



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006-2007年中国手机存储卡市场趋势研究

一、调研说明

《2006-2007年中国手机存储卡市场趋势研究》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/69806.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

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-

报告图表目录

图表1：智能手机设计行业链结构图-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51：2003-2009年存储卡市场出货增长趋势分析单位：百万片-75-

图表52：2006-2010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-

B002

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/69806.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。