

2011-2015年中国智能手机 操作系统行业深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国智能手机操作系统行业深度调研与投资前景研究报告》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/ruanjian1109/0475043YZL.html>

【报告价格】纸介版6500元 电子版6800元 纸介+电子7000元

【出版日期】2011-09-19

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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《2011-2015年中国智能手机操作系统行业深度调研与投资前景研究报告》共七章。首先介绍了智能手机操作系统行业相关概述、中国智能手机操作系统产业运行环境等，接着分析了中国智能手机操作系统行业的现状，然后介绍了中国智能手机操作系统行业竞争格局。随后，报告对中国智能手机操作系统行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国智能手机操作系统产业发展前景与投资预测。您若想对智能手机操作系统产业有个系统的了解或者想投资智能手机操作系统行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

关于智能手机的操作系统，目前使用Linux操作系统的人越来越多，摩托罗拉是一大支持该系统的手机厂商。BLACKBERRY是美股市场占有率第一的手机，但在中国影响力小。PALM系统操作稳定性好，但近年来被更加智能化的WINDOWS MOBILE 超过。SYMBIAN系统是诺基亚主打的系统。Android 是Google开发的基于Linux平台的开源手机操作系统。而iPhone OS是由苹果公司为iPhone开发的操作系统，主要供iPhone使用。

目录

第一章 2010-2011年全球智能手机市场整体运行态势分析 8

第一节 2010-2011年全球智能手机行业发展情况分析 8

一、全球智能手机市场发展概况 8

1、智能手机市场规模 8

2、智能手机操作系统市场竞争分析 9

二、全球十大智能手机排行盘点 13

第二节 2011-2015年全球六大系统智能手机发展趋势 19

一、苹果iPhone OS 3.0 19

二、Palm webOS 19

三、谷歌Android 20

四、Symbian S60 20

五、RIM黑莓OS 21

RIM黑莓手机目前占据了美国智能手机市场大约35%的份额名列第一名。 21

六、微软Windows Mobile 6.5 21

| | |
|----------------------------------|----|
| 第二章 2010-2011年中国智能手机行业运行态势分析 | 23 |
| 第一节 2010-2011年中国手机市场发展综述 | 23 |
| 一、手机排行榜再次变动 | 23 |
| 二、手机智能之路已无可逆转 | 24 |
| 三、智能之路也有多种选择 | 24 |
| 四、手机平台商重回产业链顶端 | 25 |
| 五、智能手机行业面临的危机 | 25 |
| 第二节 2010-2011年中国智能手机行业发展动态分析 | 26 |
| 一、山寨引领智能机廉价时代来临 | 26 |
| 二、智能手机市场硝烟弥漫 商业模式制约其发展 | 26 |
| 三、智能手机市场发展应借鉴PC生产模式 | 27 |
| 四、“开源”操作系统助力智能手机市场发展 | 28 |
| 第三节 2010-2011年中国智能手机市场消费调研 | 28 |
| 一、智能手机购买动机分析 | 28 |
| 二、智能手机品牌偏好 | 30 |
| 三、智能手机消费者满意度分析 | 32 |
| 第四节 2010-2011年中国智能手机主要品牌运行态势分析 | 32 |
| 一、诺基亚 | 32 |
| 二、三星 | 33 |
| 三、摩托罗拉 | 34 |
| 第三章 2010-2011年中国智能手机市场操作系统发展情况 | 35 |
| 第一节 主流操作系统阐述 | 35 |
| 一、Symbian操作系统 | 35 |
| 二、微软Window Mobile系列操作系统 | 37 |
| 三、PALM OS | 38 |
| 四、Linux操作系统 | 38 |
| 五、国产HOPEN操作系统 | 39 |
| 六、国产DOEASY操作系统 | 39 |
| 第二节 2010-2011年中国操作系统市场竞争份额 | 40 |
| 第四章 2010-2011年中国智能手机操作系统发展趋势分析 | 41 |
| 第一节 2010-2011年中国智能手机操作系统市场驱动因素分析 | 41 |
| 一、中国智能手机市场超速增长，增长空间巨大 | 41 |

| | |
|----------------------------------|----|
| 二、多方参与共同推动智能手机市场快速发展 | 41 |
| 三、PDA市场萎缩，智能终端需求转向智能手机 | 43 |
| 四、3G网络进程加快 | 43 |
| 第二节 2010-2011年中国智能手机操作系统市场限制因素分析 | 44 |
| 一、智能手机售价比较高、操作系统授权费用高昂 | 44 |
| 二、应用环境不完备 | 45 |
| 三、厂商混战，技术不统一 | 45 |
| 四、操作系统被国外巨头垄断 国产智能手机发展难 | 46 |
| 第五章 2010-2011年中国智能手机生产厂商竞争分析 | 49 |
| 第一节 SYMBIAN阵营发展动态和厂商竞争策略分析 | 49 |
| 一、Symbian阵营的新推智能手机特点 | 49 |
| 二、Symbian阵营主要厂商及其市场策略分析 | 49 |
| 第二节 WINDOWS阵营发展动态和厂商竞争策略分析 | 51 |
| 一、Windows阵营的新推智能手机特点 | 51 |
| 二、Windows阵营主要厂商及其市场策略分析 | 52 |
| 第三节 Android 阵营发展动态和厂商竞争策略分析 | 69 |
| 一、Android 阵营的新推智能手机特点 | 69 |
| 二、Android 阵营主要厂商及其市场分析 | 74 |
| 第四节 PALM阵营发展动态和厂商竞争策略分析 | 75 |
| 一、Palm阵营的新推智能手机特点 | 75 |
| 二、Palm阵营主要厂商及其市场策略分析（Palm） | 76 |
| 第五节 LINUX阵营发展动态和厂商竞争策略分析 | 77 |
| 一、LINUX操作系统的优缺点及应用机型详解 | 77 |
| 二、LINUX阵营主要厂商及其市场策略分析 | 81 |
| 第六章 2011-2015年中国智能手机操作系统市场发展预测 | 83 |
| 第一节 2011-2015年中国智能手机操作系统技术发展预测 | 83 |
| 一、2011年智能手机市场份额将超PC | 83 |
| 二、功能多样化的智能手机挑战全球PC出货量 | 83 |
| 三、诺基亚与苹果将会上演一场恶战 | 85 |
| 四、Android成为智能手机市场主导力量 | 86 |
| 五、智能手机参数越来越高，价格则走向平民化 | 88 |
| 六、硬件升级加速双核智能手机大行其道 | 88 |

| | |
|--------------------------------|-----|
| 第二节 十个智能手机操作系统发展前景预测 | 90 |
| 一、Symbian | 90 |
| 二、Meego | 90 |
| 三、Maemo | 91 |
| 四、iPhone OS | 91 |
| 五、BlackBerry OS | 91 |
| 六、Linux OS | 92 |
| 七、Windows Phone 7 | 92 |
| 八、WindowsCE | 92 |
| 九、Palm Web OS | 92 |
| 十、Android | 93 |
| 十一、智能手机操作系统有三分天下的趋势 | 93 |
| 第七章 2011-2015年中国智能手机操作系统发展战略研究 | 95 |
| 第一节 针对现有手机生产厂商的建议 | 95 |
| 一、进入低端智能手机市场 | 95 |
| 二、市场目标圈定年轻时尚一族 | 97 |
| 三、中国自主开发手机操作系统还不成规模 | 99 |
| 四、强势本土企业要加强国际化战略 | 101 |
| 五、突出行业特性，实行定制化服务 | 102 |
| 六、进行技术自主研发，掌握核心技术 | 104 |
| 第二节 针对将要进入该领域的手机生产厂商的建议 | 105 |
| 一、主流智能手机操作系统功能性对比 | 105 |
| 二、掌握智能手机核心技术，进行差异化竞争 | 106 |
| 三、不要企望降价可以打开智能手机市场 | 107 |
| 四、中国推出自主手机操作系统尚待时日 | 109 |
| 第三节 针对手机应用开发厂商的建议 | 110 |
| 一、智能手机应用程序使用率在增加 | 110 |
| 二、智能手机应用程序研发倾向精巧型发展 | 111 |
| 三、应用程序将成智能手机平台胜负关键 | 111 |

图表目录

图表 1 2004-2010年全球智能手机销量走势 8

图表 2 2011年第一季度智能手机销量的前10大品牌 9

图表 3 全球5大智能手机操作系统市场占有率 10

图表 4 主要操作系统阵营特点比较 10

图表 5 2009-2010年全球智能手机市场主要操作系统所占市场份额 11

图表 6 2011年第一季度智能手机主要操作系统所占市场份额的比重 12

图表 7 2006-2011年第一季度全球苹果IPHONE IOS 操作系统市场份额走势图 19

图表 8 2009-02011年第一季度ANDROID系统份额情况 20

图表 9 2006-2011年第一季度全球诺基亚SYMBIAN操作系统市场份额走势图 21

图表 10 2006-2011年第一季度WINDOWS MOBILE智能操作系统份额情况 21

图表 11 2011年第一季度全球10大智能手机品牌销量及份额 23

图表 12 2011年其它季度诺基亚所占智能手机市场份额的预测及其相应营收表 23

图表 13 采用ANDROID操作系统的几大手机厂商出售的智能手机份额 24

图表 14 2011年4月中国智能手机市场不同操作系统产品关注比例分布 28

图表 15 2011年4月中国智能手机市场不同价格段产品关注比例分布 29

图表 16 2011年3-4月中国智能手机市场不同像素产品关注比例对比 30

图表 17 2011年4月中国智能手机市场品牌关注比例分布情况 30

图表 18 2011年3-4月中国智能手机市场品牌关注比例对比 31

图表 19 SYMBIAN操作系统 35

图表 20 2006-2013年中国智能手机销量及预测图 41

图表 21 智能手机的四种主要发展模式 42

图表 22 2006-2010年中国智能手机操作系统竞争者及份额状况 49

图表 23 2005-2013台式电脑、笔记本电脑、智能手机、平板电脑全球出货量 84

图表 24 苹果诺基亚之战即将来临 84

图表 25 2011年1-12月中国智能手机市场主流品牌关注比例走势及预测 85

图表 26 2011年1-12月中国智能手机市场ANDROID产品数量与关注比例走势 87

图表 27 中国智能手机市场价格指数走势 88

图表 28 双核智能手机能够为用户提供更多的高性能 89

图表 29 2011年第一季度全球智能手机出货量 93

图表 30 预计2011年各大操作系统市场份额 94

图表 31 2011年中国智能手机用户年龄分布 97

图表 32 2011年中国智能手机用户保有量调查结果 108

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/ruanjian1109/0475043YZL.html>