



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2009年中国手机连锁行业 市场分析及发展前景预测报告

一、调研说明

《2008-2009年中国手机连锁行业市场分析及发展前景预测报告》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/10085.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

目前中国的手机销售渠道主要存在几种业态，分别是：手机专业连锁、家电连锁、移动运营商的营业厅或者定制、电子商城、电子商务模式、大型超市、传统代理商等。中国3G时代即将到来，面对这一趋势，手机、PC等等各种数码产品正快速融合，未来移动终端可以是手机也可以是MID（一种移动互联网设备）等。在这一趋势下，手机连锁卖场在未来竞争中相比3C卖场可能处于弱势。2008年，手机连锁卖场新扩张速度减慢、数量减少，而手机连锁占零售终端份额也有所下降。目前来看，传统的手机专业连锁的传统优势在家电连锁、IT连锁、移动运营商定制和营业厅，尤其是网店的夹击下，正变得日益艰难，国美和苏宁对涉足手机连锁的野心早已经昭然若揭，2008年上半年苏宁手机市场占有率增幅60%，进入“寒冬”以来，苏宁手机依然保持50%以上的增长势头。2008年11月随着全国第八届手机节11月15日的全线开幕，苏宁手机年度销售1000万台的目标将得以最终实现。在目前市场销售大环境不佳的情况之下，苏宁全国近800家门店的手机整体销售则保持了较大的增长速度。在各种销售渠道的夹击下，手机连锁企业应如何应对呢？

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、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、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。从全球手机销售行业的发展环境（包括经济环境、社会环境、政策环境、消费者环境等）多方面多角度地分析全球范围内的手机销售渠道及手机连锁行业现状、趋势。着重分析了中国手机市场发展趋势、手机销售渠道的现状、竞争优势劣势SWOT分析、手机销售渠道的变革趋势、手机连锁行业运行现状、行业竞争格局及趋势，手机连锁行业的投融资与并购现状、特征、趋势及相关案例。为手机连锁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

第一部分 行业发展环境

第一章 手机连锁产业发展环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2008年我国宏观经济发展分析
- 二、2008年国内经济环境对其影响
- 三、2008年国内投资环境对其影响

第二节 政策法规环境分析

- 一、2008年手机连锁政策环境分析
- 二、2008年国内宏观政策对其影响
- 三、2008年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2008年社会环境发展分析
- 三、社会环境对于行业的影响分析

第四节 相关产业对其影响分析

- 一、2008年商业地产市场发展对其影响分析
- 二、2008年电子产品销售渠道发展情况分析
- 三、2008年其他销售渠道对行业的影响分析

第二部分 行业发展现状

第二章 世界手机连锁产业发展分析

第一节 2008年世界手机连锁产业发展环境分析

- 一、2008年全球经济发展情况分析
- 二、2008年发达国家的手机普及率
- 三、2008年发展中国家手机普及率
- 四、2008年全球手机品牌的占有率

第二节 2008年世界手机连锁产业发展状况分析

- 一、2008年全球手机销售渠道发展状况
- 二、2008年手机制造企业销售渠道状况
- 三、2008年手机连锁渠道所面临的压力

第三节 2008-2010年世界手机连锁产业发展趋势分析

- 一、手机渠道整合趋势分析
- 二、手机连锁企业业务拓展趋势分析
- 三、电子产品连锁企业进入手机市场分析
- 四、全球手机连锁经营模式多样化趋势分析

第三章 中国手机连锁产业发展分析

第一节 2008年中国手机连锁行业现状分析

- 一、2008年中国手机连锁行业的集中度分析
- 二、2008年中国手机连锁企业业务拓展分析
- 三、2008年中国手机连锁行业整体盈利情况
- 四、2008年中国手机连锁产业发展规模分析

第二节 2008年中国手机连锁市场发展分析

- 一、2008年前三季度我国手机连锁市场分析
- 二、2008年第四季度我国手机连锁市场分析
- 三、2008年我国手机连锁市场销售情况分析
- 四、2008年我国手机连锁市场价格走势分析

第四章 手机连锁行业投融资与并购

第一节 中国手机连锁行业投融资与并购背景分析

- 一、手机将发展成为个人移动信息终端
- 二、IT产品渠道整合
- 三、家电连锁渠道整合
- 四、移动运营商对手机产业得一体化整合
- 五、手机厂商与销售渠道的双方博弈

第二节 2008年中国手机连锁行业投融资与并购现状分析

- 一、2008年中国手机连锁行业投资规模分析
- 二、2008年中国手机连锁行业投资特点分析
- 三、2008年中国手机连锁行业投资回报分析

第三节 2008年中国手机连锁行业投融资与并购动因分析

- 一、上游厂商
- 二、移动运营商
- 三、手机连锁企业
- 四、其他手机销售业态

第四节 中国手机连锁行业投融资与并购案例比较分析

第三部分 关联产业发展分析

第五章 中国连锁经营行业发展分析

第一节 我国连锁经营业现状分析

- 一、2008年我国社会消费品零售现状分析
- 二、中国连锁业在变革中强势发展

三、连锁经营巨头单店销售概况

第二节 连锁经营与电子商务

一、中国电子商务市场现状分析

二、电子商务与连锁经营的结合之路

三、连锁经营与电子商务结合的手段

四、连锁经营解决电子商务物流难题

第三节 我国农村连锁经营的发展

一、连锁药店开始占领农村市场

二、农资物流连锁经营蕴含巨大商机

三、农村零售业实现连锁经营的措施

四、农村连锁成功经营的策略分析

第四节 我国连锁经营的主要问题

一、我国连锁经营存在的主要问题分析

二、我国连锁经营发展中的弊病

三、制约我国连锁经营发展的因素

四、中国企业实施连锁的六大困惑

五、对我国连锁经营发展的思考

第五节 促进我国连锁经营发展的对策

一、我国连锁经营发展面临的问题与对策

二、我国发展连锁经营的策略建议

三、加快发展我国连锁经营的方针

四、中国连锁经营的发展性策略

五、我国连锁经营企业的"越位"对策

第六章 中国手机行业发展情况分析

第一节 2008年中国手机市场发展分析

一、市场概述

二、市场特征分析

三、市场结构研究

四、市场价格研究

五、市场竞争格局研究

六、市场发展趋势预测

七、手机行业经营商发展建议

八、2008年网民对手机关注度调查分析

九、2008年中国手机市场品牌调查

第二节 2008年4季度中国手机市场发展状况

一、市场概述

二、品牌结构分析

三、区域结构分析

四、产品结构分析

五、价格走势分析

六、2008-2009年市场预测

第三节 国产手机发展挑战与策略分析

一、国产手机的转型和挑战

二、国产手机成本问题分析

三、国产手机困局分析

四、国产手机技术问题分析

第四节 2008年中国手机售后服务调查

一、样本描述

二、服务内容调查

三、服务满意度调查

第七章 手机消费以及销售渠道分析

第一节 2008年中国手机消费发展状况分析

一、2008年中国手机消费情况分析

二、2008年一线城市手机消费分析

三、2008年二三线城市手机的消费

四、2008年农村手机市场消费分析

五、3G手机的推出对产业的影响分析

第二节 未来中国手机销售渠道趋势发展分析

一、手机厂商手机销售渠道趋势分析

二、家电连锁商手机销售渠道趋势分析

三、移动运营商手机销售渠道趋势分析

四、电脑城手机销售渠道趋势分析

五、其他手机销售渠道发展趋势分析

第八章 中国手机营销渠道发展分析

第一节 2008年手机渠道发展概况

- 一、2008年中国手机渠道发展概况
- 二、手机渠道结盟谋求打造连锁巨头
- 三、手机终端渠道三足鼎立局面形成

第二节 2008年中国手机市场渠道格局分析

- 一、渠道格局基本特征
- 二、国内生产厂家渠道策略
- 三、终端卖场对渠道变革的影响
- 四、国外厂家的渠道策略
- 五、运营商策略对渠道的冲击
- 六、国内代理商的应对策略
- 七、手机厂商、分销商与大型零售商之间博弈关系

第三节 手机市场渠道发展趋势分析

- 一、影响手机分销发展的四点因素
- 二、手机分销渠道发展的企业内部驱动力
- 三、2008年手机连锁专业卖场转攻电子商务

第四部分 行业竞争格局分析

第九章 手机连锁行业竞争格局分析

第一节 中国手机连锁行业竞争分析

- 一、2007年中国手机连锁行业竞争分析
- 二、2008年中国手机连锁行业竞争分析
- 三、2008年手机连锁与其他渠道竞争分析

第二节 2008-2010年中国手机连锁行业竞争趋势分析

- 一、手机连锁企业谋求资金支持
- 二、手机连锁企业盈利趋势分析
- 三、移动运营商营业厅连锁形式转变趋势分析
- 四、信息流、物流系统、现金流三者结合趋势分析

第十章 手机连锁优势企业发展分析

第一节 中复电讯

- 一、企业概况
- 二、企业核心竞争力
- 三、2007-2008年财务分析

四、2008年销售情况

五、2008年经营状况

六、2009年发展规划

第二节 迪信通

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、2007-2008年财务分析

四、2008年销售情况

五、2008年经营状况

六、2009年发展规划

第三节 协亨

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、2007-2008年财务分析

四、2008年销售情况

五、2008年经营状况

六、2009年发展规划

第四节 广州龙粤

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、2007-2008年财务分析

四、2008年销售情况

五、2008年经营状况

六、2009年发展规划

第五节 北京金飞鸿

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、2007-2008年财务分析

四、2008年销售情况

五、2008年经营状况

六、2009年发展规划

第六节 北京天宇朗通

- 一、企业概况
- 二、企业核心竞争力
- 三、2007-2008年财务分析
- 四、2008年销售情况
- 五、2008年经营状况
- 六、2009年发展规划

第七节 中域

- 一、企业概况
- 二、企业核心竞争力
- 三、2007-2008年财务分析
- 四、2008年销售情况
- 五、2008年经营状况
- 六、2009年发展规划

第八节 恒波

- 一、企业概况
- 二、企业核心竞争力
- 三、2007-2008年财务分析
- 四、2008年销售情况
- 五、2008年经营状况
- 六、2009年发展规划

第九节 易天

- 一、企业概况
- 二、企业核心竞争力
- 三、2007-2008年财务分析
- 四、2008年销售情况
- 五、2008年经营状况
- 六、2009年发展规划

第十一章 手机连锁业外企业发展分析

第一节 国美

- 一、企业概况
- 二、企业核心竞争力
- 三、2007-2008年财务分析

四、2008年销售情况

五、2008年经营状况

六、2009年发展规划

第二节 苏宁

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、2007-2008年财务分析

四、2008年销售情况

五、2008年经营状况

六、2009年发展规划

第三节 大中

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、2007-2008年财务分析

四、2008年销售情况

五、2008年经营状况

六、2009年发展规划

第四节 中国移动

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、2007-2008年财务分析

四、2008年销售情况

五、2008年经营状况

六、2009年发展规划

第五节 中国联通

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、2007-2008年财务分析

四、2008年销售情况

五、2008年经营状况

六、2009年发展规划

第六节 中邮普泰

- 一、企业概况
- 二、企业核心竞争力
- 三、2007-2008年财务分析
- 四、2008年销售情况
- 五、2008年经营状况
- 六、2009年发展规划

第七节 天音通信

- 一、企业概况
- 二、企业核心竞争力
- 三、2007-2008年财务分析
- 四、2008年销售情况
- 五、2008年经营状况
- 六、2009年发展规划

第五部分 行业发展趋势及投资

第十二章 手机连锁产业发展趋势分析

第一节 2008-2010年我国手机需求预测分析

- 一、手机普及率与全球比较分析
- 二、2008-2010年手机行业发展空间
- 三、2008-2010年中国手机用户预测
- 四、2008-2010年中国手机销量预测
- 五、2008-2010年定制手机需求预测

第二节 2008-2010年中国手机连锁产业发展趋势分析

- 一、2008-2010年中国手机连锁发展规模预测
- 二、2008-2010年中国手机连锁发展方向分析
- 三、2008-2010年中国手机连锁发展成本预测
- 四、2008-2010年中国手机连锁市场销量预测
- 五、2008-2010年中国手机连锁市场投融资与并购趋势

第十三章 中国手机连锁产业投资分析

第一节 中国手机连锁行业风险分析

- 一、2008-2009年宏观经济波动风险及控制
- 二、2008-2009年行业政策风险及控制
- 三、2008-2009年供需风险及控制

四、2008-2009年技术风险及控制

五、2008-2009年经营风险及控制

六、2008-2009年相关行业风险及控制

第二节 2008-2009年中国手机连锁投资分析

一、2008-2010年产业投资机会

二、2008-2009年投资政策分析

三、2008-2009年投资环境分析

四、2008-2009年不同地域投资机会与投资风险分析

五、不同地区投资建议

六、企业经营管理建议

图表目录

图表：2007年-2010年全球具有Wi-Fi功能终端的年出货量预测

图表：2007年-2010年全球GPS终端的年出货量预测

图表：2007年全球手机市场分额

图表：2005年Q2-2008年Q2全球手机销量情况

图表：2007年-2010年全球采用不同技术的手机总销量预测

图表：2007年-2010年美国移动手机服务的数据收入增长图

图表：中国手机产业链解析图

图表：1988-2008年中国移动电话用户从突破1亿户到6亿户时间的记录

图表：2008年8月移动电话用户分省情况

图表：2008年各网络制式终端的销量占比

图表：2008年各月不同价格段手机的比例变化

图表：2001-2008年GSM手机机型数量的变化

图表：2001-2008年GSM市场国产品牌与国外品牌销量的份额变化

图表：2001-2008年国产品牌与国外品牌的销售金额份额的变化

图表：2001-2008年国产品牌与国外品牌价格的变化趋势

图表：2001-2008年国产品牌与国外品牌在郊县、运营商捆绑市场的表现

图表：2008年11月手机种类的比例

图表：2001-2008年手机渠道的比例变化

图表：未来中国手机连锁规模预测分析

图表：未来中国手机连锁成本预测分析

图表：未来中国手机连锁发展方向分析

图表：消费者手机品牌选择的敏感度演变过程

图表：2006-2011年全球手机信息收入规模及增长情况

图表：2004-2011年全球GPS手机出货量统计和预测

图表：2007-2012年西欧地区手机付费广告市场收入

图表：2007-2010年美国手机银行用户规模及增长率

图表：2001-2008年中国手机市场规模变化

图表：2008-2012年中国手机市场销量及增长预测

图表：2008年手机渠道变化趋势

图表：2008年中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布

图表：2008年主流品牌关注比例波动幅度对比

图表：2008年中国七大区域手机市场关注比例分布

图表：2008年Q1-Q4七大区域手机市场关注比例走势对比

图表：2007-2008年手机品牌区域格局

图表：2008年Q1-Q4音乐手机市场关注比例走势

图表：2008年中国市场不同价位音乐手机关注比例分布

图表：2008年Q1-Q4智能手机市场关注比例走势

图表：2008年中国市场不同价位智能手机关注比例分布

图表：2008年中国市场不同像素拍照手机关注比例分布

图表；2008年中国市场不同价位手机关注比例分布

图表：2008年不同价位区间手机关注比例波动幅度对比

图表：2008年中国手机市场价格指数走势

图表：2008年中国音乐手机与智能手机市场价格指数走势

图表：2008年1月至12月中国手机市场产品均价走势

图表：2008年1-12月中国市场音乐手机与智能手机均价走势对比

图表：2008年音乐手机与智能手机产品均价对比

图表：2008年主流像素手机产品均价对比

图表：2008年中国市场十大手机品牌产品均价对比

图表：2008年诺基亚最受关注产品线及产品数量分布

图表：2008年诺基亚不同像素产品分布对比

图表：2008年诺基亚不同价位区间产品分布对比

图表：2008年索尼爱立信最受关注产品线及产品数量分布

图表：2008年索尼爱立信不同像素手机数量分布

图表：2008年索尼爱立信不同价位手机数量分布

图表：2008年摩托罗拉不同像素产品数量分布

图表：2008年摩托罗拉不同价位产品数量分布

图表：2008年三星不同像素产品数量分布

图表：2008年三星不同价位手机数量分布

图表：2008年Q1-Q4四大手机厂商关注比例走势对比

图表：2008年Q1-Q4六大手机厂商关注比例走势对比

图表：2008年Q1-Q4音乐手机与智能手机关注比例走势对比

图表：2008年Q1-Q4不同像素拍照手机关注走势对比

图表：2008年Q1-Q4不同价位区间产品关注比例走势

图表：2008年4季度手机品牌关注度排行

图表：2008年4季度国内外手机品牌关注份额对比

图表：2008年10月十大手机品牌在三大重点城市的关注份额

图表：2008年手机行业指数

图表：2008年4季度手机型号关注度排行

图表：2008年4季度网民最关注的手机产品信息

图表：2008年4季度网民最关注的手机功能

图表：2008年4季度网民最关注的手机娱乐内容

图表：2008年4季度网民搜索手机音乐的常用关键词

图表：2008年4季度网民最关注的手机上网功能

图表：2008年4季度网民检索的手机价位区间

图表：2008年4季度网民搜索手机款式的常用关键词

图表：2008年4季度网民检索三种手机款式所占比例

图表：2008年4季度网民最关注的手机颜色

图表：2008年4季度网民最关注的手机上网功能

图表：2008年4季度网民最关注的网上商城排行

图表：2008年4季度网民最关注的手机产品资讯网站

图表：2008年4季度搜索手机的网民关注的信息类别

图表：2008年4季度国外手机品牌关注份额排行

图表：2008年4季度国内手机品牌关注份额排行

图表：2008年中国手机市场品牌状况调查样本

图表：2008年中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布

图表：2008年中国市场最受用户关注的十大国内手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受用户关注的十大音乐手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受用户关注的十大智能手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受用户关注的十大拍照手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受用户关注的GPS手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受用户关注的双模双待手机品牌排行榜

图表：2008年1-3季度中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布

图表：2008年1-11月入围TOP10的前四大品牌关注比例走势

图表：2008年1-11月入围TOP10的后六大品牌关注比例走势

图表：2008年1-3季度最受用户关注的十大音乐手机品牌分布

图表：2008年1-3季度最受用户关注的十大智能手机品牌分布

图表：2008年1-3季度中国七大区域手机市场关注比例分布

图表：2008年1-11月中国七大区域手机市场关注比例走势

图表：2008年1-3季度华南市场最受用户关注的十大手机品牌分布

图表：2008年1-3季度华东市场最受用户关注的十大手机品牌分布

图表：2008年1-3季度华北市场最受用户关注的十大手机品牌分布

图表：2008年1-3季度音乐手机与智能手机关注比例对比

图表：2008年1-11月音乐手机与智能手机关注比例走势

图表：2008年1-3季度不同像素拍照手机关注比例分布

图表：2008年1-11月主流像素拍照手机关注比例走势

图表：2008年1-3季度不同价位区间手机关注比例分布

图表：2008年1-11月不同价位手机关注比例走势

图表：2008年1-3季度中国手机市场价格指数走势

图表：2008年1-3季度音乐手机与智能手机价格指数走势

图表：2008年1-3季度中国手机市场均价走势

图表：2008年1-3季度音乐手机与智能手机均价走势对比

图表：2008年1-3季度中国手机市场十大品牌产品均价对比

图表：2008年1-3季度音乐手机市场十大品牌产品均价对比

图表：2008年1-3季度智能手机市场十大品牌产品均价对比

图表：1998-2008年国产手机历年来在国内手机市场上的占有率情况

图表：2004-2009年中国手机售后服务产业规模

图表：调查样本的性别分布

图表：调查样本的年龄分布

图表：调查样本的受教育程度分布

图表：调查样本的职业分布

图表：调查样本的收入分布

图表：消费者接受的服务内容分布

图表：消费者对手机售后服务的整体满意度评价分布

图表：消费者对维修质量的满意度评价分布

图表：消费者对维修费用的满意度评价分布

图表：消费者对零配件价格的满意度评价分布

图表：消费者对维修速度的满意度评价分布

图表：四项维修指标调查结果对比

图表：消费者对客服态度的满意度评价分布

图表：消费者对服务网点查找的满意度评价分布

图表：消费者对网点营业时间的满意度评价分布

图表：消费者对网点硬建设施的满意度评价分布

图表：消费者对服务响应时间的满意度评价分布

图表：消费者对服务电话接通的满意度评价分布

图表：六项服务指标调查结果对比

图表：2007-2011年中国手机多媒体芯片市场预测

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

图表：2008年2季度JAVA市场规模

图表：2008年2季度BREW市场规模

图表：2008年第3季度中国JAVA/BREW手机游戏市场规模

图表：2008年第4季度中国手机游戏市场规模

图表：3G手机市场购买潜力调查

图表：用户对3G业务了解状况调查

图表：消费者希望的3G业务调查

图表：2008年1-7月智能手机关注比例走势

图表：2008年7月最受用户关注的十大智能手机品牌分布

图表：2008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

图表：2008年7月不同像素智能手机数量与降价产品数量分布

图表：2008年7月不同像素智能手机关注比例分布

图表：2008年6月与7月不同价位智能手机关注比例对比

图表：2008年6月与7月智能手机价格指数走势对比

图表：2008年7月智能手机市场均价走势

图表：2008年7月九大智能手机厂商产品均价对比

图表：2008年7月九家智能手机厂商月终价格调整对比

图表：2008年7月100万像素智能手机关注排行

图表：2008年7月100万像素智能手机关注排行

图表：2008年7月1000-2000元价位智能手机关注排行

图表：2008年7月2001-3000元价位智能手机关注排行

图表：2008年7月3001-4000元价位智能手机关注排行

图表：2008年1-8月智能手机关注比例走势

图表：2008年8月最受用户关注的十大智能手机品牌分布

图表：2008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

图表：2008年8月不同像素智能手机与降价产品数量分布对比

图表：2008年7月与8月不同像素智能手机关注比例对比

图表：2008年7月与8月不同价位智能手机关注比例对比

图表：2008年7月与8月智能手机价格指数走势对比

图表：2008年8月智能手机市场均价走势

图表：2008年8月主流智能手机厂商产品均价对比

图表：2008年8月主流智能手机厂商月终价格调整对比

图表：2008年8月100万像素智能手机前十位排行

图表：2008年8月200万像素智能手机前十位排行

图表：2008年8月1000-2000元智能手机前十位排行

图表：2008年8月2001-3000元智能手机前十位排行

图表：2008年8月最受用户关注的前十款智能手机排行榜

图表：2008年8月最受用户关注的前十款智能手机报价

图表：2008年1-9月智能手机关注比例走势

图表：2008年9月中国智能手机市场十大厂商关注比例分布

图表：2008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

图表：2008年9月不同像素智能手机与降价产品数量分布对比

图表：2008年8月与9月不同像素智能手机关注比例对比

图表：2008年8月与9月不同价位智能手机关注比例对比

图表：2008年8月与9月智能手机价格指数走势对比

图表：2008年9月智能手机市场均价走势

图表：2008年9月主流智能手机厂商产品均价对比

图表：2008年9月主流智能手机厂商月终价格调整对比

图表：2008年10月降幅最高的前十款智能手机排行榜

图表：2008年10月降幅最高的前十款智能手机分布状况

图表：2008年1月-10月智能手机关注比例走势

图表：2008年9月与10月最受关注的十大智能手机厂商排行榜

图表：2008年9月与10月不同像素智能手机关注比例对比

图表：2008年9月与10月不同价位智能手机关注比例对比

图表：2008年9月与10月智能手机价格指数走势对比

图表：2008年10月智能手机市场均价走势

图表：2008年10月主流智能手机厂商产品均价对比

图表：2008年10月主流智能手机厂商月终价格调整对比

图表：2008年1月-11月智能手机关注比例走势

图表：2008年10月与11月智能手机厂商排行榜对比

图表：2008年9月与10月不同像素智能手机关注比例对比

图表：2008年10月与11月不同价位智能手机关注比例对比

图表：2008年10月与11月智能手机价格指数走势对比

图表：2008年11月智能手机市场均价走势

图表：2008年11月主流智能手机厂商产品均价对比

图表：2008年11月主流智能手机厂商月终价格调整对比

图表：2008年12月最受关注的前十款智能手机排行榜

图表：2008年12月智能手机具体上榜产品主要参数及参考报价状况

图表：2008年1月至10月智能手机产品数量分布

图表：2008年1月至10月智能手机市场均价走势

图表：2008年1月至10月诺基亚智能手机关注比例走势

图表：2008年1月至10月诺基亚智能手机数量占整体智能手机产品数量比重

图表：2005-2008年诺基亚智能手机数量及比重变化

图表：2008年1月至10月诺基亚智能手机数量变化

图表：2008年诺基亚智能手机产品线分布对比

图表：2008年10月不同价位智能手机数量分布

图表：2008年1月至10月诺基亚降价智能手机数量及比重变化

图表：2008年1月-10月诺基亚智能手机市场均价走势

图表：2008年1月-10月诺基亚智能手机月终价格调整幅度对比

图表：2005-2008年智能手机市场比例上升图

图表：2008年智能手机预计所占市场比例图

图表：Phone类，PDA类，dPhone类以及仿iPhone类在基本硬件层面各类的表现

图表：四大手机平台对热门功能的支持情况

图表：2008年12月最受关注的前十款音乐手机排行榜

图表：2008年12月上榜手机产品主要参数及参考报价状况

图表：2008年1-9月音乐手机关注比例走势

图表：2008年9月最受用户关注的十大音乐手机品牌排行榜

图表：2008年9月不同像素音乐手机与降价产品数量分布

图表：2008年8月与9月不同像素音乐手机关注比例分布

图表：2008年8月与9月不同价位音乐手机关注比例对比

图表：2008年8月与9月音乐手机价格指数走势对比

图表：2008年9月音乐手机市场均价走势

图表：2008年9月主流音乐手机厂商产品均价对比

图表：2008年9月主流音乐手机厂商月终价格调整对比

图表：2008年10月降幅最高的前十款音乐手机排行榜

图表：2008年1-10月音乐手机关注比例走势

图表：2008年10月音乐手机市场各大品牌在排行榜上的分布

图表：2008年9月与10月不同像素音乐手机关注比例对比

图表：2008年9月与10月不同价位音乐手机关注比例对比

图表：2008年9月与10月音乐手机市场价格指数走势对比

图表：2008年10月音乐手机市场均价走势监测

图表：2008年10月主流音乐手机厂商产品均价对比

图表：2008年10月主流音乐手机厂商月终价格调整对比

图表：2008年1月-11月音乐手机关注比例走势

图表：2008年11月音乐手机市场各大品牌在排行榜上的分布

图表：2008年10月与11月不同像素音乐手机关注比例对比

图表：2008年10月与11月不同价位音乐手机关注比例对比

图表：2008年10月与11月音乐手机市场价格指数走势对比

图表：2008年11月音乐手机市场均价走势监测

图表：2008年11月主流音乐手机厂商产品均价对比

图表：2008年11月主流音乐手机厂商月终价格调整对比

图表：2008年11月降幅最高的前十款音乐手机排行榜

图表：2008年10月与11月音乐手机降价榜对比图

图表：2008年1月与2月降价手机数量与降价产品比重对比

图表：2008年1月与2月手机市场价格指数走势对比

图表：2008年2月整体手机市场价格指数走势

图表：2008年2月整体手机市场降价TOP10产品

图表：2008年1月与2月音乐手机与智能手机降价产品数量对比

图表：2008年2月音乐手机与智能手机价格指数走势对比

图表：2008年2月音乐手机降价TOP10

图表：2008年2月智能手机降价TOP10

图表：2008年2月不同像素拍照手机降价产品数量分布

图表：2008年2月不同像素拍照手机价格指数走势对比

图表：2008年2月100万像素音乐手机产品降价TOP10

图表：2008年2月200万像素音乐手机产品降价TOP10

图表：2006年1月至2008年10月三大容量MP3关注比例走势

图表：2008年1月至10月主流容量产品关注比例走势

图表：参与音乐手机容量调查的用户分布状况

图表：参与音乐手机容量调查的用户分布比例

图表：各大厂商主流市场销售音乐手机产品数量分布对比

图表：2008年不同价位音乐手机产品数量分布对比

图表：2008年主流厂商音乐手机产品均价对比

图表：2008年主流厂商不同价位产品数量分布对比

图表：2008年7月2000元及以下与2000元以上数码相机关注比例对比

图表：2008年7月2000元内不同像素手机关注比例分布对比

图表：2000元内数码相机与照相手机选择状况调查分布

图表：2001-3000元之间消费者可选择数码相机品牌及产品分布

图表：2008年7月2001-3000元之间不同像素照相手机关注比例对比

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

图表：2008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

图表：2008年7月3001-4000元之间不同像素照相手机关注比例对比

图表：2008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

图表：2007-2008年1季度手机品牌厂出货及市场占有率

图表：苹果iPhone手机的市场前景调查分布

图表：国产手机与国外品牌的综合能力对比

图表：2008年手机品牌关注度对比

图表：2008年1季度中国手机市场环比销售量情况

图表：2008年1季度中国手机市场环比销售额情况

图表：2008年1季度中国手机市场各品牌所占比例

图表：2008年1季度中国手机市场渠道比例分析

图表：2008年2月摩托罗拉在七大区域市场关注比例对比

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/10085.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。