



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国手机行业市场分析及 发展趋势预测研究报告（200 7年第二版）

一、调研说明

《2007年中国手机行业市场分析及发展趋势预测报告（2007年第二版）》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/69770.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

第一部分 全球手机行业发展分析

第一章 全球手机行业发展分析1

第一节 全球手机市场热点产品分析1

一、超低价手机需求强劲1

二、双模手机销量上升2

三、智能手机快速发展2

四、手机新品层出不穷3

第二节 全球手机二维码应用分析4

一、手机二维码的技术标准进展4

二、国外手机二维码应用情况5

三、手机二维码市场现状7

第三节 全球部分国家手机发展状况9

一、亚太区智能手机和操作系统市场分析9

二、印度手机发展分析12

三、日韩手机游戏业务发展分析16

四、海外手机实名制立法及启示19

第二部分 中国手机发展现状

第二章 中国手机行业发展状况25

第一节 2007年上半年中国手机市场盘点与趋势分析25

一、市场特征分析25

二、产能过剩分析28

三、发展趋势分析31

第二节 2007年上半年手机市场发展现状33

一、市场规模33

二、产品格局35

三、品牌格局38

第三节 国产手机发展现状40

一、国产手机生态链分析40

二、国产手机发展对策45

三、国产手机的发展机会48

四、国内手机厂商盈利能力分析	51
五、国内手机企业存在的问题	53
第四节 2007中国手机售后服务产业	56
一、中国手机售后服务产业现状与特点	56
二、售后服务定位与中国手机售后服务产业	57
三、中国手机售后服务产业问题与机会	58
第五节 手机媒体化分析	60
一、手机媒体现状	60
二、手机的媒体化发展趋势	61
三、手机媒体与传统媒体的关系	65
第三部分 中国手机市场发展分析	
第三章 中国手机市场分析	67
第一节 2007年上半年手机市场热门机型分析	67
一、热门机型主要特征	67
二、热门手机市场概况	69
三、主要品牌机型分布	71
四、产品基本参数分析	76
五、热门机型基本属性分析	85
六、热门机型高级性能调查	87
七、热门机型演变趋势分析	91
第二节 2007年上半年中国手机上市新品分析	94
一、2007年上半年上市手机产品结构特征	96
二、2007年上半年新品手机品牌分布格局	100
三、2007年上半年手机市场热点评析	104
四、2007年上半年新品手机机型分析	107
第三节 2007年中国手机市场运行分析	109
一、2007年上半年中国手机销量	109
二、2007年1-8月手机市场关注分析	110
三、2007年2-7月移动电话产品产量	173
第四章 手机配件市场状况	179
第一节 手机芯片市场分析	179
一、手机芯片市场现状	179

- 二、手机芯片制造商动态179
- 三、手机芯片在3G背景下的机会180
- 四、手机芯片市场格局变化分析181
- 第二节 手机电池市场分析184
 - 一、手机电池市场的机遇和隐忧184
 - 二、手机电池安全问题分析187
 - 三、手机电池标准分析189
- 第三节 手机充电器标准分析191
 - 一、手机充电器接口标准191
 - 二、手机充电器标准执行状况198
 - 三、手机充电器统一接口标准产品认证分析200
- 第五章 手机业务发展分析211
 - 第一节 手机游戏市场分析211
 - 一、手机游戏的新机会211
 - 二、手机游戏的支撑因素211
 - 三、手机游戏产业的复苏213
 - 四、手机游戏开发商的困境216
 - 第二节 手机视频产业链发展分析218
 - 一、手机视频产业的前景218
 - 二、手机视频制造商动态218
 - 三、手机视频运营商动态219
 - 四、手机视频标准分析220
 - 第三节 手机广告市场分析223
 - 一、手机广告发展状况分析223
 - 二、发达国家手机广告的发展状况225
 - 三、中国手机广告发展中存在的问题227
 - 四、手机广告市场竞争分析234
 - 第四节 手机电视市场分析240
 - 一、手机电视的前景240
 - 二、手机电视的发展困境241
 - 三、手机电视走出困境的策略分析242
 - 四、2008年手机电视市场消费需求分析246

第五节 手机新业务分析249

一、娱乐249

二、商务250

三、新业务产业链251

第六节 手机其他业务分析252

一、手机邮箱的价值252

二、手机动漫将成增值业务增长点254

三、手机设计行业进入转型期258

第六章 各类别手机市场分析262

第一节 3G手机市场分析262

一、3G产业链协作力推低价手机262

二、3G手机上网业务发展预测分析264

三、3G带来手机服务市场新机遇267

四、中国3G手机市场购买潜力分析269

第二节 智能手机市场发展分析271

一、2007年2月智能手机市场价格及关注调查271

二、2007年3月智能手机市场价格及关注调查279

三、2007年4月中国智能手机市场关注及价格调查289

四、2007年5月智能手机关注及价格监测299

五、2007年6月中国智能手机市场关注及价格监测312

六、2007年7月中国智能手机市场关注度与价格监测324

七、2007年8月中国智能手机市场关注及价格监测336

八、智能手机对3G的影响351

第三节 音乐手机市场发展分析354

一、2007年音乐手机价格战分析354

二、2007年1-8月中国音乐手机关注及价格走势359

三、2007年音乐手机市场竞争力分析451

四、音乐手机市场发展预测467

第四节 2007年消费者对数码相机与照相手机选购分析469

一、市场概述与主要观点469

二、不同价位产品调查470

三、结论分析478

第四部分 手机行业竞争分析

第七章 手机市场竞争分析481

第一节 手机市场巨头竞争分析481

- 一、手机三巨头竞争分析481
- 二、三星与摩托罗拉的竞争481
- 三、苹果与摩托罗拉的竞争484
- 四、诺基亚喜忧并存485

第二节 国产手机市场竞争分析486

- 一、国产手机的竞争格局486
- 二、国产手机的窘境486
- 三、国产手机新机遇等待深掘488
- 四、国产手机“暗战”GPS488

第三节 手机市场竞争现状分析491

- 一、国美布局手机连锁市场491
- 二、中外手机竞争升级494
- 三、手机操作系统市场竞争状况496
- 四、手机定制产业格局分析499
- 五、苹果手机的突起503

第八章 手机领先企业分析505

第一节 诺基亚505

- 一、公司在中国505
- 二、公司动态506
- 三、2007年二季度公司经营状况507
- 四、2007年公司在手机市场战略507

第二节 摩托罗拉513

- 一、公司在中国513
- 二、2007年二季度公司财务数据514
- 三、公司市场现状分析516

第三节 三星521

- 一、公司简介521
- 二、公司发展方向521
- 三、2007年三季度公司手机发货量预测522

第四节 波导523

一、公司简介523

二、公司手机策略524

三、2007年公司财务数据527

第五节 夏新532

一、公司简介532

二、2007年上半年公司经营状况533

三、2007年公司财务数据533

第六节 索尼爱立信539

一、公司简介539

二、2007年二季度公司财报540

第七节 联想541

一、公司手机状况541

二、联想手机租赁业务542

三、公司手机发展策略544

第八节 康佳545

一、公司简介545

二、公司手机行业品质破局546

第九节 TCL548

一、公司简介548

二、2007年公司手机业务状况549

第五部分 手机行业发展趋势及策略

第九章 手机发展趋势551

第一节 全球手机发展趋势551

一、手机定位潮流551

二、移动娱乐方向553

三、智能化和多媒体为主导554

第二节 手机终端集成功能趋势分析555

一、照相手机窜红555

二、黑莓机日渐风光556

三、Wi-Fi双模手机市场进展加快556

四、专为特殊群体设计的手机开始问世558

五、手机电视正在蓬勃兴起	558
六、GPS手机将走向大众市场	559
七、智能手机持有率有待提升	560
第三节 我国手机的发展趋势	560
一、手机用户趋势	560
二、定制手机市场趋势	562
三、手机产业增长的“集群效应”趋势	565
四、手机技术发展趋势	566
第十章 手机厂商发展策略分析	573
第一节 手机渠道发展历程	573
第二节 手机新媒体赢利模式分析	576
一、技术创新驱动手机媒体成长	576
二、具备定向营销优势	577
三、行业监管稳步跟上	578
第三节 手机企业的三网平衡术	579
一、平衡策略	579
二、TD手机现状	580
三、专利费用倒逼	581
第四节 手机支付商业模式分析	582
一、手机支付主要商业模式类型	582
二、适合我国手机支付的商业模式	586
三、我国手机支付的策略	588
第五节 国内外手机制造业营销策略分析	588
一、诺基亚和波导的产品营销分析	588
二、诺基亚和波导的价格比较	589
三、诺基亚和波导的促销策略比较	590
四、诺基亚和波导的渠道策略	590
图表目录	
图表：QR与DM码特点比较	5
图表：亚洲地区开始使用二维码情况	7
图表：2002-2006年日本手机二维码的市场占有率	8
图表：中国本土手机制造商的国内市场占有率	14

图表：2005年一季度 - 2007年二季度手机销售量及增长率25

图表：2005年一季度 - 2007年二季度手机销售额及增长率26

图表：2007年一季度重点品牌国内市场销售份额26

图表：2006年一季度 - 2007年一季度国内手机细分产品市场结构28

图表：2007年手机渠道变化趋势32

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45

图表：2004-2009年中国手机售后服务产业规模56

图表：2007年上半年热门手机上市时间分布对比69

图表：2007年不同时间段上市的热门手机机型关注比例对比70

图表：2007年上半年不同品牌热门手机入围产品数量对比71

图表：2007年上半年手机热门机型品牌关注比例分布对比72

图表：2007年上半年诺基亚入围产品线分布对比73

图表：2007年上半年索爱手机入围产品线分布74

图表：2007年上半年摩托罗拉入围产品线分布75

图表：2007年上半年三星手机入围产品线分布75

图表：2007年上半年智能手机与音乐手机所占比例对比76

图表：2007年上半年不同类型热门手机机型数量比例与关注比例对比77

图表：2007年上半年手机主流厂商不同功能热门机型数量分布78

图表：2007年上半年不同像素热门手机机型数量分布对比79

图表：2007年上半年不同像素热门手机型数量分布与关注比例对比80

图表：2007年上半年手机六大厂商主流像素产品数量分布对比81

图表：2007年上半年手机不同价位区间产品分布对比82

图表：2007年上半年不同价位热门手机机型关注比例分布对比83

图表：2007年上半年手机六大厂商主流价位产品数量分布84

图表：2007年上半年不同设计类型手机分布对比85

图表：2007年上半年支持不同存储卡手机数量分布对比86

图表：2007年上半年三大高级性能手机分布对比87

图表：2007年上半年支持GPS功能手机分布对比89

图表：2007年上半年不同制式手机数量分布对比90

图表：2007年上半年不同价位热门手机机型关注比例对比92

图表：2007年上半年不同类型热门手机机型关注比例对比93

图表：2007年上半年不同像素热门手机机型关注比例对比94

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96

图表：2007年上半年上市音乐、智能与3G手机数量对比97

图表：2007年上半年不同像素手机上市数量对比98

图表：2007年上半年不同设计类型新品手机数量分布对比99

图表：2007年上半年不同品牌上市新品数量分布对比100

图表：2007年上半年手机新上市机型按外观设计排名108

图表：2007年上半年手机新上市机型按功能排名108

图表：2007年上半年手机新上市机型按主流价位排名108

图表：2007年上半年手机新上市机型按拍照像素排名109

图表：2007年2月各大手机品牌检索比例110

图表：2007年2月最受用户关注的15大手机品牌分布111

图表：2007年2月不同功能手机关注比例对比112

图表：2007年2月不同价位手机关注比例对比113

图表：2007年2月不同像素拍照手机关注比例分布114

图表：2007年2月四大厂商日均检索量前十位115

图表：2007年2月手机四大厂商最受关注产品前十位116

图表：2007年2月各大手机品牌新闻渠道分布比例117

图表：2007年2月诺基亚新闻首发媒体前十位118

图表：2007年2月摩托罗拉新闻首发媒体前十位119

图表：2007年2月三星新闻首发媒体前十位119

图表：2007年2月索爱新闻首发媒体前十位120

图表：2007年3月各大手机品牌检索比例121

图表：2007年3月最受用户关注的15大手机品牌排行榜122

图表：2007年2月与3月不同功能手机关注比例对比123

图表：2007年2月与3月不同价位手机关注比例对比124

图表：2007年3月不同像素拍照手机关注比例分布125

图表：2007年2月与3月四大厂商检索量排行榜对比126

图表：2007年3月四大厂商最受关注产品前十位127

图表：2007年3月四大手机厂商品牌新闻渠道检测调查128

图表：2007年3月诺基亚新闻首发媒体前十位129

图表：2007年3月摩托罗拉新闻首发媒体前十位130

图表：2007年3月三星新闻首发媒体前十位130

图表：2007年3月索爱新闻首发媒体前十位131

图表：2007年4月最具潜力的手机关注排行榜132

图表：2007年4月最受关注的15大手机品牌商排行榜133

图表：2007年3月与4月全国手机厂商关注比例与排名对比134

图表：2007年4月手机厂商区域市场关注度比较135

图表：2007年3月与4月不同价位区间产品关注对比137

图表：2007年4月不同功能手机关注比例对比138

图表：2007年4月不同像素手机关注比例分布139

图表：2007年5月最受关注的15大手机品牌排行榜141

图表：2007年4月份与5月最受关注的15大品牌在排行榜上的分布对比142

图表：2007年5月全国七大区域市场手机关注度分布对比143

图表：2007年5月手机十大厂商在全国七大区域关注分布状况144

图表：2007年4月与5月音乐手机与智能手机关注比例对比145

图表：2007年4月与5月不同价位区间手机关注比例对比146

图表：2007年5月不同像素手机关注比例分布147

图表：2007年6月中国市场最受用户关注的15大手机品牌149

图表：2007年6月全国七大区域市场手机关注度分布对比150

图表：2007年6月全国手机区域市场品牌关注度对比151

图表：2007年5月与6月音乐手机与智能手机关注比例对比152

图表：2007年5月与6月不同价位区间手机关注比例对比153

图表：2007年5月与6月不同像素手机关注比例分布154

图表：2007年7月中国手机市场最受用户关注的15大品牌156

图表：2007年6月与7月最受关注的前十大厂商关注比例对比状况157

图表：2007年7月中国手机市场七大区域关注比例分布状况158

图表：2007年手机区域市场品牌关注对比159

图表：2007年6月与7月不同价位区间手机关注比例对比160

图表：2007年6月与7月不同像素手机关注比例分布161

图表：2007年8月最受用户关注的十款手机产品排行162

图表：2007年8月最受用户关注的十款手机产品参数表162

图表：2007年8月中国市场最受关注的15大手机品牌排行榜165

图表：2007年7月与8月手机关注对比166

图表：2007年8月中国手机市场七大区域关注比例分布状况167

图表：2007年8月手机区域市场品牌关注对比168

图表：2007年7月与8月音乐手机与智能手机关注比例对比169

图表：2007年7月与8月不同像素手机关注比例对比170

图表：2007年7月与8月不同价位手机关注比例分布170

图表：2007年8月1000-2000元价位手机关注排行172

图表：2007年8月2001-3000元价位手机关注排行172

图表：2007年8月100万像素手机关注排行173

图表：2007年8月200万像素手机关注排行173

图表：2007年2-7月移动电话机全国产量173

图表：2007年2-7月移动电话机北京市产量174

图表：2007年2-7月移动电话机天津市产量174

图表：2007年2-7月移动电话机辽宁省产量174

图表：2007年2-7月移动电话机上海市产量175

图表：2007年2-7月移动电话机江苏省产量175

图表：2007年2-7月移动电话机浙江省产量175

图表：2007年2-7月移动电话机福建省产量175

图表：2007年2-7月移动电话机山东省产量176

图表：2007年2-7月移动电话机湖北省产量176

图表：2007年2-7月移动电话机广东省产量176

图表：2007年2-7月移动电话机广西区产量176

图表：2007年2-7月移动电话机四川省产量177

图表：2007年2-7月移动电话机贵州省产量177

图表：2007年2-7月移动电话机新疆区产量177

图表：2007年2-7月移动电话机内蒙古产量178

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201

图表：3G手机市场购买潜力调查269

图表：用户对3G业务了解状况调查270

图表：消费者希望的3G业务调查271

图表：2007年2月智能手机市场关注比例分布272

图表：2006年9月-2007年2月智能手机关注比例走势调查273

图表：2007年2月智能手机品牌排行榜274

图表：2007年2月不同操作系统智能手机关注比例分布275

图表：2007年2月智能手机像素关注比例分布276

图表：2007年1月与2月智能手机价位关注比例对比277

图表：2007年2月智能手机市场价格指数走势278

图表：2007年2月八大智能手机厂商均价对比279

图表：2007年3月智能手机市场关注分布调查281

图表：2007年1月-3月智能手机关注比例走势282

图表：2007年3月十大智能手机厂商产品数量对比283

图表：2007年2月与3月不同价位智能手机关注比例对比284

图表：2007年3月智能手机市场价格指数走势285

图表：2007年3月智能手机市场均价走势286

图表：2007年3月主流厂商降价产品数量对比287

图表：2007年3月十大智能手机厂商产品均价对比288

图表：2007年3月十大智能手机厂商月终价格调整对比289

图表：2007年1-4月智能手机市场关注比例调查291

图表：2007年4月最受用户关注的十大智能手机品牌分布292

图表：2007年4月十大智能手机厂商产品数量对比293

图表：2007年3月与4月不同价位智能手机关注比例对比294

图表：2007年3月与4月智能手机价格指数走势对比295

图表：2007年4月智能手机市场均价走势296

图表：2007年4月主流厂商降价产品数量对比297

图表：2007年4月十大智能手机厂商产品均价对比298

图表：2007年4月主流智能手机厂商月终价格调整对比299

图表：2007年1-5月智能手机关注比例走势301

图表：2007年5月最受用户关注的十大智能手机品牌分布302

图表：2007年5月主流厂商智能手机产品数量对比303

图表：2007年5月不同像素智能手机关注比例分布304

图表：2007年4月与5月不同价位智能手机关注比例对比305

图表：2007年5月智能手机市场均价走势306

图表：2007年5月主流像素智能手机价格指数走势对比307

图表：2007年5月不同像素智能手机均价走势对比308

图表：2007年5月十大智能手机厂商均价对比309

图表：2007年5月智能手机主流厂商降价产品数量对比310

图表：2007年5月十大智能手机厂商月终价格调整对比311

图表：2007年1-6月智能手机关注比例走势313

图表：2007年6月最受用户关注的十大智能手机品牌分布314

图表：2007年5月与6月最受关注的十大智能手机品牌关注比例对比315

图表：2007年6月不同像素智能手机数量与降价产品数量分布316

图表：2007年5月与6月不同像素智能手机关注比例对比317

图表：2007年6月不同价位智能手机关注比例分布318

图表：2007年5月与6月智能手机价格指数走势对比319

图表：2007年6月智能手机市场均价走势320

图表：2007年6月主流像素智能手机价格指数走势对比320

图表：2007年6月不同像素智能手机均价走势对比321

图表：2007年6月十大智能手机厂商均价对比322

图表：2007年6月十大智能手机厂商月终价格调整对比323

图表：2007年1-7月智能手机关注比例走势325

图表：2007年7月最受用户关注的十大智能手机品牌分布326

图表：2007年6月与7月最受关注的十大智能手机品牌关注比例对比327

图表：2007年7月不同像素智能手机数量与降价产品数量分布328

图表：2007年7月不同像素智能手机关注比例分布329

图表：2007年6月与7月不同价位智能手机关注比例对比330

图表：2007年6月与7月智能手机价格指数走势对比331

图表：2007年7月智能手机市场均价走势331

图表：2007年7月九大智能手机厂商产品均价对比332

图表：2007年7月九家智能手机厂商月终价格调整对比333

图表：2007年7月100万像素智能手机关注排行334

图表：2007年7月100万像素智能手机关注排行334

图表：2007年7月1000-2000元价位智能手机关注排行335

图表：2007年7月2001-3000元价位智能手机关注排行335

图表：2007年7月3001-4000元价位智能手机关注排行335

图表：2007年1-8月智能手机关注比例走势337

图表：2007年8月最受用户关注的十大智能手机品牌分布338

图表：2007年7月与8月最受关注的十大智能手机品牌关注比例对比339

图表：2007年8月不同像素智能手机与降价产品数量分布对比340

图表：2007年7月与8月不同像素智能手机关注比例对比341

图表：2007年7月与8月不同价位智能手机关注比例对比342

图表：2007年7月与8月智能手机价格指数走势对比342

图表：2007年8月智能手机市场均价走势344

图表：2007年8月主流智能手机厂商产品均价对比345

图表：2007年8月主流智能手机厂商月终价格调整对比346

图表：2007年8月100万像素智能手机前十位排行347

图表：2007年8月200万像素智能手机前十位排行347

图表：2007年8月1000-2000元智能手机前十位排行348

图表：2007年8月2001-3000元智能手机前十位排行348

图表：2007年8月最受用户关注的前十款智能手机排行榜349

图表：2007年8月最受用户关注的前十款智能手机报价349

图表：2007年1月不同功能手机关注比例对比354

图表：2006年10月-2007年6月音乐手机两大价位区间关注比例走势对比355

图表：2007年1-6月份音乐手机市场价格指数走势356

图表：2007年1-6月音乐手机市场均价走势357

图表：2007年1月最受用户关注的音乐手机品牌分布360

图表：2007年2月最受关注的前十款2000元以下音乐手机排行榜361

图表：2006年9月-2007年2月音乐手机市场关注比例走势363

图表：2007年2月音乐手机降价与非降价产品数量对比364

图表：2007年2月音乐手机市场价格指数走势364

图表：2007年2月音乐手机市场均价走势365

图表：2007年2月最受用户关注的十大音乐手机品牌分布366

图表：2007年2月主流音乐手机厂商产品数量对比367

图表：2007年2月主流音乐手机厂商产品均价对比368

图表：2007年2月不同像素音乐手机关注比例分布369

图表：2007年1月与2月不同价位音乐手机关注比例对比369

图表：2007年2月最受用户关注的前十款音乐手机排行榜370

图表：2007年2月主流厂商音乐手机关注前十位371

图表：2007年2月100万像素主流音乐手机前十位371

图表：2007年2月200万像素主流音乐手机前十位371

图表：2007年2月1000-2000元主流价位音乐手机前十位372

图表：2007年2月2001-3000元主流价位音乐手机前十位372

图表：2007年3月最受用户关注的前十款音乐手机373

图表：2007年3月最受用户关注的前十款音乐手机报价373

图表：2007年3月音乐手机市场关注分布调查375

图表：2007年1月-3月音乐手机关注比例走势376

图表：2007年3月最受关注的十大音乐手机品牌377

图表：2007年3月十大音乐手机厂商产品数量对比378

图表：2007年2月与3月不同价位音乐手机关注比例对比379

图表：2007年3月音乐手机市场价格指数走势380

图表：2007年3月音乐手机市场均价走势381

图表：2007年3月主流厂商降价产品数量对比382

图表：2007年3月十大音乐手机厂商产品均价对比383

图表：2007年3月十大音乐手机厂商月终价格调整对比384

图表：2007年4月最受用户关注的前十款音乐手机排行榜385

图表：2007年4月最受用户关注的前十款音乐手机报价385

图表：2007年4月音乐手机与非音乐手机关注比例对比387

图表：2007年1月-4月音乐手机关注比例走势388

图表：2007年4月最受用户关注的十大音乐手机品牌分布389

图表：2007年3月与4月不同价位音乐手机关注比例对比390

图表：2007年4月不同像素音乐手机关注比例分布391

图表：2007年3月与4月音乐手机价格指数走势对比392

图表：2007年4月音乐手机市场均价走势392

图表：2007年4月主流厂商音乐手机产品均价对比394

图表：2007年4月十大音乐手机厂商月终价格调整幅度对比395

图表：2007年1-5月音乐手机关注比例走势397

图表：2007年5月最受用户关注的十大音乐手机品牌分布397

图表：2007年5月最受关注的前十款音乐手机排行榜398

图表：2007年5月最受关注的前十款音乐手机报价399

图表：2007年5月主流厂商音乐手机产品数量对比399

图表：2007年5月不同像素音乐手机关注比例分布400

图表：2007年4月与5月不同价位音乐手机关注比例对比401

图表：2007年4月与5月音乐手机价格指数走势对比402

图表：2007年5月音乐手机市场均价走势403

图表：2007年5月主流像素音乐手机价格指数走势对比403

图表：2007年5月不同像素音乐手机均价走势对比404

图表：2007年5月十大音乐手机厂商均价对比405

图表：2007年5月音乐手机主流厂商降价产品数量对比406

图表：2007年5月十大音乐手机厂商月终价格调整对比407

图表：2007年1-6月音乐手机关注比例走势408

图表：2007年6月最受用户关注的前十款音乐手机排行榜408

图表：2007年6月最受用户关注的前十款音乐手机报价409

图表：2007年6月最受用户关注的十大音乐手机品牌分布412

图表：2007年6月主流厂商音乐手机产品数量对比413

图表：2007年6月不同像素音乐手机降价产品数量分布414

图表：2007年6月不同像素音乐手机关注比例分布414

图表：2007年6月主流厂商不同像素降价产品数量对比415

图表：2007年6月音乐手机不同价位区间降价产品数量分布416

图表：2007年5月与6月不同价位音乐手机关注比例对比417

图表：2007年6月主流厂商不同价位降价产品数量分布418

图表：2007年5月与6月音乐手机价格指数走势对比419

图表：2007年6月音乐手机市场均价走势420

图表：2007年6月主流像素音乐手机价格指数走势对比420

图表：2007年6月不同像素音乐手机均价走势对比421

图表：2007年6月音乐手机主流厂商降价产品数量对比422

图表：2007年6月十大音乐手机厂商均价对比423

图表：2007年6月十大音乐手机厂商月终价格调整对比424

图表：2007年1-7月音乐手机关注比例走势426

图表：2007年7月最受用户关注的十大音乐手机品牌分布427

图表：2007年6月与7月最受关注的十大音乐手机品牌排行榜427

图表：2007年7月不同像素音乐手机降价产品数量分布428

图表：2007年7月主流厂商不同像素降价产品数量对比429

图表：2007年7月不同价位音乐手机降价产品数量分布430

图表：2007年6月与7月不同价位音乐手机关注比例对比431

图表：2007年7月音乐手机主流厂商不同价位降价产品数量分布432

图表：2007年6月与7月音乐手机价格指数走势对比433

图表：2007年7月音乐手机市场均价走势434

图表：2007年7月十大音乐手机厂商均价对比435

图表：2007年7月十大音乐手机厂商月终价格调整对比436

图表：2007年8月最受用户关注的前十款音乐手机排行榜437

图表：2007年8月最受用户关注的前十款音乐手机报价438

图表：2007年1-8月音乐手机关注比例走势441

图表：2007年8月最受用户关注的是大音乐手机排行榜442

图表：2007年7月与8月最受关注的十大音乐手机品牌排行榜443

图表：2007年8月不同像素音乐手机与降价产品数量分布对比444

图表：2007年7月与8月不同像素音乐手机关注比例分布445

图表：2007年7月与8月不同价位音乐手机关注比例对比445

图表：2007年7月与8月音乐手机价格指数走势对比446

图表：2007年8月音乐手机市场均价走势447

图表：2007年8月主流音乐手机厂商均价对比448

图表：2007年8月主流音乐手机厂商月终价格调整对比449

图表：2007年8月100万像素音乐手机关注排行450

图表：2007年8月200万像素音乐手机关注排行450

图表：2007年8月1000-2000元价位音乐手机关注排行451

图表：2007年8月2001-3000元价位音乐手机关注排行451

图表：2006年8月至2007年7月音乐手机数量变化453

图表：2007年1-7月音乐手机与智能手机关注比例对比455

图表：2007年1-7月音乐手机与智能手机产品数量对比456

图表：2007年1-7月音乐手机与智能手机产品均价对比456

图表：2007年1-7月不同像素音乐手机产品数量分布对比458

图表：2007年1-7月不同像素音乐手机产品均价对比调查459

图表：各大厂商主流市售音乐手机产品数量分布对比460

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461

图表：五大主流厂商关注比例走势动态462

图表：主流厂商不同像素产品分布对比463

图表：2007年不同价位音乐手机产品数量分布对比464

图表：2007年主流厂商音乐手机产品均价对比465

图表：2007年主流厂商不同价位产品数量分布对比466

图表：2007年1月-7月音乐手机关注比例走势调查467

图表：2007年1月-7月主流价位音乐手机关注比例走势调查468

图表：2007年7月2000元及以下与2000元以上数码相机关注比例对比470

图表：2007年7月2000元内不同像素手机关注比例分布对比471

图表：2000元内数码相机与照相手机选择状况调查分布472

图表：2001-3000元之间消费者可选择数码相机品牌及产品分布473

图表：2007年7月2001-3000元之间不同像素照相手机关注比例对比474

图表：2001-3000元之间消费者对数码相机与照相手机选择状况调查分布475

图表：2007年7月3001-4000元之间消费者可选择数码相机品牌及产品分布476

图表：2007年7月3001-4000元之间不同像素照相手机关注比例对比477

图表：2007年7月3001-4000元之间消费者对数码相机与照相手机选择状况调查分布477

图表：苹果iPhone手机的市场前景调查分布504

图表：2006年1月至2007年5月摩托罗拉关注比例走势516

图表：2006-2007年二季度宁波波导股份有限公司主营业务收入表527

图表：2006-2007年二季度宁波波导股份有限公司主营业务利润表527

图表：2006-2007年二季度宁波波导股份有限公司营业利润表527

图表：2006-2007年二季度宁波波导股份有限公司利润总额表528

图表：2006-2007年二季度宁波波导股份有限公司净利润表528

图表：2006-2007年二季度宁波波导股份有限公司可供分配的利润表528

图表：2006-2007年二季度宁波波导股份有限公司可供股东分配的利润表528

图表：2006-2007年二季度宁波波导股份有限公司经营活动产生的现金流量528

图表：2006-2007年二季度宁波波导股份有限公司投资活动产生的现金流量529

图表：2006-2007年二季度宁波波导股份有限公司筹资活动产生的现金流量529

图表：2006-2007年二季度宁波波导股份有限公司汇率变动的的影响530

图表：2006-2007年二季度宁波波导股份有限公司现金及等价物净增加额530

图表：2006-2007年宁波波导股份有限公司每股指标表530

图表：2006-2007年宁波波导股份有限公司获利能力表531

图表：2006-2007年宁波波导股份有限公司经营能力表531

图表：2006-2007年宁波波导股份有限公司偿债能力表531

图表：2006-2007年宁波波导股份有限公司资本结构表531

图表：2006-2007年宁波波导股份有限公司发展能力表532

图表：2006-2007年宁波波导股份有限公司现金流量分析表532

图表：2006-2007年二季度夏新电子股份有限公司主营业务收入表533

图表：2006-2007年二季度夏新电子股份有限公司主营业务利润表534

图表：2006-2007年二季度夏新电子股份有限公司营业利润表534

图表：2006-2007年二季度夏新电子股份有限公司利润总额表534

图表：2006-2007年二季度夏新电子股份有限公司净利润表534

图表：2006-2007年二季度夏新电子股份有限公司可供分配的利润表535

图表：2006-2007年二季度夏新电子股份有限公司可供股东分配的利润表535

图表：2006-2007年二季度夏新电子股份有限公司经营活动产生的现金流量535

图表：2006-2007年二季度夏新电子股份有限公司投资活动产生的现金流量536

图表：2006-2007年二季度夏新电子股份有限公司筹资活动产生的现金流量536

图表：2006-2007年二季度夏新电子股份有限公司汇率变动的的影响537

图表：2006-2007年二季度夏新电子股份有限公司现金及等价物净增加额537

图表：2006-2007年二季度夏新电子股份有限公司每股指标表537

图表：2006-2007年二季度夏新电子股份有限公司获利能力表537

图表：2006-2007年二季度夏新电子股份有限公司经营能力表538

图表：2006-2007年二季度夏新电子股份有限公司偿债能力表538

图表：2006-2007年二季度夏新电子股份有限公司资本结构表538

图表：2006-2007年二季度夏新电子股份有限公司发展能力表538

图表：2006-2007年二季度夏新电子股份有限公司现金流量分析表539

图表：2006-2010年亚太地区（不含日本）的照相手机销售量预测555

图表：全球Wi-Fi功能手机的年出货量预测557

图表：手机以运营商为主体的运营模式583

图表：手机以银行为主体的运营模式584

图表：手机以第三方支付服务提供商为主体的运营模式585

图表：银行与运营商合作的运营模式586

图表：诺基亚与波导在实施本土化策略中4P要素的区别591

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/69770.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。