

2020-2026年中国智能手机 市场深度评估与市场需求预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国智能手机市场深度评估与市场需求预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202002/155192.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

智能手机，是指像个人电脑一样，具有独立的操作系统，独立的运行空间，可以由用户自行安装软件、游戏、导航等第三方服务商提供的程序，并可以通过移动通讯网络来实现无线网络接入手机类型的总称。

智能手机具有优秀的操作系统、可自由安装各类软件（仅安卓系统）、完全大屏的全触屏式操作感这三大特性，其中Google(谷歌)、苹果、三星、诺基亚、HTC（宏达电）这五大品牌在全世界最为广为人知，而小米（Mi）、华为（HUAWEI）、魅族(MEIZU)、联想（Lenovo）、中兴（ZTE）、酷派（Coolpad）、一加手机（oneplus）、金立（GIONEE）、天宇（天语，K-Touch）等品牌在中国备受关注。苹果手机出货量（亿部） 安卓手机出货量（亿部）

中企顾问网发布的《2020-2026年中国智能手机市场深度评估与市场需求预测报告》共十三章。首先介绍了中国智能手机行业市场发展环境、智能手机整体运行态势等，接着分析了中国智能手机行业市场运行的现状，然后介绍了智能手机市场竞争格局。随后，报告对智能手机做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国智能手机行业发展趋势与投资预测。您若想对智能手机产业有个系统的了解或者想投资中国智能手机行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章2019年全球智能手机行业市场运行动态分析22

第一节2019年全球智能手机行业发展情况分析22

一、全球智能手机市场发展概况22

二、全球智能手机出货量市场规模23

（一）全球智能手机出货量规模23全球智能手机出货量及同比增速预测

（二）全球手机出货量规模分析24

（三）全球智能手机出货量占比分析24

三、全球智能手机出货量市场结构25

(一) 全球手机出货量市场结构	25
(二) 全球智能手机市场结构	26
(三) 全球智能手机厂商出货量对比	27
四、全球智能手机渗透率	27
五、全球智能手机用户规模	28
(一) 全球手机用户规模分析	28
(二) 全球智能手机用户规模	29
第二节全球智能手机市场发展态势分析	29
一、日本智能手机市场份额分析	29
二、美国智能手机使用情况分析	30
三、加拿大智能手机市场分析	32
四、全球智能手机出货量预测	33
五、全球智能手机应用内购买市场规模	34
第三节2020-2026年全球智能手机发展趋势	35
一、大屏幕时代	35
二、键盘操控方式多种多样	35
三、关注用户体验	36
四、硬件设计更重要	36
五、操作系统三足鼎立	37
六、国外智能手机厂商市场份额不断缩小	37
七、智能手机的发展带动移动LBS的发展	37
八、智能手机带动云服务发展	37
第四节2020-2026年全球五大系统智能手机发展趋势	38
一、Android：目前市场份额最高	38
二、iOS：简单、流畅的操作系统	38
三、Symbian：逐渐没落的操作系统	39
四、WindowsPhone：比较有潜力的操作系统	39
五、BlackBerryOS：逐渐退出市场的操作系统	39
第五节智能手机市场产业链分析	40
一、智能手机产业概述	40
二、上游配件供应商分析	41
三、操作系统平台商	42

- 四、应用软件开发商43
- 五、品牌制造商43
- 六、电信运营商44
- 七、周边设备制造商48
- 八、服务供应商48

第二章2019年中国智能手机行业发展环境分析51

第一节2019年中国智能手机经济环境分析51

- 一、中国GDP分析51
- 二、消费价格指数分析52
- 三、城乡居民收入分析53
- 四、社会消费品零售总额55
- 五、全社会固定资产投资分析56
- 六、进出口总额及增长率分析58

第二节中国智能手机政策环境分析61

- 一、《关于加强移动智能终端进网管理的通知》治理恶意代码61
- 二、手机国家三包法62
- 三、《反垄断法》促进电信行业有序竞争65
- 四、《电信业务经营许可管理办法》分析66

第三节中国智能手机社会环境分析68

- 一、中国人口及分布总体情况68
- 二、恩格尔系数71
- 三、中国手机普及应用情况71
- 四、居民手机拥有量分析72
- 五、移动互联网市场运行分析73

第三章中国智能手机行业运行态势分析74

第一节2011-2019年中国智能手机市场发展综述74

- 一、中国智能手机出货量市场规模742016-2020年中国智能手机出货量及增长率
- 二、中国智能手机渗透率75
- 三、中国智能手机用户规模75
- 四、2019年中国智能手机市场价格分析76

第二节2019年中国智能手机产品结构分析78

一、中国智能手机出货量市场结构78

二、中国智能手机品牌结构79

三、中国智能手机产品结构80

四、中国智能手机操作系统结构80

五、中国手机产品网络结构分析81

六、中国智能手机价格段结构分析82

七、中国智能手机销售渠道分析82

第三节中国智能手机行业发展动态分析84

一、中国已成智能手机最大消费国84

二、互联网商扎堆血拼智能手机84

三、中国山寨智能手机市场分析87

四、中国家庭智能手机拥有量分析89

五、智能手机主要厂商发展动态90

六、智能手机主要芯片商发展动态90

第四节2019年中国智能手机主要品牌运行态势分析91

一、苹果91

二、三星92

三、诺基亚95

四、HTC96

五、中兴97

六、华为98

第五节2012-2019年互联网公司智能手机运营分析99

一、互联网公司智能手机整体运营分析99

二、小米手机100

三、百度易手机105

四、阿里云手机108

第四章中国智能手机消费者调研分析110

第一节2019年中国智能手机整体市场关注度分析110

一、智能手机品牌关注度110

二、智能手机型号关注度111

三、智能手机操作系统关注度113

四、智能手机价格关注度113

五、智能手机像素关注度114

第二节2019年中国智能手机用户关注度分析114

一、智能手机品牌关注度114

二、智能手机价格关注度115

三、智能手机操作系统关注度116

四、智能手机屏幕尺寸关注度118

五、智能手机像素关注度119

第三节2019年中国智能手机消费者屏幕尺寸调研120

一、智能手机用户所用的手机屏幕尺寸分布120

（一）正在使用的手机屏幕尺寸分布120

（二）智能手机用户对目前正在使用的手机屏幕的感觉120

二、不同类型智能手机用户未来对手机屏幕尺寸的选择121

（一）智能手机用户未来打算购买的手机屏幕尺寸分布121

（二）不同年龄段智能手机用户未来的手机屏幕尺寸选择122

（三）不同性别智能手机用户未来的手机屏幕尺寸选择122

（四）采用不同操作方式的智能手机用户未来的手机屏幕尺寸选择123

（五）不同功能使用者未来选择手机屏幕尺寸的意向124

第五章2018-2024年中国移动通信及终端行业经济运行状况125

第一节2018-2024年中国移动通信及终端行业发展分析125

一、2019年中国移动通信及终端行业发展概况125

二、2019年中国移动通信及终端行业发展概况128

第二节2018-2024年中国移动通信及终端行业总体运行情况131

一、中国移动通信及终端行业企业数量统计131

二、中国移动通信及终端行业从业人数统计135

三、中国移动通信及终端行业销售收入分析138

四、中国移动通信及终端行业利润总额分析142

五、中国移动通信及终端行业亏损情况分析146

第三节2018-2024年中国移动通信及终端行业资产负债状况147

一、中国移动通信及终端行业资产状况分析147

二、中国移动通信及终端行业应收账款分析	151
三、中国移动通信及终端行业流动资产状况	152
四、中国移动通信及终端行业负债总额分析	152
第四节2018-2024年中国移动通信及终端行业经营效益分析	153
一、中国移动通信及终端行业盈利能力分析	153
二、中国移动通信及终端行业偿债能力分析	156
三、中国移动通信及终端行业营运能力分析	157
第五节2018-2024年中国移动通信及终端行业成本费用结构分析	159
一、中国移动通信及终端行业销售成本分析	159
二、中国移动通信及终端行业销售费用分析	160
三、中国移动通信及终端行业管理费用统计	161
四、中国移动通信及终端行业财务费用统计	162
第六章2018-2024年中国移动通信手持机（手机）产量统计分析	163
第一节2018-2024年全国移动通信手持机（手机）产量分析	163
一、中国手机产量总体情况	163
二、中国主要省份手机产量分析	164
第二节2018-2024年中国主要省市手机产量情况	165
一、广东省手机产量总体情况	165
二、北京市手机产量总体情况	165
三、天津市手机产量总体情况	166
四、山东省手机产量总体情况	167
五、浙江省手机产量总体情况	168
六、江苏省手机产量总体情况	168
七、江西省手机产量总体情况	169
八、福建省手机产量总体情况	170
九、四川省手机产量总体情况	171
十、湖北省手机产量总体情况	171
十一、重庆市手机产量总体情况	172
十二、吉林省手机产量总体情况	173
十三、上海市手机产量总体情况	174
十四、贵州省手机产量总体情况	174

十五、辽宁省手机产量总体情况175

第三节2018-2024年移动通信手持机（手机）产量集中度分析176

第七章2018-2024年中国手机行业进出口情况分析178

第一节2018-2024年中国无线电话进出口分析178

一、2018-2024年中国无线电话进口分析178

（一）进口数量情况（85171100）178

（二）进口金额情况178

二、2018-2024年中国无线电话出口分析179

（一）出口数量情况179

（二）出口金额情况179

三、2018-2024年中国无线电话进出口均价分析180

四、2019年中国无线电话进出口流向分析181

（一）进口来源地情况181

（二）出口目的地情况182

五、2019年中国无线电话进出口省市分析184

（一）进口省市情况184

（二）出口省市情况185

第二节2011-2019年中国用于蜂窝网络或其他无线网络的电话机进出口分析187

一、2011-2019年中国用于蜂窝网络或其他无线网络的电话机进口分析187

（一）进口数量情况（851712）187

（二）进口金额情况187

二、2011-2019年中国用于蜂窝网络或其他无线网络的电话机出口分析188

（一）出口数量情况188

（二）出口金额情况188

三、2011-2019年中国用于蜂窝网络或其他无线网络的电话机进出口均价分析189

四、2019年中国用于蜂窝网络或其他无线网络的电话机进出口流向分析190

（一）进口来源地情况190

（二）出口目的地情况191

五、2019年中国用于蜂窝网络或其他无线网络的电话机进出口省市分析193

（一）进口省市情况193

（二）出口省市情况195

第三节2011-2019年中国手机进出口面临的问题及建议196

一、当前国内手机产业面临的问题196

二、中国手机出口的展望及建议197

第八章2012-2019年中国智能手机行业竞争新形态分析200

第一节2019年中国智能手机市场竞争总况200

一、中国智能手机市场整体竞争格局200

二、中国智能手机市场洗牌加速201

三、中国智能手机品牌排行榜204

第二节2019年中国智能手机运营商竞争状况205

一、电信联通战火烧至千元智能机205

二、电信设立智能手机支持中心提供iPhone专属服务206

三、电信全面进入三大操作系统推动终端直供207

四、联通展开3G千元智能手机升级攻势207

第三节中国智能手机品牌竞争动态209

一、三星GalaxySIII发布209

二、诺基亚推出WP智能手机209

三、联想智能手机国内份额稳定210

四、华为预计国内销售2000万部智能手机211

第四节中国智能手机技术竞争情况213

一、3G和三网融合对智能手机的影响分析213

二、HTML5关键技术的发展趋向与机会214

三、智能手机迈入四核时代：价格和电池成瓶颈215

第五节中国智能手机行业提升竞争力策略分析217

一、操作系统的开发是根本217

二、充分发挥运营商的力量217

三、应用功能的全面开发218

第九章2011-2019年全球智能手机品牌竞争力分析219

第一节芬兰诺基亚219

一、诺基亚发展情况219

二、诺基亚盈利能力分析219

三、诺基亚智能手机区域竞争力220

四、诺基亚智能手机产品竞争力221

五、诺基亚SWOT分析223

第二节美国苹果224

一、苹果公司发展概况224

二、苹果公司盈利能力分析227

三、苹果公司手机区域竞争力228

四、苹果iPhone全球竞争力分析228

五、苹果智能手机iPhone4竞争力分析229

第三节英国索尼爱立信230

一、索尼爱立信发展概况230

二、索尼爱立信盈利能力分析230

三、索尼爱立信品牌发展分析231

四、索尼爱立信智能手机产品竞争力232

五、索尼爱立信SWOT分析233

第四节台湾HTC234

一、HTC公司发展概况234

二、HTC智能手机发展历程235

三、HTC公司盈利能力分析236

四、HTC智能手机产品竞争力237

五、HTC公司SWOT分析238

第五节美国摩托罗拉238

一、摩托罗拉公司发展概况238

二、摩托罗拉品牌发展历程239

三、摩托罗拉盈利能力分析240

四、摩托罗拉智能手机竞争力分析241

第十章中国手机重点企业运营状况探析243

第一节宏达国际电子股份有限公司243

一、企业基本情况243

二、2019年企业经营情况分析244

三、2019年企业经营情况分析245

四、企业产品研发费用246

第二节TCL通讯科技控股有限公司246

一、企业概况246

二、企业经营情况分析247

三、企业经济指标分析248

四、企业盈利能力分析248

五、企业偿债能力分析249

六、企业运营能力分析249

七、企业成本费用分析249

第三节惠州TCL移动通信有限公司250

一、公司基本情况250

二、企业主要经济指标250

三、企业偿债能力分析251

四、企业盈利能力分析252

五、企业运营能力分析252

第四节诺基亚通信有限公司253

一、公司基本情况253

二、企业主要经济指标254

三、企业偿债能力分析254

四、企业盈利能力分析255

五、企业运营能力分析255

第五节摩托罗拉(中国)电子有限公司256

一、公司基本情况256

二、企业主要经济指标256

三、企业偿债能力分析257

四、企业盈利能力分析258

五、企业运营能力分析258

第六节杭州摩托罗拉移动通信设备有限公司259

一、公司基本情况259

二、企业主要经济指标259

三、企业偿债能力分析260

四、企业盈利能力分析261

五、企业运营能力分析261

第七节天津三星通信技术有限公司262

一、公司基本情况262

二、企业主要经济指标262

三、企业偿债能力分析263

四、企业盈利能力分析264

五、企业运营能力分析264

第八节北京索爱普天移动通信有限公司265

一、公司基本情况265

二、企业主要经济指标265

三、企业偿债能力分析266

四、企业盈利能力分析267

五、企业运营能力分析267

第九节杭州东信移动电话有限公司268

一、公司基本情况268

二、企业主要经济指标268

三、企业偿债能力分析269

四、企业盈利能力分析270

五、企业运营能力分析270

第十节青岛乐金浪潮数字通信有限公司271

一、公司基本情况271

二、企业主要经济指标271

三、企业偿债能力分析272

四、企业盈利能力分析273

五、企业运营能力分析273

第十一节华宝通讯（南京）有限公司274

一、公司基本情况274

二、企业主要经济指标274

三、企业偿债能力分析275

四、企业盈利能力分析276

五、企业运营能力分析276

第十二节伟创力实业（珠海）有限公司277

一、公司基本情况277

二、企业主要经济指标278

三、企业偿债能力分析278

四、企业盈利能力分析279

五、企业运营能力分析279

第十三节北京天宇朗通通信设备股份有限公司280

一、公司基本情况280

二、企业主要经济指标280

三、企业偿债能力分析281

四、企业盈利能力分析281

五、企业运营能力分析282

第十一章2020-2026年中国智能手机市场运行前景预测分析283

第一节2020-2026年中国手机发展趋势分析283

一、手机游戏大崛起283

二、智能手机推动NFC支付普及284

三、LBS用户数呈爆发式增长286

四、3G业务和用户仍将快速增长288

五、4G研发的不断推进提升通信设备市场规模288

第二节2020-2026年中国智能手机市场预测分析289

一、2020-2026年中国手机供给预测289

二、2020-2026年中国智能手机销量预测289

三、2020-2026年中国智能手机市场盈利预测290

第十二章2020-2026年中国智能手机产业投资战略研究292

第一节2020-2026年中国品牌智能手机投资机会分析292

一、智能手机加速普及292

二、运营商定制机占据优势292

三、金属外观件渗透率提升293

第二节2020-2026年中国品牌智能手机投资风险预警293

一、行业竞争风险预警293

二、技术风险预警295

三、进入退出风险分析295

第三节建议296

一、从战略角度的建议296

二、从提升核心竞争力方面的建议302

三、智能手机发展的策略303

第十三章中国智能手机企业融资及IPO上市策略指导分析305

第一节智能手机企业融资渠道与选择分析305

一、智能手机企业融资方法与渠道简析305

二、利用股权融资谋划企业发展机遇307

三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道311

四、适度债权融资配置自身资本结构312

五、关注民间资本和外资的投资动向313

第二节智能手机企业境内IPO上市目的及条件314

一、智能手机企业境内上市主要目的314

二、智能手机企业上市需满足的条件315

（一）企业境内主板IPO主要条件315

（二）企业境内中小板IPO主要条件316

（三）企业境内创业板IPO主要条件317

三、企业改制上市中的关键问题318

第三节智能手机企业IPO上市的相关准备319

一、企业该不该上市319

二、企业应何时上市319

三、企业应何地上市320

四、企业上市前准备320

（一）企业上市前综合评估320

（二）企业的内部规范重组320

（三）选择并配合中介机构321

（四）应如何选择中介机构321

第四节智能手机企业IPO上市的规划实施321

一、上市费用规划和团队组建321

二、尽职调查及问题解决方案325

三、改制重组需关注重点问题	328
四、企业上市辅导及注意事项	331
五、上市申报材料制作及要求	333
六、网上路演推介及询价发行	335
第五节智能手机企业IPO上市审核工作流程	336
一、企业IPO上市基本审核流程	336
二、企业IPO上市具体审核环节	337
三、与发行审核流程相关的事项	340

图表目录：

图表1全球智能手机市场发展历程	21
图表22011-2019年全球智能手机出货量及增速变化	23
图表32011-2019年全球手机出货量市场规模	23
图表42011-2013年全球功能手机与智能手机出货量份额对比	24
图表52019年全球手机生产商市场份额	25
图表62012-2019年全球智能手机出货量市场份额分布情况	26
图表72011-2019年全球智能手机厂商出货量情况	26
图表82019年全球各地区智能手机渗透率情况	27
图表92012-2019年全球手机用户规模情况	27
图表102012-2019年全球智能手机用户规模	28
图表112019年3月美国手机用户获取即时信息情况分布	29
图表122019年美国移动操作系统市场份额分布情况	30
图表132019年美国用户认为智能手机功能重要性分布情况	31
图表142011-2019年加拿大智能手机用户规模	32
图表152014-2020年全球智能手机出货量预测趋势图	32
图表162011-2019年全球应用内购买市场交易规模	33
图表17智能手机市场产业链	40
图表182012Q1-2011Q4全球智能手机操作系统市场份额变化情况	41
图表192011-2019年中国3G用户数量变化趋势图	44
图表202019年中国3G用户市场份额分布情况	45
图表212011-2019年3G市场渗透率变化趋势图	45
图表22以用户为中心的移动互联网	46

图表232012-2019年手机淘宝交易规模48

图表242011-2019年中国国内生产总值及增长变化趋势图51

图表252011-2019年中国人均国内生产总值变化趋势图51

图表262011-2019年中国居民消费价格指数变化情况52

图表272011-2019年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图53

图表282011-2019年农村居民纯收入及增长情况统计54

图表292019年中国社会消费品零售总额同比增长趋势图55

图表302011-2019年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图55

图表312011-2019年中国全社会固定资产投资增长趋势图57

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202002/155192.html>