



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国手机设计市场 监测及投资前景分析报告

一、调研说明

《2015-2020年中国手机设计市场监测及投资前景分析报告》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/253146.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 行业发展分析

第一章 手机设计发展概况 1

第一节 手机设计的定义与特点 1

一、手机设计的定义 1

二、手机设计的特点 1

第二节 手机设计与制造过程 4

一、手机设计的工作流程简述 4

二、手机的设计流程 6

三、手机测试项目 8

第二章 中国手机设计产业现状 11

第一节 手机设计行业发展分析 11

一、手机设计行业现状 11

二、我国手机设计水平分析 13

三、手机设计行业风向 14

四、手机设计利润分析 16

五、手机设计行业发展策略分析 17

第二节 手机设计公司现状 20

一、大陆手机设计公司现状 20

二、2014年手机设计公司市场环境分析 20

三、手机设计公司寻求新型器件 22

四、手机设计公司发展策略分析 25

第三节 手机设计技术的最新动态 27

一、在TD-SCDMA手机设计中满足T3R4的要求 27

二、单芯片45纳米多模解决方案 29

三、4通道多点LVDS收发器DS91M040 30

四、LTE芯片开发情况 31

五、微型滤波器降低音乐手机蜂窝噪声 32

六、手机PCB抄板线距趋势的发展方向 33

七、生活细节 对手机设计的影响分析 34

第二部分 手机行业分析

第三章 手机行业发展分析及预测	38
第一节 2014年中国手机市场分析	38
一、2014年中国手机市场回顾	38
二、2014年移动电话机产量分析	41
三、2014年通信设备制造销售收入前十家企业	48
第二节 2014年中国手机市场发展结构分析	49
一、市场概述及主要观点	50
二、品牌结构分析	52
三、区域结构分析	59
四、产品结构分析	68
五、价格走势研究	73
第三节 2014年中国手机售后服务产业发展情况	80
一、2014年中国手机售后服务产业发展现状与趋势	80
二、手机售后服务专业化趋势逐渐增强	86
三、2014年中国手机用户售后服务满意度调查	88
第四节 2014年中国手机市场用户调查分析	104
一、基本特征	104
二、消费能力	109
三、工作信息	112
四、兴趣爱好	114
五、研究结论	123
第五节 手机市场发展趋势及预测	125
一、中国手机市场未来的增长点分析	125
二、手机产业发展特点及趋势	127
三、TD产业现状及未来展望	134
四、2014年GPS手机市场回顾	139
五、2014年全球无线通信市场五大趋势预测	144
六、2010-2012年中国电视手机市场市场规模预测	149
第三部分 产业链及企业分析	
第四章 手机设计硬件平台分析	150
第一节 手机硬件市场概况	150
一、三星开发WiMax和LTE手机芯片	150

二、联发科展讯投身CMMB手机芯片	151
三、手机电池标准制定缓慢	152
四、手机芯片市场格局分析	154
五、智能手机电源管理芯片走向集成	158
六、TD-SCDMA手机芯片存在的问题	161
七、LDO在手机设计中的应用	162
第二节 QUALCOMM（高通）	164
一、公司简介	164
二、2013年高通携手宇达电	165
三、2013年高通的热门技术分析	165
四、高通停止对下一代超移动宽带（UMB）无线技术的研发	167
五、2014年高通财务状况	171
第三节 TI（德州仪器）	172
一、公司简介	172
二、德州仪器推出新型RS-485收发器	173
三、2013年德州仪器经营状况	173
四、2014年经营状况分析	174
第四节 飞思卡尔	175
一、公司简介	175
二、飞思卡尔与索尼合作	176
三、迈凯轮、飞思卡尔半导体共同研发KERS	177
四、飞思卡尔2014年中期将推出新手机芯片	178
第五节 爱立信公司	179
一、公司简介	179
二、索尼爱立信新品台湾布局	180
三、爱立信新建研发机构情况	181
四、爱立信和Intel的防盗新技术	182
五、索尼爱立信多平台战略遭质疑	182
第六节 Philips（飞利浦）	184
一、公司简介	184
二、飞利浦收购深圳金科威情况	184
三、冠捷科技收购飞利浦显示器业务	187

四、飞利浦09年将主攻医疗 188

第七节 Infineon（英飞凌） 189

一、公司简介 189

二、2009财年第四季度英飞凌财务状况 189

三、英飞凌投资者撤离 191

第八节 Intel（英特尔） 192

一、公司简介 192

二、2013年英特尔的地方渠道策略 194

三、2014年英特尔的中国发展动向 195

四、英特尔启动"英特尔e商路"计划 197

五、英特尔积极走进存储市场 198

第九节 ST（意法半导体） 199

一、意法半导体在中国 199

二、2014年公司经营情况 201

三、意法半导体将关闭旗下意大利工厂 202

四、意法半导体启动中国最大家庭民生计量项目 203

第十节 华为 204

一、公司简介 204

二、2014年华为移动设备部门动向 204

三、2014年华为订单销售额预测 209

四、华为拟2014年三季度在亚太开卖Android手机 210

五、华为公司的不对称竞争战略 211

第十一节 Renesas（瑞萨） 212

一、瑞萨的新中国战略分析 212

二、瑞萨新品的国际化策略 217

三、2013年瑞萨的中国营销布局 217

四、瑞萨向德国企业出售当地半导体前工序工厂 219

五、日本瑞萨将提升在华芯片产能 219

第十二节 Broadcom 220

一、Broadcom交换机芯片方案助中小企业网络 220

二、Broadcom发力新兴市场情况 224

三、博通三季度净利情况 224

四、博通下调第四季财测	225
五、博通收购AMD数字电视芯片业务	225
第五章 手机软件及操作系统	227
第一节 手机软件行业市场发展分析	227
一、手机行业产业链状况	227
二、手机应用软件行业分析	230
三、手机软件市场新格局	234
四、国产手机软件商机遇分析	237
五、手机安全软件市场发展状况及前景	239
六、手机杀毒软件市场商机分析	240
第二节 手机软件平台分析	241
一、Java	241
二、Brew	242
三、.NET	242
第三节 Windows Mobile	243
一、Windows Mobile之基本介绍篇	243
二、2013年Windows Mobile智能手机回顾与展望	244
三、微软调整Windows Mobile战略状况	250
四、Windows Mobile 7平台09年发布	252
第四节 Linux OS	252
一、Linux手机操作系统介绍	252
二、Linux发展前景分析	253
三、Verizon携手Mozilla 力挺Linux手机软件平台	255
四、诺基亚携手Linux	257
五、2015年Linux手机操作系统市场份额预测	257
第五节 部分其它手机OS开发商	258
一、移软科技有限公司	258
二、凯思昊鹏软件工程有限公司	258
三、科银京成技术公司	260
四、普天慧讯公司	260
五、深圳微逻辑电子有限公司	261
六、风河系统公司 (WindRiver)	261

第六节 手机软件开发商 262

- 一、汉王科技股份有限公司 262
- 二、字源软件技术有限公司 262
- 三、南宁活码软件有限公司 262
- 四、特捷通讯公司（Tegic） 263
- 五、国笔科技有限公司 264
- 六、珠海盈创科技发展有限公司 264

第六章 手机设计总体方案提供商 266

第一节 Techfaith（德信无线） 266

- 一、公司简介 266
- 二、2014年公司经营状况 266
- 三、德信无线首度在中国推出谷歌Android手机 267
- 四、公司业务模式的优势 267

第二节 晨讯科技集团有限公司 271

- 一、公司简介 271
- 二、晨讯科技在逆市扩张分析 272
- 三、2014年公司经营状况 275

第三节 宇龙计算机通信科技（深圳）有限公司 275

- 一、公司简介 275
- 二、公司发展策略 277
- 三、公司定制化路线分析 280

第四节 其他手机设计总体方案提供商 282

- 一、上海禹华通信技术有限公司 282
- 二、经纬科技有限公司 282
- 三、上海毅仁信息科技有限公司 283
- 四、深圳埃立特通讯设备集团有限公司 284
- 五、深圳金立通信设备有限公司 285
- 六、深圳友利通电子有限公司 286
- 七、杰特电信控股有限公司 287
- 八、科维电气有限公司 288
- 九、龙旗集团有限公司 288
- 十、恒信通信网元通信技术有限公司 289

十一、中电奥盛移动通信科技有限公司 290

十二、浙江华立通信集团有限公司 291

十三、上海精佑通信技术有限公司 292

第七章 手机设计模块提供商 293

第一节 模块提供商 293

一、精成通移动技术（深圳）有限公司 293

二、意讯科技有限公司 293

三、上海展讯通信有限公司 294

四、北高智科技有限公司 294

第二节 工业设计和外观设计厂商 295

一、上海意岭产品设计有限公司 295

二、迪欧吉欧数字视觉技术有限责任公司 296

三、上海木马设计有限公司 297

四、上海龙域设计公司 297

五、上海广辰工业设计有限公司 298

六、创宇国际股份有限公司 298

第八章 中国台湾手机OEMODM厂商 299

第一节 鸿海精密工业股份有限公司 299

一、集团简介 299

二、富士康拟收购手机设计公司龙旗情况 299

三、鸿海集团16万工人内迁 302

第二节 明基（中国）电通集团 304

一、公司简介 304

二、2015年公司手机发展动向 306

三、公司市场经营策略 307

第三节 华冠通讯股份有限公司 309

一、公司简介 309

二、2014年公司动态 311

三、公司导入Rational 解决版本控制及流程追踪问题 312

第四节 广达计算机股份有限公司 314

一、公司情况 314

二、公司计划挥军医疗设备与汽车电子市场 316

三、公司最新动态 317

第五节 宏达国际电子股份有限公司 319

一、公司情况 319

二、公司智能手机发展状况 321

三、公司最新动态 322

第六节 华宝通讯公司 325

一、公司简介 325

二、公司2013年手机出货目标降低 326

三、公司向摩托罗拉发运PDA手机情况 326

四、公司移动WiMAX产品线发展情况 327

第七节 英华达 328

一、公司简介 328

二、2014年公司携手信威 328

三、公司市场重心转移 329

第八节 启基科技股份有限公司 330

一、公司简介 330

二、公司核心竞争力 332

三、2014年公司GooglePhone产品 334

第九章 全球著名手机设计厂商 336

第一节 韩国手机厂商 336

一、BELLWAVE（贝尔威夫） 336

二、INNOSTREAM 336

三、Pantech&Curitel 337

第二节 Flextronics（伟创力） 338

一、公司简介 338

二、公司收购主板制造商Iwill 339

三、伟创力应对金融危机策略分析 339

第三节 IDEO公司 341

一、公司简介 341

二、Idea的人性化设计 342

第四节 SAGEM（法国） 345

一、公司简介 345

二、公司P'9522新机曝光 346

三、Sagem Orga欲推带导航功能的SIM卡 347

第四部分 行业发展趋势

第十章 手机设计发展趋势 348

第一节 2015-2020年中国手机设计行业发展趋势 348

一、2014年中国手机市场发展预测 348

二、2015年中国手机出货量预测 349

三、2015-2020年手机制造行业技术趋势 350

四、2015-2020年中国手机芯片市场发展趋势分析 353

第二节 2015-2020年手机设计趋势分析 359

一、下一代手机设计中的功能趋势 359

二、未来的高端手机功能分析 362

三、下一代手机设计发展趋势 363

第三节 下一代多媒体手机对差异化设计的要求 369

一、无缝切换和射频隔离是设计关键 369

二、灵敏度和低功耗是手机设计的要点 371

三、下一代手机的操作系统需要支持多核 374

图表目录：

图表：手机设计的三个特点 1

图表：手机设计行业链结构图 2

图表：2003-2013年手机设计行业平均利润率变化 3

图表：2007 - 2014年中国IDH手机出货量预测（以百万台计） 21

图表：2013年中国国内10大手机IDH（按单位出货量排名） 22

图表：TD-SCDMA系统中T3R4的形式 MAX2392解决方案 28

图表：MAX2392高通滤波电路的原理图 28

图表：利用MAX2392满足T3R4的时隙控制要求 29

图表：2004-2014年手机线路变化趋势 33

图表：2013年中国手机终端市场季度销量变化情况 38

图表：2006-2014年中国移动通信用户月度净增长情况 38

图表：2014年移动电话机产量全国合计 41

图表：2014年移动电话机产量北京市合计 41

图表：2014年移动电话机产量天津市合计 42

图表：2014年移动电话机产量辽宁省合计	42
图表：2014年移动电话机产量吉林省合计	43
图表：2014年移动电话机产量上海市合计	43
图表：2014年移动电话机产量江苏省合计	43
图表：2014年移动电话机产量浙江省合计	44
图表：2014年移动电话机产量福建省合计	44
图表：2014年移动电话机产量江西省合计	44
图表：2014年移动电话机产量山东省合计	45
图表：2014年移动电话机产量湖北省合计	45
图表：2014年移动电话机产量湖南省合计	45
图表：2014年移动电话机产量广东省合计	46
图表：2014年移动电话机产量广西区合计	46
图表：2014年移动电话机产量重庆市合计	47
图表：2014年移动电话机产量四川省合计	47
图表：2014年移动电话机产量贵州省合计	47
图表：2014年中国手机市场最受用户关注的15大品牌分布	52
图表：2014年最受用户关注的前十大手机品牌关注比例变化	54
图表：2014年TOP10前四大品牌关注比例走势	55
图表：2014年TOP5-TOP10六大品牌关注比例走势	55
图表：2014年中国市场最受关注的十大音乐手机品牌排行榜	56
图表：2014年中国市场最受关注的十大智能手机品牌	57
图表：2014年最受关注的十大200万像素拍照手机品牌分布	58
图表：2014年最受关注的十大300万像素拍照手机品牌分布	58
图表：2014年中国七大区域手机市场用户关注分布状况	59
图表：2014年七大区域手机市场用户关注比例走势	60
图表：2014年七大区域手机市场用户关注的十大品牌分布	61
图表：2014年北京地区最受关注的十大手机品牌分布	62
图表：2014年上海地区最受关注的十大手机品牌分布	63
图表：2014年广东地区最受关注的十大手机品牌分布	64
图表：2014年诺基亚用户关注度最高的15大地区	65
图表：2014年三星用户关注度分布最高的15大地区	65
图表：2014年索尼爱立信用户关注度最高的15大地区分布	66

图表：2014年摩托罗拉用户关注度最高的15大地区分布 67

图表：2014年音乐手机与智能手机关注比例分布 68

图表：2014年音乐手机与智能手机用户关注比例走势 69

图表：2014年不同像素手机关注比例分布 70

图表：2014年不同像素手机关注比例走势 70

图表：2014年不同价位区间手机关注比例分布 71

图表：2014年不同价位手机关注比例走势 72

图表：2014年整体手机市场价格指数走势 73

图表：2014年音乐手机与智能手机价格指数走势对比 74

图表：2014年主流像素拍照手机价格指数走势对比 75

图表：2014年整体手机市场均价走势 75

图表：2014年音乐手机与智能手机均价走势对比 76

图表：2014年主流像素拍照手机均价走势对比 77

图表：2014年主流厂商产品均价对比 78

图表：2014年主流厂商产品均价调整幅度对比 79

图表：2005-2014年中国手机售后服务市场规模与增长 80

图表：2004-2013年中国手机售后服务结构 81

图表：2013年中国手机售后服务产业链结构图 82

图表：调查样本的性别分布 88

图表：调查样本的年龄分布 89

图表：调查样本的受教育程度分布 90

图表：调查样本的职业分布 90

图表：调查样本的收入分布 91

图表：消费者接受的服务内容分布 91

图表：消费者对手机售后服务的整体满意度评价分布 92

图表：消费者对维修质量的满意度评价分布 93

图表：消费者对维修费用的满意度评价分布 94

图表：消费者对零配件价格的满意度评价分布 95

图表：消费者对维修速度的满意度评价分布 95

图表：四项维修指标调查结果对比 96

图表：消费者对客服态度的满意度评价分布 97

图表：消费者对服务网点查找的满意度评价分布 97

图表：消费者对网点营业时间的满意度评价分布 98

图表：消费者对网点硬建设施的满意度评价分布 99

图表：消费者对服务响应时间的满意度评价分布 99

图表：消费者对服务电话接通的满意度评价分布 100

图表：六项服务指标调查结果对比 101

图表：2001-2013年手机服务满意率 101

图表：三包服务改进方向 103

图表：2013年中国手机用户性别分布 104

图表：2013年中国手机用户年龄分布 105

图表：2013年中国手机用户所在区域分布 106

图表：2013年中国手机用户城乡分布 107

图表：2013年中国手机用户婚姻状况分布 108

图表：2013年中国手机用户个人月收入分布 109

图表：2013年中国手机用户家庭月收入分布 110

图表：2013年中国手机用户受教育程度分布 111

图表：2013年中国手机用户所在行业分布 112

图表：2013年中国手机用户所在单位人员规模分布 113

图表：2013年中国手机用户所在单位年产值规模分布 114

图表：2013年中国手机用户兴趣爱好分布——音乐 115

图表：2013年中国手机用户兴趣爱好分布——电影 116

图表：2013年中国手机用户兴趣爱好分布——电视 117

图表：2013年中国手机用户兴趣爱好分布——游戏 117

图表：2013年中国手机用户兴趣爱好分布——阅读 118

图表：2013年中国手机用户兴趣爱好分布——艺术 119

图表：2013年中国手机用户兴趣爱好分布——体育 120

图表：2013年中国手机用户兴趣爱好分布——购物 121

图表：2013年中国手机用户兴趣爱好分布——旅游出行 122

图表：2013年中国手机用户兴趣爱好分布——线路信息 123

图表：2009 - 2012年中国电视手机终端规模预测 149

图表：CMOS LDO的基本架构及简单应用线路图 163

图表：2009财年英飞凌财务数据 190

图表：手机产业链条示意图 229

图表：手机软件适配机型数表 231

图表：联网软件与不联网软件的比例 232

图表：联网软件中包含的主要功能 233

图表：联网软件的收费情况 234

图表：2007-2014三季度全球智能手机按操作系统市场情况 249

图表：2004-2013年全球智能手机按操作系统市场占有率走势 250

图表：龙旗集团有限公司架构 289

图表：明基简介 306

图表：华冠供应商一览表 309

图表：华冠无线手机平台技术来源一览表 310

图表：启基科技股份有限公司组织图 331

图表：两款由启基科技研发，以 Linux 操作系统的智能型手机 334

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/253146.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。