



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国手机行业市场分析研究报告

一、调研说明

《2009年中国手机行业市场分析研究报告》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。报告意在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/97042.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

内容简介

受一系列外部及内部因素影响，2008年国内手机市场一改前几年持续增长的发展趋势，全年呈现下滑态势，鲜有亮点。2009年国内手机市场将继续面临国际金融危机等因素的影响，但随着运营商重组尘埃落定和3G时代的来临，无论洋品牌还是国产品牌的手机厂商们都看到了希望。用“初春乍寒”形容眼下的手机行业，是恰当的，在经历国内同质化竞争、国际新产品冲击后，3G牌照的发放、电子信息产业振兴规划获得通过，激发了手机业界对于“春天”的企盼。中国手机业面临新的发展机遇，手机业的春天即将到来。当前我国手机市场面临三大发展动力。第一是3G时代三大运营商的集采，第二个是手机存量用户的大规模升级换代，第三则是“家电下乡”带来的机会，2009年将是中国手机业转型并扩张的一年。

据工业和信息化部预测，随着第三代移动通信(3G)技术的成熟和商用、手机智能化，网络化和增值服务水平的提高等，预计中国3G用户将在2009年下半年呈现快速增长，这也将带动3G手机销量的大幅提高。预测三大运营商2009-2011年3G投资分别为1300亿元、1000亿元和700亿元，三年3G总投资额为3000亿元。但不排除各大运营商积极响应政府拉动内需的部署，以及竞争的需要，2009年投资步伐比预期的更快一些。这些都为手机业发展带来新的机遇。智能化、个人化、媒体化、宽带化将是中国手机未来一段时间的发展方向，其中，高像素、智能操作系统、触摸屏、GPS等四项功能有望成为“行业新宠”。当手机的价格达到一定水平后，高像素、智能操作系统等功能的贡献率将逐步提高，以高像素功能为例，在2000元至2500元区间，500万像素功能对价格的贡献率为5.2%，而在4000元以上区间，500万像素的贡献率则达到78.3%。我国手机行业2009年将呈现五大趋势。一是2009年国内手机市场盘整期将延续，2009年上半年市场增长仍然会比较乏力。至少在2009年上半年都会延续2008年的态势，难以出现新的市场突破。二是3G市场启动将成为市场发展的转折点。三是运营商将进一步强化终端定制环节。四是3G影响下整体市场将出现新一轮的洗牌，新的竞争格局将逐步形成。五是iPhone和Android等产品将可能进入国内市场。尽管全球手机出货量预计下降5%，但中国国内手机市场2009年将保持增长，2009年中国国内手机市场将达到2.4亿部，比2008年增长7.7%。中国的三家无线运营商正在通过降低服务费来吸引新用户，这将大大刺激初次买家的需求。预计2009年新增用户将超过9000万个。而且，越来越多的原有手机用户将申请第二个号码。除此之外，政府扩大对消费电子设备的补贴范围，将刺激农村地区的需求。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家商务部、国家海关总署、国家工业和信息化部、中关村在线调研中心、诺盛电信咨询、易观国际、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息和专业研究单位等公布和提供的大量资料

，并结合对手机制造商和手机经销商等业内企业的访谈，以及对手机消费者的调查研究。报告立足于全球手机市场，对我国手机行业的发展现状、市场关注、细分行业、行业竞争格局、领先企业等进行了研究，并重点了手机市场的销售状况，现阶段中国手机行业面临的冲击以及企业的应对策略。报告综合了手机产业以及手机销售渠道、消费者等重要板块的内容，并对国家手机政策进行了介绍和政策趋向判断，为我国手机企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一章 中国手机行业发展状况 1

第一节 2008年中国手机行业发展状况 1

一、2008年手机行业发展状况 1

二、2008年中国移动电话机产量统计 23

三、2008年中国手机行业发展动态 25

四、2008年手机行业经营业绩 28

第二节 2008年中国手机行业售后服务 28

一、2008年度手机行业质量问题 28

二、2008年中国手机售后服务调查 55

三、2008年手机行业用户搜索热点简况 71

第三节 2009年手机行业发展机遇和挑战 73

一、2009年手机行业发展机遇 73

二、3G为手机行业带来良机 74

三、2009年金融危机对手机行业影响 76

第二章 2008-2009年中国手机市场消费 79

第一节 2008-2009年手机用户研究 79

一、用户特征概括 79

二、用户特征研究 82

三、	用户上网行为研究	100
四、	主流品牌用户特征研究	103
第二节	2008年中国手机市场热门机型	111
一、	市场概述与主要结论	111
二、	热门机型现状与特征	113
三、	热门机型产品结构特征	119
四、	主流厂商热门机型	132
五、	热门机型演变趋势	141
第三节	2008-2009年中国手机市场	143
一、	市场概述	143
二、	手机整体市场	146
三、	市场关注度	148
四、	市场发展趋势	151
五、	行业发展策略	153
第三章	2008年中国手机市场季度	155
第一节	2008年1季度中国手机市场发展状况	155
一、	市场概述	155
二、	品牌结构	156
三、	区域结构	161
四、	产品结构	166
五、	价格走势	172
第二节	2008年第2季度中国手机市场	179
一、	市场概况及主要观点	180
二、	品牌结构	182
三、	区域结构	190
四、	产品结构	194
五、	价格走势	200
第三节	2008年第3季度中国手机市场	211
一、	市场概述及主要观点	211
二、	品牌结构	213
三、	区域结构	220

四、产品结构	229
五、价格走势研究	234
第四节 2008年第4季度中国手机市场	243
一、市场概述及主要观点	243
二、品牌结构	245
三、区域结构	250
四、品牌重合度研究	257
五、产品结构	261
六、价格走势研究	267
七、市场走势研究	274
第四章 2008-2009年中国手机市场月度	275
第一节 2008年10月中国手机市场发展	275
一、市场概述	275
二、整体市场品牌关注调查	276
三、细分市场品牌关注调查	278
四、产品价格结构调查	280
五、产品像素结构特征	284
第二节 2008年11月中国手机市场动向	285
一、市场概述	285
二、整体市场品牌关注调查	287
三、细分市场关注调查	288
四、产品价格结构调查	289
五、产品像素结构特征	291
六、2008年11月手机市场价格动态	293
第三节 2008年12月中国手机市场发展	304
一、市场概述	304
二、品牌关注调查	305
三、细分市场格局	307
四、产品价格结构	309
五、产品像素结构	310
第四节 2009年中国手机市场发展状况	312

- 一、2009年1月手机市场用户 312
- 二、2009年1月中国手机市场价格 322
- 三、2009年2月手机市场品牌 332
- 四、2009年2月中国手机市场用户 334

第五章 各类别手机市场 345

第一节 2008-2009年3G手机市场 345

- 一、市场概述 345
- 二、市场关注状况 346
- 三、市场发展状况 353
- 四、3G终端产品 357
- 五、中国3G业务发展状况 363
- 六、市场机遇与挑战 364
- 七、市场走势与策略 367
- 八、2009年3G手机市场发展 369

第二节 智能手机市场发展 373

- 一、金融危机对智能手机市场影响 373
- 二、2008年智能手机市场发展状况 374
- 三、2008年热门智能手机市场 374
- 四、2009年智能手机市场 385

第三节 拍照手机市场发展 386

- 一、高像素拍照手机市场现状 388
- 二、高像素手机产品分布特征 392
- 三、主流厂商竞争力对比 394
- 四、市场发展动态 399

第四节 2008年中国电视手机市场 401

- 一、市场概述 401
- 二、关于手机电视 402
- 三、中国手机电视市场概况 403
- 四、中国手机电视用户调查 404
- 五、电视手机市场前景调查 413
- 六、手机电视市场机遇与挑战 415

第五节 2008年中国游戏手机市场调查 421

- 一、市场概况 421
- 二、调查概况 424
- 三、用户使用状况调查 429
- 四、消费行为特征调查 432
- 五、主流用户消费行为调查 440
- 六、游戏手机市场前景 444
- 七、市场发展策略 454

第六章 手机市场竞争 459

第一节 我国低端手机厂商竞争 459

- 一、低端手机市场竞争概述 459
- 二、低端手机市场现状 461
- 三、产品结构研究 463
- 四、品牌竞争力研究 467
- 五、五大品牌产品线研究 472
- 六、市场竞争潜力 477

第二节 2008-2009年我国手机竞争 480

- 一、2008-2009年我国手机品牌竞争 480
- 二、国内外手机厂商竞争力对比 499
- 三、2009年3G手机市场竞争 504

第七章 手机领先企业 509

第一节 诺基亚 509

- 一、公司在中国 509
- 二、2008年第四季度公司经营状况 510
- 三、2009年公司收购情况 510

第二节 摩托罗拉公司 511

- 一、公司在中国 511
- 二、2009年公司和北电网络合并 511
- 三、2009年公司调整中国手机业务情况 512

第三节 三星集团 513

- 一、公司简介 513
- 二、2009年公司人事调整情况 513
- 三、2009年公司业务整合 514
- 第四节 宁波波导股份有限公司 515
 - 一、公司简介 515
 - 二、2007-2008年公司财务状况 516
 - 三、2009年公司发展机遇 520
- 第五节 四川长虹集团公司 521
 - 一、公司简介 521
 - 二、2007-2008年公司财务状况 522
 - 三、2008年公司业绩 526
- 第六节 索尼爱立信 528
 - 一、公司简介 528
 - 二、2008年公司经营状况 529
 - 三、2009年公司经营预测 529
- 第七节 联想移动通信科技公司 530
 - 一、公司简介 530
 - 二、2009年公司主攻方向 530
 - 三、2009年公司战略 531
- 第八节 康佳集团股份有限公司 533
 - 一、公司简介 533
 - 二、2007-2008年公司财务状况 534
 - 三、2009年公司手机业务前景 538
- 第九节 TCL集团股份有限公司 540
 - 一、公司简介 540
 - 二、2007-2008年公司财务状况 541
 - 三、2009年公司手机业务经营状况 546
- 第十节 中兴通讯股份有限公司 547
 - 一、公司简介 547
 - 二、2007-2008年公司财务状况 548
 - 三、2009年公司发展预测 553

第八章 手机发展趋势 555

第一节 2009年手机行业发展趋势 555

- 一、2009年全球手机产业前景 555
- 二、2009年手机行业前景预测 555
- 三、2009年无线产业发展趋势 562
- 四、2009年中国手机市场增长预测 565

第二节 我国手机流行趋势 566

- 一、2009年手机流行趋势解析 566
- 二、2009年手机流行趋势预测 568
- 三、2009年手机体验营销流行趋势 572

第三节 细分手机发展趋势 576

- 一、3G手机市场发展前景 576
- 二、2009年智能手机市场发展趋势 580
- 三、2009年全屏触控手机市场发展趋势 582
- 四、中国双待手机市场新趋势 585

图表目录

- 图表：2008年手机行业搜索指数 3
- 图表：2008年整体手机产品均价月度变化 4
- 图表：2008年手机品牌总体关注度排行 5
- 图表：2008年十大手机品牌产品全年均价 6
- 图表：2008年主流手机品牌关注度占比季度变化（Top1-4） 7
- 图表：2008年主流手机品牌关注度占比季度变化（Top5-10） 8
- 图表：2008年十大上升最快手机品牌 9
- 图表：2008年国内外手机品牌关注度对比 10
- 图表：2008年手机型号关注度总体排行 11
- 图表：2008年十大手机型号全年均价 12
- 图表：2008年新上市手机关注度排行 13
- 图表：2008年网民关注的手机功能 14
- 图表：2008年网民关注的手机功能变化 14
- 图表：2008年不同像素手机产品均价月度变化 15
- 图表：2008年音乐、智能手机产品均价月度变化 15

图表：2008年智能手机网民最关注的品牌 16

图表：2008年音乐手机网民最关注的品牌 17

图表：2008年网民关注的手机款式 18

图表：2008年网民关注的手机款式变化 18

图表：2008年网民关注的手机颜色 19

图表：2008年手机网民的省份分布 20

图表：2008年手机网民的地域分布（城市级别） 21

图表：2008年手机网民的兴趣爱好 22

图表：2008年智能/音乐手机网民的偏好对比 23

图表：2008年1-12月移动电话机产量全国统计 23

图表：2008年1-12月移动电话机产量北京市统计 23

图表：2008年1-12月移动电话机产量天津市统计 23

图表：2008年1-12月移动电话机产量内蒙古区统计 23

图表：2008年1-12月移动电话机产量辽宁省统计 24

图表：2008年1-12月移动电话机产量吉林省统计 24

图表：2008年1-12月移动电话机产量上海市统计 24

图表：2008年1-12月移动电话机产量江苏省统计 24

图表：2008年1-12月移动电话机产量浙江省统计 24

图表：2008年1-12月移动电话机产量福建省统计 24

图表：2008年1-12月移动电话机产量江西省统计 24

图表：2008年1-12月移动电话机产量山东省统计 24

图表：2008年1-12月移动电话机产量湖北省统计 25

图表：2008年1-12月移动电话机产量广东省统计 25

图表：2008年1-12月移动电话机产量广西区统计 25

图表：2008年1-12月移动电话机产量重庆市统计 25

图表：2008年1-12月移动电话机产量四川省统计 25

图表：2008年1-12月移动电话机产量贵州省统计 25

图表：2006-2008年手机行业投诉量对比 29

图表：2007-2008年手机行业月度投诉量对比 29

图表：2008年手机行业投诉主要来源图 30

图表：2007年手机行业投诉主要来源图 30

图表：2008年手机行业投诉主要问题明细图 31

图表：2008年手机行业投诉外壳/键盘掉漆裂损投诉量排名前四品牌 32

图表：2008年手机行业投诉屏显故障投诉量排名前五品牌 34

图表：2008年手机行业投诉非正常开关机投诉量排名前五品牌 36

图表：2008年手机行业投诉信号差问题投诉量排名前三品牌 38

图表：2008年诺基亚N73信号差问题月投诉趋势 39

图表：2008年手机行业投诉售后服务态度投诉量排名前十品牌 41

图表：2008年手机行业投诉多次维修投诉量排名前五品牌 43

图表：2008年手机行业投诉维修时间长投诉量排名前五品牌 46

图表：2008年手机行业虚假宣传/价格欺诈问题投诉量排名前十手机专业卖场 48

图表：2008年手机行业投诉量排名前十卖场 50

图表：2008年手机行业投诉解决时效 50

图表：2008年手机行业投诉受理结果 51

图表：2008年手机行业投诉量排名 52

图表：2004-2009年中国手机售后服务产业规模 56

图表：调查样本的性别分布 57

图表：调查样本的年龄分布 57

图表：调查样本的受教育程度分布 58

图表：调查样本的职业分布 59

图表：调查样本的收入分布 60

图表：消费者接受的服务内容分布 61

图表：消费者对手机售后服务的整体满意度评价分布 61

图表：消费者对维修质量的满意度评价分布 63

图表：消费者对维修费用的满意度评价分布 63

图表：消费者对零配件价格的满意度评价分布 64

图表：消费者对维修速度的满意度评价分布 65

图表：四项维修指标调查结果对比 65

图表：消费者对客服态度的满意度评价分布 66

图表：消费者对服务网点查找的满意度评价分布 67

图表：消费者对网点营业时间的满意度评价分布 68

图表：消费者对网点硬建设施的满意度评价分布 69

图表：消费者对服务响应时间的满意度评价分布 69

图表：消费者对服务电话接通的满意度评价分布 70

图表：六项服务指标调查结果对比 71

图表：2008年手机行业搜索指数 72

图表：2008年手机品牌总体关注度排行 73

图表：2008年中国手机用户性别分布 82

图表：2008年中国手机用户年龄分布 83

图表：2008年中国手机用户所在区域分布 84

图表：2008年中国手机用户城乡分布 85

图表：2008年中国手机用户婚姻状况分布 86

图表：2008年中国手机用户个人月收入分布 86

图表：2008年中国手机用户家庭月收入分布 87

图表：2008年中国手机用户受教育程度分布 88

图表：2008年中国手机用户所在行业分布 89

图表：2008年中国手机用户所在单位人员规模分布 90

图表：2008年中国手机用户所在单位年产值规模分布 91

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——音乐 92

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——电影 93

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——电视 93

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——游戏 94

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——阅读 95

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——艺术 96

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——体育 97

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——购物 98

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——旅游出行 98

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——线路信息 99

图表：2008年中国手机用户上网地点分布 100

图表：2008年对中国手机用户最具吸引力的广告形式分布 101

图表：2008年中国手机用户网络广告点击行为分布 101

图表：2008年Q2手机功能关注度排行 102

图表：2008年主流品牌手机用户年龄分布对比 103

图表：2008年主流品牌手机用户个人月收入分布对比 104

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——音乐 105

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——电影 106

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——电视 106

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——游戏 107

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——阅读 108

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——艺术 109

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——体育 110

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——购物 111

图表：2008年中国手机市场百款热门机型上市时间分布 114

图表：2008年百款热门机型中不同品牌上榜产品数量分布 115

图表：2008年中国手机市场百款热门机型品牌关注度分布 116

图表：2008年百款热门机型中不同品牌单款产品关注度贡献值对比 117

图表：2008年百款热门机型与整体市场六大品牌关注比例对比 118

图表：2008年百款热门机型中不同价格区间产品数量分布 119

图表：2008年百款热门机型不同价格区间产品关注度分布 120

图表：2008年百款热门机型与整体市场不同价格区间产品关注对比 121

图表：2008年百款热门机型均价与整体市场均价对比 122

图表：2008年百款热门机型与整体市场不同功能产品均价对比 123

图表：2008年百款热门机型与整体市场不同像素产品均价对比 124

图表：2008年百款热门机型中不同设计类型产品数量分布 125

图表：2008年百款热门机型不同设计类型产品关注度分布 126

图表：2008年百款热门机型中不同功能产品关注度分布 127

图表：2008年百款热门机型中不同像素产品数量分布 128

图表：2008年百款热门机型中主流像素产品关注度分布 129

图表：2008年百款热门机型中不同屏幕色彩产品关注度分布 130

图表：2008年百款热门机型中不同尺寸产品关注度分布 131

图表：2008年百款热门机型中触摸屏手机与GPS手机关注度分布 132

图表：2008年诺基亚热门机型产品线分布 133

图表：2008年诺基亚不同像素及价格区间产品数量分布 134

图表：2008年诺基亚不同功能热门机型产品数量分布 135

图表：2008年索尼爱立信热门机型产品线分布 136

图表：2008年索尼爱立信不同像素及价格区间产品数量分布 137

图表：2008年索尼爱立信不同功能的热门机型产品数量分布 138

图表：三星热门机型产品线分布 139

图表：2008年三星不同像素及价格区间产品数量分布 140

图表：2008年三星不同功能热门机型产品数量分布 141

图表：2008-2009年未来手机新兴功能调查 145

图表：2008-2009年中国手机销售业绩最好的区域 146

图表：2008-2009年手机关注度调查 148

图表：2008-2009年手机价格区间调查 150

图表：2008-2009年手机使用年限调查 152

图表：2008-2009年智能手机系统调查 153

图表：2008年第1季度中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布 157

图表：2008年1月-3月入围TOP10的前四大品牌关注比例走势 158

图表：2008年1月-3月入围TOP10的后六大品牌关注比例走势 159

图表：2008年第1季度最受用户关注的十大音乐手机品牌分布 160

图表：2008年第1季度最受用户关注的十大智能手机品牌分布 161

图表：2008年第1季度中国七大区域手机市场关注比例分布 162

图表：2008年1月-3月中国七大区域手机市场关注比例走势 163

图表：2008年第1季度华南市场最受用户关注的十大手机品牌分布 164

图表：2008年第1季度华东市场最受用户关注的十大手机品牌分布 165

图表：2008年第1季度华北市场最受用户关注的十大手机品牌分布 166

图表：2008年第1季度音乐手机与智能手机关注比例对比 167

图表：2008年1月-3月音乐手机与智能手机关注比例走势 168

图表：2008年第1季度不同像素拍照手机关注比例分布 169

图表：2008年1月-3月主流像素拍照手机关注比例走势 170

图表：2008年第1季度不同价位区间手机关注比例分布 171

图表：2008年1月-3月不同价位手机关注比例走势 172

图表：2008年第1季度中国手机市场价格指数走势 173

图表：2008年第1季度音乐手机与智能手机价格指数走势 174

图表：2008年第1季度中国手机市场均价走势 175

图表：2008年第1季度音乐手机与智能手机均价走势对比 176

图表：2008年第1季度中国手机市场十大品牌产品均价对比 177

图表：2008年第1季度音乐手机市场十大品牌产品均价对比 178

图表：2008年第1季度智能手机市场十大品牌产品均价对比 179

图表：2008年第2季度中国手机市场最受用户关注的15大品牌分布 183

图表：2008年4月-6月TOP10前四大品牌关注比例走势 184

图表：2008年4月-6月TOP5-TOP10六大品牌关注比例走势 185

图表：2008年第2季度最受用户关注的十大音乐手机品牌分布 187

图表：2008年第2季度最受用户关注的十大智能手机品牌分布 188

图表：2008年第2季度最受关注的十大200万像素拍照手机品牌排行榜 189

图表：2008年第2季度最受关注的十大300万像素及以上拍照手机品牌分布 190

图表：2008年第2季度中国七大区域手机市场关注比例分布 191

图表：2008年4月-6月中国七大区域手机市场关注走势 191

图表：2008年第2季度七大区域市场主流品牌格局分布 192

图表：2008年第2季度华南市场最受用户关注的十大手机品牌分布 193

图表：2008年第2季度华东市场最受用户关注的十大手机品牌分布 193

图表：2008年第2季度华北市场最受用户关注的十大手机品牌分布 194

图表：2008年第2季度音乐手机与智能手机关注比例对比 195

图表：2008年4月-6月音乐手机与智能手机关注比例走势对比 195

图表：2008年第2季度不同像素拍照手机关注比例分布 196

图表：2008年4月-6月不同像素拍照手机关注比例走势对比 197

图表：2008年第2季度不同价位区间手机关注比例分布 198

图表：2008年4月-6月不同价位区间手机关注比例走势 199

图表：2008年第2季度不同设计类型手机关注比例分布 200

图表：2008年第2季度整体手机市场价格指数走势 201

图表：2008年第2季度音乐手机与智能手机价格指数走势对比 202

图表：2008年第2季度主流像素拍照手机价格指数走势对比 203

图表：2008年4月-6月整体手机市场均价走势 204

图表：2008年4月-6月音乐手机与智能手机市场均价走势对比 204

图表：2008年4月-6月主流像素拍照手机均价走势对比 205

图表：2008年第2季度中国手机市场主流品牌产品均价对比 206

图表：2008年第2季度音乐手机市场主流品牌产品均价对比 207

图表：2008年第2季度智能手机市场主流品牌产品均价对比 208

图表：2008年第2季度200万像素拍照手机市场产品均价对比 209

图表：2008年第2季度300万及以上拍照手机市场主流品牌产品均价对比 210

图表：2008年第3季度中国手机市场最受用户关注的15大品牌分布 214

图表：2008年第3季度最受用户关注的前十大手机品牌关注比例变化 215

图表：2008年7月-9月TOP10前四大品牌关注比例走势 216

图表：2008年7月-9月TOP5-TOP10六大品牌关注比例走势 217

图表：2008年第3季度中国市场最受关注的十大音乐手机品牌排行榜 218

图表：2008年第3季度中国市场最受关注的十大智能手机品牌排行榜 218

图表：2008年第3季度最受关注的十大200万像素拍照手机品牌分布 219

图表：2008年第3季度最受关注的十大300万像素拍照手机品牌分布 220

图表：2008年第3季度中国七大区域手机市场用户关注分布状况 221

图表：2008年7月-9月七大区域手机市场用户关注比例走势 222

图表：2008年第3季度七大区域手机市场用户关注的十大品牌分布 223

图表：2008年第3季度上海地区最受关注的十大手机品牌分布 224

图表：2008年第3季度广东地区最受关注的十大手机品牌分布 225

图表：2008年第3季度诺基亚用户关注度最高的15大地区 226

图表：2008年第3季度三星用户关注度分布最高的15大地区 227

图表：2008年第3季度索尼爱立信用户关注度最高的15大地区分布 227

图表：2008年第3季度摩托罗拉用户关注度最高的15大地区分布 228

图表：2008年第3季度音乐手机与智能手机关注比例分布 229

图表：2008年7月-9月音乐手机与智能手机用户关注比例走势 230

图表：2008年第3季度不同像素手机关注比例分布 231

图表：2008年7月-9月不同像素手机关注比例走势 232

图表：2008年第3季度不同价位区间手机关注比例分布 233

图表：2008年7月-9月不同价位手机关注比例走势 234

图表：2008年第3季度整体手机市场价格指数走势 235

图表：2008年第3季度音乐手机与智能手机价格指数走势对比 236

图表：2008年第3季度主流像素拍照手机价格指数走势对比 237

图表：2008年第3季度整体手机市场均价走势 238

图表：2008年第3季度音乐手机与智能手机均价走势对比 239

图表：2008年第3季度主流像素拍照手机均价走势对比 240

图表：2008年第3季度主流厂商产品均价对比 241

图表：2008年第3季度主流厂商产品均价调整幅度对比 242

图表：2008年第4季度中国手机市场最受用户关注的15大品牌分布 245

图表：2008年第4季度最受用户关注的前十大手机品牌关注比例变化 246

图表：2008年10月-12月TOP10前四大品牌关注比例走势 247

图表：2008年10月-12月TOP5-TOP10六大品牌关注比例走势 248

图表：2008年第4季度中国市场最受关注的十大音乐手机品牌排行榜 249

图表：2008年第4季度中国市场最受关注的十大智能手机品牌排行榜 250

图表：2008年第4季度中国七大区域手机市场用户关注分布状况 251

图表：2008年10月-12月七大区域手机市场用户关注比例走势 251

图表：2008年第4季度七大区域手机市场用户关注的十大品牌分布 252

图表：2008年第4季度北京地区最受关注的十大手机品牌分布 253

图表：2008年第4季度上海地区最受关注的十大手机品牌分布 254

图表：2008年第4季度广东地区最受关注的十大手机品牌分布 254

图表：2008年第4季度诺基亚关注度最高的15大地区分布 255

图表：2008年第4季度三星用户关注度分布最高的15大地区 256

图表：2008年第4季度索尼爱立信用户关注度最高的15大地区分布 256

图表：2008年第4季度摩托罗拉用户关注度最高的15大地区分布 257

图表：2008年第4季度诺基亚与其他手机品牌搜索人群重合度分布 258

图表：2008年第4季度三星与其他手机品牌搜索人群重合度分布 259

图表：2008年第4季度索尼爱立信与其他手机品牌搜索人群重合度分布 260

图表：2008年第4季度摩托罗拉与其他手机品牌搜索人群重合度分布 261

图表：2008年Q3与Q4音乐手机和智能手机关注比例分布 262

图表：2008年10月-12月不同特征手机用户关注比例走势对比 263

图表：2008年Q3与Q4不同像素手机关注比例对比 264

图表：2008年10月-12月不同像素手机关注比例走势 265

图表：2008年Q3与Q4不同价位区间手机关注比例分布 265

图表：2008年10月-12月不同价位手机关注比例走势 266

图表：2008年第4季度整体手机市场价格指数走势 267

图表：2008年第4季度音乐手机与智能手机价格指数走势对比 268

图表：2008年第4季度主流像素拍照手机价格指数走势对比 269

图表：2008年第4季度整体手机市场均价走势 270

图表：2008年第4季度音乐手机与智能手机均价走势对比 270

图表：2008年第4季度主流像素拍照手机均价走势对比 271

图表：2008年第4季度主流厂商产品均价对比 272

图表：2008年第4季度主流厂商产品均价调整对比 273

图表：2008年10月中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布 276

图表：2008年9月与10月最受用户关注的十大品牌排名与关注对比。 277

图表：2008年9月与10月不同类型手机关注比例对比 279

图表：2008年10月音乐手机、智能手机与3G手机这三大细分市场最受用户关注的前十大品牌排行榜对比 280

图表：2008年10月不同价位手机关注比例分布 281

图表：2008年9月与10月不同价位区间手机关注比例对比 281

图表：2008年9月与10月不同价位音乐手机关注比例对比 282

图表：2008年9月与10月不同价位智能手机关注比例对比 283

图表：2008年10月不同像素拍照手机关注比例分布 284

图表：2008年9月与10月不同像素拍照手机关注比例分布对比 285

图表：2008年11月中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布 287

图表：2008年10月与11月十大品牌关注比例变化对比状况 288

图表：2008年10月与11月不同类型手机关注比例对比 289

图表：2008年11月不同价位手机关注比例分布 290

图表：2008年10月与11月不同价位区间手机关注比例对比 291

图表：2008年11月不同像素拍照手机关注比例分布 292

图表：2008年10月与11月不同像素拍照手机关注比例分布对比 293

图表：2008年10月与11月整体手机市场价格指数走势对比 294

图表：2008年10月与11月手机市场降价产品数量与降价产品比重对比 295

图表：2008年11月整体手机市场均价走势 296

图表：2008年11月音乐手机与智能手机价格指数走势对比 296

图表：2008年11月音乐手机与智能手机降价产品数量与降价产品比重对比 297

图表：2008年11月音乐手机与智能手机产品均价走势对比 298

图表：2008年11月主流像素拍照手机价格指数走势对比 299

图表：2008年11月主流像素拍照手机降价数量与降价比重对比 299

图表：2008年11月主流向苏拍照手机产品均价走势对比 300

图表：2008年11月降价产品数量最多的十大厂商分布 301

图表：2008年11月主流厂商手机产品均价对比 302

图表：2008年11月音乐手机市场主流品牌产品均价对比 303

图表：2008年11月智能手机市场主流品牌产品均价对比 303

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 305

图表：2008年11月与12月十大品牌排行榜对比状况 306

图表：2008年11月与12月不同类型手机关注比例对比 307

图表：2008年12月不同功能机型消费者关注的十大品牌分布 308

图表：2008年12月不同价位手机关注比例分布 309

图表：2008年11月与12月不同价位区间手机关注比例对比 310

图表：2008年12月不同像素拍照手机关注比例分布 311

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 312

图表：2009年1月中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布 314

图表：2009年1月不同类型手机关注比例对比 315

图表：2009年1月细分音乐手机与智能手机市场消费者关注的十大品牌分布状况 316

图表：2009年1月最受关注的前十款音乐手机 317

图表：2009年1月最受关注的前十款智能手机 318

图表：2009年1月最受关注的前十款3G手机 318

图表：2009年1月不同价位手机关注比例分布 319

图表：2009年1月1000-2000元与2001-3000元价格段手机品牌关注比例对比 320

图表：2009年1月最受关注的前十款1000-2000元手机 321

图表：2009年1月最受关注的前十款2001-3000元手机 321

图表：2009年1月整体手机市场价格指数走势 323

图表：2009年1月整体手机市场均价走势 323

图表：2009年1月音乐手机与智能手机价格指数走势对比 324

图表：2009年1月音乐手机与智能手机降价产品数量与降价产品比重对比 325

图表：2009年1月音乐手机与智能手机产品均价走势对比 326

图表：2009年1月主流像素拍照手机价格指数走势对比 326

图表：2009年1月主流像素拍照手机降价数量与降价比重对比 327

图表：2009年1月主流像素拍照手机产品均价走势对比 328

图表：2009年1月降价产品数量最多的十大厂商分布 329

图表：2009年1月主流厂商手机产品均价对比 330

图表：2009年1月整体市场降幅最高的前十款手机 331

图表：2009年1月整体市场降幅最高的前十款音乐手机 331

图表：2009年1月整体市场降幅最高的前十款智能手机 332

图表：2009年2月最受用户关注的手机品牌分布图 335

图表：2009年1-2月中国市场最受用户关注的前十五大手机品牌对比变化表 336

图表：2009年2月不同类型产品关注对比图 337

图表：2009年2月音乐手机和智能手机最受用户关注的十大品牌排行对比表 338

图表：2009年2月中国手机市场用户不同价位关注分布图 339

图表：2009年2月中国手机市场主流价格区间最受关注手机品牌排行对比 340

图表：2009年2月最受用户关注的手机像素分布图 341

图表：2009年2月主流像素手机品牌关注排行对比表 342

图表：2008年最受用户关注的十大3G手机品牌分布 347

图表：2008年最受用户关注的主流WCDMA手机品牌分布 348

图表：2008年最受用户关注的主流TD-CDMA手机品牌分布 349

图表：2008年WCDMA与TD-SCDMA手机关注对比 350

图表：2008年用户关注的WCDMA与TD-SCDMA手机数量对比 351

图表：2008年1月-11月TD-SCDMA手机用户关注比例走势 352

图表：2008年中国十大城市TD基站建设状况 354

图表：2008年系统设备商市场分布状况 355

图表：WCDMA与TD两大标准主要参数对比 360

图表：2008年不同价位WCDMA与TD-SCDMA手机关注对比 361

图表：2008年用户关注度最高的前五款WCDMA与TD手机 362

图表：3G手机市场购买潜力调查 371

图表：用户对3G业务了解状况调查 372

图表：消费者希望的3G业务调查 372

图表：2008年上半年不同操作系统智能手机在中国市场的分布状况 376

图表：2008年1-6月中国智能手机市场用户关注比例走势 377

图表：2008年上半年中国智能手机市场最受用户关注的十大品牌分布 378

图表：单款产品贡献率最高的前十大智能手机厂商 379

图表：不同功能产品数量比例与关注比例分布 380

图表：不同价位区间智能手机关注度分布 381

图表：不同价位区间单款产品关注度贡献值 382

图表：不同像素手机关注比例与数量分布比例对比 382

图表：不同像素手机单款产品关注度贡献值 383

图表：不同设计类型智能手机产品数量分布状况 384

图表：2008年不同显示屏尺寸大小的智能手机产品数量分布状况 385

图表：2007年1月-2008年6月高像素拍照手机关注比例走势 388

图表：2008年1-6月高像素拍照手机数量变化及在整体市场中的比重分布 390

图表：2008年上半年高像素手机上市新品数量分布状况 391

图表：2008年上半年高像素拍照手机在新品中的比重 392

图表：不同价位区间高像素拍照手机分布状况 393

图表：音乐手机与智能手机产品数量分布状况 394

图表：十大厂商高像素拍照手机数量分布状况 395

图表：主流厂商不同价位高像素拍照手机产品数量分布 396

图表：三星高像素拍照手机数量分布状况 397

图表：索尼爱立信高像素拍照手机产品线分布状况 398

图表：诺基亚高像素拍照手机产品线分布状况 398

图表：调查对象性别分布 405

图表：调查对象年龄分布 406

图表：调查对象月收入分布状况 407

图表：调查对象对电视手机的认识时间调查分布 408

图表：调查对象对手机电视的标准认知度分布 409

图表：调查对象平时喜爱的电视节目内容分布 410

图表：调查对象用手机看电视节目的时间分布 411

图表：调查对象用手机看电视的时间长度分布 412

图表：调查对象接受的资费支付方式分布 413

图表：调查对象对电视手机发展前景的看法分布 414

图表：调查对象未来是否会购买电视手机的分布状况 414

图表：调查对象认为制约电视手机发展的主要因素分布 417

图表：调查对象对产品方面的关注分布状况 418

图表：被调查者性别分布对比 425

图表：被调查者不同年龄段分布对比 425

图表：被调查者受教育程度分布比例 426

图表：被调查者不同职业分布比例 427

图表：被调查者不同收入分布比例 427

图表：样本区域分布状况 428

图表：被调查者是否拥有手机 429

图表：被调查者不同品牌手机分布比例 430

图表：被调查者手机主要用途调查 431

图表：被调查者是否用手机玩过游戏 432

图表：被调查者玩游戏手机的频率 433

图表：每次玩手机游戏大约花费的时间 434

图表：用手机玩游戏的场合 434

图表：手机游戏的操作平台调查 435

图表：玩游戏过程中关注性能调查 436

图表：手机游戏内容的主要来源 437

图表：喜欢手机内置游戏还是下载游戏调查 438

图表：手机内置游戏的种类调查 439

图表：用户喜欢的内置游戏种类调查 439

图表：消费者喜欢的非手机内置游戏调查 440

图表：主流年龄段用户拥有手机状况对比 441

图表：使用手机情况对比 441

图表：对内置游戏与非内置游戏的态度对比 442

图表：喜欢的内置游戏对比 443

图表：喜欢的非内置游戏对比 443

图表：不同年龄段用户玩手机游戏过程中关注方面对比 444

图表：被调查者是否有购买手机计划 445

图表：对游戏手机市场前景的看法调查 446

图表：阻碍游戏手机市场发展因素调查 446

图表：潜在用户可接受价位调查 448

图表：计划购买游戏手机的用户品牌选择调查 449

图表：主流厂商预购率与实际分布比例对比 449

图表：希望购买的游戏手机具有什么特征调查 451

图表：主流年龄段用户计划购买游戏手机可接受价位分布对比 452

图表：主流年龄段用户对七大品牌的预购率调查对比 453

图表：主流年龄段用户希望游戏手机具有的特征对比 454

图表：2008年1月-4月2000元及以下手机关注比例走势 461

图表：2000元以上与以下产品数量分布比例对比 462

图表：2000元及以下手机产品数量分布 462

图表：2000元及以下不同像素手机数量分布对比 463

图表：2000元及以下不同像素手机关注比例分布对比 464

图表：2000元及以下音乐手机与智能手机数量分布对比 465

图表：2000元及以下音乐手机与智能手机关注比例对比 466

图表：2000元及以下最受用户关注的15大手机品牌分布 467

图表：十大厂商2000元以内产品数量分布对比 468

图表：十大厂商2000元及以下产品占各自产品线的比例对比 469

图表：TOP1-TOP5五大厂商2000元及以下不同像素产品分布 470

图表：TOP6-TOP10五大厂商2000元及以下不同像素产品分布 471

图表：诺基亚不同系列产品分布状况 473

图表：索尼爱立信不同系列产品分布状况 474

图表：三星不同系列产品分布状况 475

图表：摩托罗拉不同系列产品分布状况 476

图表：联想不同系列产品分布状况 477

图表：苹果iPhone手机的市场前景调查分布 480

图表：2008年中国手机市场进行品牌关注调查样本 481

图表：2008年中国市场最受用户关注的15大手机品牌排行榜 483

图表：2008年中国市场最受用户关注的15大手机品牌排行榜 483

图表：2008年与2007年最受用户关注的十大手机品牌排名对比 486

图表：2008年Q1-Q4诺基亚关注比例走势 487

图表：2008年Q1-Q4五大手机品牌关注比例走势 488

图表：2008年Q2诺基亚与其他手机品牌的搜索人群重合度 489

图表：2008年Q2三星与其他手机品牌的搜索人群重合度 490

图表：2008年Q2索尼爱立信与其他手机品牌的搜索人群重合度 491

图表：2008年中国市场最受关注的十大国产手机品牌排行榜 492

图表：2008年中国市场最受关注的十大智能手机品牌排行榜 493

图表：2008年中国市场最受关注的多媒体手机品牌排行榜 494

图表：2008年中国市场最受关注的十大CDMA手机品牌排行榜 495

图表：2008年中国市场最受关注的十大3G手机品牌排行榜 495

图表：2008年中国市场最受关注的十大平民手机品牌排行榜 496

图表：2008年中国市场最受关注的十大GPS手机品牌排行榜 497

图表：2008年中国市场最受关注的十大双卡手机品牌排行榜 498

图表：国产手机与国外品牌的综合能力对比 499

图表：2008年1季度中国手机市场环比销售量情况 500

图表：2008年1季度中国手机市场环比销售额情况 500

图表：2008年1季度中国手机市场各品牌所占比例 500

图表：2008年1季度中国手机市场渠道比例 501

图表：2008年2季度宁波波导股份有限公司主营构成 516

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司每股指标 516

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司获利能力 517

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司经营能力 517

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司偿债能力 517

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司资本结构 517

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司发展能力 518

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司现金流量 518

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司主营业务收入 518

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司主营业务利润 519

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司营业利润 519

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司利润总额 519

图表：2007-2008年宁波波导股份有限公司净利润 520

图表：2008年2季度四川长虹电器股份有限公司主营构成 522

图表：2007-2008年四川长虹电器股份有限公司每股指标 522

图表：2007-2008年四川长虹电器股份有限公司获利能力 523

图表：2007-2008年四川长虹电器股份有限公司经营能力 523

图表：2007-2008年四川长虹电器股份有限公司偿债能力 523

图表：2007-2008年四川长虹电器股份有限公司资本结构 524

图表：2007-2008年四川长虹电器股份有限公司发展能力 524

图表：2007-2008年四川长虹电器股份有限公司现金流量 524

图表：2007-2008年四川长虹电器股份有限公司主营业务收入 524

图表：2007-2008年四川长虹电器股份有限公司主营业务利润 525

图表：2007-2008年四川长虹电器股份有限公司营业利润 525

图表：2007-2008年四川长虹电器股份有限公司利润总额 526

图表：2007-2008年四川长虹电器股份有限公司净利润 526

图表：2008年2季度康佳集团股份有限公司主营构成 534

图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司每股指标 535

图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司获利能力 535

图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司经营能力 535

图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司偿债能力 536

图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司资本结构 536

图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司发展能力 536

图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司现金流量 536

图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司主营业务收入 537

图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司主营业务利润 537

图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司营业利润 537

图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司利润总额 538

图表：2007-2008年康佳集团股份有限公司净利润 538

图表：2008年2季度TCL集团股份有限公司主营构成 541

图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司每股指标 542

图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司获利能力 543

图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司经营能力 543

图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司偿债能力 543

图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司资本结构 544

图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司发展能力 544

图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司现金流量 544

图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司主营业务收入 544

图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司主营业务利润 545

图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司营业利润 545

图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司利润总额 545

图表：2007-2008年TCL集团股份有限公司净利润 546

图表：2008年2季度中兴通讯股份有限公司主营构成 548

图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司每股指标 549

图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司获利能力 550

图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司经营能力 550

图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司偿债能力 550

图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司资本结构 550

图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司发展能力 550

图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司现金流量 551

图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司主营业务收入 551

图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司主营业务利润 551

图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司营业利润 552

图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司利润总额 552

图表：2007-2008年中兴通讯股份有限公司净利润 552

图表：2006-2010年亚太地区（不含日本）的照相手机销售量统计和预测 565

图表：2009-2010年全球Wi-Fi功能手机的年出货量预测 565

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/97042.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。