



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国手机设计产业市场分析及发展趋势预测报告

一、调研说明

《2008年中国手机设计产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/69675.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年中国手机设计产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 行业现状分析

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3

一、手机设计的工作流程简述3

二、手机的设计流程5

三、手机测试项目9

第二章 中国手机设计产业现状13

第一节 手机设计行业发展分析13

一、手机设计行业现状13

二、创新型手机设计的挑战及策略16

三、手机设计行业风向19

第二节 手机设计公司现状22

一、大陆手机设计公司现状22

二、2008年手机设计公司市场环境分析23

三、手机研发设计公司突围策略25

第三节 2008年手机设计技术的最新动态29

一、在TD-SCDMA手机设计中满足T3R4的要求29

二、单芯片45纳米多模解决方案31

三、4通道多点LVDS收发器DS91M04032

第二部分 手机行业市场分析

第三章 手机行业发展分析35

第一节 2007-2008年中国手机市场发展分析35

一、市场特征分析35

二、市场结构研究37

三、市场价格研究49

四、市场竞争格局研究56

五、市场发展趋势预测67

六、2007年网民对手机关注度调查分析74

第二节 2008年1季度中国手机市场发展状况94

一、品牌结构分析94

二、区域结构分析100

三、产品结构分析104

四、价格走势分析111

第三节 2008年中国手机售后服务调查117

一、样本描述118

二、服务内容调查123

三、服务满意度调查123

第四节 各类别手机市场分析133

一、3G手机市场分析133

二、智能手机市场发展分析141

三、音乐手机市场发展分析223

四、照相手机市场发展分析260

第三部分 行业设计平台分析

第四章 手机设计硬件平台分析271

第一节 手机硬件市场概况271

一、手机芯片市场分析271

二、TD-SCDMA手机芯片存在的问题274

三、LDO在手机设计中的应用275

四、手机设计中T卡设备的探测与思考278

第二节 QUALCOMM(高通)283

一、公司简介283

二、2008年高通携手宇达电	284
三、2008年高通的热门技术分析	285
四、2008年1季度高通财务状况	287
第三节 TI（德州仪器）	288
一、公司简介	288
二、德州仪器的中国TD市场策略	292
三、2008年1季度德州仪器经营状况	293
第四节 飞思卡尔	294
一、公司简介	294
二、飞思卡尔与索尼合作	295
三、飞思卡尔经营策略	299
第五节 爱立信公司	303
一、公司简介	303
二、索尼爱立信新品台湾布局	304
三、爱立信新建研发机构情况	306
第六节 Philips（飞利浦）	307
一、公司简介	307
二、飞利浦收购深圳金科威情况	308
三、2008年1季度飞利浦经营状况	309
第七节 Infineon（英飞凌）	310
一、公司简介	310
二、2008年1季度英飞凌财务状况	312
三、2008年英飞凌战略定位	314
第八节 Intel	315
一、公司简介	315
二、2008年英特尔的地方渠道策略	316
三、2008年英特尔的中国发展动向	319
第九节 意法半导体（ST）	320
一、意法半导体在中国	320
二、2008年1季度意法半导体经营状况	322
三、2008年意法半导体市场增长预测	326
第十节 华为	327

- 一、公司简介327
- 二、2008年华为移动设备部门动向327
- 三、2008年华为订单销售额预测328

第十一节 Renesas(瑞萨)330

- 一、瑞萨的新中国战略分析330
- 二、瑞萨新品的国际化策略332
- 三、2008年瑞萨的中国营销布局332

第十二节 Broadcom334

- 一、Broadcom交换机芯片方案助中小企业网络334
- 二、Broadcom发力新兴市场情况337
- 三、Broadcom扩大台湾地区手机设计中心规模338

第五章 手机软件及操作系统339

第一节 手机软件行业市场发展分析339

- 一、手机行业产业链状况340
- 二、手机应用软件市场分析及发展趋势研究报告343
- 三、终端对手机软件影响分析348
- 四、手机上网用户习惯调查分析352
- 五、手机软件业内厂商356
- 六、手机软件的发展趋势与展望362

第二节 手机软件平台分析367

- 一、Java367
- 二、Brew369
- 三、.NET373

第三节 WindowsMobile374

- 一、WindowsMobile之基本介绍篇374
- 二、2008年WindowsMobile手机销量预测375
- 三、微软调整WindowsMobile战略状况375
- 四、WindowsMobile四大猜想377

第四节 LinuxOS384

- 一、Linux手机操作系统介绍384
- 二、Linux发展前景预测385

三、未来五年Linux手机操作系统展望385

第五节 部分其它手机OS开发商386

一、移软科技有限公司386

二、凯思昊鹏软件工程有限公司386

三、科银京成技术公司387

四、普天慧讯公司387

五、深圳微逻辑电子有限公司388

六、风河系统公司（WindRiver）393

七、宇龙计算机通信科技（深圳）有限公司394

第六节 手机软件开发商395

一、汉王科技股份有限公司395

二、字源软件技术有限公司395

三、南宁活码软件有限公司397

四、特捷通讯公司（Tegic）397

五、国笔科技有限公司398

六、珠海盈创科技发展有限公司398

第四部分 行业设计厂商分析

第六章 手机设计总体方案提供商401

第一节 Techfaith（德信无线）401

一、公司简介401

二、2008年公司动态402

三、公司业务模式的优势402

第二节 晨讯科技集团有限公司403

一、公司简介403

二、公司与SKTelecom合作情况403

三、2008年1季度公司出口情况404

第三节 宇龙计算机通信科技（深圳）有限公司404

一、公司简介404

二、公司发展策略406

三、公司定制化路线分析408

第四节 其他手机设计总体方案提供商410

- 一、上海禹华通信技术有限公司410
- 二、经纬科技有限公司410
- 三、上海毅仁信息科技有限公司411
- 四、深圳埃立特通讯设备集团有限公司411
- 五、深圳金立通信设备有限公司412
- 六、深圳友利通电子有限公司414
- 七、杰特电信控股有限公司415
- 八、科维电气有限公司416
- 九、龙旗集团有限公司416
- 十、恒信通信网元通信技术有限公司417
- 十一、中电奥盛移动通信科技有限公司418
- 十二、浙江华立通信集团有限公司418
- 十三、上海精佑通信技术有限公司418

第七章 手机设计模块提供商420

第一节 模块提供商420

- 一、精成通移动技术(深圳)有限公司420
 - 二、意讯科技有限公司420
 - 三、上海展讯通信有限公司420
 - 四、北高智科技有限公司421
- ### 第二节 工业设计和外观设计厂商422
- 一、上海意岭产品设计有限公司422
 - 二、迪欧吉欧数字视觉技术有限责任公司422
 - 三、上海木马设计有限公司422
 - 四、上海龙域设计公司423
 - 五、上海广辰工业设计有限公司423
 - 六、创宇国际股份有限公司424

第八章 中国台湾手机OEM/ODM厂商426

第一节 鸿海精密工业股份有限公司426

- 一、集团简介426
- 二、富士康拟收购手机设计公司龙旗情况427

三、富士康科技集团全球总部定位深圳430

第二节 明基(中国)电通集团431

一、公司简介431

二、2008年明基手机发展动向432

三、2009年明基运营展望433

第三节 华冠通讯股份有限公司435

一、公司简介435

二、2008年公司动态435

三、2008年公司智能型手机订单预测435

第四节 广达计算机股份有限公司437

一、2007年公司销售额情况437

二、公司与戴尔合作生产手机438

三、2008年公司动态439

第五节 宏达国际电子股份有限公司440

一、公司推TouchDiamond挑战iPhone440

二、公司智能手机发展状况441

三、2008年公司手机发展情况444

第六节 华宝通讯公司444

一、公司简介444

二、公司手机ODM经营状况444

三、公司与爱立信合作情况445

第七节 英华达446

一、2008年公司携手信威446

二、公司采用达丽星3G-324M视频电话软件447

三、2008年公司发展机遇分析447

第八节 启基科技股份有限公司448

一、公司简介448

二、公司核心竞争力448

三、2008年公司GooglePhone产品450

第九章 全球著名手机设计厂商451

第一节 韩国手机厂商451

一、BELLWAVE（贝尔威夫）451

二、INNOSTREAM451

三、Pantech&Curitel452

第二节 Flextronics（伟创力）452

一、公司简介452

二、公司收购旭电情况453

三、2008年公司动态453

第三节 IDEO公司454

一、公司简介454

二、Idea的人性化设计455

第四节 SAGEM（法国）457

一、公司简介457

二、2007年PorschexSAGEM精品手机457

第五部分 行业设计发展趋势分析

第十章 手机设计发展趋势461

第一节 中国手机设计行业发展趋势461

一、中国正成为全球手机设计中心461

二、2011年中国手机出货量预测461

三、中国手机OEM厂商市场格局趋势462

第二节 手机设计趋势分析463

一、下一代手机设计中的功能趋势463

二、未来的高端手机功能分析466

三、手机方案芯片三种组成架构的发展趋势467

第三节 下一代多媒体手机对差异化设计的要求470

一、无缝切换和射频隔离是设计关键471

二、灵敏度和低功耗是手机设计的要点473

三、下一代手机的操作系统需要支持多核477

图表目录

图表：手机设计的三大特点1

图表：手机设计产业链结构图2

图表：2003-2008年中国手机设计公司手机出货量及增长率2

图表：2003-2007年手机设计行业平均利润率变化3

图表：手机电路组成图11

图表：数字手机设计原理图11

图表：手机供电系统图12

图表：2007-2009年中国IDH手机出货量统计和预测24

图表：2007年中国国内10大手机IDH(按单位出货量排名)25

图表：TD-SCDMA系统中T3R4的形式30

图表：MAX2392高通滤波电路的原理图30

图表：利用MAX2392满足T3R4的时隙控制要求31

图表：2001 - 2007年中国手机市场规模变化35

图表：2008-2012年中国手机市场销量及增长预测37

图表：2007年手机销售渠道变化趋势37

图表：2007年中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布38

图表：2007年主流品牌关注比例波动幅度对比39

图表：2007年中国七大区域手机市场关注比例分布40

图表：2007年Q1-Q4七大区域手机关注比例走势对比41

图表：2007-2008年手机区域格局42

图表：2007年Q1-Q4音乐手机市场关注比例走势43

图表：2007年中国市场不同价位音乐手机关注比例分布44

图表：2007年Q1-Q4智能手机市场关注比例走势45

图表：2007年中国市场不同价位智能手机关注比例分布46

图表：2007年中国市场不同像素拍照手机关注比例分布47

图表：2007年中国市场不同价位手机关注比例分布48

图表：2007年不同价位区间手机关注比例波动幅度对比49

图表：2007年中国手机市场价格指数走势50

图表：2007年中国音乐手机与智能手机市场价格指数走势51

图表：2007年1月至12月中国手机市场产品均价走势52

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53

图表：2007年音乐手机与智能手机产品均价对比54

图表：2007年主流像素手机产品均价对比55

图表：2007年中国市场十大手机品牌产品均价对比56

图表：2007年诺基亚最受关注产品线及产品数量分布58

图表：2007年诺基亚不同像素产品分布对比59

图表：2007年诺基亚不同价位区间产品分布对比60

图表：2007年索尼爱立信最受关注产品线及产品数量分布61

图表：2007年索尼爱立信不同像素手机数量分布62

图表：2007年索尼爱立信不同价位手机数量分布63

图表：2007年摩托罗拉不同像素产品数量分布64

图表：2007年摩托罗拉不同价位产品数量分布65

图表：2007年三星不同像素产品数量分布66

图表：2007年三星不同价位手机数量分布67

图表：2007年Q1-Q4四大手机厂商关注比例走势对比68

图表：2007年Q1-Q4六大手机厂商关注比例走势对比69

图表：2007年Q1-Q4音乐手机与智能手机关注比例走势对比70

图表：2007年Q1-Q4不同像素拍照手机关注走势对比71

图表：2007年Q1-Q4不同价位区间产品关注比例走势73

图表：2007年4季度手机品牌关注度排行75

图表：2007年4季度国内外手机品牌关注份额对比76

图表：2007年10月十大手机品牌在三大重点城市的关注份额78

图表：2007年手机行业指数79

图表：2007年4季度手机型号关注度排行80

图表：2007年4季度网民最关注的手机产品信息81

图表：2007年4季度网民最关注的手机功能82

图表：2007年4季度网民最关注的手机娱乐内容84

图表：2007年4季度网民搜索手机音乐的常用关键词85

图表：2007年4季度网民最关注的手机上网功能86

图表：2007年4季度网民检索的手机价位区间86

图表：2007年4季度网民搜索手机款式的常用关键词87

图表：2007年4季度网民检索三种手机款式所占比例88

图表：2007年4季度网民最关注的手机颜色89

图表：2007年4季度网民最关注的手机上网功能90

图表：2007年4季度网民最关注的网上商城排行91

图表：2007年4季度网民最关注的手机产品资讯网站92

图表：2007年4季度搜索手机的网民关注的信息类别93

图表：2007年4季度国外手机品牌关注份额排行93

图表：2007年4季度国内手机品牌关注份额排行94

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95

图表：2008年1月-3月入围TOP10的前四大品牌关注比例走势96

图表：2008年1月-3月入围TOP10的后六大品牌关注比例走势97

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98

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99

图表：2008年第1季度中国七大区域手机市场关注比例分布100

图表：2008年1-3月中国七大区域手机市场关注比例走势101

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102

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103

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104

图表：2008年第1季度音乐手机与智能手机关注比例对比105

图表：2008年1-3月音乐手机与智能手机关注比例走势106

图表：2008年第1季度不同像素拍照手机关注比例分布107

图表：2008年1-3月主流像素拍照手机关注比例走势108

图表：2008年第1季度不同价位区间手机关注比例分布109

图表：2008年1-3月不同价位手机关注比例走势110

图表：2008年第1季度中国手机市场价格指数走势111

图表：2008年第1季度音乐手机与智能手机价格指数走势112

图表：2008年第1季度中国手机市场均价走势113

图表：2008年第1季度音乐手机与智能手机均价走势对比114

图表：2008年第1季度中国手机市场十大品牌产品均价对比115

图表：2008年第1季度音乐手机市场十大品牌产品均价对比116

图表：2008年第1季度智能手机市场十大品牌产品均价对比117

图表：2004-2009年中国手机售后服务产业规模118

图表：调查样本的性别分布119

图表：调查样本的年龄分布119

图表：调查样本的受教育程度分布120

图表：调查样本的职业分布121

图表：调查样本的收入分布122

图表：消费者接受的服务内容分布123

图表：消费者对手机售后服务的整体满意度评价分布124

图表：消费者对维修质量的满意度评价分布125

图表：消费者对维修费用的满意度评价分布125

图表：消费者对零配件价格的满意度评价分布126

图表：消费者对维修速度的满意度评价分布127

图表：四项维修指标调查结果对比127

图表：消费者对客服态度的满意度评价分布128

图表：消费者对服务网点查找的满意度评价分布129

图表：消费者对网点营业时间的满意度评价分布130

图表：消费者对网点硬建设施的满意度评价分布131

图表：消费者对服务响应时间的满意度评价分布131

图表：消费者对服务电话接通的满意度评价分布132

图表：六项服务指标调查结果对比133

图表：3G手机市场购买潜力调查139

图表：用户对3G业务了解状况调查140

图表：消费者希望的3G业务调查140

图表：2007年1-7月智能手机关注比例走势142

图表：2007年7月最受用户关注的十大智能手机品牌分布143

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144

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145

图表：2007年7月不同像素智能手机关注比例分布146

图表：2007年6月与7月不同价位智能手机关注比例对比147

图表：2007年6月与7月智能手机价格指数走势对比148

图表：2007年7月智能手机市场均价走势148

图表：2007年7月九大智能手机厂商产品均价对比149

图表：2007年7月九家智能手机厂商月终价格调整对比150

图表：2007年7月100万像素智能手机关注排行151

图表：2007年7月100万像素智能手机关注排行151

图表：2007年7月1000-2000元价位智能手机关注排行152

图表：2007年7月2001-3000元价位智能手机关注排行152

图表：2007年7月3001-4000元价位智能手机关注排行152

图表：2007年1-8月智能手机关注比例走势154

图表：2007年8月最受用户关注的十大智能手机品牌分布155

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156

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157

图表：2007年7月与8月不同像素智能手机关注比例对比158

图表：2007年7月与8月不同价位智能手机关注比例对比159

图表：2007年7月与8月智能手机价格指数走势对比159

图表：2007年8月智能手机市场均价走势161

图表：2007年8月主流智能手机厂商产品均价对比162

图表：2007年8月主流智能手机厂商月终价格调整对比163

图表：2007年8月100万像素智能手机前十位排行164

图表：2007年8月200万像素智能手机前十位排行164

图表：2007年8月1000-2000元智能手机前十位排行165

图表：2007年8月2001-3000元智能手机前十位排行165

图表：2007年8月最受用户关注的前十款智能手机排行榜166

图表：2007年8月最受用户关注的前十款智能手机报价166

图表：2007年1-9月智能手机关注比例走势169

图表：2007年9月中国智能手机市场十大厂商关注比例分布170

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171

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172

图表：2007年8月与9月不同像素智能手机关注比例对比173

图表：2007年8月与9月不同价位智能手机关注比例对比174

图表：2007年8月与9月智能手机价格指数走势对比175

图表：2007年9月智能手机市场均价走势176

图表：2007年9月主流智能手机厂商产品均价对比177

图表：2007年9月主流智能手机厂商月终价格调整对比178

图表：2007年10月降幅最高的前十款智能手机排行榜180

图表：2007年10月降幅最高的前十款智能手机分布状况180

图表：2007年1月-10月智能手机关注比例走势183

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184

图表：2007年9月与10月不同像素智能手机关注比例对比185

图表：2007年9月与10月不同价位智能手机关注比例对比186

图表：2007年9月与10月智能手机价格指数走势对比187

图表：2007年10月智能手机市场均价走势189

图表：2007年10月主流智能手机厂商产品均价对比190

图表：2007年10月主流智能手机厂商月终价格调整对比191

图表：2007年1月-11月智能手机关注比例走势193

图表：2007年10月与11月智能手机厂商排行榜对比194

图表：2007年9月与10月不同像素智能手机关注比例对比195

图表：2007年10月与11月不同价位智能手机关注比例对比196

图表：2007年10月与11月智能手机价格指数走势对比197

图表：2007年11月智能手机市场均价走势198

图表：2007年11月主流智能手机厂商产品均价对比199

图表：2007年11月主流智能手机厂商月终价格调整对比200

图表：2007年12月最受关注的前十款智能手机排行榜201

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202

图表：2007年1月至10月智能手机产品数量分布204

图表：2007年1月至10月智能手机市场均价走势205

图表：2007年1月至10月诺基亚智能手机关注比例走势206

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207

图表：2005-2007年诺基亚智能手机数量及比重变化208

图表：2007年1月至10月诺基亚智能手机数量变化209

图表：2007诺基亚智能手机产品线分布对比210

图表：2007年10月不同价位智能手机数量分布211

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212

图表：2007年1月-10月诺基亚智能手机市场均价走势213

图表：2007年1月至10月诺基亚智能手机月终价格调整幅度对比214

图表：2005-2008年智能手机市场比例上升图218

图表：2008年智能手机预计所占市场比例图219

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220

图表：四大手机平台对热门功能的支持情况221

图表：2007年12月最受关注的前十款音乐手机排行榜223

图表：2007年12月上榜手机产品主要参数及参考报价状况224

图表：2007年1-9月音乐手机关注比例走势226

图表：2007年9月最受用户关注的十大音乐手机品牌排行榜226

图表：2007年9月不同像素音乐手机与降价产品数量分布227

图表：2007年8月与9月不同像素音乐手机关注比例分布227

图表：2007年8月与9月不同价位音乐手机关注比例对比228

图表：2007年8月与9月音乐手机价格指数走势对比228

图表：2007年9月音乐手机市场均价走势229

图表：2007年9月主流音乐手机厂商产品均价对比229

图表：2007年9月主流音乐手机厂商月终价格调整对比230

图表：2007年10月降幅最高的前十款音乐手机排行榜230

图表：2007年1-10月音乐手机关注比例走势231

图表：2007年10月音乐手机市场各大品牌在排行榜上的分布231

图表：2007年9月与10月不同像素音乐手机关注比例对比232

图表：2007年9月与10月不同价位音乐手机关注比例对比232

图表：2007年9月与10月音乐手机市场价格指数走势对比233

图表：2007年10月音乐手机市场均价走势监测233

图表：2007年10月主流音乐手机厂商产品均价对比234

图表：2007年10月主流音乐手机厂商月终价格调整对比234

图表：2007年1月-11月音乐手机关注比例走势235

图表：2007年11月音乐手机市场各大品牌在排行榜上的分布235

图表：2007年10月与11月不同像素音乐手机关注比例对比236

图表：2007年10月与11月不同价位音乐手机关注比例对比236

图表：2007年10月与11月音乐手机市场价格指数走势对比237

图表：2007年11月音乐手机市场均价走势监测237

图表：2007年11月主流音乐手机厂商产品均价对比238

图表：2007年11月主流音乐手机厂商月终价格调整对比238

图表：2007年11月降幅最高的前十款音乐手机排行榜239

图表：2007年10月与11月音乐手机降价榜对比图239

图表：2008年1月与2月降价手机数量与降价产品比重对比241

图表：2008年1月与2月手机市场价格指数走势对比242

图表：2008年2月整体手机市场价格指数走势243

图表：2008年2月整体手机市场降价TOP10产品244

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245

图表：2008年2月音乐手机与智能手机价格指数走势对比246

图表：2008年2月音乐手机降价TOP10247

图表：2008年2月智能手机降价TOP10247

图表：2008年2月不同像素拍照手机降价产品数量分布248

图表：2008年2月不同像素拍照手机价格指数走势对比249

图表：2008年2月100万像素音乐手机产品降价TOP10250

图表：2008年2月200万像素音乐手机产品降价TOP10250

图表：2006年1月至2007年10月三大容量MP3关注比例走势252

图表：2007年1月至10月主流容量产品关注比例走势253

图表：参与音乐手机容量调查的用户分布状况255

图表：参与音乐手机容量调查的用户分布比例256

图表：各大厂商主流市场销售音乐手机产品数量分布对比258

图表：2007年不同价位音乐手机产品数量分布对比259

图表：2007年主流厂商音乐手机产品均价对比259

图表：2007年主流厂商不同价位产品数量分布对比260

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261

图表：2007年7月2000元内不同像素手机关注比例分布对比262

图表：2000元内数码相机与照相手机选择状况调查分布263

图表：2001-3000元之间消费者可选择数码相机品牌及产品分布264

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265

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266

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267

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268

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268

图表：CMOSLDO的基本架构及简单应用线路图277

图表：T卡（左）与T卡卡座（右）278

图表：T卡信号定义279

图表：T卡卡座探测开关定义280

图表：T卡卡座探测设计280

图表：MT6226SD/MMC281

图表：2006年德州仪器营业额289

图表：TI全球各地主要的设计及制造场所分布289

图表：TI亚洲地区设厂情况290

图表：飞思卡尔基本DMA运转图296

图表：飞思卡尔S12MCU的演算法之典型建置297

图表：飞思卡尔智慧型DMA控制器298

图表：2008年1季度英飞凌营业收入312

图表：2008年1季度英飞凌息税前利润312

图表：2008年1季度英飞凌净收益313

图表：手机产业链条示意图343

图表：手机软件适配机型数表345

图表：联网软件与不联网软件的比例346

图表：联网软件中包含的主要功能347

图表：联网软件的收费情况348

图表：手机屏幕大小调查349

图表：手机应用软件开发环境格局350

图表：手机终端对音乐格式的支持情况350

图表：手机终端对视频的支持情况351

图表：中国手机上网用户增长趋势352

图表：手机软件用户性别比例353

图表：手机上网网民婚姻状况分布353

图表：使用手机上网网民年龄分布354

图表：使用手机上网网民职业分布355

图表：使用手机上网网民的城乡分布355

图表：巨果?Kingmos操作系统产品及授权390

图表：巨果?Kingmos各版本特性390

图表：巨果?Kingmos一年的免费升级及缺陷修正服务(仅限于企业版和专业版)392

图表：巨果?Kingmos运行时商业授权392

图表：巨果?Kingmos可选模块运行时商业授权393

图表：德信无线技术有限公司全球服务网络402

图表：深圳市金立通信设备有限公司组织结构414

图表：深圳市友利通电子有限公司组织结构图415

图表：华宝通信的大客户及份额情况445

图表：2003-2011年中国国内手机出货量预测461

图表：2007年中国10大手机OEM厂商462

图表：2008年中国国内手机设计供货商的市场出货量预测463

图表：目前市场中常用的三种系统架构各自的优缺点467

图表：多媒体处理器与应用处理器的比较469

B001

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/69675.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提供专业投资咨询报告、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。