

# 2012-2016年中国手机产业 现状分析及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2012-2016年中国手机产业现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/yingjian1205/T028532HH.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-05-05

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

## 报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国手机产业现状分析及投资前景研究报告》共十六章。主要依据国家统计局、国家发改委、国家信息产业部、国家商务部、国家海关总署、全国商业信息中心、国民经济景气监测中心、中关村在线调研中心、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息和专业研究单位等公布和提供的大量资料，立足于全球手机市场及我国手机行业政策环境，对我国手机行业的发展现状、国内及出口市场、上下游产业链、销售渠道、行业竞争格局及领先企业等进行了分析及预测，并对手机行业发展趋势及前景进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，提出了未来手机行业应采取的发展战略、投资策略。

通过《2012-2016年中国手机产业现状分析及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

2010年全球手机市场出现强劲反弹。IDC数据显示，2010年第一季度，全球手机市场增长了21.07%，出货量为2.944亿部，而在2009年同期只有2.424亿部，并且2009年第一季度受金融危机影响，手机市场下滑了16.6%。统计显示，手机市场的增长主要来自于对智能手机的需求，而这也改变了手机企业之间的排名。统计显示，借助智能手机的强大潜力，黑莓制造商RIM第一次进入全球前五名，将之前排名第五的摩托罗拉成功挤出。

同样在中国，2010年我国手机业也已度过全球金融危机和海外市场萎缩造成的寒潮，手机产量和出口量都同比大幅增长。2009年是我国手机业发展不顺的一年，2009年前两个月手机产量同比降11.2%，手机出口及零部件更比去年同期大降17.2%，下滑速度为数年来之最。不过，根据工信部公布的数据，2010年1至4月，我国手机产量2.33亿台，增长34.5%；而海关统计数据显示，2010年1至5月，我国手机出口达到160亿美元，增长23.3%。

受运营商补贴刺激以及换机需求的影响，预计2011年国内手机出货量将上升到2.66亿部，比2010年增长11%。3G手机和智能手机将是2010年的最热门产品，预计2011年中国国内智能手机出货量将增长到2600万部以上。2010年中国内地3G手机销量将达到3500万部至4300万部，占手机市场整体销量的12%至15%。到2013年3G移动电话的销售量将达1.55亿部。

从长远来看，预计2010年至2015年中国手机市场将进入新一轮快速增长期，随着运营商资费政策调整和对中低端尤其是超低端手机定制规模的进一步扩大，手机新增消费还将保持快

速增长；随着多媒体手机各细分市场的深入发展以及庞大的用户基数，使得换机用户规模逐年放大；同时，随着手机核准制顺利实施和3G网络升级在中国有序进行，制度性的变革以及移动通信行业本身积极的变化也为市场重新注入活力。

## 报告目录

### 第一章 全球手机市场发展分析

#### 第一节 全球手机市场发展情况分析

##### 一、2012年全球手机市场发展分析

##### 二、2012年全球手机市场统计分析

##### 三、2012年全球手机市场分析

#### 第二节 2012年世界主要国家手机市场现状分析

##### 一、2012年美国手机市场现状分析

##### 二、2012年欧洲手机市场现状分析

##### 三、2012年日本手机市场现状分析

##### 四、2012年韩国手机市场现状分析

##### 五、2012年中东与非洲手机市场

#### 第三节 2012年全球手机市场竞争格局分析

##### 一、2012年全球手机市场格局分析

##### 二、智能手机改变全球手机市场格局

##### 三、移动互联网颠覆手机市场未来竞争格局

### 第二章 中国手机行业发展情况分析

#### 第一节 2012年手机产业政策环境分析

##### 一、我国手机充电器标准有望强制执行

##### 二、我国各方推动手机行业规范

##### 三、我国工信部规范3G通信

##### 四、我国将出台手机安全政策法规

##### 五、移动通信手机耳机标准化

#### 第二节 2012年我国手机行业发展技术环境分析

##### 一、2012年我国现代移动通讯技术发展分析

##### 二、2012年我国手机刷卡技术的模式应用和技术

##### 三、2012年我国手机软件平台和操作系统技术分析

四、2012年我国手机视频监控技术应用

五、2012年我国手机语音技术发展分析

第三节 2012年手机行业数据分析

一、2012年移动电话机产量分析

二、2012年通信设备制造业主要经济指标统计

### 第三章 中国手机市场分析

第一节 2012年我国手机行业发展现状分析

一、2011年我国手机行业概况

二、2011年中国3G全面商用

二、2012年我国手机用户规模

四、2012年我国手机行业进入低碳时代

五、2012年手机支付将进入大规模推进阶段

第二节 2010-2012年手机市场发展分析

一、2010中国手机市场回顾

二、2011年中国手机市场发展情况

三、2011年中国手机价格走势分析

四、2012年中国手机市场分析

第三节 2012年中国手机品牌市场结构分析

一、2012年中国手机市场品牌格局

二、2012年中国手机市场各季度品牌格局

三、2012年中国手机市场主流品牌走势

四、2012年中国手机市场主流品牌竞争状况

第四节 2012年中国各手机细分市场发展分析

一、2012年中国智能手机市场

二、2012年中国音乐手机市场

三、2012年中国拍照手机市场

四、2012年中国国产手机市场

五、2012年中国平民手机市场

六、2012年中国双卡双待手机市场

七、2012年中国GPS手机市场

第五节 2012年中国手机出口情况分析

- 一、2012年中国手机出口情况分析
- 二、2012年我国手机主要出口省市分析

#### 第四章 2012年中国手机市场用户调查分析

##### 第一节 2012年中国手机市场用户调查分析

- 一、手机用户基本特征
- 二、手机用户品牌选择
- 三、手机产品选择特征
- 四、手机购买行为分析
- 五、手机上网行为分析

##### 第二节 2012年度手机行业投诉调查分析

- 一、2012年度手机行业投诉概况
- 二、2012年度手机行业投诉趋势分析
- 三、2012年度手机行业投诉来源分析
- 四、2012年度手机行业投诉主要问题分析
- 五、2012年度手机行业投诉人构成分析
- 六、2012年度手机行业投诉处理时效分析
- 七、2012年度手机行业投诉处理结果分析
- 八、2012年度手机行业行业投诉量排名前十品牌

##### 第三节 2012年中国3G手机市场用户调查分析

- 一、中国3G市场及调查概述
- 二、中国3G手机用户调查
- 三、正在使用3G业务的3G手机用户
- 四、非3G用户对3G手机的认识
- 五、参与调查者基本情况

#### 第五章 手机关联产业分析

##### 第一节 中国电信业发展现状及展望

- 一、2012年通信业运营情况
- 二、2012年通信产品进出口情况

##### 第二节 小灵通发展现状及前景分析

- 一、小灵通发展现状分析

## 二、小灵通发展历程分析

## 三、2012年小灵通退市将成定局

### 第三节 手机配件市场分析

#### 一、2012年手机配件产品分析

#### 二、2012年中高端手机配件价格上涨

#### 二、2012年国内手机配件接口实施新行业标准

#### 三、2012年手机配件批发的销售新模式

#### 四、2012年全球手机配件市场收入预测

### 第四节 2012年中国手机售后服务产业发展情况

#### 一、2012年中国手机售后服务产业发展现状与趋势

#### 二、2012年手机售后服务测评分析

#### 三、手机售后服务有待进一步规范

### 第五节 2012年中国手机用户售后服务产业发展现状与趋势

#### 一、售后服务市场规模与结构

#### 二、服务产业链发展现状与特点

#### 三、手机售后服务发展趋势

## 第六章 2012年中国3G手机发展情况分析

### 第一节 2012年我国3G手机发展情况分析

#### 一、2012年中国3G手机发展分析

#### 二、2012年3G市场发展新格局分析

#### 三、2012年中国移动3G业务发展现状分析

#### 四、3G手机带来应用程序新商机

#### 五、中国3G手机销量情况分析

#### 六、中国3G手机制造商三大阵营

### 第二节 2012年我国3G行业发展分析

#### 一、中国3G产业链逐渐完善

#### 二、2012年中国3G产业发展分析

#### 三、2012年3G市场呈现三足鼎立格局

#### 五、2012年中国3G用户数

#### 六、2012年中国3G销售量情况

### 第三节 2012年中国3G手机市场调查

一、市场概述及主要观点

二、品牌关注格局分析

三、产品关注分析

四、细分市场关注分析

五、案例分析

第四节 2012年中国TD产业发展情况及预测

## 第七章 手机业务发展分析

第一节 2012年中国手机增值业务市场分析

一、2012年手机增值业务发展分析

二、2012年中国3G运营商抢占增值业务市场

三、热点移动增值业务预测

第二节 GPS手机发展状况分析

一、2012年GPS手机市场变化分析

二、GPS手机市场发展趋势分析

第三节 手机视频发展状况分析

一、手机视频发展现状分析

二、手机视频监控发展前景

三、手机视频进入“高清时代”

四、2014年手机视频市场发展预测

第四节 手机报业务发展状况分析

一、中国手机报发展现状及前景分析

二、中国手机报的营销创新策略分析

三、手机报网站打造完美的第五媒体

四、手机阅读业务面临的挑战分析

五、手机报的运营模式分析

六、3G对手机报发展的影响分析

七、手机报未来的发展分析

第五节 手机搜索业务发展状况分析

一、中国手机搜索业务发展状况

二、中国手机移动搜索的发展阶段

三、日本手机音乐搜索运营经验的启示



四、2012年全球手机广告搜索营收预测

五、2013年全球移动搜索业务发展预测

#### 第六节 手机广告市场综合分析

一、手机广告的基本概述及特点解析

二、世界手机广告的发展状况

三、中国手机广告市场渐趋火热

四、3G时代中国手机广告发展形势

五、手机广告市场前景看好

六、手机广告市场发展路径特点分析

#### 第七节 其他手机业务发展状况分析

一、汽车网购登陆手机版淘宝

二、手机多媒体化的发展分析

三、手机移动支付业务的发展分析

### 第八章 中国手机游戏产业分析

#### 第一节 中国手机游戏行业发展分析

一、2012年中国手机游戏行业现状

二、2012年中国手机游戏道路分析

三、2012年手机游戏的营销模式机遇

四、2012年手机网络游戏迎来机遇期

五、2012年手机网游的低成本外包分析

六、2012年度手机游戏市场规模分析

七、交互式网游成手机游戏趋势

八、手机游戏面临的机遇与挑战

#### 第二节 2012年手机游戏产业竞争分析

一、2012年手机游戏产业经济营收情况分析

二、2012年手机游戏产业竞争制度分析

三、2012年网游企业抢占手机游戏市场

#### 第三节 2012年手机用户分布

一、调查对象的职业分布

二、调查对象的职业区域分布

三、调查对象省市分布变化

#### 四、调查对象区域分布变化

#### 五、调查对象年龄分布

#### 六、调查对象的收入情况

### 第四节 2012年手机用户消费习惯

#### 一、使用情况调查

#### 二、使用习惯调查

#### 三、喜欢的游戏调查

#### 四、玩游戏过程中关注内容调查

### 第五节 2012年游戏手机市场前景

#### 一、市场前景调查

#### 二、市场预购率调查

#### 三、市场购买潜力调查

#### 四、对游戏手机的期望

## 第九章 中国手机电视产业分析

### 第一节 中国手机电视发展概述

#### 一、中国手机电视市场初具规模

#### 二、中国手机电视业务的实践探索

#### 三、中国手机电视市场竞争异常激烈

### 第二节 2012年手机电视市场发展现状

#### 一、2012年中国手机电视终端市场迅速扩张

#### 二、2012年中国免费手机电视成定制热点

#### 三、2012年中国手机电视突破垄断进军国外市场

#### 四、2012年中国移动手机电视业务G3正式商用

### 第三节 3G助力手机电视业务发展

#### 一、3G技术的基本介绍

#### 二、3G技术为手机电视发展带来良机

#### 三、3G时代加快手机电视发展速度分析

#### 四、3G手机电视业务发展的深入思考

### 第四节 CMMB手机电视的发展

#### 一、奥运后CMMB手机电视面临的局面剖析

#### 二、2012年CMMB手机电视进入大规模商用阶段

三、CMMB手机电视收费模式的思考

四、CMMB手机电视的运营定位

五、CMMB手机电视面临的挑战

六、CMMB手机电视的市场前景探析

第五节 手机电视用户特征

一、用户普及率

二、年龄

三、性别

四、学历

五、从业性质

六、地区

第六节 手机电视用户行为

一、产品认知

二、产品内容

三、产品比较优势

四、使用习惯

五、非手机电视用户

第七节 中国手机电视产业存在的问题

一、制约手机电视业务增长的若干因素

二、手机电视发展面临六大问题

三、我国手机电视市场发展面临的问题

四、手机电视领域政府合作上面临的难题

五、手机电视亟待解决的重要问题

第八节 中国手机电视产业发展的对策

一、促进手机电视市场发展的建议

二、手机电视健康发展的对策建议

三、中国手机电视发展策略分析

四、手机电视挖掘综合商用价值是关键

五、手机电视的营销策略分析

第十章 手机芯片市场分析

第一节 全球手机芯片产业发展情况分析

- 一、全球手机芯片市场格局分析
- 二、爱立信和意法半导体共为手机产芯片
- 三、2012年手机芯片市场销售分析
- 四、全球手机芯片市场竞争分析

## 第二节 中国手机芯片市场分析

- 一、2012年中国手机芯片对智能手机影响分析
- 二、2012年中国首颗手机传感芯片推出
- 三、华为进军山寨手机芯片市场分析
- 四、中国首颗Android系统手机芯片将诞生
- 五、中国3G手机芯片将率先实现国产化

## 第十一章 手机设计、

### 第一节 手机设计趋势分析

- 一、手机外观设计与色彩流行趋势的分析
- 二、3G手机终端设计五大发展趋势
- 三、手机设计发展趋势分析

### 第二节 手机设计行业发展分析

- 一、手机设计行业现状
- 二、3G时代手机设计面临问题分析 499
- 三、中国手机设计水平分析
- 四、手机设计行业加速手机产业发展
- 五、手机设计行业发展趋势分析

### 第三节 手机设计公司现状

- 一、大陆手机设计公司现状
- 二、3G推动手机设计公司发展
- 三、手机设计公司市场环境分析
- 四、手机公司向设计为主转变
- 五、手机设计公司发展策略分析

### 第四节 2012年手机电池产业分析

- 一、中国手机电池市场的现状与发展
- 二、2012年手机电池产品质量抽查分析
- 三、3G时代手机电池市场竞争分析

## 第十二章 手机渠道分析

### 第一节 中国手机市场渠道格局及演变

- 一、手机渠道格局基本特征
- 二、运营商渠道现状分析
- 三、运营商借力社会渠道助销3G终端
- 四、国外厂家的渠道策略
- 五、运营商策略对渠道的影响分析
- 六、国内手机代理商现状分析
- 七、手机厂商、

### 第二节 2012年中国手机渠道发展情况分析

- 一、2012年中国手机市场零售渠道
- 二、手机在线销售渠道分析
- 三、3G时代的手机渠道格局
- 四、中国手机渠道的发展历程
- 五、中国3G手机渠道集成模式升级
- 六、中国手机连锁渠道的发展分析

## 第十三章 移动运营商手机定制发展情况分析

### 第一节 中国移动运营商手机定制发展情况分析

- 一、三大运营商深度介入手机定制
- 二、运营商定制手机将可互用网络
- 三、运营商3G终端深度定制
- 四、全球运营商集采定制手机模式分析

### 第二节 移动运营商的手机定制策略分析

- 一、手机定制的定义
- 二、国外手机终端定制的策略分析
- 三、3G发展手机定制成新趋势
- 四、我国移动运营商手机定制策略建议

### 第三节 手机定制发展趋势分析

- 一、手机厂商的手机定制市场策略分析
- 二、3G手机定制发展策略分析
- 三、中移动启动TD手机深度定制

## 四、手机深度定制是国内运营商必经之路

### 第十四章 领先企业分析

#### 第一节 诺基亚

##### 一、企业概况

##### 二、2012年公司经营状况

##### 三、诺基亚发展策略

#### 第二节 三星

##### 一、企业概况

##### 二、2012年公司经营状况

##### 三、三星发展策略

#### 第三节 摩托罗拉

##### 一、企业概况

##### 二、2012年公司经营状况

##### 三、摩托罗拉渠道策略分析

##### 四、摩托罗拉市场发展战略建议

#### 第四节 中兴

##### 一、企业概况

##### 二、2011年企业经营情况分析

##### 三、2011-2012年企业财务数据分析

##### 四、2012年公司发展展望及策略

#### 第五节 索尼爱立信

##### 一、企业概况

##### 二、2012年公司经营状况

##### 三、索爱3G发展战略分析

#### 第六节 TCL

##### 一、企业概况

##### 二、2011年企业经营情况分析

##### 三、2011-2012年企业财务数据分析

##### 四、2012年公司发展展望及策略

#### 第七节 波导

##### 一、企业概况

- 二、2011年企业经营情况分析
- 三、2011-2012年企业财务数据分析
- 四、2012年公司发展展望及策略

#### 第八节 夏新

- 一、企业概况
- 二、2011年企业经营情况分析
- 三、2011-2012年企业财务数据分析

#### 第九节 康佳

- 一、企业概况
- 二、2011年企业经营情况分析
- 三、2011-2012年企业财务数据分析
- 四、2012年公司发展展望及策略

### 第十五章 2012-2016年手机行业竞争与发展趋势

#### 第一节 2012-2016年全球手机市场发展趋势

- 一、2012年手机市场将出现十大趋势
- 二、2012年手机市场五大期望
- 三、2012年全球手机市场将迎来复苏
- 四、2012全球手机销量预测
- 五、2012年全球手机用户预测
- 六、2012-2016年全球智能手机销量预测

#### 第二节 2012-2016年中国手机行业发展预测

- 一、2012年中国手机市场预测
- 二、中国智能手机市场三大趋势预测
- 三、中国未来4G手机发展预测
- 四、2012年中国手机行业发展展望
- 五、2012年中国手机支付市场规模预测
- 六、2012-2013年3G手机市场预测

#### 第三节 2012-2016年中国手机市场竞争格局分析

- 一、中国手机竞争形势分析
- 二、运营商将主导中国3G后手机市场
- 三、手机行业应用上演无序竞争

四、中国手机支付市场竞争酝酿洗牌

五、售后服务成为手机产业竞争新焦点

## 第十六章 2012-2016年手机厂商发展战略

### 第一节 国内外手机厂商平面媒体宣传策略建议

一、国内外手机厂商的平面媒体宣传策略分析

二、国产手机厂商平面媒体宣传的策略分析

### 第二节 手机品牌提升品牌竞争力策略分析

一、发掘独特的品牌定位

二、严谨的品牌管理

三、品牌推广应增强与消费者深度沟通

四、创新是永葆手机品牌竞争力的法宝

### 第三节 国产手机厂商的各种发展策略综合分析

一、渠道等于市场

二、技术研发的重要性

三、规模至上

四、勇敢地走出去

五、做手机就是做品牌

### 第四节 国内外手机本土化营销策略比较及建议

一、基于4P理论的本土化营销的对比分析

二、结论与建议

### 第五节 国产手机发展策略

一、国产手机应走自主创新之路

二、提升品质打造品牌是国产手机出路

三、国产手机厂商应对大渠道时代的策略

四、双模手机成为国产手机进军3G时代的杀手锏

## 图表目录

图表：2012年全球手机销量情况

图表：2012年全球智能手机销量情况

图表：2012年第四季度全球手机市场统计

图表：2012年全球手机市场统计



图表：2012全球手机销量前十名（销售量单位千台）

图表：2012年度通期制造商出货份额

图表：2012年度通期日本国内智能手机市场份额

图表：手机功能用户期望分析

图表：2011-2012年移动电话机产量全国合计

图表：2011-2012年移动电话机产量北京市合计

图表：2011-2012年移动电话机产量天津市合计

图表：2011-2012年移动电话机产量辽宁省合计

图表：2011-2012年移动电话机产量吉林省合计

图表：2011-2012年移动电话机产量上海市合计

图表：2011-2012年移动电话机产量江苏省合计

图表：2011-2012年移动电话机产量浙江省合计

图表：2011-2012年移动电话机产量福建省合计

图表：2011-2012年移动电话机产量江西省合计

图表：2011-2012年移动电话机产量山东省合计

图表：2011-2012年移动电话机产量湖北省合计

图表：2011-2012年移动电话机产量湖南省合计

图表：2011-2012年移动电话机产量广东省合计

图表：2011-2012年移动电话机产量重庆市合计

图表：2011-2012年移动电话机产量四川省合计

图表：2011-2012年移动电话机产量贵州省合计

图表：2011-2012年移动电话机产量内蒙古合计

图表：2011年1-12月中国通信设备制造业主要经济指标统计

图表：2012年手机行业分日收索指数

图表：2012年手机品牌关注度排行

图表：2012年国内外手机品牌关注度变化

图表：2012年手机型号关注度排行

图表：2012年手机型号关注度排行

图表：2012年WCDMA手机关注度排行

图表：2012年CDMA2000手机关注度排行

图表：2012年TD-SCDMA手机关注度排行

图表：2012年手机软件变化

图表：2012年网民收索的十大手机软件变化

图表：2006-2012年我国移动电话用户各月净增比较

图表：索尼爱立信J10

图表：太阳能电池手机

图表：2008年中国手机终端市场季度销量变化情况

图表：2006-2008年中国移动通信用户月度净增长情况

图表：2011-2012年中国手机市场均价走势

图表：2011-2012年中国市场智能手机均价走势

图表：2011-2012年中国市场3G手机均价走势

图表：2011-2012年中国市场音乐、拍照手机均价走势

图表：2012年第中国市场最受用户关注前十五大手机品牌分布

图表：2012年1月-3月中国手机市场三星、LG等品牌用户关注走势

图表：2012年第一季度中国市场最受用户关注十大智能手机品牌分布

图表：2011-2012年中国手机市场HTC等其他品牌用户关注走势图

图表：2012年第一季度中国市场最受用户关注十大国产手机品牌分布

图表：2012年第一季度中国市场最受用户关注十大国产手机产品排行

图表：2012年第一季度最受用户关注的十款国产手机

图表：2012年第一季度中国市场不同类型手机用户关注比例分布

图表：2011-2012年中国市场不同类型手机用户关注走势

图表：2012年第一季度中国市场不同屏幕尺寸手机用户关注比例分布

图表：2011-2012年中国手机市场不同屏幕尺寸手机用户关注走势

图表：2012年第一季度中国市场不同像素手机用户关注比例分布

图表：2011-2012年中国手机市场不同像素手机用户关注走势

图表：2011-2012年中国手机市场平均价格走势

图表：2012年第一季度中国市场不同类型手机均价对比

图表：2011-2012年中国手机市场不同类型手机均价走势

图表：2012年第一季度中国市场不同像素手机均价对比

图表：2011-2012年中国手机市场不同像素手机均价走势

图表：2012年第一季度中国市场不同屏幕尺寸手机均价对比

图表：2011-2012年中国手机市场不同屏幕尺寸手机均价走势

图表：2012年第一季度中国市场最受用户关注十大手机品牌对价对比

图表：2011-2012年中国手机市场诺基亚、三星、索尼爱立信、LG手机均价走势

图表：2011-2012年中国手机市场HTC、摩托罗拉等手机均价走势

图表：2012年度诺基亚手机品牌关注度流失状况

图表：2012年度三星手机品牌关注度流失状况

图表：2012年度索尼爱立信手机品牌关注度流失状况

图表：2012年度摩托罗拉手机品牌关注度流失状况

图表：2012年度诺基亚、三星、索尼爱立信、摩托罗拉品牌重合度对比

图表：2012年度中国最受用户关注的10大智能手机品牌排名

图表：2012年度中国最受用户关注的10大智能手机品牌比例分布

图表：2012年Q1中国最受用户关注的10大智能手机品牌走势

图表：2012年度中国最受用户关注的10大音乐手机品牌排名

图表：2012年度中国最受用户关注的10大音乐手机品牌比例分布

图表：2012年Q1中国最受用户关注的10大音乐手机品牌走势

图表：2012年度中国最受用户关注的10大拍照手机品牌排名

图表：2012年度中国最受用户关注的10大拍照手机品牌比例分布

图表：2012年Q1中国最受用户关注的10大拍照手机品牌走势

图表：2012年度中国最受用户关注的10大国产手机品牌排名

图表：2012年度中国最受用户关注的10大国产手机品牌分布

图表：2012年度中国最受用户关注的10大平民手机品牌排名

图表：2012年度中国最受用户关注的10大平民手机品牌比例分布

图表：2012年Q1中国最受用户关注的10大平民手机品牌走势

图表：2012年度中国最受用户关注的10大双卡双待手机品牌排名

图表：2012年度中国最受用户关注的10大双卡双待手机品牌分布

图表：2012年Q1中国最受用户关注的10大双卡双待手机品牌走势

图表：2012年度中国最受用户关注的10大GPS手机品牌排名

图表：2012年度中国最受用户关注的10大GPS手机品牌分布

图表：2012年Q1中国最受用户关注的10大GPS手机品牌走势

图表：1995-2012年我国手机年度出口及增速情况

图表：1995-2012年我国手机年度出口价格及同比情况

图表：1995-2012年我国手机年度进口及增速情况

图表：1995-2012年我国手机年度出口价格及同比情况

图表：2012年我国月度出口手机及增速情况

图表：2012年我国月度出口手机平均价格及增速情况

图表：2012年我国手机出口前15位经营单位情况

图表：2012年我国月度进口手机及增速情况

图表：2012年我国月度进口手机平均价格及增速情况

图表：参与调查者性别比例分布

图表：参与调查者年龄结构分布

图表：参与调查者职业分布

图表：参与调查者所在地区分布

图表：参与调查者手机使用历史

图表：参与调查者所使用的手机品牌分布

图表：参与调查者是否使用过目前所拥有的手机品牌比例分布

图表：参与调查者认为自己目前所使用的品牌是否值得信赖比例分布

图表：参与调查者认为自己目前所使用的品牌是否具有领导行业潜质比例分布

图表：参与调查者中会向朋友推荐自己所使用的手机品牌的比例分布

图表：参与调查者手机外观选择比例分布

图表：参与调查者手机类型选择比例分布

图表：参与调查者注重的手机参数比例分布

图表：参与调查者是否会购买上市两个月内的手机新品的比例分布

图表：参与调查者手机价格选择比例分布

图表：参与调查者获知手机信息的渠道分布

图表：参与调查者中男性、女性获知手机信息渠道比例对比

图表：参与调查者购买手机的渠道比例分布

图表：参与调查者中男性、女性购买手机渠道比例对比

图表：参与调查者使用手机上网的频率比例分布

图表：参与调查者中男性、女性使用手机上网频率比例对比

图表：参与调查者使用手机上网时所使用的接入方式比例分布

图表：参与调查者使用手机上网浏览的内容分布

图表：参与调查者男性、女性使用手机上网浏览内容差异

图表：参与调查者中定制增值业务的比例

图表：参与调查者使用增值业务的付费方式

图表：参与调查者使用的增值业务的定制方式分布

图表：参与调查者对所定制的增值服务的评价分布

图表：2006-2012年手机行业投诉量对比图

图表：2008-2012年手机行业月投诉量趋势对比图

图表：2012年手机行业投诉主要来源

图表：2012年手机行业投诉主要问题

图表：2012年手机行业键盘故障、掉漆裂损问题投诉所占品牌投诉总量百分比前三企业

图表：2012年手机行业屏显故障投诉问题投诉量所占品牌投诉总量百分比排名

图表：2012年手机行业虚假宣传、价格纠纷问题投诉量排名前十卖场

图表：2012年手机行业售后服务态度问题投诉量排名

图表：2012年度手机行业不满检查结果投诉问题投诉量排名

图表：2012年度手机行业投诉人年龄分析

图表：2012年手机行业投诉人学历分析

图表：2012年度手机行业投诉处理时效分析

图表：2012年度手机行业投诉处理结果分析

图表：2012年度手机行业投诉量前十品牌

图表：2012年度手机行业投诉量排名前十卖场

图表：2012年手机企业投诉率指数排名

图表：参与调查者使用3G手机的比例

图表：参与调查的3G手机用户所使用的3G手机品牌分布

图表：参与调查的3G手机用户所使用的3G手机价格分布

图表：参与调查的3G手机用户获取3G信息的渠道

图表：参与调查的3G手机用户购买3G手机的原因

图表：参与调查的3G手机用户最在乎的3G业务

图表：参与调查的3G手机用户使用3G业务的比例分布

图表：使用3G业务的用户对运营商的选择比例分布

图表：使用3G业务的用户选择不同运营商的原因分布

图表：使用3G业务的用户每月资费分布

图表：使用3G业务的用户每月上网资费分布

图表：使用3G业务的用户对所使用的资费水平评价

图表：使用3G业务的用户会放弃使用3G业务的比例分布

图表：使用3G业务的用户曾经使用过的3G业务排行

图表：使用3G业务的用户经常使用的3G业务排行

图表：使用3G手机上网的用户对信号的评价

图表：使用3G手机上网的用户对网速的评价

图表：使用3G业务的用户生活改变情况

图表：使用3G业务用户感觉到的最明显的变化

图表：参与调查的非3G用户对3G的认知情况

图表：参与调查的非3G用户不使用3G手机的原因

图表：参与调查的非3G用户打算购买3G手机的分布情况

图表：打算购买3G手机者打算购买的手机品牌分布

图表：参与调查的非3G用户中打算了解3G业务的比例分布

图表：打算了解3G业务者对运营商的选择情况

图表：打算了解3G业务者选择某运营商的原因分布

图表：参与调查的3G用户与非3G用户年龄对比

图表：参与调查的3G用户与非3G用户学历对比

图表：参与调查的3G用户与非3G用户身份对比

图表：参与调查的3G用户与非3G用户对3G认知情况对比

图表：2005-2012年电信综合价格水平下降情况

图表：2005-2012年电话用户到达数和净增数

图表：2005-2012年移动电话用户所占比重

图表：2011-2012年移动电话用户各月净增比较

图表：2004年以来各月移动分组数据用户发展情况

图表：2011-2012年固定电话用户各月净增比较

图表：2005-2012年无线市话用户所占比重

图表：2005-2012年公用、政企、住宅电话用户所占比重

图表：2005-2012年网民数和互联网普及率

图表：2004-2012年各月互联网拨号、宽带接入用户净增比较

图表：2005-2012年固定本地电话通话量

图表：2005-2012年移动本地电话通话时长

图表：2012年长途电话通话时长

图表：2005-2012年长途电话市场构成

图表：2011-2012年IP电话发起方式

图表：2005-2012年短信业务发展情况

图表：2012年电信业务收入构成

图表：2005-2012年电信固定资产投资

图表：2012年主要电信能力指标增长情况

图表：2005-2012年基础电信企业的增值业务收入

图表：2012年电信业务总量、收入、投资分省情况

图表：2012年电信用户分省情况

图表：2012年电信能力、电话普及率分省情况

图表：2012年电子信息产品单月进出口额情况

图表：2012年电子信息产品出口额增速与全国出口额增速对比

图表：2012年电子信息产品单月出口额情况

图表：2012年出口额前10位的电子信息产品出口情况

图表：2012年进口额前10位的电子信息产品进口情况

图表：2012年电子信息产品主要贸易方式占比情况

图表：2012年电子信息产业对外贸易中各类型企业占比情况

图表：2012年电子信息产品出口前十名省市情况

图表：2012年我国电子信息产品出口前十名国家和地区情况

图表：2012年我国电子信息产品进口前十名国家和地区情况

图表：2011-2012年各月电信主营业务收入比较

图表：2011-2012年固定电话用户各月净增比较

图表：2011-2012年互联网用户各月净增比较

图表：2012年1-3月电信主营业务收入构成

图表：2012年固定本地与移动本地通话量比较

图表：2012年同期东、中、西部电信主营业务收入

图表：2008-2012年同期东、中、西部净增固定电话用户

图表：2008-2012年同期东、中、西部净增移动电话用户

图表：2008-2012年同期东、中、西部电信固定资产投资

图表：2012年1-3月电信主营业务收入排名前十名的省份

图表：2012年3月固定电话用户排名前十名的省份

图表：2012年3月移动电话用户排名前十名的省份

图表：2012年1-3月电信固定资产投资排名前十名的省份

图表：2012年3月通信业主要指标完成情况

图表：1978-2008年中国电信业务收入与GDP增速

图表：全球47个最主要的移动市场的国家及地区研究数据

图表：中国电信业发展趋势

图表：中国电信业业务收入和收入增长率

图表：中国电信业发展趋势

图表：中国电信业务收入和收入增长率

图表：中国电信业发展综合预判

图表：中国电信业发展综合预判

图表：2012年3月最受用户关注的十款手机配件

图表：2012年3月最受用户关注的十款手机配件报价性能列表

图表：2005-2012年中国手机售后服务市场规模与增长

图表：2004-2008年中国手机售后服务结构

图表：2005-2012年中国手机售后服务市场规模与增长

图表：2004-2008年中国手机售后服务结构

图表：电信运营商3G用户累计数量

图表：手机制造商3G战略的决策模型

图表：主要3G手机制造商

图表：2012年3月中国3G手机市场最受用户关注的前十大品牌分布

图表：2012年整体市场与3G市场最受关注十五大手机品牌排名及关注度对比

图表：2012年3月中国3G手机市场最受用户关注前十五大手机排行

图表：2012年3月最受关注十五大3G手机部分参数及最新报价

图表：2012年3月中国3G手机市场支持不同功能产品数量及用户关注

图表：2012年3月中国3G手机市场不同制式产品数量及用户关注

图表：2012年3月中国3G手机市场不同屏幕尺寸产品数量及用户关注

图表：2012年3月中国3G手机市场不同摄像头像素产品数量及用户关注

图表：2012年3月中国3G手机市场不同价格区间产品数量及用户关注

图表：2012年3月中国手机市场联想品牌在整体市场与3G市场用户关注及排名情况

图表：2006年-2012年全球GPS手机市场规模预测

图表：手机视频目前存在的问题

图表：没用使用过手机视频服务的原因分析

图表：手机报业务平台

图表：手机报客户群体划分

图表：手机搜索的发展阶段

图表：2005-2012年中国无线营销市场预测

图表：2006-2012年中国手机游戏行业总体市场规模

图表：2006-2012年中国移动手机游戏总体信息费收入



图表：2007-2012年中国手机游戏市场规模及增长率

图表：中国手机游戏行业生命周期

图表：2012年中国手机游戏用户职业分布

图表：2012年中国手机游戏用户职业区域分布

图表：2012年中国手机游戏用户地区分布变化

图表：2012年中国手机网民地区分布对比

图表：2012年中国手机游戏用户年龄分布

图表：2012年中国手机游戏用户收入情况

图表：手机的主要用途

图表：每周游戏的频率调查

图表：平时每次玩游戏花费的时间调查

图表：玩游戏的场合调查

图表：喜欢游戏属性载游戏

图表：用户喜欢的内置游戏调查

图表：用户喜欢的非内置游戏调查

图表：玩游戏过程中关注的产品性能调查

图表：手机用户对游戏手机市场前景的看法

图表：前景阻碍因素调查

图表：是否有购买计划调查

图表：手机用户购买游戏手机可接受价位区间调查

图表：手机用户计划购买不同品牌的游戏手机分布状况

图表：希望手机具有的特征调查

图表：2006-2012年中国手机市场规模及预测

图表：CMMB手机市场价格分析

图表：手机电视的用户比例

图表：手机电视用户与非手机电视用户的年龄比较

图表：手机电视用户与非手机电视用户的性别比较

图表：手机电视用户与非手机电视用户学历比较

图表：手机电视用户与非手机电视用户从业性质比较

图表：手机电视用户与非手机电视用户地区比较

图表：用户对手机电视业务的了解渠道

图表：用户没有使用过手机电视服务的原因分析

图表：不考虑阻碍因素而愿意定制手机电视的用户比例

图表：影响用户订阅手机电视的阻碍因素比较

图表：用户关注的手机电视节目内容

图表：用户对手机电视操作便利性认知

图表：手机电视发展的内容影响因素

图表：用户对手机电视的使用场景

图表：用户平均每天观看手机电视节目时长

图表：非手机电视用户观看互联网电视的比例

图表：非手机电视用户在互联网上关注的内容

图表：非手机电视用户观看互联网电视直播的频率

图表：移动电话机用电池产品质量国家监督抽查产品质量较差企业名单

图表：公众用户需求分析

图表：2012年中兴通讯股份有限公司主营构成表

图表：2011-2012年中兴通讯股份有限公司流动资产表

图表：2011-2012年中兴通讯股份有限公司长期投资表

图表：2011-2012年中兴通讯股份有限公司固定资产表

图表：2011-2012年中兴通讯股份有限公司无形及其他资产表

图表：2011-2012年中兴通讯股份有限公司流动负债表

图表：2011-2012年中兴通讯股份有限公司长期负债表

图表：2011-2012年中兴通讯股份有限公司股东权益表

图表：2011-2012年中兴通讯股份有限公司主营业务收入表

图表：2011-2012年中兴通讯股份有限公司主营业务利润表

图表：2011-2012年中兴通讯股份有限公司营业利润表

图表：2011-2012年中兴通讯股份有限公司利润总额表

图表：2011-2012年中兴通讯股份有限公司净利润表

图表：2011-2012年中兴通讯股份有限公司每股指标表

图表：2011-2012年中兴通讯股份有限公司获利能力表

图表：2011-2012年中兴通讯股份有限公司经营能力表

图表：2011-2012年中兴通讯股份有限公司偿债能力表

图表：2011-2012年中兴通讯股份有限公司资本结构表

图表：2011-2012年中兴通讯股份有限公司发展能力表

图表：2011-2012年中兴通讯股份有限公司现金流量分析表

图表：2008-2012年索爱公司经营情况

图表：2012年索爱公司经营情况

图表：2012年TCL集团股份有限公司主营构成表

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司流动资产表

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司长期投资表

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司固定资产表

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司无形及其他资产表

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司流动负债表

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司长期负债表

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司股东权益表

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司主营业务收入表

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司主营业务利润表

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司营业利润表

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司利润总额表

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司净利润表

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司每股指标表

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司获利能力表

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司经营能力表

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司偿债能力表

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司资本结构表

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司发展能力表

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司现金流量分析表

图表：2012年宁波波导股份有限公司主营构成表

图表：2011-2012年宁波波导股份有限公司流动资产表

图表：2011-2012年宁波波导股份有限公司长期投资表

图表：2011-2012年宁波波导股份有限公司固定资产表

图表：2011-2012年宁波波导股份有限公司无形及其他资产表

图表：2011-2012年宁波波导股份有限公司流动负债表

图表：2011-2012年宁波波导股份有限公司长期负债表

图表：2011-2012年宁波波导股份有限公司股东权益表

图表：2011-2012年宁波波导股份有限公司主营业务收入表

图表：2011-2012年宁波波导股份有限公司主营业务利润表

图表：2011-2012年宁波波导股份有限公司营业利润表

图表：2011-2012年宁波波导股份有限公司利润总额表

图表：2011-2012年宁波波导股份有限公司净利润表

图表：2011-2012年宁波波导股份有限公司每股指标表

图表：2011-2012年宁波波导股份有限公司获利能力表

图表：2011-2012年宁波波导股份有限公司经营能力表

图表：2011-2012年宁波波导股份有限公司偿债能力表

图表：2011-2012年宁波波导股份有限公司资本结构表

图表：2011-2012年宁波波导股份有限公司发展能力表

图表：2011-2012年宁波波导股份有限公司现金流量分析表

图表：2012年夏新电子股份有限公司主营构成表

图表：2011-2012年夏新电子股份有限公司流动资产表

图表：2011-2012年夏新电子股份有限公司长期投资表

图表：2011-2012年夏新电子股份有限公司固定资产表

图表：2011-2012年夏新电子股份有限公司无形及其他资产表

图表：2011-2012年夏新电子股份有限公司流动负债表

图表：2011-2012年夏新电子股份有限公司长期负债表

图表：2011-2012年夏新电子股份有限公司股东权益表

图表：2011-2012年夏新电子股份有限公司主营业务收入表

图表：2011-2012年夏新电子股份有限公司主营业务利润表

图表：2011-2012年夏新电子股份有限公司营业利润表

图表：2011-2012年夏新电子股份有限公司利润总额表

图表：2011-2012年夏新电子股份有限公司净利润表

图表：2011-2012年夏新电子股份有限公司每股指标表

图表：2011-2012年夏新电子股份有限公司获利能力表

图表：2011-2012年夏新电子股份有限公司经营能力表

图表：2011-2012年夏新电子股份有限公司偿债能力表

图表：2011-2012年夏新电子股份有限公司资本结构表

图表：2011-2012年夏新电子股份有限公司发展能力表

图表：2011-2012年夏新电子股份有限公司现金流量分析表

图表：2012年康佳集团股份有限公司主营构成表

图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司流动资产表

图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司长期投资表  
图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司固定资产表  
图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司无形及其他资产表  
图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司流动负债表  
图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司长期负债表  
图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司股东权益表  
图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司主营业务收入表  
图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司主营业务利润表  
图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司营业利润表  
图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司利润总额表  
图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司净利润表  
图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司每股指标表  
图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司获利能力表  
图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司经营能力表  
图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司偿债能力表  
图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司资本结构表  
图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司发展能力表  
图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司现金流量分析表  
图表：2011-2012年中国市场智能手机用户关注比例走势  
图表：2011-2012年中国市场3G手机用户关注比例走势  
图表：2011-2012年中国市场GPS手机用户关注比例走势  
图表：2011-2012年中国市场触摸屏手机用户关注比例走势  
图表：2011-2012年中国市场音乐、拍照手机用户关注比例走势  
图表：诺基亚与波导在产品上的差异  
图表：诺基亚与波导在实施本土化策略中4P要素的区别

本手机行业分析报告，为手机生产和经销企业以及计划投资手机行业的机构全面把握行业发展趋势、准确了解市场运行情况、正确制定企业竞争战略和投资策略提供决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yingjian1205/T028532HIH.html>