



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005-2006年中国手机设计业研究年度报告

一、调研说明

《2005-2006年中国手机设计业研究年度报告》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/43524.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

【描述】

报告推荐

近5年来,中国手机市场快速发展,新增用户和换机用户构成庞大稳定的需求基础,赛迪顾问预测2005年国内市场需求量将达到8800万部;手机产品普及率已很高,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;目前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,使中国手机市场一年容纳新机型的能力超出700款,而仅凭手机厂商自身的研发能力,已不能满足市场对新产品的需求;此外,中国手机市场进入门槛已降低,市场竞争者增多,其中不乏有些厂商缺乏技术研发能力,对设计公司的设计方案有较高的依赖程度,手机设计公司大有用武之地,预示着设计公司较大的发展空间。

但是,当MP3、MP4等功能逐渐成为手机标配后,手机创新功能的研发似乎停滞,基于2G和2.5G的技术研发平台发展受阻;此外,目前中国市场手机设计公司数量激增、设计公司经营与赢利模式改变、行业利润率降低,加上手机技术发展变数的存在,手机设计公司也将面临较大的风险和挑战。

长久以来手机设计公司隐藏于幕后,现有研究报告多是对手机设计行业相关参与者简单的概述。而缺乏对设计公司、手机厂商研发部门的发展策略作深入的对比分析;缺乏对手机设计与上、下游产业链的合作关系、盈利以及业务模式的深入分析,更加缺乏对手机设计业的核心要素资金、软件和硬件等的阐释。《2005-2006年中国手机设计业研究年度报告》将在以下几个方面给手机品牌厂商、设计公司、ODM手机厂商、零部件供应商、渠道商和投资机构创造价值:

- 1、基于累积历史资料和多个手机设计产业项目资料,深入分析了手机设计业的资金、软件和硬件等核心要素,为客户分析手机设计产业的机会和风险提供科学的依据;
- 2、通过大量手机设计产业厂商深访调查,全面分析了手机设计业主要参与者的竞争策略

，并对手机设计业参与者的竞争策略作了深入的对比评价，以期使客户准确地把握手机设计业各个环节的发展策略；

3、以深访行业专家的研究结果，深入分析了影响中国手机设计业有利和不利发展因素，以数学模型和专家分析法相结合预测了未来中国手机设计业的发展趋势，并以手机厂商和手机设计公司为核心，提出对手机设计业发展的独到策略和建议。

报告亮点

愿与业界分享以下部分研究发现，更细致的研究发现请接洽客户经理：

- 1、2005年中国手机市场推出的新产品超出700款，手机设计公司通过不同方式参与的比例超出50%。
- 2、手机厂商自身研发实力有限，国外厂商加强与ODM厂商的合作，国外厂商加强与手机设计公司的合作。
- 3、手机设计业参与者增多，行业利润率大跌，设计行业进入整合期，优胜劣汰在所难免。
- 4、产品功能创新近乎停滞，基于2G和2.5G的技术研发平台发展受阻，设计公司研发和业务模式转型。
- 5、手机设计行业竞争激烈，设计公司数量增多，设计行业分工合作趋势明显。

【 目录 】

研究对象 1

主要结论 2

一、全球及中国手机设计业概括 3

(一) 手机设计业定义与特点 3

(二) 手机设计业发展历程 5

1、全球手机设计业发展历程概括 5

2、中国手机设计业发展历程概括 6

(三) 手机设计业结构 8

二、手机市场及手机设计业规模与发展现状 11

(一) 手机市场 11

1、2001 - 2005年中国手机市场规模与变化 11

2、2005年中国手机市场发展特点 13

(二) 手机设计业 14

1、2001 - 2005年中国手机设计业规模与变化 14

2、2005年中国手机设计业特点 15

三、中国手机设计业发展要素分析 19

(一) 经营要素 19

1、资金来源 19

2、经营模式 21

3、与终端厂商业务模式 22

4、与上游厂商业务模式 23

(二) 硬件技术要素 24

1、手机分离芯片/模块/硬件平台 24

2、手机部件模块 28

3、关键/周边零部件 29

(三) 软件技术要素 29

1、操作系统 29

2、手机设计平台 38

3、手机应用软件 39

四、中国手机设计业主要参与者竞争策略研究 43

(一) 手机设计公司 43

1、主要手机完整方案设计公司发展策略 43

2、主要手机完整方案设计公司发展策略对比研究 47

3、主要手机部分方案设计公司发展策略 48

4、主要手机部分方案设计公司发展策略对比研究 50

(二) OEM/ODM手机厂商 51

1、主要OEM/ODM手机厂商发展策略 51

2、主要OEM/ODM手机厂商发展策略对比研究 57

(三) 手机品牌厂商 58

- 1、主要手机品牌厂商发展策略 58
- 2、主要手机品牌厂商发展策略对比研究 67

五、2006 - 2010年中国手机设计业趋势分析与预测 70

(一) 影响未来手机设计业发展的主要因素 70

- 1、宏观环境因素 70
- 2、终端产品需求因素 72
- 3、手机技术因素 73
- 4、手机替代产品研究 76
- 5、运营商业务发展 77
- 6、手机行业发展趋势 78

(二) 市场发展趋势分析 79

- 1、手机市场发展趋势 79
- 2、手机设计业发展趋势 80

(三) 市场规模预测 82

- 1、2006 - 2010年手机市场规模与发展预测 82
- 2、2006 - 2010年手机设计业规模与发展预测 82

六、建议 86

(一) 针对手机厂商 86

- 1、生存与发展空间 86
- 2、产业链合作关系 87
- 3、业务发展模式 88

(二) 针对手机设计公司 88

- 1、生存与发展空间 88
- 2、产业链合作关系 90
- 3、业务发展模式 90

(三) 针对OEM/ODM手机代工厂商 91

- 1、生存与发展空间 91
- 2、产业链合作关系 91
- 3、业务发展模式 91

表目录

- 表1 2001 - 2005年中国手机市场总量及增长率 11
- 表2 2001 - 2005年中国手机设计业规模与变化 14
- 表3 2001 - 2005年各类设计方案平均销售量 17
- 表4 主要手机设计方案比较 25
- 表5 主要硬件平台厂商产品分析 27
- 表6 2005年中国市场智能手机操作系统竞争格局 30
- 表7 Symbian公司股权结构变化图 31
- 表8 拥有Symbina OS许可证企业列表 32
- 表9 2004 - 2005年Symbina OS发展情况 32
- 表10 Windows Mobile操作系统产业链关系表 33
- 表11 Windows Mobile两种操作系统比较 34
- 表12 国产四大智能手机操作系统提供商比较分析 37
- 表13 手机完整方案设计公司发展策略对比研究 48
- 表14 华冠手机主要技术来源 54
- 表15 华宝手机主要技术来源 56
- 表16 OEM/ODM手机厂商发展策略对比研究 58
- 表17 手机品牌厂商手机设计发展策略对比研究 69
- 表18 2006 - 2010年中国手机设计业规模 83
- 表19 2006 - 2010年中国手机设计业规模预测 84

图目录

- 图1 中国手机产业链示意图 4
- 图2 1997 - 2005年全球手机市场规模及增长速度 4
- 图3 全球及中国手机设计业发展历程 8
- 图4 2005年中国手机设计业结构图 10
- 图5 1998 - 2005年中国手机用户数量及增长 11
- 图6 2001 - 2005年中国手机市场销量及增长率 12
- 图7 2001 - 2005年中国手机市场销售额及增长率 12
- 图8 2001 - 2005年中国手机设计业方案结构 16

图9 2001 - 2005年中国手机设计业销量结构 17

图10 2001 - 2005年中国市场手机设计公司毛利率变化 18

图11 华冠通信手机设计能力发展路线 54

图12 2006 - 2010年中国手机销量预测及其增长率 82

图13 2006 - 2010年中国手机设计业方案结构 84

图14 2006 - 2010年中国手机设计业销量结构 85

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43524.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专业提供投资咨询报告、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。