



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国手机行业调研报告

## 一、调研说明

《2008年中国手机行业调研报告》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/69745.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

### 2008年中国手机行业调研报告

#### 报告目录

#### 第一部分 发展环境分析

##### 第一章 全球手机市场发展分析1

##### 第一节 全球手机市场发展情况分析1

- 一、2006年全球手机销售情况分析1
- 二、2006年全球手机用户增长最多的国家2
- 三、2007年一、二季度全球手机销售情况分析2
- 四、2007年前三季度全球手机市场分析4
- 五、2007年全球3G市场发展情况分析7
- 六、2007年全球手机销量预测10
- 七、2007年全球智能手机销量预测10
- 第二节 2006-2007年全球手机市场竞争格局分析11
- 一、2006年全球手机四大巨头竞争格局11
- 二、2007年全球手机业格局再生变数14
- 三、2007年亚洲手机厂商面临生死考验20
- 四、中国手机影响世界22
- 第三节 2007年全球3G发展特点、现状及趋势分析25
- 一、全球3G发展特点25
- 二、3G业务发展现状27
- 三、3G业务发展趋势30

##### 第二章 中国手机行业政策环境分析32

##### 第一节 2007年中国通信产业政策与监管环境32

- 一、2007年2季度中国通信产业政策与监管环境分析32
- 二、2007年3季度中国通信产业政策与监管环境分析38

##### 第二节 2007年手机产业政策环境分析46

- 一、2007年手机充电器正式用统一接口46
- 二、2007年信息产业部将规范手机售后服务市场48
- 三、2007年手机资费“双改单”政策分析49

### 第三节 2007年取消手机核准制及其影响分析50

#### 一、2007年国务院宣布取消手机核准制50

#### 二、下一步可能实行备案制51

#### 三、对“黑手机”的影响53

#### 四、对国产手机的影响55

#### 五、进入仍须三思57

### 第二部分 行业及市场分析

### 第三章 中国手机行业发展情况分析59

#### 第一节 中国手机行业发展情况分析59

##### 一、中国手机行业发展历程及特征59

##### 二、2006年中国手机行业发展情况63

##### 三、2007年上半年我国手机行业运行情况分析67

##### 四、2007年我国手机用户数量及普及率情况71

##### 五、2007年产能严重过剩促手机业加速洗牌72

##### 六、2007年我国手机行业全年预测73

#### 第二节 国产手机行业发展情况分析74

##### 一、国产手机发展历程及取得的成绩74

##### 二、2007年国产手机竞争格局分析77

##### 三、2007年国内手机厂商盈利能力分析79

##### 四、2007年中国国产手机上市公司业绩82

#### 第三节 2006-2007年我国手机生产情况分析82

##### 一、2006年我国手机生产数据82

##### 二、2007年我国手机生产数据83

##### 三、2007年我国手机产量预测89

### 第四章 3G、4G手机发展情况分析90

#### 第一节 2007年中国3G市场全方位剖析90

##### 一、3G价值来源分析90

##### 二、潜在用户分析91

##### 三、3G终端发展分析93

##### 四、3G网络发展分析93

##### 五、3G运营商分析94

##### 六、SP/CP商分析96

## 七、3G业务资费及定价策略分析96

### 第二节 2007年中国TD手机发展情况及预测98

#### 一、2007年中国TD手机发展情况分析98

#### 二、2007年外资介入搅热TD手机市场102

#### 三、2007年TD终端首次实现TD-MBMS手机电视功能104

#### 四、2007年国产3G手机产业基地落户嘉兴105

### 第三节 2007年3G时代移动终端发展剖析107

#### 一、3G时代的移动终端发展107

#### 二、3G终端产品发展解析113

#### 三、3G终端技术发展展望118

### 第四节 4G应用123

#### 一、中国4G发展现状123

#### 二、ITU4G研究取得明显进展126

#### 三、2008年中瑞合资研发4G技术127

#### 四、2008-2009年中国将向国际电联提交4G标准128

## 第五章 中国手机市场分析131

### 第一节 2007年中国手机市场分析与趋势131

#### 一、2007年上半年手机市场特征131

#### 二、手机市场发展趋势134

### 第二节 2007年中国手机市场关注情况分析136

#### 一、2007年上半年手机市场概述136

#### 二、2007年上半年手机市场品牌结构分析138

#### 三、2007年上半年手机产品结构分析141

#### 四、2007年上半年区域手机市场结构调查148

#### 五、2007年上半年手机市场价格走势监测153

#### 六、2007年11月中国手机市场用户关注度调查159

#### 七、主要观点及2007年下半年发展趋势预测171

### 第三节 2007年新品手机市场分析175

#### 一、2007年新品手机市场概述175

#### 二、2007年上半年上市手机产品结构特征176

#### 三、2007年上半年新品手机品牌分布格局180

#### 四、2007年上半年手机市场热点评析186

五、2007年手机市场行业发展趋势预测	187
第四节 2007年上半年手机市场热门机型分析	189
一、2007年上半年概述及主要结论	189
二、2007年上半年热门手机市场概况	191
三、2007年上半年主要品牌机型分布	193
四、2007年上半年产品基本参数分析	198
五、2007年上半年热门机型基本属性分析	207
六、2007年上半年热门机型高级性能分析	209
七、2007年上半年热门机型演变趋势分析	213
第五节 2007年中国智能手机市场分析	216
一、2007年1-11月智能手机整体市场关注状况	216
二、2007年11月智能手机产品关注情况分析	219
三、2007年11月智能手机价格情况分析	221
四、2007年11月智能手机厂商均价分析	223
第六节 2007年中国音乐手机市场分析	225
一、2007年中国音乐手机市场现状与主要的竞争特征	225
二、2007年音乐手机市场状况分析	227
三、2007年11月音乐手机关注及价格情况分析	230
四、2007年音乐手机产品竞争力状况调查	239
五、2007年音乐手机品牌竞争力格局	248
六、音乐手机市场发展预测	256
第六章 手机出口市场分析	259
第一节 2006-2007年中国手机出口情况分析	259
一、2006年中国手机出口情况分析	259
二、2007年我国手机出口情况分析	260
三、2006-2007年我国手机主要出口省市分析	263
四、2007年我国手机分国别出口统计数据	267
第二节 主要手机出口国家和地区市场分析	273
一、2007年欧盟手机普及率	273
二、2006-2007年美国手机市场分析	273
三、2006-2007年日本手机市场分析	276
四、2006-2007年韩国手机市场分析	279

五、2006-2007年印度手机市场分析	282
六、非洲移动通讯产业潜力巨大	283
七、2006-2007年西非国家手机市场分析	284
八、2011年中东非地区手机用户数量预测	285
九、2010年中东地区对智能手机需求趋势	285
第三部分 关联市场分析及发展趋势研究报告	
第七章 手机关联产业分析	287
第一节 中国电信业发展现状及展望	287
一、手机产业支撑移动通信全速发展	287
二、3G前夜的通信行业市场分析	290
三、2007年1-9月通信行业运行状况	295
四、2007年电信网互联网加快融合步伐	304
五、2007-2010年中国移动增值业务市场分析及预测	308
第二节 小灵通发展现状及前景分析	310
一、2007年小灵通充电器开始通用	310
二、2007年网通或携日企为延长小灵通的生命周期	311
第三节 手机配件市场分析	312
一、2007年手机配件市场已经渐成气候	312
二、2007年手机配件产业基地落户深圳	314
第四节 2007中国手机售后服务产业发展现状	315
一、中国手机售后服务产业现状与特点	315
二、售后服务定位与中国手机售后服务产业	317
三、中国手机售后服务产业问题与机会	318
第八章 手机业务发展分析	320
第一节 2007年中国手机增值业务市场市场分析	320
一、2007年多方共举推进国内增值业务市场和谐发展	320
二、2007年增值业务市场国产手机与洋品牌竞争情况	324
第二节 2007年中国手机上网用户市场分析	325
第三节 GPS手机发展状况分析	327
一、2007年国产手机“暗战”GPS	327
二、2007年中国GPS手机用户数预测	330
三、2011年带GPS功能的手机前景预测	330

#### 第四节 手机视频发展状况分析331

- 一、国外移动视频业务发展情况分析331
- 二、2007年手机视频产业链全力“掘金”335
- 三、手机视频内容市场前景光明338

#### 第五节 手机电视发展状况分析339

- 一、手机电视发展前景分析339
- 二、2007年中国国际广播电台手机广播电视正式开播347
- 三、2007年手机电视已全面启动六奥运城市组网试验347
- 四、2007年广东手机电视进入试运营348
- 五、2007年手机电视国标进入最后遴选350
- 六、2007年欧盟确定欧洲手机电视标准351
- 七、2007-2008年手机电视产业机遇与挑战分析351
- 八、2012年全球手机电视用户预测354

#### 第六节 手机游戏发展状况分析355

- 一、国内手机游戏业务发展现状355
- 二、2007-2008年我国手机网游发展预测359
- 三、手机游戏发展前景分析359

#### 第七节 手机报业务发展状况分析366

- 一、2007年手机报的现状分析366
- 二、手机报的运营模式分析367
- 三、3G对手机报发展的影响368
- 四、手机报未来的发展思考369

#### 第八节 手机搜索业务发展状况分析370

- 一、世界各国移动搜索发展概况371
- 二、移动搜索的发展趋势375
- 三、2007年中国手机搜索市场分析377

#### 第九节 其他手机业务发展状况分析380

- 一、2007年手机二维码业务发展态势分析380
- 二、2007年手机浏览器的发展现状及安全对策383
- 三、手机动漫或成下一个增值业务增长点385

### 第九章 手机芯片市场分析390

#### 第一节 2007年全球手机芯片产业发展情况分析390

一、2007年全球手机芯片产业发展情况分析	390
二、2007年全球手机芯片市场并购情况分析	396
三、2007年全球手机可拆卸存储卡销售情况分析	398
第二节 2007年中国手机芯片市场分析	398
一、2007年中国手机芯片市场分析	398
二、2007年SanDisk在华建厂	401
三、2007年联发科手机芯片发展情况分析	402
四、手机芯片将在3G时代再洗牌	406
第十章 手机设计、电池与充电器产业分析	409
第一节 2007年手机设计产业发展预测	409
一、2007年中国正成为全球手机设计中心	409
二、2007年手机设计行业进入转型期	411
三、未来手机设计行业的出路	414
第二节 2007年手机电池与充电器产业分析	419
一、中国手机电池产业现状分析	419
二、中国手机电池产业未来市场及产业关注	422
三、2007年手机电池标准情况分析	424
四、2007年手机充电器统一接口标准产品认证工作进展情况	427
第四部分 手机渠道分析	
第十一章 手机渠道分析	433
第一节 中国手机市场渠道格局及演变	433
一、渠道格局基本特征	433
二、国内生产厂家渠道策略	433
三、终端卖场对渠道变革的影响	434
四、国外厂家的渠道策略	435
五、运营商策略对渠道的冲击	436
六、国内代理商的应对策略	436
七、手机厂商、分销商与大型零售商之间博弈关系	437
第二节 2007年中国手机渠道发展情况分析	438
一、2007年手机渠道进入三足鼎立时代	438
二、2007年国产手机渠道的“阿喀琉斯之踵”	441
三、2007年手机连锁卖场发展状况分析	445

四、2007年中国手机电子商务兴起	449
第三节 2007年中国手机渠道商发展情况分析	450
一、2007年联通CDMA渠道大扩容	450
二、2007年国美拟建500家独立手机连锁店	454
三、2007年手机新军上演渠道军备竞赛	456
四、2007年手机连锁企业迪信通扩张加速	457
第十二章 移动运营商手机定制发展情况分析	461
第一节 中国移动运营商手机定制发展情况分析	461
一、国内电信运营商定制手机正成风潮	461
二、2006年中国移动运营商手机定制情况	463
三、2007年中国移动定制手机发展情况	463
四、2007年中国联通的手机定制策略	466
第二节 手机定制发展趋势分析	471
一、定制手机市场发展前景广阔	471
二、定制模式重构手机产业链	474
三、手机定制对国产手机的影响	476
四、我国运营商未来有望推出自有品牌手机	478
五、运营商3G时代有望实现手机深层定制	480
第五部分 竞争格局与领先分析	
第十三章 中国手机市场竞争格局分析	483
第一节 中国手机市场竞争格局概况	483
一、中国手机市场竞争格局概况	483
二、产品多样化格局引领手机品牌竞争升级	487
第二节 2007年手机市场竞争格局分析	491
一、2007年中国手机市场竞争格局分析	491
二、2007年洋品牌手机市场占有率分析	493
三、2007年中国低端手机市场竞争格局	494
四、2007年TD布局提速 中外手机竞争升级	498
第十四章 领先企业分析	500
第一节 诺基亚	500
一、2007年公司经营状况	500
二、2007年公司发展策略	501

### 三、2007年诺基亚在中国市场两大战略解析513

#### 第二节 三星518

##### 一、2007年公司经营状况与市场策略518

##### 二、2007年三星在中国手机市场竞争策略解析519

#### 第三节 摩托罗拉527

##### 一、2007年摩托罗拉市场困境及现状527

##### 二、摩托罗拉市场基础分析535

##### 三、摩托罗拉的市场机会分析536

##### 四、摩托罗拉市场发展战略建议538

#### 第四节 中兴540

##### 一、2007年公司手机经营状况及发展战略540

##### 二、2007年中兴手机出口情况550

##### 三、2007年公司TD手机业务发展情况550

##### 四、截至2007年第三季中兴手机专利申请全国居首551

#### 第五节 联想552

##### 一、2007年公司手机经营状况及发展战略552

##### 二、2007年联想移动打造手机销售新模式553

#### 第六节 索尼爱立信554

##### 一、2007年公司经营状况与市场策略554

##### 二、公司未来中国发展目标555

#### 第七节 TCL556

##### 一、2007年公司经营状况556

##### 二、2007年公司发展目标及策略557

#### 第八节 波导560

##### 一、2007年公司经营状况560

##### 二、2007年公司谋求新的产业投资方向564

#### 第九节 夏新566

##### 一、2007年公司经营状况566

##### 二、2008年公司发展策略569

#### 第十节 康佳571

##### 一、2007年公司经营状况571

##### 二、2007年康佳奇谋“千万台”规模战略572

## 第六部分 行业发展趋势及战略

### 第十五章 手机行业发展趋势575

#### 第一节 全球手机市场发展趋势575

- 一、2007年新兴市场助推全球手机市场发展575
- 二、全球手机发展的三大新兴趋势577
- 三、2007-2010年全球手机市场热点产品走势分析579
- 四、2010年全球及中国移动娱乐市场规模预测582

#### 第二节 2008-2010年手机终端集成功能趋势分析584

- 一、手机主流应用方向解析584
- 二、移动互联是手机研发新机会585
- 三、照相手机发展及普及率预测588
- 四、黑莓机（BlackBerry）日渐风光588
- 五、Wi-Fi双模手机市场进展加快589
- 六、专为特殊群体设计的手机开始问世590
- 七、手机电视正在蓬勃兴起591
- 八、GPS手机将走向大众市场592
- 九、智能手机持有率有待提升592

#### 第三节 2008-2010年中国手机行业发展预测593

- 一、手机产业链步入“整合期”593
- 二、手机产业未来增长将靠“集群效应”596
- 三、中国手机用户未来增长空间预测597

### 第十六章 手机厂商发展战略600

#### 第一节 中国手机产业的蓝海战略600

- 一、产品满意度提升的主要原因600
- 二、功能创新驱动市场增长602
- 三、新增用户与整体价格发展变化604
- 四、运营商深度介入渠道挑战传统代理模式606
- 五、3G推动移动通信终端产业发展608

#### 第二节 国内外手机本土化营销策略比较及建议609

- 一、基于4P理论的本土化营销的对比分析610
- 二、结论与建议613

#### 第三节 国产手机发展策略614

- 一、5年崛起后的快速下滑614
- 二、国产手机五年崛起的促成因素分析615
- 三、国产手机市场份额下滑的原因分析616
- 四、国产手机发展对策618
- 第四节 手机投融资建议622
- 一、在融资中寻找品牌出路622
- 二、海外上市成手机厂商新选择625

## 图表目录

- 图表：2006年全球手机用户增长最多的国家2
- 图表：2006年Q1与2007年Q1全球前五手机供应商市场发货量与市场占有率比较3
- 图表：2007年三季度全球手机供货量统计5
- 图表：2007年第三季度全球手机前五厂商市场份额15
- 图表：2006年Q1-2007年Q3四大手机厂商全球市场占有率对比16
- 图表：2006年Q2-2007年Q3季度全球四大手机厂商利润增长率17
- 图表：2006年Q1-2007年Q3全球四大厂商手机出货量对比18
- 图表：2006年Q1-2007年Q3四大手机厂商季度出货量增长率对比19
- 图表：2007年Q2全球手机市场份额图20
- 图表：2007年3季度信息产业部加强信息服务市场监管的主要举措42
- 图表：中国手机产业链解析图67
- 图表：2007年1-7月手机企业销售利润率68
- 图表：2006年1-5月与2007年1-5月G网手机产品市场生产量、国内销售、出口量对比图70
- 图表：2006年2-12月中国移动电话机产量全国合计83
- 图表：2007年2-10月中国移动电话机产量全国合计83
- 图表：2007年2-10月移动电话机北京市产量84
- 图表：2007年2-10月移动电话机天津市产量84
- 图表：2007年2-10月移动电话机辽宁省产量84
- 图表：2007年2-10月移动电话机上海市产量85
- 图表：2007年2-10月移动电话机江苏省产量85
- 图表：2007年2-10月移动电话机浙江省产量85
- 图表：2007年2-10月移动电话机福建省产量86
- 图表：2007年2-10月移动电话机山东省产量86

图表：2007年2-10月移动电话机湖北省产量86

图表：2007年2-10月移动电话机广东省产量87

图表：2007年2-10月移动电话机广西区产量87

图表：2007年2-10月移动电话机四川省产量87

图表：2007年2-10月移动电话机贵州省产量88

图表：2007年2-10月移动电话机重庆市产量88

图表：2007年2-10月移动电话机内蒙古产量88

图表：3G价值链的主要环节91

图表：3G潜在用户的年龄分布92

图表：六大城市3G潜在用户收入分布92

图表：2005年H1 - 2007年H2E手机销售量及增长率131

图表：2005年H1 - 2007年H2E手机销售额及增长率132

图表：2007年H1重点品牌国内市场销售份额132

图表：2006年H1 - 2007年H1国内手机细分产品市场结构134

图表：2001-2007年手机销售量增长趋势图135

图表：2007年上半年中国市场最受用户关注的15大手机品牌排行榜138

图表：2007年1-6月前三大厂商关注比例走势对比140

图表：2007年1-6月四大厂商关注比例走势对比141

图表：2007年上半年音乐手机与智能手机关注比例对比142

图表：2007年上半年音乐手机与智能手机增长幅度对比142

图表：2007年1-6月音乐手机与智能手机关注比例走势对比143

图表：2007年上半年不同价位手机关注比例对比144

图表：2007年1-6月主流价位手机关注比例走势145

图表：2007年上半年不同价位区间产品关注比例增长变化146

图表：2007年上半年不同像素手机关注比例对比147

图表：2007年1-6月主流像素手机关注比例走势对比148

图表：2007年上半年全国七大区域手机市场关注比例分布149

图表：2007年上半年华南区域市场七大手机品牌关注比例分布150

图表：2007年上半年华东区域市场七大手机品牌关注比例分布150

图表：2007年上半年华北区域市场七大手机品牌关注比例分布151

图表：2007年上半年华中区域市场七大手机品牌关注比例分布152

图表：2007年1-6月整体手机市场价格指数走势153

图表：2007年1-6月音乐手机与智能手机价格指数走势154

图表：2007年1-6月整体手机市场产品均价走势对比156

图表：2007年1-6月音乐手机与智能手机均价走势对比157

图表：2007年1-6月主流像素手机产品均价走势对比158

图表：2007年11月中国市场最受关注的15大手机品牌排行榜160

图表：2007年10月与11月中国市场最受关注的十大厂商对比161

图表：2007年11月中国手机市场七大区域关注比例分布状况163

图表：2007年11月中国手机市场七大区域品牌关注对比164

图表：2007年1月-11月音乐手机与智能手机关注比例走势对比165

图表：2007年10月与11月不同像素手机关注比例对比166

图表：2007年10月与11月不同价位手机关注比例分布167

图表：2007年11月最受用户关注产品——音乐手机168

图表：2007年11月最受用户关注产品——智能手机168

图表：2007年11月最受用户关注产品——1000元以下169

图表：2007年11月最受用户关注产品——1000-2000元169

图表：2007年11月最受用户关注产品——2001-3000元170

图表：2007年11月最受用户关注产品——100万像素170

图表：2007年11月最受用户关注产品——200万像素171

图表：2007年11月最受用户关注产品——300万像素171

图表：2007年上半年上市新品手机不同价位区间数量分布对比177

图表：2007年上半年上市音乐、智能与3G手机数量对比178

图表：2007年上半年不同像素手机上市数量对比179

图表：2007年上半年不同设计类型新品手机数量分布对比180

图表：2007年上半年不同品牌上市新品数量分布对比181

图表：2007年7月主流厂商不同价位产品数量分布对比183

图表：主流厂商不同像素新品手机数量分布对比185

图表：2007年上半年热门机型上市时间分布对比191

图表：2007年上半年不同时间段上市的热门机型关注比例对比192

图表：2007年上半年不同品牌热门手机入围产品数量对比193

图表：2007年上半年热门机型品牌关注比例分布对比194

图表：2007年上半年诺基亚入围产品线分布对比195

图表：2007年上半年索爱入围产品线系列分布196

图表：2007年上半年摩托罗拉入围产品线系列分布197

图表：2007年上半年三星入围产品线系列分布197

图表：2007年上半年智能手机与音乐手机所占比例对比198

图表：2007年上半年不同类型热门机型数量比例与关注比例对比199

图表：2007年上半年主流厂商不同功能热门机型数量分布200

图表：2007年上半年不同像素热门机型数量分布对比201

图表：2007年上半年不同像素热门机型数量分布与关注比例对比202

图表：2007年上半年六大厂商主流像素产品数量分布对比203

图表：2007年上半年不同价位区间产品分布对比204

图表：2007年上半年不同价位热门机型关注比例分布对比205

图表：2007年上半年六大厂商主流价位产品数量分布206

图表：2007年上半年不同设计类型手机分布对比207

图表：2007年上半年支持不同存储卡手机数量分布对比208

图表：2007年上半年三大高级性能手机分布对比209

图表：2007年上半年支持GPS功能手机分布对比211

图表：2007年上半年不同制式手机数量分布对比212

图表：2007年上半年不同价位热门机型关注比例对比213

图表：2007年上半年不同类型热门机型关注比例对比214

图表：2007年上半年不同像素热门机型关注比例对比215

图表：2007年1月-11月智能手机关注比例走势217

图表：2007年10月与11月智能手机关注对比218

图表：2007年10月与11月不同像素智能手机关注比例对比219

图表：2007年10月与11月不同价位智能手机关注比例对比220

图表：2007年10月与11月智能手机价格指数走势对比221

图表：2007年11月智能手机市场均价走势222

图表：2007年11月主流智能手机厂商产品均价对比223

图表：2007年11月主流智能手机厂商月终价格调整对比224

图表：2006年1月至7月音乐手机产品数量变化228

图表：2006年8月至2007年7月音乐手机数量变化229

图表：2007年1月-11月音乐手机关注比例走势231

图表：2007年10月与11月音乐手机关注对比232

图表：2007年10月与11月不同像素音乐手机关注比例对比233

图表：2007年10月与11月不同价位音乐手机关注比例对比234

图表：2007年10月与11月音乐手机市场价格指数走势对比235

图表：2007年11月音乐手机市场均价走势监测236

图表：2007年11月主流音乐手机厂商产品均价对比237

图表：2007年11月主流音乐手机厂商月终价格调整对比238

图表：2007年1-7月音乐手机与智能手机关注比例走势对比240

图表：2007年音乐手机与智能手机产品数量与所占整体市场产品比例对比图241

图表：2007年音乐手机与智能手机产品均价对比242

图表：2007年不同像素音乐手机产品数量分布对比243

图表：2007年不同像素音乐手机产品均价对比调查244

图表：2007年不同价位音乐手机产品数量分布对比245

图表：2007年主流厂商音乐手机产品均价对比246

图表：2007年主流音乐手机厂商不同价位产品数量分布对比247

图表：2007年各大厂商主流市售音乐手机产品数量分布对比248

图表：2007年1-7月最受用户关注的十大音乐手机品牌排行榜249

图表：2007年五大主流音乐手机厂商关注比例走势动态250

图表：2007年诺基亚音乐手机产品线对比251

图表：2007年索爱音乐手机产品线对比252

图表：2007年摩托罗拉音乐手机产品线对比253

图表：2007年三星音乐手机产品线对比254

图表：2007年音乐手机主流厂商不同像素产品分布对比255

图表：2007年1月-7月音乐手机关注比例走势调查256

图表：2007年1月-7月主流价位音乐手机关注比例走势调查257

图表：1999-2006年中国手机出口数量增长趋势图259

图表：2002-2006年国产品牌手机出口数量增长趋势图260

图表：1999-2007年中国手机出口数量增长趋势图261

图表：2007年1-9月手持（包括车载）式无线电话机分国别出口统计数据267

图表：2004-2007年9月各月通信业务收入比较296

图表：2004-2007年9月固定电话用户各月净增比较296

图表：2004-2007年9月移动电话用户各月净增比较297

图表：2006年9月-2007年9月移动电话用户和移动分组数据用户增长情况297

图表：2006年9月-2007年9月全国移动电话用户和移动分组用户数增长趋势图298

图表：2005-2007年9月互联网用户各月净增比较298

图表：2006年1-9月电信业务收入构成299

图表：2007年1-9月电信业务收入构成299

图表：2007年1-9月各项业务收入同比增长率299

图表：2007年1-9月固定本地与移动本地通话量比较300

图表：2005-2007年同期长途电话通话时长构成300

图表：2006-2007年同期东、中、西部通信业务收入301

图表：2005-2007年同期东、中、西部新增固定电话用户302

图表：2005-2007年同期东、中、西部新增移动电话用户302

图表：2007年9月通信业务收入排名前十名的省份303

图表：2007年9月固定电话用户排名前十名的省份303

图表：2007年9月移动电话用户排名前十名的省份304

图表：2004-2010年中国移动增值服务市场规模及预测309

图表：网民使用过的手机增值服务调查310

图表：2004-2009年中国手机售后服务产业规模316

图表：移动视频市场的发展过程332

图表：2003-2008年国内手机游戏市场规模与增长预测358

图表：美国手机用户对搜索服务付费的意愿374

图表：2003-2011年中国国内手机出货量情况409

图表：2007年中国10大手机OEM厂商的排名410

图表：2006-2008年中国国内手机设计供货商的出货市场出货量预测411

图表：2004-2006年中国手机电池前三大厂商生产情况420

图表：2004-2006年中国大陆地区前三大手机电池生产厂商情况421

图表：2003-2007年中国大陆手机电池市场及增长分析422

图表：日本、韩国、中国大陆地区聚合物锂电厂商及推广情况423

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（按证书编号排序）427

图表：2004-2006年我国移动运营商手机定制数量463

图表：2005-2006年手机一、二、三线品牌市场份额变动趋势484

图表：2005-2006年本土品牌市场份额变动趋势485

图表：2001-2006年中国手机市场销量及增长率487

图表：2001-2006年中国手机市场CR4变化488

图表：2006年Q1-2007年Q3诺基亚手机的市场状况500

图表：2006年Q4和2007年Q1全球前五大手机厂商市场占有率及排名502

图表：2006年Q4和2007年Q1全球前五大手机厂商净利润及排名503

图表：2006年Q4和2007年Q1全球前五大手机厂商出货量及排名503

图表：2006年Q4和2007年Q1全球前五大手机厂商出货量增长率504

图表：2006年全球前五大手机厂商利润率504

图表：有关诺基亚的“小秘密”505

图表：2006年Q1-2007年Q3三星手机的市场状况519

图表：2007年1-8月不同价位三星新品手机分布对比520

图表：2007年1-8月三星2000元以下上市新品数量分布对比521

图表：2007年1-8月三星降价产品数量及所占比例调查523

图表：2007年1-8月不同价位区间三星降价产品数量对比524

图表：2007年1-8月三星手机市场均价走势525

图表：2006年Q1-2007年Q3摩托罗拉移动终端事业部财报一览528

图表：2007年不同价位摩托罗拉产品数量分布对比528

图表：2007年摩托罗拉产品线分布对比529

图表：2007年摩托罗拉不同价位产品关注比例分布530

图表：2007年摩托罗拉最具影响力手机调查532

图表：2007年2007年6月-10月诺基亚、索尼爱立信、摩托罗拉与三星关注走势对比533

图表：2004-2007年6月中兴通讯股份有限公司手机业务主要运营数据549

图表：2006年Q1-2007年Q3索尼爱立信手机的市场状况555

图表：2003-2007年6月TCL集团股份有限公司手机业务主要运营数据557

图表：2006-2007年6月宁波波导股份有限公司主营构成561

图表：2006-2007年6月宁波波导股份有限公司利润分配表561

图表：2006-2007年6月宁波波导股份有限公司获利能力表562

图表：2006-2007年6月宁波波导股份有限公司经营能力表563

图表：2006-2007年6月宁波波导股份有限公司偿债能力表563

图表：2006-2007年6月宁波波导股份有限公司资本结构表563

图表：2006-2007年6月宁波波导股份有限公司发展能力表564

图表：2006-2007年6月宁波波导股份有限公司现金流量分析表564

图表：2006-2007年6月夏新电子股份有限公司主营构成566

图表：2006-2007年6月夏新电子股份有限公司利润分配表566

图表：2006-2007年6月夏新电子股份有限公司获利能力表568

图表：2006-2007年6月夏新电子股份有限公司经营能力表568  
图表：2006-2007年6月夏新电子股份有限公司偿债能力表568  
图表：2006-2007年6月夏新电子股份有限公司资本结构表569  
图表：2006-2007年6月夏新电子股份有限公司发展能力表569  
图表：2006-2007年6月夏新电子股份有限公司现金流量分析表569  
图表：2002-2007年6月康佳集团股份有限公司手机业务主要运营数据571  
图表：2006-2010年亚太地区（不含日本）的照相手机销售量588  
图表：全球Wi-Fi功能手机的年出货量预测590  
图表：2002-2007年手机产品满意率601  
图表：2007 - 2011年导航手机和电视手机市场发展规模预测603  
图表：2007 - 2011年安全手机市场发展规模预测603  
图表：2007-2011年证券手机市场发展规模预测604  
图表：2003-2007年中国手机市场价格段分布605  
图表：2003 - 2007年中国手机销售渠道结构607  
图表：2007-2011年中国TD-SCDMA用户数预测609  
图表：诺基亚与波导在产品上的差异611  
图表：诺基亚与波导在实施本土化策略中4P要素的区别612  
图表：1998-2007年国产手机历年来在国内手机市场上的占有率情况618  
A041

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/69745.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。