



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年手机设计行业发展 前景分析及投资风险预测报告

一、调研说明

《2009-2012年手机设计行业发展前景分析及投资风险预测报告》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/136670.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

手机设计一般是指软件设计、硬件设计和包括机械结构设计在内的外观设计三大领域。手机设计公司正逐渐地成为手机制造产业价值链中的重要一环。迈入2004年后，中国本土的专业手机设计公司迅速崛起，逐渐取代了韩国和中国台湾的企业，而且，已有部分公司能够提供3G手机的解决方案。自国内3G运营牌照发布后，一场3G品牌广告宣传大战首先为市场预热。中国电信博得市场先机，首推"天翼"品牌，中国移动紧随其后推出"G3"，在沉默中酝酿的联通也终于近日透露其全业务品牌"沃"。铺天盖地的广告宣传，让人觉得眼花缭乱，同时也闻到了一丝这战争背后硝烟弥漫的味道。事实上，3G牌照的发放，各路终端厂商都对3G定制手机投入了百倍热情。在2G时代，由于技术上的落后，让中国的手机制造失去了很多机会，但就3G技术而言，我们几乎和世界处于同步水平。如果能重视手机设计力量，我们就有机会成为真正意义上的手机制造大国。3G到来，移动网络的带宽大幅提高，为众多创新型业务和传统互联网业务移植到手机等移动终端上提供了契机，而这对手机提出了越来越高的要求。与此同时，移动运营商为了避免成为提供信息的通道，逐步介入手机产业并开始主导这个产业。于是，定制手机成为目前手机市场的关键词。

从手机元器件开始到消费者终结，由研发、生产和销售等环节构成完整的手机产业链。手机设计环节从厂商的研发环节独立出来以后，厂商用于生产的手机产品技术方案来源多样化了，一是来源于厂商自有研发部门，二是来源于ODM厂商，三是来源于手机设计公司，四是来源于OEM厂商。手机厂商的四种手机设计来源的上一层都是芯片/模块厂商、操作系统/协议/应用软件公司和其他零部件厂商，但是不同来源的设计方案对这些上游公司的依赖程度不一样，比如早期国内手机设计公司都是利用国外手机设计公司方案做二次开发，因而其与芯片/模块厂商等几乎没有接触，而国外手机设计公司对上游公司的依赖程度就很高。目前，中国市场活跃着60多家国内手机设计公司，这些公司基本都能提供手机完整设计方案，多数公司还能提供无线模块、手机软件系统、平台和应用软件的业务。近年以来，中国市场竞争环境恶化，国产手机的生存和发展危机四起，销量大幅下滑，企业盈利也是每况愈下；此外，随着国家对手机行业不规范行为治理的深入，大量的"野品牌"和黑手机也会逐渐淡出市场，因而使以国产手机厂商为主要业务的国内手机设计公司也面临着新的危机。手机普及率已很高，消费者对新功能和高配置产品有很高的依赖程度，产品更新换代周期明显缩小；手机市场竞争环境日益严峻，品牌厂商依靠新机型打击竞争对手、取得较高利润和推动消费需求更新。庞大的市场需求和现实的竞争环境，使中国手机市场新推产品数量逐年上升，中国手机设计业的规模还会继续扩大。中国3G市场给手机厂商带来商机，巨大的换机需求也给手机设计业描绘了美好蓝图，设计公司3G手机研发和设计已积累了一定的经验，已比2G手机站在更

高的起点上。但由于3G研发要投入大量的人力和财力，一般的手机设计公司出于资金实力和风险考虑都没有积极进行3G手机的研发，只有实力较强的国外手机公司和ODM代工厂商重点投入3G手机的研发，因而3G时代手机的研发和设计上他们仍然会处于领先地位，设计公司仍没有先入为主的优势。对于手机设计公司来讲，一边是诱人的蛋糕，一边是发展的瓶颈，手机设计公司必须权衡利弊，规划好公司的发展策略。

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、国家工业和信息化部、TD-SCDMA产业联盟、易观国际，中关村在线调研中心，国内外相关刊物杂志的基础信息以及手机设计科研单位等公布和提供的大量资料，结合手机设计相关企业和终端市场的实地调查，对我国手机设计行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了手机设计行业的前景与风险。报告揭示了手机设计市场潜在需求与潜在机会，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 发展现状与前景分析

第一章 全球手机设计行业发展分析

第一节 2008-2009年世界手机设计产业发展环境分析

一、2008-2009年全球经济发展情况分析

二、2008-2009年发达国家的手机普及率

三、2008-2009年发展中国家手机普及率

四、2008-2009年全球手机品牌的占有率

第二节 2008-2009年世界手机设计产业发展状况分析

一、全球手机设计行业发展状况

二、国际手机设计产业发展比较

三、2008年全球手机设计行业发展情况

四、2009年全球手机设计行业发展情况

第三节 部分国家地区手机存储卡行业发展状况

一、2008-2009年美国手机设计行业发展分析

二、2008-2009年欧洲手机设计行业发展分析

三、2008-2009年日本手机设计行业发展分析

四、2008-2009年韩国手机设计行业发展分析

第二章 我国手机设计行业发展现状

第一节 手机设计行业发展概况

- 一、手机设计行业概况
- 二、国产手机厂商设计能力分析
- 三、中国手机设计公司问题分析
- 四、中国手机设计公司机遇和挑战分析

第二节 手机设计行业发展现状分析

- 一、手机设计产业链发展现状及出路分析
- 二、3G时代手机设计行业发展机会分析
- 三、手机研发设计公司突围策略

第三节 TD-SCDMA产业发展分析

- 一、TD-SCDMA产业发展历程
- 二、TD-SCDMA产业发展分析
- 三、政府对TD-SCDMA产业支持分析

第四节 TD-SCDMA产业联盟

- 一、TD-SCDMA产业联盟简介
- 二、中移动与TD-SCDMA产业联盟合作分析
- 三、TD联盟拟出台反恶性竞争规定

第三章 手机设计平台分析

第一节 手机设计硬件平台分析

- 一、2008-2009年手机芯片市场格局
- 二、2008年中国手机芯片市场回顾
- 三、2009年中国手机芯片市场分析
- 四、2009-2010年手机芯片需求预测
- 五、2009-2012年手机芯片发展趋势

第二节 手机软件及操作系统分析

- 一、2008年手机应用软件行业发展现状
- 二、2008年手机软件商店利益竞争状况
- 三、2008年手机软件标准现状分析
- 四、2009年手机软件市场竞争分析
- 五、2009-2012年手机软件发展趋势

第四章 手机行业发展分析

第一节 2008年中国手机行业发展状况

- 一、2008年手机行业发展状况分析
- 二、2008年我国移动电话机产量统计
- 三、2008年度手机行业质量问题分析
- 四、2008年中国手机售后服务调查

第二节 2008-2009年手机用户研究分析

- 一、用户特征概括
- 二、用户特征研究
- 三、用户上网行为研究
- 四、主流品牌用户特征研究

第三节 2008年中国手机市场热门机型分析

- 一、市场概述与主要结论
- 二、热门机型现状与特征
- 三、热门机型产品结构特征
- 四、主流厂商热门机型分析
- 五、热门机型演变趋势分析

第四节 2008-2009年中国手机市场季度分析

- 一、2008年第1季度中国手机市场分析
- 二、2008年第2季度中国手机市场分析
- 三、2008年第3季度中国手机市场分析
- 四、2008年第4季度中国手机市场分析
- 五、2009年第1季度中国手机市场分析
- 六、2009年第2季度中国手机市场分析

第五章 中国手机设计行业区域市场分析

第一节 2009年华北地区手机设计行业分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场规模情况分析
- 三、2009-2012年市场需求情况分析
- 四、2009-2012年行业发展前景预测
- 五、2009-2012年行业投资风险预测

第二节 2009年东北地区手机设计行业分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第三节 2009年华东地区手机设计行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第四节 2009年华南地区手机设计行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第五节 2009年华中地区手机设计行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第六节 2009年西南地区手机设计行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第七节 2009年西北地区手机设计行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第六章 手机设计行业投资与发展前景分析

第一节 2009年上半年手机设计行业投资情况分析

一、2009年上半年总体投资结构

二、2009年上半年投资规模情况

三、2009年上半年投资增速情况

四、2009年上半年分行业投资分析

五、2009年上半年分地区投资分析

第二节 手机设计行业投资机会分析

一、手机设计投资项目分析

二、可以投资的手机设计模式

三、2009年手机设计投资机会

四、2009年手机设计细分行业投资机会

五、2009年手机设计投资新方向

第三节 手机设计行业发展前景分析

一、手机设计市场发展前景分析

二、我国手机设计市场蕴藏的商机

三、金融危机下手机设计市场的发展前景

四、2009年手机设计市场面临的发展商机

五、2009-2012年手机设计市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 手机设计行业竞争格局分析

第一节 手机设计行业集中度分析

一、手机设计市场集中度分析

二、手机设计企业集中度分析

三、手机设计区域集中度分析

第二节 手机设计行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 手机设计行业竞争格局分析

一、2008年手机设计行业竞争分析

二、2008年中外手机设计产品竞争分析

三、2008-2009年国内外手机设计竞争分析

四、2008-2009年我国手机设计市场竞争分析

五、2008-2009年我国手机设计市场集中度分析

六、2009-2012年国内主要手机设计企业动向

第八章 2009-2012年中国手机设计行业发展形势分析

第一节 手机设计行业发展概况

一、手机设计行业发展特点分析

二、手机设计行业投资现状分析

三、手机设计行业总产值分析

四、手机设计行业技术发展分析

第二节 2008-2009年手机设计行业市场情况分析

一、手机设计行业市场发展分析

二、手机设计市场存在的问题

三、手机设计市场规模分析

第三节 2008-2009年手机设计产销状况分析

一、手机设计产量分析

二、手机设计产能分析

三、手机设计市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国手机设计行业整体运行指标分析

第一节 2009年中国手机设计行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2009年中国家电行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2009年年中国手机设计行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 手机设计行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2008-2009年手机设计原材料价格走势

二、2008-2009年手机设计行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

一、2008-2009年家电行业产销情况

二、2008-2009年家电行业库存情况

三、2008-2009年手机设计行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

一、2008-2009年手机设计行业价格走势

二、2008-2009年手机设计行业营业收入情况

三、2008-2009年手机设计行业毛利率情况

四、2008-2009年手机设计行业赢利能力

五、2008-2009年手机设计行业赢利水平

六、2009-2012年手机设计行业赢利预测

第十一章 手机设计行业盈利能力分析

第一节 2009年中国手机设计行业利润总额分析

一、利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2009年中国手机设计行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2009年中国手机设计行业总资产利润率分析

一、总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率比较分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2009年中国手机设计行业产值利税率分析

一、产值利税率分析

二、不同规模企业产值利税率比较分析

三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十二章 手机设计总体方案提供商竞争分析

第一节 Techfaith（德信无线）

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第二节 晨讯科技集团有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第三节 宇龙计算机通信科技（深圳）有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第四节 大唐电信科技股份有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第五节 其他手机设计总体方案提供商

一、上海禹华通信技术有限公司

二、经纬科技有限公司

三、上海毅仁信息科技有限公司

四、深圳埃立特通讯设备集团有限公司

五、深圳金立通信设备有限公司

六、深圳友利通电子有限公司

七、Z-OBEE集团

八、龙旗集团有限公司

九、厦门市恒信网元通信技术有限公司

十、浙江华立通信集团有限公司

第十三章 手机设计模块提供商竞争分析

第一节 模块提供商

一、上海展讯通信有限公司

二、北高智科技有限公司

第二节 工业设计和外观设计厂商

一、上海意岭产品设计有限公司

二、上海木马工业设计有限公司

三、上海龙域设计公司

四、上海广辰工业设计有限公司

五、创宇国际股份有限公司

第十四章 全球著名手机设计厂商竞争分析

第一节 韩国手机厂商

一、BELLWAVE（贝尔威夫）

二、INNOSTREAM

第二节 Flextronics（伟创力）

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第三节 IDEO公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第四节 SAGEM（法国）

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十五章 手机设计行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 手机设计行业投资效益分析

一、2009年手机设计行业投资状况分析

二、2009年手机设计行业投资效益分析

三、2009-2012年手机设计行业投资方向

四、2009-2012年手机设计行业投资建议

第四节 手机设计行业投资策略研究

一、2008年手机设计行业投资策略

二、2009年手机设计行业投资策略

三、2009-2012年手机设计行业投资策略

四、2009-2012年手机设计细分行业投资策略

第十六章 手机设计行业投资风险预警

第一节 影响手机设计行业发展的主要因素

一、2009年影响手机设计行业运行的有利因素

二、2009年影响手机设计行业运行的稳定因素

三、2009年影响手机设计行业运行的不利因素

四、2009年我国手机设计行业发展面临的挑战

五、2009年我国手机设计行业发展面临的机遇

第二节 手机设计行业投资风险预警

一、2009-2012年手机设计行业市场风险预测

二、2009-2012年手机设计行业政策风险预测

三、2009-2012年手机设计行业经营风险预测

四、2009-2012年手机设计行业技术风险预测

五、2009-2012年手机设计行业竞争风险预测

六、2009-2012年手机设计行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十七章 手机设计行业发展趋势分析

第一节 手机设计研发趋势分析

一、手机设计研究开发新趋势

二、手机设计主要品种发展趋势

第二节 手机设计趋势分析

一、下一代手机功能设计趋势

二、下一代多媒体手机对差异化设计的要求

三、智能无线整合对手机设计发展影响分析

第三节 手机软件发展趋势分析

一、手机后装应用软件主流趋势

二、手机平台统一趋势

三、手机浏览器发展趋势

四、web2.0向手机的战略转移趋势

五、新网络软件技术发展趋势

第四节 2009-2012年手机设计行业规划建议

一、手机设计行业"十一五"整体规划

二、手机设计行业"十一五"发展预测

三、2009-2012年手机设计行业规划建议

第十八章 手机设计企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、手机设计价格策略分析

二、手机设计渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高手机设计企业竞争力的策略

一、提高中国手机设计企业核心竞争力的对策

二、手机设计企业提升竞争力的主要方向

三、影响手机设计企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高手机设计企业竞争力的策略

第四节 对我国手机设计品牌的战略思考

一、手机设计实施品牌战略的意义

二、手机设计企业品牌的现状分析

三、我国手机设计企业的品牌战略

四、手机设计品牌战略管理的策略

图表目录

图表：手机设计产业的价值链

图表：手机设计产业与其他产业的关系

图表：手机设计的三大特点

图表：手机设计行业链结构图

图表：2003-2008年中国手机设计公司手机出货量及增长率

图表：2003-2008年手机设计行业平均利润率变化

图表：手机电路组成图

图表：数字手机设计原理图

图表：手机供电系统图

图表：2008年手机行业搜索指数

图表：2008年整体手机产品均价月度变化

图表：2008年手机品牌总体关注度排行

图表：2008年十大手机品牌产品全年均价

图表：2008年主流手机品牌关注度占比季度变化（Top1-4）

图表：2008年主流手机品牌关注度占比季度变化（Top5-10）

图表：2008年十大上升最快手机品牌

图表：2008年国内外手机品牌关注度对比

图表：2008年手机型号关注度总体排行

图表：2008年十大手机型号全年均价

图表：2008年新上市手机关注度排行

图表：2008年网民关注的手机功能

图表：2008年网民关注的手机功能变化

图表：2008年不同像素手机产品均价月度变化

图表：2008年音乐、智能手机产品均价月度变化

图表：2008年智能手机网民最关注的品牌

图表：2008年音乐手机网民最关注的品牌

图表：2008年网民关注的手机款式

图表：2008年网民关注的手机款式变化

图表：2008年网民关注的手机颜色

图表：2008年手机网民的省份分布

图表：2008年手机网民的地域分布（城市级别）

图表：2008年手机网民的兴趣爱好

图表：2008年智能/音乐手机网民的偏好对比

图表：2008年1-12月移动电话机产量全国统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量北京市统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量天津市统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量内蒙古区统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量辽宁省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量吉林省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量上海市统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量江苏省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量浙江省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量福建省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量江西省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量山东省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量湖北省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量广东省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量广西区统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量重庆市统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量四川省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量贵州省统计

图表：2006-2008年手机行业投诉量对比

图表：2007-2008年手机行业月度投诉量对比分析

图表：2008年手机行业投诉主要来源图

图表：2007年手机行业投诉主要来源图

图表：2008年手机行业投诉主要问题明细图

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

图表：2008年手机行业投诉屏显故障投诉量排名前五品牌

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

图表：2008年手机行业投诉信号差问题投诉量排名前三品牌

图表：2008年诺基亚N73信号差问题月投诉趋势

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

图表：2008年手机行业投诉多次维修投诉量排名前五品牌

图表：2008年手机行业投诉维修时间长投诉量排名前五品牌

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

图表：2008年手机行业投诉量排名前十卖场

图表：2008年手机行业投诉解决时效分析

图表：2008年手机行业投诉受理结果分析

图表：2008年手机行业投诉量排名

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：2008年手机行业搜索指数

图表：2008年手机品牌总体关注度排行

图表：2008年中国手机用户性别分布

图表：2008年中国手机用户年龄分布

图表：2008年中国手机用户所在区域分布

图表：2008年中国手机用户城乡分布

图表：2008年中国手机用户婚姻状况分布

图表：2008年中国手机用户个人月收入分布

图表：2008年中国手机用户家庭月收入分布

图表：2008年中国手机用户受教育程度分布

图表：2008年中国手机用户所在行业分布

图表：2008年中国手机用户所在单位人员规模分布

图表：2008年中国手机用户所在单位年产值规模分布

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——音乐

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——电影

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——电视

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——游戏

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——阅读

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——艺术

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——体育

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——购物

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——旅游出行

图表：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——线路信息

图表：2008年中国手机用户上网地点分布

图表：2008年对中国手机用户最具吸引力的广告形式分布

图表：2008年中国手机用户网络广告点击行为分布

图表：2008年Q2手机功能关注度排行

图表：2008年主流品牌手机用户年龄分布对比

图表：2008年主流品牌手机用户个人月收入分布对比

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——音乐

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——电影

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——电视

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——游戏

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——阅读

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——艺术

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——体育

图表：2008年主流品牌手机用户兴趣爱好分布对比——购物

图表：2008年中国手机市场百款热门机型上市时间分布

图表：2008年百款热门机型中不同品牌上榜产品数量分布

图表：2008年中国手机市场百款热门机型品牌关注度分布

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

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

图表：2008年百款热门机型中不同价格区间产品数量分布

图表：2008年百款热门机型不同价格区间产品关注度分布

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

图表：2008年百款热门机型均价与整体市场均价对比

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

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

图表：2008年百款热门机型中不同设计类型产品数量分布

图表：2008年百款热门机型不同设计类型产品关注度分布

图表：2008年百款热门机型中不同功能产品关注度分布

图表：2008年百款热门机型中不同像素产品数量分布

图表：2008年百款热门机型中主流像素产品关注度分布

图表：2008年百款热门机型中不同屏幕色彩产品关注度分布

图表：2008年百款热门机型中不同尺寸产品关注度分布

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

图表：2008年诺基亚热门机型产品线分布

图表：2008年诺基亚不同像素及价格区间产品数量分布

图表：2008年诺基亚不同功能热门机型产品数量分布

图表：2008年索尼爱立信热门机型产品线分布

图表：2008年索尼爱立信不同像素及价格区间产品数量分布

图表：2008年索尼爱立信不同功能的热门机型产品数量分布

图表：三星热门机型产品线分布

图表：2008年三星不同像素及价格区间产品数量分布

图表：2008年三星不同功能热门机型产品数量分布

图表：2008-2009年未来手机新兴功能调查

图表：2008-2009年中国手机销售业绩最好的区域

图表：2008-2009年手机关注度调查

图表：2008-2009年手机价格区间调查

图表：2008-2009年手机使用年限调查

图表：2008-2009年智能手机系统调查

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

图表：2008年1月-3月入围TOP10的前四大品牌关注比例走势

图表：2008年1月-3月入围TOP10的后六大品牌关注比例走势

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

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

图表：2008年第1季度中国七大区域手机市场关注比例分布

图表：2008年1月-3月中国七大区域手机市场关注比例走势

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

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

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

图表：2008年第1季度音乐手机与智能手机关注比例对比

图表：2008年1月-3月音乐手机与智能手机关注比例走势

图表：2008年第1季度不同像素拍照手机关注比例分布

图表：2008年1月-3月主流像素拍照手机关注比例走势

图表：2008年第1季度不同价位区间手机关注比例分布

图表：2008年1月-3月不同价位手机关注比例走势

图表：2008年第1季度中国手机市场价格指数走势

图表：2008年第1季度音乐手机与智能手机价格指数走势

图表：2008年第1季度中国手机市场均价走势

图表：2008年第1季度音乐手机与智能手机均价走势对比

图表：2008年第1季度中国手机市场十大品牌产品均价对比

图表：2008年第1季度音乐手机市场十大品牌产品均价对比

图表：2008年第1季度智能手机市场十大品牌产品均价对比

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

图表：2008年4月-6月TOP10前四大品牌关注比例走势

图表：2008年4月-6月TOP5-TOP10六大品牌关注比例走势

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

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

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

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

图表：2008年第2季度中国七大区域手机市场关注比例分布

图表：2008年4月-6月中国七大区域手机市场关注走势

图表：2008年第2季度七大区域市场主流品牌格局分布

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

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

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

图表：2008年第2季度音乐手机与智能手机关注比例对比

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

图表：2008年第2季度不同像素拍照手机关注比例分布

图表：2008年4月-6月不同像素拍照手机关注比例走势对比

图表：2008年第2季度不同价位区间手机关注比例分布

图表：2008年4月-6月不同价位区间手机关注比例走势

图表：2008年第2季度不同设计类型手机关注比例分布

图表：2008年第2季度整体手机市场价格指数走势

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

图表：2008年第2季度主流像素拍照手机价格指数走势对比

图表：2008年4月-6月整体手机市场均价走势

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

图表：2008年4月-6月主流像素拍照手机均价走势对比

图表：2008年第2季度中国手机市场主流品牌产品均价对比

图表：2008年第2季度音乐手机市场主流品牌产品均价对比

图表：2008年第2季度智能手机市场主流品牌产品均价对比

图表：2008年第2季度200万像素拍照手机市场产品均价对比

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

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

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

图表：2008年7月-9月TOP10前四大品牌关注比例走势

图表：2008年7月-9月TOP5-TOP10六大品牌关注比例走势

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

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

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

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

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

图表：2008年7月-9月七大区域手机市场用户关注比例走势

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

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

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

图表：2008年第3季度诺基亚用户关注度最高的15大地区

图表：2008年第3季度三星用户关注度分布最高的15大地区

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

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

图表：2008年第3季度音乐手机与智能手机关注比例分布

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

图表：2008年第3季度不同像素手机关注比例分布

图表：2008年7月-9月不同像素手机关注比例走势

图表：2008年第3季度不同价位区间手机关注比例分布

图表：2008年7月-9月不同价位手机关注比例走势

图表：2008年第3季度整体手机市场价格指数走势

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

图表：2008年第3季度主流像素拍照手机价格指数走势对比

图表：2008年第3季度整体手机市场均价走势

图表：2008年第3季度音乐手机与智能手机均价走势对比

图表：2008年第3季度主流像素拍照手机均价走势对比

图表：2008年第3季度主流厂商产品均价对比

图表：2008年第3季度主流厂商产品均价调整幅度对比

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

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

图表：2008年10月-12月TOP10前四大品牌关注比例走势

图表：2008年10月-12月TOP5-TOP10六大品牌关注比例走势

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

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

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

图表：2008年10月-12月七大区域手机市场用户关注比例走势

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

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

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

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

图表：2008年第4季度诺基亚关注度最高的15大地区分布

图表：2008年第4季度三星用户关注度分布最高的15大地区

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

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

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

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

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

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

图表：2008年Q3与Q4音乐手机和智能手机关注比例分布

图表：2008年10月-12月不同特征手机用户关注比例走势对比

图表：2008年Q3与Q4不同像素手机关注比例对比

图表：2008年10月-12月不同像素手机关注比例走势

图表：2008年Q3与Q4不同价位区间手机关注比例分布

图表：2008年10月-12月不同价位手机关注比例走势

图表：2008年第4季度整体手机市场价格指数走势

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

图表：2008年第4季度主流像素拍照手机价格指数走势对比

图表：2008年第4季度整体手机市场均价走势

图表：2008年第4季度音乐手机与智能手机均价走势对比

图表：2008年第4季度主流像素拍照手机均价走势对比

图表：2008年第4季度主流厂商产品均价对比

图表：2008年第4季度主流厂商产品均价调整对比

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

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。

图表：2008年9月与10月不同类型手机关注比例对比

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

图表：2008年10月不同价位手机关注比例分布

图表：2008年9月与10月不同价位区间手机关注比例对比

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月不同价位智能手机关注比例对比

图表：2008年10月不同像素拍照手机关注比例分布

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

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

图表：2008年10月与11月十大品牌关注比例变化对比状况

图表：2008年10月与11月不同类型手机关注比例对比

图表：2008年11月不同价位手机关注比例分布

图表：2008年10月与11月不同价位区间手机关注比例对比

图表：2008年11月不同像素拍照手机关注比例分布

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

图表：2008年10月与11月整体手机市场价格指数走势对比

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

图表：2008年11月整体手机市场均价走势

图表：2008年11月音乐手机与智能手机价格指数走势对比

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

图表：2008年11月音乐手机与智能手机产品均价走势对比

图表：2008年11月主流像素拍照手机价格指数走势对比

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

图表：2008年11月主流向苏拍照手机产品均价走势对比

图表：2008年11月降价产品数量最多的十大厂商分布

图表：2008年11月主流厂商手机产品均价对比

图表：2008年11月音乐手机市场主流品牌产品均价对比

图表：2008年11月智能手机市场主流品牌产品均价对比

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

图表：2008年11月与12月十大品牌排行榜对比状况

图表：2008年11月与12月不同类型手机关注比例对比

图表：2008年12月不同功能机型消费者关注的十大品牌分布

图表：2008年12月不同价位手机关注比例分布

图表：2008年11月与12月不同价位区间手机关注比例对比

图表：2008年12月不同像素拍照手机关注比例分布

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

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

图表：2009年1月不同类型手机关注比例对比

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

图表：2009年1月最受关注的前十款音乐手机

图表：2009年1月最受关注的前十款智能手机

图表：2009年1月最受关注的前十款3G手机

图表：2009年1月不同价位手机关注比例分布

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

图表：2009年1月最受关注的前十款1000-2000元手机

图表：2009年1月最受关注的前十款2001-3000元手机

图表：2009年1月整体手机市场价格指数走势

图表：2009年1月整体手机市场均价走势

图表：2009年1月音乐手机与智能手机价格指数走势对比

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

图表：2009年1月音乐手机与智能手机产品均价走势对比

图表：2009年1月主流像素拍照手机价格指数走势对比

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

图表：2009年1月主流像素拍照手机产品均价走势对比

图表：2009年1月降价产品数量最多的十大厂商分布

图表：2009年1月主流厂商手机产品均价对比

图表：2009年1月整体市场降幅最高的前十款手机

图表：2009年1月整体市场降幅最高的前十款音乐手机

图表：2009年1月整体市场降幅最高的前十款智能手机

图表：2009年2月最受用户关注的手机品牌分布图

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

图表：2009年2月中国手机市场用户不同价位关注分布图

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

图表：2009年2月最受用户关注的手机像素分布图

图表：2009年2月主流像素手机品牌关注排行对比表

图表：2008年最受用户关注的十大3G手机品牌分布

图表：2008年最受用户关注的主流WCDMA手机品牌分布

图表：2008年最受用户关注的主流TD-CDMA手机品牌分布

图表：2008年WCDMA与TD-SCDMA手机关注对比

图表：2008年用户关注的WCDMA与TD-SCDMA手机数量对比

图表：2008年1月-11月TD-SCDMA手机用户关注比例走势

图表：2008年中国十大城市TD基站建设状况

图表：2008年系统设备商市场分布状况

图表：WCDMA与TD两大标准主要参数对比

图表：2008年不同价位WCDMA与TD-SCDMA手机关注对比

图表：2008年用户关注度最高的前五款WCDMA与TD手机

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年上半年不同操作系统智能手机在中国市场的分布状况

图表：2008年1-6月中国智能手机市场用户关注比例走势

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

图表：单款产品贡献率最高的前十大智能手机厂商

图表：不同功能产品数量比例与关注比例分布

图表：不同价位区间智能手机关注度分布

图表：不同价位区间单款产品关注度贡献值

图表：不同像素手机关注比例与数量分布比例对比

图表：不同像素手机单款产品关注度贡献值

图表：不同设计类型智能手机产品数量分布状况

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

图表：2007年1月-2008年6月高像素拍照手机关注比例走势

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

图表：2008年上半年高像素手机上市新品数量分布状况

图表：2008年上半年高像素拍照手机在新品中的比重

图表：不同价位区间高像素拍照手机分布状况

图表：音乐手机与智能手机产品数量分布状况

图表：十大厂商高像素拍照手机数量分布状况

图表：主流厂商不同价位高像素拍照手机产品数量分布

图表：三星高像素拍照手机数量分布状况

图表：索尼爱立信高像素拍照手机产品线分布状况

图表：诺基亚高像素拍照手机产品线分布状况

图表：调查对象性别分布

图表：调查对象年龄分布

图表：调查对象月收入分布状况

图表：调查对象对电视手机的认识时间调查分布

图表：调查对象对手机电视的标准认知度分布

图表：调查对象平时喜爱的电视节目内容分布

图表：调查对象用手机看电视节目的时间分布

图表：调查对象用手机看电视的时间长度分布

图表：调查对象接受的资费支付方式分布

图表：调查对象对电视手机发展前景的看法分布

图表：调查对象未来是否会购买电视手机的分布状况

图表：调查对象认为制约电视手机发展的主要因素分布

图表：调查对象对产品方面的关注分布状况

图表：被调查者性别分布对比

图表：被调查者不同年龄段分布对比

图表：被调查者受教育程度分布比例

图表：被调查者不同职业分布比例

图表：被调查者不同收入分布比例

图表：样本区域分布状况

图表：被调查者是否拥有手机

图表：被调查者不同品牌手机分布比例

图表：被调查者手机主要用途调查

图表：被调查者是否用手机玩过游戏

图表：被调查者玩游戏手机的频率

图表：每次玩手机游戏大约花费的时间

图表：用手机玩游戏的场合

图表：手机游戏的操作平台调查

图表：玩游戏过程中关注性能调查

图表：手机游戏内容的主要来源

图表：喜欢手机内置游戏还是下载游戏调查

图表:手机内置游戏的种类调查

图表：用户喜欢的内置游戏种类调查

图表：消费者喜欢的非手机内置游戏调查

图表：主流年龄段用户拥有手机状况对比

图表：使用手机情况对比

图表：对内置游戏与非内置游戏的态度对比

图表：喜欢的内置游戏对比

图表：喜欢的非内置游戏对比

图表：不同年龄段用户玩手机游戏过程中关注方面对比

图表：被调查者是否有购买手机计划

图表：对游戏手机市场前景的看法调查

图表：阻碍游戏手机市场发展因素调查

图表：潜在用户可接受价位调查

图表：计划购买游戏手机的用户品牌选择调查

图表：主流厂商预购率与实际分布比例对比

图表：希望购买的游戏手机具有什么特征调查

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

图表：主流年龄段用户对七大品牌的预购率调查对比

图表：主流年龄段用户希望游戏手机具有的特征对比

图表：2008年1月-4月2000元及以下手机关注比例走势

图表：2000元以上与以下产品数量分布比例对比

图表：2000元及以下手机产品数量分布

图表：2000元及以下不同像素手机数量分布对比

图表：2000元及以下不同像素手机关注比例分布对比

图表：2000元及以下音乐手机与智能手机数量分布对比

图表：2000元及以下音乐手机与智能手机关注比例对比

图表：2000元及以下最受用户关注的15大手机品牌分布

图表：十大厂商2000元以内产品数量分布对比

图表：十大厂商2000元及以下产品占各自产品线的比例对比

图表：TOP1-TOP5五大厂商2000元及以下不同像素产品分布

图表：TOP6-TOP10五大厂商2000元及以下不同像素产品分布

图表：诺基亚不同系列产品分布状况

图表：索尼爱立信不同系列产品分布状况

图表：三星不同系列产品分布状况

图表：摩托罗拉不同系列产品分布状况

图表：联想不同系列产品分布状况

图表：苹果iPhone手机的市场前景调查分布

图表：2008年中国手机市场进行品牌关注调查样本

图表：2008年中国市场最受用户关注的15大手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受用户关注的15大手机品牌排行榜

图表：2008年与2007年最受用户关注的十大手机品牌排名对比

图表：2008年Q1-Q4诺基亚关注比例走势

图表：2008年Q1-Q4五大手机品牌关注比例走势

图表：2008年Q2诺基亚与其他手机品牌的搜索人群重合度

图表：2008年Q2三星与其他手机品牌的搜索人群重合度

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

图表：2008年中国市场最受关注的十大国产手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受关注的十大智能手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受关注的多媒体手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受关注的十大CDMA手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受关注的十大3G手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受关注的十大平民手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受关注的十大GPS手机品牌排行榜

图表：2008年中国市场最受关注的十大双卡手机品牌排行榜

图表：国产手机与国外品牌的综合能力对比

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/136670.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。