



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国手机行业市场分析及 发展趋势预测研究报告

# 一、调研说明

《2008年中国手机行业市场分析及发展趋势预测报告》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/69674.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

2008年中国手机行业市场分析及发展趋势市场分析及发展趋势研究报告

目录

CONTENTS

### 第一部分 全球手机行业发展分析

#### 第一章 全球手机行业发展分析1

##### 第一节 全球手机行业发展状况1

###### 一、全球手机市场发展状况1

###### 二、2008年1季度全球手机市场发展状况3

###### 三、2007年全球芯片销售情况5

###### 四、全球手机用户情况5

###### 五、全球CDMA用户情况6

##### 第二节 全球手机行业发展趋势分析8

###### 一、2008年全球智能手机销售预测8

###### 二、2008年全球多媒体手机销售预测8

###### 三、2008年全球移动互联网发展趋势9

###### 四、2011年全球手机信息收入预测12

###### 五、2011年全球GPS手机出货量情况12

###### 六、2012年西欧手机付费搜索广告市场收入规模预测14

##### 第三节 全球部分国家手机行业发展状况15

###### 一、2008年1季度韩国品牌手机发展情况15

###### 二、2008年印度手机发展分析20

###### 三、2008年美国手机行业发展分析21

###### 四、2008年欧洲手机发展状况及预测22

### 第二部分 中国手机发展现状

#### 第二章 中国手机行业发展状况25

##### 第一节 2007-2008年中国手机市场发展分析25

###### 一、市场概述25

- 二、市场特征分析27
- 三、市场结构研究30
- 四、市场价格研究42
- 五、市场竞争格局研究49
- 六、市场发展趋势预测60
- 七、手机行业经营商发展建议67
- 八、2007年网民对手机关注度调查分析69
- 九、2007年中国手机市场品牌调查89

## 第二节 2008年1季度中国手机市场发展状况97

- 一、市场概述97
- 二、品牌结构分析99
- 三、区域结构分析104
- 四、产品结构分析109
- 五、价格走势分析115
- 六、市场预测122

## 第三节 国产手机发展挑战与策略分析125

- 一、国产手机的转型和挑战分析125
- 二、国产手机成本问题分析131
- 三、国产手机困局分析133
- 四、国产手机技术问题分析136

## 第四节 2008年中国手机售后服务调查138

- 一、样本描述139
- 二、服务内容调查144
- 三、服务满意度调查144

## 第三部分 中国手机市场发展分析

### 第三章 手机配件市场状况155

#### 第一节 手机芯片市场分析155

- 一、手机芯片市场格局分析155
- 二、诺基亚芯片战略分析157
- 三、中国芯片市场发展趋势166
- 四、手机芯片在3G背景下的机会170

## 第二节 手机电池市场分析172

### 一、手机电池市场的机遇和挑战172

### 二、手机电池安全问题分析174

### 三、手机电池市场发展趋势分析176

## 第三节 手机充电器标准分析178

### 一、手机充电器接口标准178

### 二、手机充电器标准执行现状186

### 三、手机充电器统一接口标准产品认证分析187

## 第四章 手机业务发展分析199

### 第一节 手机游戏市场分析199

#### 一、2007年中国手机游戏市场状况199

#### 二、手机游戏市场的支撑因素202

#### 三、手机游戏产业的复苏分析204

#### 四、手机游戏市场发展策略207

#### 五、2008年手机游戏市场发展趋势208

### 第二节 手机视频产业链发展分析209

#### 一、手机视频产业链分析209

#### 二、手机视频标准分析212

#### 三、手机视频市场动态215

#### 四、手机视频产业的前景217

### 第三节 手机广告市场分析217

#### 一、手机广告发展状况分析217

#### 二、中国手机广告市场现状218

#### 三、中国手机广告发展中存在的问题220

#### 四、手机广告市场动态227

#### 五、手机广告市场发展趋势分析231

### 第四节 手机电视市场分析232

#### 一、手机电视的市场分析232

#### 二、手机电视的发展困境分析236

#### 三、手机电视市场运营商分析241

#### 四、手机电视市场前景246

## 第五节 手机媒体化分析249

### 一、手机媒体现状249

### 二、手机的媒体化发展趋势249

### 三、手机媒体与传统媒体的关系254

## 第六节 手机其他业务分析255

### 一、手机电邮市场255

### 二、手机搜索市场255

### 三、手机阅读市场256

### 四、中国手机上网状况257

## 第五章 各类别手机市场分析259

### 第一节 3G手机市场分析259

#### 一、政府关于3G方案的政策259

#### 二、3G手机产业链分析261

#### 三、3G标准分析266

#### 四、中国3G手机产业基地状况267

#### 五、3G手机上网业务发展预测分析268

#### 六、中国3G手机市场购买潜力分析270

#### 七、2008-2009年国产3G规划273

### 第二节 智能手机市场发展分析273

#### 一、2007年智能手机市场状况分析273

#### 二、诺基亚智能手机市场战略336

#### 三、智能手机对3G的影响351

#### 四、2008年智能手机发展趋势353

### 第三节 音乐手机市场发展分析360

#### 一、2007年音乐手机市场状况360

#### 二、2008年2月中国手机市场价格指数走势市场分析及发展趋势研究报告377

#### 三、大容量音乐手机市场状况分析387

### 第四节 拍照手机市场发展397

#### 一、2007年拍照手机发展历程回顾397

#### 二、2007年消费者对数码相机与照相手机选购分析400

#### 三、2008年拍照手机发展趋势411

## 第四部分 手机行业竞争分析

### 第六章 手机市场竞争分析413

#### 第一节 全球手机市场竞争分析413

- 一、全球手机市场竞争状况分析413
- 二、部分国家手机市场竞争状况414
- 三、2008年全球手机市场发展趋势419

#### 第二节 国产手机市场竞争分析420

- 一、国产手机现状420
- 二、国内外手机厂商竞争力对比分析427
- 三、2008-2009年国产手机发展机遇428
- 四、2008年国产手机市场发展策略439

#### 第三节 手机市场竞争现状分析448

- 一、国内手机市场竞争状况448
- 二、2008年1季度手机市场竞争状况449
- 三、入门级手机市场竞争情况454
- 四、准入门槛降低对手机市场竞争影响455
- 五、家电巨头加剧手机市场竞争分析456

### 第七章 手机领先企业分析458

#### 第一节 诺基亚458

- 一、公司在中国458
- 二、公司动态459
- 三、公司战略分析463

#### 第二节 摩托罗拉公司470

- 一、公司在中国470
- 二、2008年公司动态471
- 三、摩托罗拉手机走向分析473

#### 第三节 三星集团478

- 一、公司简介478
- 二、2008年公司布局中国手机市场478
- 三、2008年公司发展计划480

#### 第四节 宁波波导股份有限公司482

##### 一、公司简介482

##### 二、公司手机策略483

##### 三、2007-2008年1季度公司财务数据486

#### 第五节 夏新电子股份有限公司490

##### 一、公司简介490

##### 二、2007-2008年1季度公司财务数据490

##### 三、2008年公司动态495

#### 第六节 索尼爱立信495

##### 一、公司简介495

##### 二、公司新战略496

##### 三、公司营销策略498

#### 第七节 联想500

##### 一、公司手机状况500

##### 二、公司手机战略经营状况501

##### 三、公司手机发展策略503

#### 第八节 康佳集团股份有限公司505

##### 一、公司简介505

##### 二、2008年公司手机营销策略506

##### 三、2007-2008年1季度公司财务数据507

#### 第九节 TCL集团股份有限公司512

##### 一、公司简介512

##### 二、2007年公司手机业务状况513

##### 三、2008年1季度公司经营状况518

#### 第十节 深圳市金立通信设备有限公司521

##### 一、公司简介521

##### 二、公司研发情况522

##### 三、2008年公司动态523

### 第五部分 手机行业发展趋势及策略

#### 第八章 手机发展趋势525

##### 第一节 全球手机发展趋势525



- 一、手机定位潮流525
- 二、移动娱乐方向527
- 三、智能化和多媒体为主导528
- 第二节 手机发展趋势分析528
  - 一、照相手机发展趋势529
  - 二、Wi-Fi双模手机市场进展趋势530
  - 三、2008年智能手机趋势531
  - 四、2008年音乐手机发展趋势539
  - 五、2008年手机流行趋势540
  - 六、2008年手机电脑化趋势544
  - 七、未来手机融合趋势547
- 第三节 我国手机的发展趋势551
  - 一、手机用户趋势551
  - 二、手机产业增长的“ 集群效应 ” 趋势552
  - 三、2008年中国超低端机发展趋势553

## 第九章 手机厂商发展策略分析555

### 第一节 手机新媒体赢利模式分析555

- 一、技术创新驱动手机媒体成长555
- 二、具备定向营销优势556
- 三、行业监管稳步跟上557

### 第二节 手机企业的三网平衡术557

- 一、平衡策略558
- 二、TD手机现状559
- 三、专利费用倒逼560

### 第三节 手机支付商业模式分析561

- 一、手机支付主要商业模式类型561
- 二、适合我国手机支付的商业模式564
- 三、我国手机支付的策略566

### 第四节 国内外手机制造业营销策略分析566

- 一、诺基亚和波导的产品营销分析567
- 二、诺基亚和波导的价格比较568

三、诺基亚和波导的促销策略比较568

四、诺基亚和波导的渠道策略568

## 图表目录

图表：MOTO手机广告演变过程2

图表：消费者手机品牌选择的敏感度演变过程2

图表：2006-2011年全球手机信息收入规模及增长情况12

图表：2004-2011年全球GPS手机出货量统计和预测13

图表：2007-2012年西欧地区手机付费广告市场收入15

图表：2007-2010年美国手机银行用户规模及增长率21

图表：2001-2007年中国手机市场规模变化28

图表：2008-2012年中国手机市场销量及增长预测29

图表：2007年手机渠道变化趋势30

图表：2007年中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布30

图表：2007年主流品牌关注比例波动幅度对比32

图表：2007年中国七大区域手机市场关注比例分布33

图表：2007年Q1-Q4七大区域手机市场关注比例走势对比34

图表：2007-2008年手机品牌区域格局35

图表：2007年Q1-Q4音乐手机市场关注比例走势36

图表：2007年中国市场不同价位音乐手机关注比例分布37

图表：2007年Q1-Q4智能手机市场关注比例走势38

图表：2007年中国市场不同价位智能手机关注比例分布39

图表：2007年中国市场不同像素拍照手机关注比例分布40

图表；2007年中国市场不同价位手机关注比例分布41

图表：2007年不同价位区间手机关注比例波动幅度对比42

图表：2007年中国手机市场价格指数走势43

图表：2007年中国音乐手机与智能手机市场价格指数走势44

图表：2007年1月至12月中国手机市场产品均价走势45

图表：2007年1-12月中国市场音乐手机与智能手机均价走势对比46

图表：2007年音乐手机与智能手机产品均价对比47

图表：2007年主流像素手机产品均价对比48

图表：2007年中国市场十大手机品牌产品均价对比49

图表：2007年诺基亚最受关注产品线及产品数量分布51

图表：2007年诺基亚不同像素产品分布对比52

图表：2007年诺基亚不同价位区间产品分布对比53

图表：2007年索尼爱立信最受关注产品线及产品数量分布54

图表：2007年索尼爱立信不同像素手机数量分布55

图表：2007年索尼爱立信不同价位手机数量分布56

图表：2007年摩托罗拉不同像素产品数量分布57

图表：2007年摩托罗拉不同价位产品数量分布58

图表：2007年三星不同像素产品数量分布59

图表：2007年三星不同价位手机数量分布60

图表：2007年Q1-Q4四大手机厂商关注比例走势对比61

图表：2007年Q1-Q4六大手机厂商关注比例走势对比62

图表：2007年Q1-Q4音乐手机与智能手机关注比例走势对比63

图表：2007年Q1-Q4不同像素拍照手机关注走势对比64

图表：2007年Q1-Q4不同价位区间产品关注比例走势66

图表：2007年4季度手机品牌关注度排行70

图表：2007年4季度国内外手机品牌关注份额对比71

图表：2007年10月十大手机品牌在三大重点城市的关注份额73

图表：2007年手机行业指数74

图表：2007年4季度手机型号关注度排行75

图表：2007年4季度网民最关注的手机产品信息76

图表：2007年4季度网民最关注的手机功能77

图表：2007年4季度网民最关注的手机娱乐内容79

图表：2007年4季度网民搜索手机音乐的常用关键词80

图表：2007年4季度网民最关注的手机上网功能81

图表：2007年4季度网民检索的手机价位区间81

图表：2007年4季度网民搜索手机款式的常用关键词82

图表：2007年4季度网民检索三种手机款式所占比例83

图表：2007年4季度网民最关注的手机颜色84

图表：2007年4季度网民最关注的手机上网功能85

图表：2007年4季度网民最关注的网上商城排行86

图表：2007年4季度网民最关注的手机产品资讯网站87

图表：2007年4季度搜索手机的网民关注的信息类别88

图表：2007年4季度国外手机品牌关注份额排行88

图表：2007年4季度国内手机品牌关注份额排行89

图表：2007年中国手机市场品牌状况调查样本90

图表：2007年中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布91

图表：2007年中国市场最受用户关注的十大国内手机品牌排行榜92

图表：2007年中国市场最受用户关注的十大音乐手机品牌排行榜93

图表：2007年中国市场最受用户关注的十大智能手机品牌排行榜94

图表：2007年中国市场最受用户关注的十大拍照手机品牌排行榜95

图表：2007年中国市场最受用户关注的GPS手机品牌排行榜96

图表：2007年中国市场最受用户关注的双模双待手机品牌排行榜97

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99

图表：2008年1月-3月入围TOP10的前四大品牌关注比例走势101

图表：2008年1月-3月入围TOP10的后六大品牌关注比例走势102

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103

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104

图表：2008年第1季度中国七大区域手机市场关注比例分布105

图表：2008年1月-3月中国七大区域手机市场关注比例走势106

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107

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108

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109

图表：2008年第1季度音乐手机与智能手机关注比例对比110

图表：2008年1月-3月音乐手机与智能手机关注比例走势111

图表：2008年第1季度不同像素拍照手机关注比例分布112

图表：2008年1月-3月主流像素拍照手机关注比例走势113

图表：2008年第1季度不同价位区间手机关注比例分布114

图表：2008年1月-3月不同价位手机关注比例走势115

图表：2008年第1季度中国手机市场价格指数走势116

图表：2008年第1季度音乐手机与智能手机价格指数走势117

图表：2008年第1季度中国手机市场均价走势118

图表：2008年第1季度音乐手机与智能手机均价走势对比119

图表：2008年第1季度中国手机市场十大品牌产品均价对比120

图表：2008年第1季度音乐手机市场十大品牌产品均价对比121

图表：2008年第1季度智能手机市场十大品牌产品均价对比122

图表：1998-2007年国产手机历年来在国内手机市场上的占有率情况134

图表：2004-2009年中国手机售后服务产业规模139

图表：调查样本的性别分布140

图表：调查样本的年龄分布140

图表：调查样本的受教育程度分布141

图表：调查样本的职业分布142

图表：调查样本的收入分布143

图表：消费者接受的服务内容分布144

图表：消费者对手机售后服务的整体满意度评价分布145

图表：消费者对维修质量的满意度评价分布146

图表：消费者对维修费用的满意度评价分布146

图表：消费者对零配件价格的满意度评价分布147

图表：消费者对维修速度的满意度评价分布148

图表：四项维修指标调查结果对比148

图表：消费者对客服态度的满意度评价分布149

图表：消费者对服务网点查找的满意度评价分布150

图表：消费者对网点营业时间的满意度评价分布151

图表：消费者对网点硬建设施的满意度评价分布152

图表：消费者对服务响应时间的满意度评价分布152

图表：消费者对服务电话接通的满意度评价分布153

图表：六项服务指标调查结果对比154

图表：2007-2011年中国手机多媒体芯片市场预测168

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188

图表：2007年2季度JAVA市场规模199

图表：2007年2季度BREW市场规模200

图表：2007年第3季度中国JAVA/BREW手机游戏市场规模201

图表：2007年第4季度中国手机游戏市场规模202

图表：3G手机市场购买潜力调查271

图表：用户对3G业务了解状况调查272

图表：消费者希望的3G业务调查272

图表：2007年1-7月智能手机关注比例走势275

图表：2007年7月最受用户关注的十大智能手机品牌分布276

图表：2007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277

图表：2007年7月不同像素智能手机数量与降价产品数量分布278

图表：2007年7月不同像素智能手机关注比例分布279

图表：2007年6月与7月不同价位智能手机关注比例对比280

图表：2007年6月与7月智能手机价格指数走势对比281

图表：2007年7月智能手机市场均价走势281

图表：2007年7月九大智能手机厂商产品均价对比282

图表：2007年7月九家智能手机厂商月终价格调整对比283

图表：2007年7月100万像素智能手机关注排行284

图表：2007年7月100万像素智能手机关注排行284

图表：2007年7月1000-2000元价位智能手机关注排行285

图表：2007年7月2001-3000元价位智能手机关注排行285

图表：2007年7月3001-4000元价位智能手机关注排行285

图表：2007年1-8月智能手机关注比例走势287

图表：2007年8月最受用户关注的十大智能手机品牌分布288

图表：2007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289

图表：2007年8月不同像素智能手机与降价产品数量分布对比290

图表：2007年7月与8月不同像素智能手机关注比例对比291

图表：2007年7月与8月不同价位智能手机关注比例对比292

图表：2007年7月与8月智能手机价格指数走势对比292

图表：2007年8月智能手机市场均价走势294

图表：2007年8月主流智能手机厂商产品均价对比295

图表：2007年8月主流智能手机厂商月终价格调整对比296

图表：2007年8月100万像素智能手机前十位排行297

图表：2007年8月200万像素智能手机前十位排行297

图表：2007年8月1000-2000元智能手机前十位排行298

图表：2007年8月2001-3000元智能手机前十位排行298

图表：2007年8月最受用户关注的前十款智能手机排行榜299

图表：2007年8月最受用户关注的前十款智能手机报价299

图表：2007年1-9月智能手机关注比例走势302

图表：2007年9月中国智能手机市场十大厂商关注比例分布303

图表：2007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304

图表：2007年9月不同像素智能手机与降价产品数量分布对比305

图表：2007年8月与9月不同像素智能手机关注比例对比306

图表：2007年8月与9月不同价位智能手机关注比例对比307

图表：2007年8月与9月智能手机价格指数走势对比308

图表：2007年9月智能手机市场均价走势309

图表：2007年9月主流智能手机厂商产品均价对比310

图表：2007年9月主流智能手机厂商月终价格调整对比311

图表：2007年10月降幅最高的前十款智能手机排行榜313

图表：2007年10月降幅最高的前十款智能手机分布状况313

图表：2007年1月-10月智能手机关注比例走势316

图表：2007年9月与10月最受关注的十大智能手机厂商排行榜317

图表：2007年9月与10月不同像素智能手机关注比例对比318

图表：2007年9月与10月不同价位智能手机关注比例对比319

图表：2007年9月与10月智能手机价格指数走势对比320

图表：2007年10月智能手机市场均价走势322

图表：2007年10月主流智能手机厂商产品均价对比323

图表：2007年10月主流智能手机厂商月终价格调整对比324

图表：2007年1月-11月智能手机关注比例走势326

图表：2007年10月与11月智能手机厂商排行榜对比327

图表：2007年9月与10月不同像素智能手机关注比例对比328

图表：2007年10月与11月不同价位智能手机关注比例对比329

图表：2007年10月与11月智能手机价格指数走势对比330

图表：2007年11月智能手机市场均价走势331

图表：2007年11月主流智能手机厂商产品均价对比332

图表：2007年11月主流智能手机厂商月终价格调整对比333

图表：2007年12月最受关注的前十款智能手机排行榜334

图表：2007年12月智能手机具体上榜产品主要参数及参考报价状况335

图表：2007年1月至10月智能手机产品数量分布337

图表：2007年1月至10月智能手机市场均价走势338

图表：2007年1月至10月诺基亚智能手机关注比例走势339

图表：2007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340

图表：2005-2007年诺基亚智能手机数量及比重变化341

图表：2007年1月至10月诺基亚智能手机数量变化342

图表：2007年诺基亚智能手机产品线分布对比343

图表：2007年10月不同价位智能手机数量分布344

图表：2007年1月至10月诺基亚降价智能手机数量及比重变化345

图表：2007年1月-10月诺基亚智能手机市场均价走势346

图表：2007年1月-10月诺基亚智能手机月终价格调整幅度对比347

图表：2005-2008年智能手机市场比例上升图354

图表：2008年智能手机预计所占市场比例图354

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355

图表：四大手机平台对热门功能的支持情况357

图表：2007年12月最受关注的前十款音乐手机排行榜361

图表：2007年12月上榜手机产品主要参数及参考报价状况362

图表：2007年1-9月音乐手机关注比例走势363

图表：2007年9月最受用户关注的十大音乐手机品牌排行榜364

图表：2007年9月不同像素音乐手机与降价产品数量分布364

图表：2007年8月与9月不同像素音乐手机关注比例分布365

图表：2007年8月与9月不同价位音乐手机关注比例对比365

图表：2007年8月与9月音乐手机价格指数走势对比366

图表：2007年9月音乐手机市场均价走势366

图表：2007年9月主流音乐手机厂商产品均价对比367

图表：2007年9月主流音乐手机厂商月终价格调整对比367

图表：2007年10月降幅最高的前十款音乐手机排行榜368

图表：2007年1-10月音乐手机关注比例走势368

图表：2007年10月音乐手机市场各大品牌在排行榜上的分布369

图表：2007年9月与10月不同像素音乐手机关注比例对比369

图表：2007年9月与10月不同价位音乐手机关注比例对比370

图表：2007年9月与10月音乐手机市场价格指数走势对比370

图表：2007年10月音乐手机市场均价走势监测371

图表：2007年10月主流音乐手机厂商产品均价对比371

图表：2007年10月主流音乐手机厂商月终价格调整对比372



图表：2007年1月-11月音乐手机关注比例走势372

图表：2007年11月音乐手机市场各大品牌在排行榜上的分布373

图表：2007年10月与11月不同像素音乐手机关注比例对比373

图表：2007年10月与11月不同价位音乐手机关注比例对比374

图表：2007年10月与11月音乐手机市场价格指数走势对比374

图表：2007年11月音乐手机市场均价走势监测375

图表：2007年11月主流音乐手机厂商产品均价对比375

图表：2007年11月主流音乐手机厂商月终价格调整对比376

图表：2007年11月降幅最高的前十款音乐手机排行榜376

图表：2007年10月与11月音乐手机降价榜对比图377

图表：2008年1月与2月降价手机数量与降价产品比重对比378

图表：2008年1月与2月手机市场价格指数走势对比379

图表：2008年2月整体手机市场价格指数走势380

图表：2008年2月整体手机市场降价TOP10产品381

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382

图表：2008年2月音乐手机与智能手机价格指数走势对比382

图表：2008年2月音乐手机降价TOP10383

图表：2008年2月智能手机降价TOP10384

图表：2008年2月不同像素拍照手机降价产品数量分布385

图表：2008年2月不同像素拍照手机价格指数走势对比385

图表：2008年2月100万像素音乐手机产品降价TOP10386

图表：2008年2月200万像素音乐手机产品降价TOP10387

图表：2006年1月至2007年10月三大容量MP3关注比例走势389

图表：2007年1月至10月主流容量产品关注比例走势390

图表：参与音乐手机容量调查的用户分布状况392

图表：参与音乐手机容量调查的用户分布比例393

图表：各大厂商主流市场销售音乐手机产品数量分布对比395

图表：2007年不同价位音乐手机产品数量分布对比396

图表：2007年主流厂商音乐手机产品均价对比396

图表：2007年主流厂商不同价位产品数量分布对比397

图表：2007年7月2000元及以下与2000元以上数码相机关注比例对比402

图表：2007年7月2000元内不同像素手机关注比例分布对比403

图表：2000元内数码相机与照相手机选择状况调查分布404

图表：2001-3000元之间消费者可选择数码相机品牌及产品分布405

图表：2007年7月2001-3000元之间不同像素照相手机关注比例对比406

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407

图表：2007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408

图表：2007年7月3001-4000元之间不同像素照相手机关注比例对比409

图表：2007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409

图表：2007-2008年1季度手机品牌厂出货及市场占有率414

图表：苹果iPhone手机的市场前景调查分布419

图表：国产手机与国外品牌的综合能力对比427

图表：2007年手机品牌关注度对比449

图表：2008年1季度中国手机市场环比销售量情况450

图表：2008年1季度中国手机市场环比销售额情况450

图表：2008年1季度中国手机市场各品牌所占比例451

图表：2008年1季度中国手机市场渠道比例分析451

图表：2008年2月摩托罗拉在七大区域市场关注比例对比472

图表：摩托罗拉分拆目的的网友调查474

图表：2007年4季度宁波波导股份有限公司主营构成486

图表：2007年4季度宁波波导股份有限公司人员构成486

图表：2007-2008年1季度宁波波导股份有限公司每股指标分析486

图表：2007-2008年1季度宁波波导股份有限公司获利能力分析487

图表：2007-2008年1季度宁波波导股份有限公司经营能力分析487

图表：2007-2008年1季度宁波波导股份有限公司偿债能力分析487

图表：2007-2008年1季度宁波波导股份有限公司资本结构分析488

图表：2007-2008年1季度宁波波导股份有限公司发展能力分析488

图表：2007-2008年1季度宁波波导股份有限公司现金流量分析488

图表：2007-2008年1季度宁波波导股份有限公司主营业务收入489

图表：2007-2008年1季度宁波波导股份有限公司主营业务利润489

图表：2007-2008年1季度宁波波导股份有限公司营业利润489

图表：2007-2008年1季度宁波波导股份有限公司利润总额489

图表：2007-2008年1季度宁波波导股份有限公司净利润490

图表：2007年4季度夏新电子股份有限公司主营构成490

图表：2007-2008年1季度夏新电子股份有限公司每股指标分析491

图表：2007-2008年1季度夏新电子股份有限公司获利能力分析491

图表：2007-2008年1季度夏新电子股份有限公司经营能力分析492

图表：2007-2008年1季度夏新电子股份有限公司偿债能力分析492

图表：2007-2008年1季度夏新电子股份有限公司资本结构分析492

图表：2007-2008年1季度夏新电子股份有限公司发展能力分析492

图表：2007-2008年1季度夏新电子股份有限公司现金流量分析493

图表：2007-2008年1季度夏新电子股份有限公司主营业务收入493

图表：2007-2008年1季度夏新电子股份有限公司主营业务利润493

图表：2007-2008年1季度夏新电子股份有限公司营业利润494

图表：2007-2008年1季度夏新电子股份有限公司利润总额494

图表：2007-2008年1季度夏新电子股份有限公司净利润494

图表：2007年4季度康佳集团股份有限公司主营构成507

图表：2007年4季度康佳集团股份有限公司人员构成508

图表：2007-2008年1季度康佳集团股份有限公司每股指标分析508

图表：2007-2008年1季度康佳集团股份有限公司获利能力分析509

图表：2007-2008年1季度康佳集团股份有限公司经营能力分析509

图表：2007-2008年1季度康佳集团股份有限公司偿债能力分析509

图表：2007-2008年1季度康佳集团股份有限公司资本结构分析510

图表：2007-2008年1季度康佳集团股份有限公司发展能力分析510

图表：2007-2008年1季度康佳集团股份有限公司现金流量分析510

图表：2007-2008年1季度康佳集团股份有限公司主营业务收入510

图表：2007-2008年1季度康佳集团股份有限公司主营业务利润511

图表：2007-2008年1季度康佳集团股份有限公司营业利润511

图表：2007-2008年1季度康佳集团股份有限公司利润总额511

图表：2007-2008年1季度康佳集团股份有限公司净利润512

图表：2007年4季度TCL集团股份有限公司主营构成513

图表：2007年4季度TCL集团股份有限公司人员构成514

图表：2007-2008年1季度TCL集团股份有限公司每股指标分析515

图表：2007-2008年1季度TCL集团股份有限公司获利能力分析515

图表：2007-2008年1季度TCL集团股份有限公司经营能力分析515

图表：2007-2008年1季度TCL集团股份有限公司偿债能力分析516

图表：2007-2008年1季度TCL集团股份有限公司资本结构分析516  
图表：2007-2008年1季度TCL集团股份有限公司发展能力分析516  
图表：2007-2008年1季度TCL集团股份有限公司现金流量分析516  
图表：2007-2008年1季度TCL集团股份有限公司主营业务收入517  
图表：2007-2008年1季度TCL集团股份有限公司主营业务利润517  
图表：2007-2008年1季度TCL集团股份有限公司营业利润517  
图表：2007-2008年1季度TCL集团股份有限公司利润总额518  
图表：2007-2008年1季度TCL集团股份有限公司净利润518  
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529  
图表：全球Wi-Fi功能手机的年出货量预测531  
图表：手机以运营商为主体的运营模式562  
图表：手机以银行为主体的运营模式562  
图表：手机以第三方支付服务提供商为主体的运营模式563  
图表：银行与运营商合作的运营模式564  
图表：诺基亚与波导在实施本土化策略中4P要素的区别569

B001

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/69674.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](http://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。