



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009年中国手机显示屏行业市场 分析及发展趋势预测研究报告

# 一、调研说明

《2009年中国手机显示屏行业市场分析及发展趋势预测报告》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/69636.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](mailto: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

2009年中国手机显示屏行业市场分析与发展趋势市场分析及发展趋势研究报告

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展环境

第一章 手机显示屏概述 1

第一节 手机显示屏类型 1

一、TFT 1

二、TFD 1

三、UFB 1

四、STN 2

五、OLED 2

六、其他种类 2

第二节 手机屏显技术的演进 3

一、STN屏幕 3

二、UFB屏幕 3

三、TFD屏幕 4

四、TFT屏幕 4

五、非主流显示技术 5

第三节 2008-2009年我国经济环境分析 6

一、2008年我国工业生产情况 6

二、2008年我国产品进出口情况 13

三、2008年金融危机对我国经济影响分析 24

四、2009年我国经济发展预测及其影响因素 26

第二章 国内外手机行业发展现状分析 31

第一节 全球手机行业发展分析 31

一、2008年全球手机用户总数 31

二、2008年全球手机市场分析 32

三、2008年全球手机需求分析	35
四、2008年全球手机市场预测	37
五、2009年全球手机销量预测	38
六、2010年全球手机市场预测	41
第二节 2008年手机行业发展回顾	42
一、智能操作系统	42
二、多媒体手机	43
三、国产手机	44
四、山寨手机	44
五、电信重组	44
第三节 2008-2009年我国手机行业发展分析	45
一、2008年手机行业的七大关键词	45
二、手机出货量与利润倒挂引发深思	47
三、2009年工信部发放3G牌照分析	52
四、3G时代到来对国内手机市场的影响	53
五、中国手机行业可持续发展策略	54
第四节 2008年手机市场产销分析	56
一、2008年上半年中国手机产销分析	56
二、2008年前三季度我国手机产量	62
三、2008年前三季度我国手机销量	69
四、2008年我国手机市场销量分析	69
五、2008年我国手机出口情况分析	73
第五节 2009年我国手机行业展望	74
一、大屏幕触摸手机的推广	74
二、800万像素拍照手机普及	74
三、S60、WM、Android操作系统S60更具优势	74
四、TD-SCDMA、CDMA2000、WCDMA同台登场	75
五、2009年Wi-Fi解禁有难度	75
六、2009年手机市场面临洗牌	75
第三章 2008-2009中国手机市场分析	79
第一节 行业简介	79

一、手机行业定义	79
二、手机发展历史回顾	79
三、手机技术分析	80
第二节 手机整体市场分析	82
一、2008-2009年手机市场结构	82
二、2008-2009年手机市场特征	83
第三节 市场关注度分析	84
一、2008年中国手机市场品牌结构关注分析	84
二、2008年中国手机市场价位区间关注分析	86
第四节 2008年12月中国手机市场用户关注分析	87
一、市场概述及结论	87
二、品牌关注调查	88
三、细分市场格局	90
四、产品价格结构	92
五、产品像素结构	94
第五节 2009年手机市场发展趋势分析	96
一、国外品牌依然占据大部分市场份额	96
二、互联网改变市场营销方式	96
三、3G手机市场逐渐兴起	96
四、手机市场规模预测	97
第六节 行业发展策略与建议	98
一、产品策略	98
二、价格策略	99
三、渠道策略	99
四、品牌策略	99
第四章 LED产业发展分析	100
第一节 LED显示器结构及分类	100
一、LED显示器结构	100
二、LED显示器分类	101
三、LED显示器的参数	102
四、LED显示器的应用指南	102

## 第二节 LED产业发展分析 107

- 一、LED产业发展前景分析 107
- 二、推动LED产业发展的因素分析 109
- 三、金融危机对我国LED产业的影响 113
- 四、LED产业新格局分析 114
- 五、2009-2010年LED产业发展预测 117

## 第三节 2009年LED行业供需分析 123

- 一、LED是最具发展前景的朝阳产业之一 123
- 二、行业竞争格局分析 125
- 三、行业需求分析 128
- 四、行业供给分析 133
- 五、内资企业发展空间 136
- 六、结论及投资建议 136

## 第二部分 行业发展现状

### 第五章 全球手机显示屏市场分析 137

#### 第一节 全球手机显示屏市场分析 137

- 一、全球手机显示屏市场销售额 137
- 二、全球手机显示屏市场出货量 138
- 三、台湾胜华成最大手机显示屏商 140
- 四、夏普将关闭两条手机屏生产线 141
- 五、2008年手机面板供应链变化 141

#### 第二节 手机显示屏技术发展分析 142

- 一、手机显示屏新技术 142
- 二、世界上第一个三维手机显示屏 147
- 三、2英寸960×540手机显示屏问世 147
- 四、隐形手机显示屏诞生 148
- 五、友达推全球最薄LCD手机屏 148
- 六、全球首款显示屏可折叠3G手机 148

### 第六章 中国手机显示屏行业发展分析 150

#### 第一节 手机显示屏发展现状分析 150

- 一、3G手机显示四种技术应关注 150
- 二、LCD位居主流OLED前景看好 151
- 三、驱动IC是薄弱环节 152
- 第二节 3G对手机显示屏更新换代的影响 153
  - 一、手机显示屏技术不断更新 153
  - 二、CSTN到TFT过渡加速 153
  - 三、OLED将成未来新霸主 154
- 第三节 手机电视对高清手机显示屏的影响 155
  - 一、高清手机呼啸而来 155
  - 二、高清趋势不可逆转 156
  - 三、手机电视将带来新机遇 157
  - 四、3G时代眼球经济开始抢占手机屏 158

### 第三部分 行业竞争分析

## 第七章 中国手机显示屏市场竞争格局 161

### 第一节 手机显示屏行业竞争分析 161

- 一、小型显示屏市场竞争分析 161
- 二、手机显示屏市场竞争分析 161

### 第二节 手机显示屏厂商竞争力点评 162

- 一、天马品牌竞争优势 162
- 二、维信诺的综合实力 163

### 第三节 折叠手机显示屏问世的影响 164

- 一、折叠手机屏猎杀手机电视拦路虎 164
- 二、手机显示屏或改变IT行业发展 165

### 第四节 手机显示屏制造商发展分析 166

- 一、“成都造”手机显示屏的发展 166
- 二、高通大举进军手机显示屏领域 168
- 三、信利涉足高端手机显示屏领域 169

## 第八章 手机显示屏主要厂家发展分析 171

### 第一节 胜华 171

- 一、企业概况 171

- 二、扩产情况 171
- 三、2008年市场分析 172
- 第二节 信利 172
  - 一、企业概况 172
  - 二、企业历程 176
  - 三、2008年发展状况 177
- 第三节 三星 179
  - 一、企业概况 179
  - 二、2008年经营状况 183
  - 三、2009年投资规划 184
- 第四节 爱普生 184
  - 一、企业概况 184
  - 二、2008年经营状况 186
  - 三、2008年在华发展 186
- 第五节 日立 188
  - 一、企业概况 188
  - 二、品牌战略 189
  - 三、2008-2010年发展分析 189
- 第六节 夏普 190
  - 一、企业概况 190
  - 二、2008年经营状况 191
  - 三、2010年发展规划 192
- 第七节 统宝 193
  - 一、企业概况 193
  - 二、公司治理 193
  - 三、研发情况 194
- 第八节 凌巨 196
  - 一、企业概况 196
  - 二、竞争优势 196
  - 三、2008年发展状况 197
- 第九节 友达 198
  - 一、企业概况 198



二、2008年经营状况 199

三、2009年发展规划 201

第十节 天马 202

一、企业概况 202

二、2007-2008年财务分析 202

三、2008年经营状况 207

第十一节 京东方 208

一、企业概况 208

二、2007-2008年财务分析 209

三、2008年经营状况 213

第十二节 精电国际 215

一、企业概况 215

二、2008年经营状况 216

三、2008年扩产情况 216

第十三节 比亚迪 217

一、企业概况 217

二、2008年经营状况 219

三、2008年发展状况 227

第十四节 其他企业介绍 228

一、中航华天 228

二、立德通讯 229

三、晨兴电子 230

四、中山微视 231

第九章 主要手机厂家发展分析 232

第一节 诺基亚 232

一、企业概况 232

二、公司动态 233

三、公司战略 237

第二节 摩托罗拉 244

一、企业概况 244

二、2008年公司动态 245

### 三、摩托罗拉手机走向 247

#### 第三节 波导股份 252

##### 一、公司简介 252

##### 二、2007-2008年财务分析 256

##### 三、2008年经营状况 260

#### 第四节 夏新电子 261

##### 一、公司简介 261

##### 二、2007-2008年财务分析 261

##### 三、2008年经营状况 265

##### 四、2009年公司困境 266

#### 第五节 索尼爱立信 269

##### 一、公司简介 269

##### 二、公司新战略 270

##### 三、公司营销策略 272

#### 第六节 联想 274

##### 一、公司手机状况 274

##### 二、公司手机战略经营状况 274

##### 三、公司手机发展策略 277

#### 第七节 康佳集团 278

##### 一、公司简介 278

##### 二、2007-2008年财务分析 281

##### 三、2008年经营状况 285

#### 第八节 TCL集团 287

##### 一、公司简介 287

##### 二、2007-2008年财务分析 288

##### 三、2008年经营状况 293

#### 第九节 金立 294

##### 一、公司简介 294

##### 二、公司研发情况 296

##### 三、2008年公司动态 296

#### 第十节 华为 298

##### 一、企业概况 298

二、2008年经营状况 301

三、2009年发展战略 303

第十一节 中兴 306

一、企业概况 306

二、2007-2008年财务分析 308

三、2008年经营状况 312

第四部分 行业发展趋势及投资

第十章 手机显示屏发展趋势分析 315

第一节 手机显示屏发展趋势分析 315

一、液晶显示屏降价趋势分析 315

二、手机发展趋势给显示屏设计带来的挑战 315

三、高分辨率彩色显示屏是未来手机发展趋势 320

四、LED显示屏发展趋势分析 322

五、2009年LCD显示器销售额预测 323

第二节 手机显示屏正向彩色高分辨率发展 327

一、从单色向彩色转变 327

二、显示质量和分辨率不断提高 328

三、显示屏幕越来越大 329

第三节 手机面板发展趋势分析 330

一、手机面板市场规模分析 330

二、影响手机面板发展的因素 330

三、手机面板的未来发展趋势 331

第四节 未来手机屏市场预测 332

一、小型显示屏市场预测 333

二、手机应用市场预测 333

三、手机面板出货量预测 333

四、手机主/次面板市占率预测 334

五、手机STN/CSTN面板发展方向 334

六、手机面板市场竞争格局预测 336

第十一章 手机显示屏行业投资分析及市场发展趋势研究报告 337

## 第一节 LED行业投资分析及市场发展趋势研究报告 337

### 一、国内LED产业主要投资机会 337

### 二、LED产业成全球范围内投资热点 340

### 三、从奥运看LED产业投资机会 341

## 第二节 LCD行业投资分析及市场发展趋势研究报告 345

### 一、TFT-LCD产业投资分析及市场发展趋势研究报告 345

### 二、2008年电信业重组开启手机屏巨大市场 347

### 三、2008年天马LCD投资情况 349

### 四、2009年三星LCD投资规划 351

### 五、2009年京东方TFT-LCD线投资规划 351

## 图表目录

图表：2007-2008年我国规模以上工业增加值情况 6

图表：2007年6月-2008年8月我国轻重工业增加值情况 7

图表：2007-2008年我国工业出口交货值情况 7

图表：2006-2008年我国工业企业实现利润情况 8

图表：2006-2008年我国工业企业亏损情况 8

图表：2007-2008年我国工业生产资料价格变化情况 9

图表：2007-2008年我国工业品和原燃料价格变化情况 9

图表：2008年2月工业增加值增长速度 9

图表：2008年3月工业增加值增长速度 10

图表：2008年4月工业增加值增长速度 10

图表：2008年5月工业增加值增长速度 10

图表：2008年6月工业增加值增长速度 11

图表：2008年7月工业增加值增长速度 11

图表：2008年8月工业增加值增长速度 12

图表：2008年9月工业增加值增长速度 12

图表：2008年10月工业增加值增长速度 12

图表：2008年11月工业增加值增长速度 13

图表：2008年1-10月我国按贸易方式进口总值 15

图表：2008年1-10月我国按贸易方式出口总值 15

图表：2008年1-10月我国进口总值 16

图表：2008年1-10月我国出口总值 16

图表：2008年7月我国进出口商品构成表 17

图表：2008年7月我国进出口总值简要情况表 17

图表：2008年7月我国前十名合作贸易伙伴 17

图表：2008年7月我国前十位出口市场 18

图表：2008年7月我国前十位进口来源地 18

图表：2008年8月我国进出口商品构成表 18

图表：2008年8月我国进出口总值简要情况表 19

图表：2008年8月我国前十名合作贸易伙伴 19

图表：2008年8月我国前十位出口市场 19

图表：2008年8月我国前十位进口来源地 20

图表：2008年9月我国进出口商品构成表 20

图表：2008年9月我国进出口总值简要情况表 21

图表：2008年9月我国前十名合作贸易伙伴 21

图表：2008年9月我国前十位出口市场 21

图表：2008年9月我国前十位进口来源地 22

图表：2008年10月我国进出口总值简要情况表 22

图表：2008年10月我国进出口商品构成表 22

图表：2008年10月我国前十名合作贸易伙伴 23

图表：2008年10月我国前十位出口市场 23

图表：2008年10月我国前十位进口来源地 24

图表：2008年11月我国进出口总值简要情况表 24

图表：2000-2008年全球手机市场销售规模及增长速度 33

图表；2008年H1全球市场主要品牌结构 34

图表：2005年H1-2008年H1手机产量及增长率 56

图表：2008年H1重点品牌手机产量份额 57

图表：2005年H1-2008年H1手机内销量及增长率 58

图表：2008年H1重点品牌手机内销量份额 58

图表：2005年H1-2008年H1手机外销量及增长率 59

图表：2008年H1重点品牌手机外销量份额 60

图表：2005-2008年中国手机产量及增长率 60

图表：2005-2008年中国手机内销量及增长率 61

图表：2005-2008年中国手机外销量及增长率 61

图表：2008年1-11月移动电话产量全国统计 62

图表：2008年1-11月移动电话产量吉林省统计 63

图表：2008年1-11月移动电话产量江苏省统计 63

图表：2008年1-11月移动电话产量福建省统计 63

图表：2008年1-11月移动电话产量广东省统计 64

图表：2008年1-11月移动电话产量重庆市统计 64

图表：2008年1-11月移动电话产量北京市统计 64

图表：2008年1-11月移动电话产量浙江省统计 65

图表：2008年1-11月移动电话产量江西省统计 65

图表：2008年1-11月移动电话产量湖北省统计 66

图表：2008年1-11月移动电话产量广西区统计 66

图表：2008年1-11月移动电话产量四川省统计 66

图表：2008年1-11月移动电话产量天津市统计 67

图表：2008年1-11月移动电话产量辽宁省统计 67

图表：2008年1-11月移动电话产量上海市统计 67

图表：2008年1-11月移动电话产量山东省统计 68

图表：2008年1-11月移动电话产量贵州省统计 68

图表：2008年中国手机终端市场季度销量变化情况 70

图表：2006-2008年中国移动用户月度净增长情况 70

图表：未来手机新兴功能调查 80

图表：2008-2009年中国手机销售业绩最好的区域 82

图表：2008-2009年手机关注度调查 84

图表：2008-2009年手机价格区间调查 86

图表：2008年12月中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布 88

图表：2008年11月与12月十大品牌排行榜对比 89

图表：2008年11月与12月不同类型手机关注比例对比 90

图表：不同功能机型消费者关注的十大品牌分布 91

图表：2008年12月不同价位手机关注比例分布 92

图表：2008年11月与12月不同价位区间手机关注比例对比 93

图表：2008年12月不同像素拍照手机关注比例分布 94

图表：2008年11月与12月不同像素拍照手机关注比例分布对比 95

图表：2008-2009年手机使用年限调查 97

图表：2008-2009年智能手机系统调查 98

图表：基本的半导体数码管是由七个条状发光二极管芯片按排列而成的 100

图表：各发光段电极连接方式分有共阳极和共阴极两种 102

图表：数码宇航局的共阳极形式和共阴极形式 103

图表：数码管的静态的驱动 104

图表：N位数字静态驱动显示电路 104

图表：一种四位数字动态驱动（脉搏冲驱动）方法的线路 105

图表：采用双列直插14脚封装表示两种显示器的差别是LED极性不同 106

图表：一个LED点阵显示器驱动电路 107

图表：2005-2010年中国LED照明市场规模及增长率 108

图表：白光LED与传统通用照明灯的比较 108

图表：2007年度国内LED产量、芯片产量及芯片国产率 111

图表：2000-2007年我国LED封装市场规模及增长率变化 111

图表：2007年12月国内外功率型白光LED技术指标对比 112

图表：2007年按应用分中国LED照明市场规模(按销售额) 112

图表：2007年中国LED照明各应用市场占比 112

图表：2008年中国LED应用市场规模预测 117

图表：主要国家和地区LED产业发展政策 117

图表：全球LED产业链分布情况 118

图表：五大国际LED厂商产业化和应用情况 118

图表：2009-2010年全球LED产值预估 119

图表：2009-2010年台湾LED产值预估 120

图表：胜华科技简况 171

图表：信利半导体LCD事业部 173

图表：信利半导体TFT事业部 173

图表：信利半导体MDS事业部 174

图表：信利半导体LCM事业部 174

图表：信利半导体COG事业部 174

图表：信利半导体CCM事业部 175

图表：信利半导体TPD事业部 175

图表：信利半导体ADD事业部 176

图表：信利半导体光技术事业部 176

图表：凌巨科技简况 196

图表：2008年友达光电营运报告 200

图表：2008年上半年天马微电子股份有限公司主营构成 202

图表：2007-2008年天马微电子股份有限公司每股指标 203

图表：2007-2008年天马微电子股份有限公司获利能力 203

图表：2007-2008年天马微电子股份有限公司经营能力 204

图表：2007-2008年天马微电子股份有限公司偿债能力 204

图表：2007-2008年天马微电子股份有限公司资本结构 204

图表：2007-2008年天马微电子股份有限公司发展能力 204

图表：2007-2008年天马微电子股份有限公司现金流量 204

图表：2007-2008年天马微电子股份有限公司主营业务收入 205

图表：2007-2008年天马微电子股份有限公司主营业务利润 205

图表：2007-2008年天马微电子股份有限公司营业利润 205

图表：2007-2008年天马微电子股份有限公司利润总额 206

图表：2007-2008年天马微电子股份有限公司净利润 206

图表：2008年上半年京东方科技集团股份有限公司主营构成 209

图表：2007-2008年京东方科技集团股份有限公司每股指标 210

图表：2007-2008年京东方科技集团股份有限公司获利能力 210

图表：2007-2008年京东方科技集团股份有限公司经营能力 211

图表：2007-2008年京东方科技集团股份有限公司偿债能力 211

图表：2007-2008年京东方科技集团股份有限公司资本结构 211

图表：2007-2008年京东方科技集团股份有限公司发展能力 211

图表：2007-2008年京东方科技集团股份有限公司现金流量 212

图表：2007-2008年京东方科技集团股份有限公司主营业务收入 212

图表：2007-2008年京东方科技集团股份有限公司主营业务利润 212

图表：2007-2008年京东方科技集团股份有限公司营业利润 212

图表：2007-2008年京东方科技集团股份有限公司利润总额 213

图表：2007-2008年京东方科技集团股份有限公司净利润 213

图表：2008年1-2季度比亚迪股份有限公司业绩 219

图表：2008年1-2季度比亚迪股份有限公司按产品类别及所占比例分析的营业额明细表 220

图表：2008年1-2季度比亚迪股份有限公司客户所在地及所占比例分析的营业额明细表 220



图表：2008年1-2季度比亚迪股份有限公司股本 220

图表：2008年1-2季度比亚迪股份有限公司综合损益表 221

图表：2008年1-2季度比亚迪股份有限公司非流动资产表 221

图表：2008年1-2季度比亚迪股份有限公司流动资产表 222

图表：2008年1-2季度比亚迪股份有限公司流动负债表 222

图表：2008年1-2季度比亚迪股份有限公司综合资产负债表 223

图表：2008年1-2季度比亚迪股份有限公司综合权益变动表 223

图表：2008年1-2季度比亚迪股份有限公司综合现金流量表 224

图表：2008年1-2季度比亚迪股份有限公司融资成本 225

图表：2008年1-2季度比亚迪股份有限公司除税前溢利 225

图表：2008年1-2季度比亚迪股份有限公司分地区收益表 225

图表：2008年1-2季度比亚迪股份有限公司税项 226

图表：2008年1-2季度比亚迪股份有限公司存货 226

图表：2007年1-2季度比亚迪股份有限公司应收账款 226

图表：2008年1-2季度比亚迪股份有限公司应付账款 227

图表：2008年2月摩托罗拉在七大区域市场关注比例对比 246

图表：摩托罗拉分拆目的的网友调查 248

图表：2008年上半年宁波波导股份有限公司主营构成 256

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司每股指标 256

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司获利能力 257

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司经营能力 257

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司偿债能力 257

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司资本结构 258

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司发展能力 258

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司现金流量 258

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司主营业务收入 258

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司主营业务利润 259

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司营业利润 259

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司利润总额 259

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司净利润 260

图表：2008年上半年夏新电子股份有限公司主营构成 261

图表：2007-2008年夏新电子股份有限公司每股指标 262

图表：2007-2008年夏新电子股份有限公司获利能力 262

图表：2007-2008年夏新电子股份有限公司经营能力 262

图表：2007-2008年夏新电子股份有限公司偿债能力 262

图表：2007-2008年夏新电子股份有限公司资本结构 263

图表：2007-2008年夏新电子股份有限公司发展能力 263

图表：2007-2008年夏新电子股份有限公司现金流量 263

图表：2007-2008年夏新电子股份有限公司主营业务收入 263

图表：2007-2008年夏新电子股份有限公司主营业务利润 264

图表：2007-2008年夏新电子股份有限公司营业利润 264

图表：2007-2008年夏新电子股份有限公司利润总额 265

图表：2007-2008年夏新电子股份有限公司净利润 265

图表：2008年上半年康佳集团股份有限公司主营构成 281

图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司每股指标 281

图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司获利能力 282

图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司经营能力 282

图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司偿债能力 282

图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司资本结构 283

图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司发展能力 283

图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司现金流量 283

图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司主营业务收入 283

图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司主营业务利润 284

图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司营业利润 284

图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司利润总额 284

图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司净利润 285

图表：2008年前3季度TCL集团股份有限公司主营构成 288

图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司每股指标 289

图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司获利能力 290

图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司经营能力 290

图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司偿债能力 290

图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司资本结构 291

图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司发展能力 291

图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司现金流量 291

图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司主营业务收入 291

图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司主营业务利润 292

图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司营业利润 292

图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司利润总额 292

图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司净利润 292

图表：华为业务领域 299

图表：2002-2007年华为经营业绩 299

图表：中兴通讯中国区域营销网络 308

图表：2008年上半年中兴通讯股份有限公司主营构成 308

图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司每股指标 309

图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司获利能力 309

图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司经营能力 310

图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司偿债能力 310

图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司资本结构 310

图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司发展能力 310

图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司现金流量 311

图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司主营业务收入 311

图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司主营业务利润 311

图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司营业利润 311

图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司利润总额 312

图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司净利润 312

图表：感应式与电荷泵两种架构之间的对比 318

图表：安森美半导体的NCP5608背光和闪光灯驱动器的引脚功能图 319

图表：移动电话用显示屏和PC用显示屏对比 321

图表：2007-2012年全球液晶显示器销售额预测(销售额以百万美元计) 325

图表：手机功能发展趋势 331

图表：手机功能趋势及其对手机面板之影响 332

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/69636.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。