



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年 - 2007年中国手机存 储卡市场趋势市场分析及发展趋 势研究报告

一、调研说明

《2006年 - 2007年中国手机存储卡市场趋势市场分析及发展趋势研究报告》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/69465.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

2006年 - 2007年中国手机存储卡市场趋势市场分析及发展趋势研究报告

目录

报告摘要 9

第一章 手机存储卡市场概述 11

第一节 中国手机存储卡市场现状分析 11

一、市场商机无限 11

二、容量推动渠道 11

三、手机进入存储时代 12

1、存储渐成主流 12

2、需求日益增加 12

3、争夺更加激烈 13

第二节 市场发展趋势预测 13

一、各类品牌发展趋势 13

二、总体发展趋势 14

1、2010年中国印度手机用户数将超10亿 15

2、厂商将益发依赖新兴市场 15

三、消费市场现状 15

1、存储卡进入G时代 15

2、目前的主流存储卡及其发展现状 17

第三节 市场发展建议 19

第二章 手机存储卡研究环境 21

第一节 研究背景 21

第二节 研究内容 21

第三节 研究方法 22

第四节 数据采集 22

第五节 环境分析 23

一、宏观环境分析 23

二、技术分析 24

1、2007年手机技术发展趋势预测	24
2、未来手机的三大新兴功能	26
三、社会人口分析	27
第三章 手机存储卡定义	29
第一节 手机存储卡概念	29
一、支持存储卡定义	29
二、手机的存储量	29
三、手机存储器	29
四、手机存储卡主要用途	29
1、商务资料存储	29
2、音频和视频存储	30
3、程序存储	30
第二节 手机存储卡分类	30
一、市场手机存储卡分类	30
二、手机用存储卡2006年发展回顾	32
三、2007年手机存储业五大预测	34
1、存储在HPC领域的扩大地盘	34
2、服务将成为潮流	34
3、数据保护和安全将成焦点	34
4、纸张不会消失	34
5、存储虚拟化未来的高速增长点	35
第三节 各类手机存储卡性能特点	35
一、手机存储卡现有技术介绍	35
二、手机存储卡在蓝牙上功能体现	37
三、NOR技术	40
四、AND技术	41
五、NAND闪存	41
六、DiskOnChipTM技术	42
七、由EEPROM派生的闪速存储器	42
第四章 手机存储卡市场结构分析	44
第一节 市场结构分析	44
一、市场结构分析	44

- 二、市场分布格局 49
 - 1、销量仍呈稳步上升趋势 50
 - 3、私货、水货仍旧严重 50
 - 4、微硬盘与闪存类存储卡各得其所 50
 - 5、CF卡前景暗淡 51
- 第二节 产品结构 51
- 第五章 手机存储卡重点厂商竞争力评价 54
 - 第一节 重点厂商竞争力评价 54
 - 一、重点品牌渠道策略及其SWOT分析 54
 - 二、Sandisk品牌 54
 - 三、Kingston品牌 54
 - 四、Lexar品牌 54
 - 五、Toshiba品牌 54
 - 六、Kingmax品牌 54
 - 七、Panasonic品牌 55
 - 八、Sony品牌 55
 - 第二节 市场概述及品牌结构 55
 - 一、市场概述 55
 - 二、品牌结构关注调查 55
 - 第三节 产品规格关注度调查 57
 - 一、不同容量产品关注对比 57
 - 二、不同类型卡关注对比 58
 - 三、主流厂商产品线分布 58
 - 第四节 价位区间关注度调查 61
 - 一、价位关注分布 61
 - 二、重点厂商不同价位产品分布 61
 - 三、主流厂商均价对比 62
 - 第五节 2006年国内存储卡市场特点 63
 - 一、存储卡销量持续增长 63
 - 二、存储卡容量不断提升，1GB成为主流 63
 - 三、品牌呈现出百花齐放的态势 63
 - 四、存储卡销售渠道正在发生改变 63

五、小型存储卡将成为市场主流	63
六、存储卡规格类型关注度分析	63
七、存储卡容量关注度分析	64
八、不同种类存储卡平均产品价格分析	64
第六章 全球手机存储卡市场规模与趋势分析	66
第一节 全球手机存储卡市场规模	66
一、全球手机市场对存储卡的需求	66
二、手机存储卡市场前景广阔	66
第二节 全球存储卡市场竞争份额	67
一、不同种类手机存储卡的发展现状	67
二、全球手机存储卡主要制造厂商发展现状	67
第三节 全球手机存储卡市场趋势分析	68
一、未来市场规模将进一步扩大	68
二、手机存储卡的两大功能趋势	68
三、手机存储卡的兼容性将增强	69
四、手机存储卡的微型化趋势	69
五、手机存储卡价格竞争趋势	69
第七章 中国手机存储卡市场规模与趋势分析	70
第一节 手机市场市场细分以及潜在购买趋势分析	70
一、不同品牌手机占有率状况	70
二、用户潜在购买意向	71
三、用户对于手机价格心理承受能力	71
四、用户对手机功能的需求程度	72
五、不同受教育程度手机功能的使用状况	72
六、不同收入群体手机功能的使用状况	73
七、手机市场竞争趋势分析	73
第二节 手机存储卡市场规模	74
一、外接手机存储卡成就NAND闪存	74
二、多芯片封装(MCP)产品比重逐渐增大	75
第三节 手机存储卡市场前景可期	75
一、市场出货增长趋势	75
二、手机存储卡市场细分	76

三、手机存储卡功能趋势	76
第四节 存储卡市场竞争份额	77
一、存储卡内存容量分布	77
二、存储卡支持情况	78
三、视频播放支持情况	78
第八章 手机存储卡主导厂商发展策略分析	80
第一节 各类手机存储卡技术	80
一、SANDISK	80
二、索尼	80
三、松下	80
四、东芝	81
五、LEXAR	81
六、KINGMAX (胜创科技)	81
七、TWINMOS (勤茂)	81
八、创见 (TRANSCEND)	82
九、金士顿KINGSTON	82
十、华腾微电子 (ATP)	82
第二节 各类投入资源	82
第三节 经营状况以及年出货量	83
第四节 发展策略	84
一、市场细分	84
二、协调关系争取市场份额	84
三、持续的技术领先优势	84
四、控制上市节奏	85
五、做好防伪工作	85
第五节 合作关系	86
第六节 小结	87
第九章 微型硬盘技术比较和市场趋势	88
第一节 微型硬盘技术比较分析	88
一、微硬盘优点：	88
二、MMC、SD、MS、TF技术介绍	89
第二节 微硬盘和各种存储卡对比分析	90

一、结构对比分析	90
二、传输速度对比分析	90
三、容量对比分析	91
四、接口对比分析	91
第三节 MMC、SD、MS、TF、微型硬盘市场趋势分析	92
一、存储卡与微硬盘之争	92
二、未来存储卡市场两大阵营之争	92
三、手机用存储卡异军突起	92
四、大硬盘的前途光明	93
五、微硬盘手机更流行	93
第十章 手机存储卡厂商比较分析	95
第一节 国内手机存储卡厂商分析	95
第二节 国外手机存储卡厂商分析	97
第十一章 行业发展策略与建议	100
第一节 产品策略	100
第二节 价格策略	100
第三节 渠道策略	100
第十二章 手机存储卡价格发展过程和趋势分析	101
第一节、信息产业的独特市场竞争规律——降价规律	101
第二节、手机产品价格持续下调给手机存储卡带来压力	101
第三节、手机存储卡价格发展趋势	102
一、世界存储市场的总体趋势影响着手机存储卡的发展趋势	102
二、手机存储卡的价格趋势	103
第十三章 未来对于手机存储卡技术发展的影响因素分析	104
第一节 影响闪存盘品质的致命因素	104
一、控制芯片问题	104
二、闪存芯片问题	104
三、其他问题	104
第二节 非挥发性内存Flash所将面临的技术瓶颈	104
第十四章 未来中国手机存储卡的需求量预测	106
第一节 2007年手机存储卡市场配置需求分析	106
第二节 手机存储卡将成为手机的标准配置之一	107

第三节 中国制造商将产品生产研发趋势分析	107
第四节 中国手机市场主导卡走势	107
第五节 中国手机市场主导卡走势	110
第十五章 结论与建议	113
第一节 政策因素	113
第二节 技术因素	113
第三节 市场因素	114
第四节 竞争因素	114
图表目录	
图表1：智能手机设计产业链结构图	20
图表2：汉鼎咨询研究的数据/信息采集方法	22
图表3：本次研究的数据/信息分析方法	22
图表4：消费者购买手机自带同量存储卡时考虑的因素	24
图表5：整体市场与大存储量手机市场不同价位区间产品关注比例对比	25
图表6：未来智能手机发展方向	25
图表7：大存储量手机各增值业务生命周期图	26
图表8：机身内存与蓝牙速度测试结果	38
图表9：存储卡容量与JAVA安装	38
图表10：存储卡容量与录音功能	39
图表11：存储卡容量与通话提示音功能	39
图表12：存储卡容量与手机输入功能	40
图表13：2006年度中国市场最受关注的十大闪存卡品牌	44
图表14：2006年第1季度最受关注的七大闪存卡品牌	44
图表15：2006年第2季度最受关注的十大闪存卡品牌	45
图表16：2006年第3季度最受关注的十大闪存卡品牌	45
图表17：2006年第4季度最受关注的十大闪存卡品牌	46
图表18：五种存储卡主要产品特征	47
图表19：2005年度最受用户关注的前十款闪存卡	47
图表20：2005年不同容量闪存卡关注比例对比	48
图表21：2005年不同类型闪存卡关注比例对比	48
图表22：2006年各类渠道市场份额	49
图表23：2006年手机存储卡销售量、销售金额（单位：万片/万）	50

- 图表24：2006年一季度中国存储卡市场品牌销量结构图 51
- 图表25：2006年一季度中国存储卡市场品牌主销型号结构图 52
- 图表26：2006年Q2中国存储卡市场各渠道销量状况 52
- 图表27：2006年Q2中国存储卡市场各区域市场在家电卖场销售中市场份额状况 52
- 图表28：2006年Q2存储卡市场不同类型平均价格情况(单位：元) 53
- 图表29：2006年中国市场最受用户关注的15大闪存卡品牌 55
- 图表30：2005—2006年度十大闪存卡厂商关注比例对比 56
- 图表31：2006年不同容量闪存卡关注比例分布 57
- 图表32：2006年不同闪存卡类型关注比例对比 58
- 图表33：2006年不同类型的金士顿闪存卡关注比例分布 58
- 图表34：2006年不同类型的威刚闪存卡关注比例分布 59
- 图表35：2006年不同类型的SanDisk闪存卡关注比例分布 59
- 图表36：2006年不同类型的胜创闪存卡关注比例分布 60
- 图表37：2006年不同价位区间闪存卡关注比例分布 61
- 图表38：五大厂商不同价位区间产品分布对比 61
- 图表39：2006年十大闪存卡厂商产品均价对比 62
- 图表40：2006年不同规格存储卡的关注度分布 63
- 图表41：2006年不同规格存储卡关注度分布 64
- 图表42：2006年不同种类存储卡平均产品价格分析 64
- 图表43：各手机厂商2006年销售业绩 66
- 图表44：不同品牌手机市场占有率分析 70
- 图表45：三大品牌在不同城市的占有率 71
- 图表46：潜在手机品牌需求率 71
- 图表47：消费者手机价格承受力 71
- 图表48：现有手机用户手机功能的使用状况 72
- 图表49：不同受教育程度手机功能的使用状况 73
- 图表50：不同收入群体手机功能的使用状况 73
- 图表51：20032009年存储卡市场出货增长趋势分析 单位：百万片75
- 图表52：20062010年存储卡种类应用市场比例分析 76
- 图表53：内存容量分布对比 77
- 图表54：支持存储卡与不支持存储卡机型数量对比 78
- 图表55：支持视频播放与不支持视频播放机型数量对比 78

图表56：各类手机存储卡销售量	84
图表57：2005中国市场新推配备存储卡手机中各存储卡比例	92
图表58：苹果公司iPod产品配置情况	93
图表59：2007年三月份北京及上海地区部分存储卡价格对比	96
图表60：2007年1月部分手机价格下调幅度	102
图表61：2004 - 2005年中国存储卡市场规模及增长率	108
图表62：2006 - 2010年中国存储卡市场销售量预测	109
图表63：2006 - 2010年中国存储卡市场销售量预测	111

A020

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/69465.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。