季度诺基亚用户关注度最高的15大地区 268

图表：2008年第3季度三星用户关注度分布最高的15大地区 269

图表：2008年第3季度索尼爱立信用户关注度最高的15大地区分布 269

图表：2008年第3季度摩托罗拉用户关注度最高的15大地区分布 270

图表：2008年第3季度音乐手机与智能手机关注比例分布 271

图表：2008年7月-9月音乐手机与智能手机用户关注比例走势 272

图表：2008年第3季度不同像素手机关注比例分布 273

图表：2008年7月-9月不同像素手机关注比例走势 274

图表：2008年第3季度不同价位区间手机关注比例分布 275

图表：2008年7月-9月不同价位手机关注比例走势 276

图表：2008年第3季度整体手机市场价格指数走势 277

图表：2008年第3季度音乐手机与智能手机价格指数走势对比 277

图表：2008年第3季度主流像素拍照手机价格指数走势对比 278

图表：2008年第3季度整体手机市场均价走势 278

图表：2008年第3季度音乐手机与智能手机均价走势对比 279

图表：2008年第3季度主流像素拍照手机均价走势对比 279

图表：2008年第3季度主流厂商产品均价对比 280

图表：2008年第3季度主流厂商产品均价调整幅度对比 280

图表：2008年第4季度中国手机市场最受用户关注的15大品牌分布 283

图表：2008年第4季度最受用户关注的前十大手机品牌关注比例变化 284

图表：2008年10月-12月TOP10前四大品牌关注比例走势 285

图表：2008年10月-12月TOP5-TOP10六大品牌关注比例走势 286

图表：2008年第4季度中国市场最受关注的十大音乐手机品牌排行榜 287

图表：2008年第4季度中国市场最受关注的十大智能手机品牌排行榜 288

图表：2008年第4季度中国七大区域手机市场用户关注分布状况 289

图表：2008年10月-12月七大区域手机市场用户关注比例走势 289

图表：2008年第4季度七大区域手机市场用户关注的十大品牌分布 290

图表：2008年第4季度北京地区最受关注的十大手机品牌分布 291

图表：2008年第4季度上海地区最受关注的十大手机品牌分布 292

图表：2008年第4季度广东地区最受关注的十大手机品牌分布 292

图表：2008年第4季度诺基亚关注度最高的15大地区分布 293

图表：2008年第4季度三星用户关注度分布最高的15大地区 294

图表：2008年第4季度索尼爱立信用户关注度最高的15大地区分布 294

图表：2008年第4季度摩托罗拉用户关注度最高的15大地区分布 295

图表：2008年第4季度诺基亚与其他手机品牌搜索人群重合度分布 296

图表：2008年第4季度三星与其他手机品牌搜索人群重合度分布 297

图表：2008年第4季度索尼爱立信与其他手机品牌搜索人群重合度分布 298

图表：2008年第4季度摩托罗拉与其他手机品牌搜索人群重合度分布 299

图表：2008年Q3与Q4音乐手机和智能手机关注比例分布 300

图表：2008年10月-12月不同特征手机用户关注比例走势对比 301

图表：2008年Q3与Q4不同像素手机关注比例对比 302

图表：2008年10月-12月不同像素手机关注比例走势 303

图表：2008年Q3与Q4不同价位区间手机关注比例分布 304

图表：2008年10月-12月不同价位手机关注比例走势 305

图表：2008年第4季度整体手机市场价格指数走势 306

图表：2008年第4季度音乐手机与智能手机价格指数走势对比 306

图表：2008年第4季度主流像素拍照手机价格指数走势对比 307

图表：2008年第4季度整体手机市场均价走势 307

图表：2008年第4季度音乐手机与智能手机均价走势对比 308

图表：2008年第4季度主流像素拍照手机均价走势对比 308

图表：2008年第4季度主流厂商产品均价对比 309

图表：2008年第4季度主流厂商产品均价调整对比 309

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 313

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 314

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 314

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 316

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 317

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 318

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 319

图表：2009年1-3月中国市场手机价格指数走势图 320

图表：2009年第一季度中国市场手机均价走势图 321

图表：2009年第一季度中国市场不同类型手机均价走势图 322

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 323

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 324

图表：2009年Q2中国市场最受用户关注的前十五大手机品牌分布 328

图表：2009年Q2与Q1最受关注前十大手机品牌变化幅度对比 329

图表：2009年Q2中国市场最受用户关注的前十大智能和音乐手机品牌排行及用户关注比例

图表：2009年Q2中国七大区域手机市场用户关注分布图 332

图表：2009年Q2中国七大区域手机市场最受用户关注前十大品牌分布格局 333

图表：2009年Q2北京地区最受用户关注的前十大手机品牌 334

图表：2009年Q2上海地区最受用户关注的前十大手机品牌 335

图表：2009年Q2广东地区最受用户关注的前十大手机品牌 336

图表：2009年Q2不同类型手机用户关注比例对比图 337

图表：2009年Q2与Q1中国市场不同类型手机市场用户关注比例变化对比图 338

图表：2009年Q2与Q1不同类型手机用户关注比例走势图 339

图表：2009年第三季度中国市场最受用户关注的前十五大手机品牌分布图 342

图表：2009年第三季度中国市场最受关注十大手机品牌用户关注比例变化幅度 344

图表：2009年第三季度不同类型手机最受用户关注的十大品牌排行对比表 345

图表：2009年第三季度中国七大区域手机市场用户关注分布图 346

图表：2009年三季度七大区域市场最受用户关注的十大手机品牌排行对比情况 346

图表：2009年第三季度北京地区最受用户关注的十大手机品牌排行 348

图表：2009年第三季度上海地区最受用户关注的十大手机品牌排行 349

图表：2009年第三季度广东地区最受用户关注的十大手机品牌排行 350

图表：2009年第三季度不同类型手机用户关注比例分布 351

图表：2009年第二、三季度不同类型手机用户关注分布对比 352

图表：2009年第三季度不同类型手机7月、8月、9月用户关注走势 353

图表：2009年度中国最受用户关注的15大手机品牌排名 354

图表：2009年度中国最受用户关注的15大手机品牌分布 354

图表：2008-2009年度中国最受用户关注的15大手机品牌对比 356

图表：2009年Q1-Q4中国最受用户关注的10大手机品牌走势 357

图表：2009年1-4季度诺基亚手机品牌关注比例走势 358

图表：2009年Q1-Q4三星、索尼爱立信、摩托罗拉、LG手机品牌关注比例走势 359

图表：2009年度诺基亚手机品牌关注度流失状况 360

图表：2009年度三星手机品牌关注度流失状况 361

图表：2009年度索尼爱立信手机品牌关注度流失状况 362

图表：2009年度摩托罗拉手机品牌关注度流失状况 363

图表：2009年度诺基亚、三星、索尼爱立信、摩托罗拉品牌重合度对比 364

图表：2009年度中国最受用户关注的10大智能手机品牌排名 365

图表：2009年度中国最受用户关注的10大智能手机品牌比例分布 365

图表：2009年Q1-Q4中国最受用户关注的10大智能手机品牌走势 366

图表：2009年度中国最受用户关注的10大音乐手机品牌排名 367

图表：2009年度中国最受用户关注的10大音乐手机品牌比例分布 368

图表：2009年Q1-Q4中国最受用户关注的10大音乐手机品牌走势 368

图表：2009年度中国最受用户关注的10大拍照手机品牌排名 369

图表：2009年度中国最受用户关注的10大拍照手机品牌比例分布 370

图表：2009年Q1-Q4中国最受用户关注的10大拍照手机品牌走势 370

图表：2009年度中国最受用户关注的10大国产手机品牌排名 371

图表：2009年度中国最受用户关注的10大国产手机品牌分布 372

图表：2009年Q1-Q4中国最受用户关注的10大国产手机品牌走势 373

图表：2009年度中国最受用户关注的10大平民手机品牌排名 374

图表：2009年度中国最受用户关注的10大平民手机品牌比例分布 374

图表：2009年Q1-Q4中国最受用户关注的10大平民手机品牌走势 375

图表：2009年度中国最受用户关注的10大双卡双待手机品牌排名 376

图表：2009年度中国最受用户关注的10大双卡双待手机品牌分布 376

图表：2009年Q1-Q4中国最受用户关注的10大双卡双待手机品牌走势 377

图表：2009年度中国最受用户关注的10大GPS手机品牌排名 378

图表：2009年度中国最受用户关注的10大GPS手机品牌分布 378

图表：2009年Q1-Q4中国最受用户关注的10大GPS手机品牌走势 379

图表：2009年上半年中国10大手机IDH(按单位出货量排名) 408

图表：手机设计的三大特点 418

图表：手机设计行业链结构图 419

图表：2003-2008年中国手机设计公司手机出货量及增长率 419

图表：2003-2007年手机设计行业平均利润率变化 420

图表：2007-2009年中国手机IDH出货量的预测 430

图表：2007年中国手机IDH排名 431

图表：德信无线技术有限公司全球服务网络 444

图表：2008-2009年大唐电信科技股份有限公司每股指标 455

图表：2008-2009年大唐电信科技股份有限公司获利能力 455

图表：2008-2009年大唐电信科技股份有限公司经营能力 455

图表：2008-2009年大唐电信科技股份有限公司偿债能力 456

图表：2008-2009年大唐电信科技股份有限公司资本结构 456

图表：2008-2009年大唐电信科技股份有限公司发展能力 456

图表：2008-2009年大唐电信科技股份有限公司现金流量 456

图表：2008-2009年大唐电信科技股份有限公司主营业务收入 457

图表：2008-2009年大唐电信科技股份有限公司主营业务利润 457

图表：2008-2009年大唐电信科技股份有限公司营业利润 457

图表：2008-2009年大唐电信科技股份有限公司利润总额 458

图表：2008-2009年大唐电信科技股份有限公司净利润 458

图表：手机产业链示意图 479

图表：手机产业中部分厂商类型及职能 480

图表：2004-2006年德信无线的经营状况万元 482

图表：芯片级设计、生产阶段的手机产业链 506

图表：手机模块和硬件平台出现后的手机产业链 507

图表：全面解决方案技术出现后的手机产业链 508

图表：1978-2006年中国移动电话和固定电话用户数的增长情况 508

图表：手机设计、生产的主要类型 510

图表：部分国产手机品牌厂商代工情况 510

图表：1999-2007年国产品牌手机的市场占有率 511

图表：部分《中国手机设计厂商研究报告》跟踪研究企业的分布 513

图表：中国手机设计产业演化的3个阶段及特点 514

图表：手机设计产业的演化过程与趋势 515

图表：目前市场中常用的三种系统架构各自的优缺点 525

图表：多媒体处理器与应用处理器的比较 526

图表：手机集成功能预测 538

图表：Bluecore7系统结构 539

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/144249.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](http://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。