

2012-2016年中国手机行业 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

《2012-2016年中国手机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/yingjian1205/N419847L9J.html>

【报告价格】纸介版8500元 电子版8500元 纸介+电子9000元

【出版日期】2012-05-17

【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年中国手机行业深度调研与投资前景研究报告》共十六章。介绍了手机行业相关概述、中国手机产业运行环境、分析了中国手机行业的现状、中国手机行业竞争格局、对中国手机行业做了重点企业经营状况分析及中国手机产业发展前景与投资预测。您若想对手机产业有个系统的了解或者想投资手机行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

中国将在2012-2016年间成为全球手机出货量最大的市场，并且成为全球最大的移动应用服务消费国，中国市场潜力巨大。截至2011年中国手机市场刚刚突破10亿部大关，这一数据超过了欧洲的总量，是北美市场的三倍。2011年第一、第二季度中国国内手机销量分别为6674万部、6894万部，第二季度中国手机市场销量较第一季度增长220万部，保持持续增长态势，但从增长率来看，第二季度环比增长率为3.3%，较第一季度环比4.7%的增长率低1.4%。第三季度中国市场智能手机销量环比增长58%，达到创记录的2390万部，中国智能手机销量环比下跌7%至2330万部。拉动中国市场智能手机销量大幅增长的因素包括移动运营商的大幅度补贴，以及iPhone和中兴等中国厂商推出的廉价Android手机。2011年第四季度国内手机销售总量达8760万部(不计黑手机和水货手机)，环比增长5%。本季度3G手机销量突破了1500万大关，相比上一季度环比增长24.5%。整体来看，中国手机市场处于销量增长、但增速放缓的阶段。2011年中国手机市场上，诺基亚、三星、HTC三大品牌位居用户关注前三甲，其中诺基亚仍拥有较为明显的领先优势。从最受用户关注的十五大品牌来看，九家品牌为国外品牌或台系品牌，与2010年格局基本一致，在中国手机市场上，国外/台系品牌掌握市场话语权的局面并未改变。2012-2016年间手机应用年度市场规模将达150亿美元。巨大的商机加速了各种规模的互联网厂商推出融合手机定位、照相机、触摸屏、手机游戏等功能在内的新服务。

随着中国厂商涌入迅速起飞的中低端智能手机市场，2012年中国厂商在全球手机市场份额将达到50%。2011年中国厂商的智能机出货量为4,800万台，占全球智能手机市场的10%，2012年这一数据将迅速激增至2亿台，占全球智能手机市场的30%。2011年中国手机市场的品牌格局有了明显的转变，前15大品牌的累计关注比例为92.4%，较2010年下降了2.7%，前五大品牌的累计关注比例较2010年下降了2.2%。最值得关注的是诺基亚的关注比例从2010年的45.1%下降至27.8%，并于2011年第四季度被三星取代了最受消费者关注的品牌位置。2012-2016年智能手机将是各大手机厂商与服务提供商争夺市场最重要的手段，智能手机硬件技术不断深化，技术不断革新，应用服务提供商更加朝着个性化定制的趋势发展，智能手机

在国内的井喷式发展的确给国产手机厂商们带来了曙光和新的机遇。

目录

第一部分 手机市场发展分析

第一章 2011年全球手机市场发展分析 1

第一节 2011年全球手机市场分析 1

- 一、2011年全球手机产量分析 1
- 二、2011年全球手机销量分析 4
- 三、2011年全球手机市场份额变化分析 5

第二节 2011全球移动终端市场分析 8

- 一、全球移动终端市场概述 8
- 二、全球移动终端产品分析 12
- 三、2011年全球移动终端消费分析 23

第三节 2011年全球手机消费地区分析 24

- 一、北美地区 24
- 二、西欧地区 26
- 三、东欧地区 28
- 四、东南亚地区 29
- 五、南美地区 32
- 六、非洲地区 34
- 七、日本地区 35

第二章 2011年中国手机市场发展分析 39

第一节 2011年中国手机市场发展概述 39

- 一、2011年中国手机市场销量持续增长 39
- 二、智能3G手机成为手机市场增长新引擎 39
- 三、手机市场应用与服务竞争升级 40
- 四、大屏幕、高像素手机关注度提升 41

第二节 2011年中国手机市场发展分析 42

- 一、2011年中国手机市场喜忧并存 42
- 二、2011年中国手机市场品牌关注变化分析 45

三、2011年中国手机市场手机功能关注分析 52

第三章 2011年中国手机市场供需分析 57

第一节 2011中国手机市场需求情况分析 57

一、影响手机需求因素概述 57

二、2011年中国手机市场需求特点 58

三、2011年中国手机市场需求量分析 58

四、2012年中国手机市场需求预测 62

第二节 2011年中国手机市场供应情况分析 67

一、2011年中国非智能手机市场供应分析 67

二、2011年中国市场智能手机市场供应分析 69

三、2011年中国手机市场供应量分析 72

第三节 2011年中国手机市场价格分析 77

一、2011年中国手机市场均价继续上涨 77

二、2011年国产手机人气上涨 79

三、2011年中国手机市场价格区间分析 79

第四节 2011年中国手机出口分析 81

一、2011年中国手机出口市场分析 81

二、2011年中国手机出口欧美分析 85

三、2011年中国手机出口非洲分析 87

四、2011年中国手机出口中东分析 88

五、2011年中国手机出口东南亚分析 89

第四章 2011年中国手机市场宏观分析 91

第一节 2011年中国国情变化情况分析 91

一、2011年中国人口变化情况分析 91

二、2011年中国经济变化情况分析 93

三、2011年中国政治情况分析 96

四、2011年中国国民收入变化情况分析 98

第二节 2011年中国宏观经济分析 100

一、2011年中国外贸进出口情况分析 100

二、2011年中国信贷规模变化分析 101

- 三、2011年中国CPI变化情况分析 102
- 四、2011年中国国内生产总值变化分析 104
- 五、2012年中国宏观经济展望 105
- 第三节 2011年中国手机市场环境分析 106
 - 一、中国手机市场环境概述 106
 - 二、2011年中国手机市场政策分析 110

第二部分 手机行业与产业链分析

第五章 2011年手机制造产业分析 111

- 第一节 2011年手机制造产业竞争分析 111
 - 一、2011年手机制造产业主流品牌分析 111
 - 二、2011年手机制造产业竞争格局分析 114
 - 三、2011年国产手机制造企业竞争分析 118
 - 四、2011年国产智能手机竞争分析 120
- 第二节 2011年手机制造产业规模分析 123
 - 一、2011年全球手机制造产业规模 123
 - 二、2011年中国手机制造产业规模 125
- 第三节 2011年中国智能手机制造产业分析 126
 - 一、2011年智能手机制造产业成本分析 126
 - 二、2011年中国智能手机出货量分析 130
 - 三、2011年中国智能手机制造趋势分析 133
- 第四节 2011年手机制造上游产业链分析 135
 - 一、2011年手机电池产业分析 135
 - 二、2011年手机芯片产业分析 140
 - 三、2011年手机应用材料产业分析 144

第六章 2011年中国手机代工产业分析 148

- 第一节 手机代工产业概述 148
- 第二节 台资手机代工企业分析 149
 - 一、富士康模式 149
 - 二、HTC模式 152
- 第三节 内地手机代工企业分析 156

一、华为模式 156

二、波导模式 158

三、山寨模式 159

第四节 2011年手机代工产业发展分析 166

一、2009-2011年手机代工产业变化分析 166

二、苹果代工产业分析 168

三、中国贴牌手机产业分析 172

四、手机代工产业趋势分析 174

第七章 2011年移动通信行业发展分析 178

第一节 2011年移动通信技术发展分析 178

一、移动通信技术发展概述 178

二、2011年2G通信技术发展分析 181

三、2011年3G通信技术发展分析 184

四、2011年4G通信技术发展分析 185

第二节 2011年移动通信终端发展分析 187

一、移动通信终端分类 187

二、2011年手机终端技术发展分析 193

三、2011年手机制造技术发展分析 194

四、2011年平板电脑终端发展分析 197

第三节 2011年移动通信终端用户分析 199

一、2011年手机制式份额变化分析 199

二、2011年移动通信终端3G用户分析 202

三、2011年移动通信终端用户关注度分析 205

第四节 2012-2016年移动通信行业发展趋势 210

一、2012-2016年移动通信技术发展趋势 210

二、2012-2016年移动终端设备发展趋势 213

三、2012-2016年移动终端用户需求趋势 215

第八章 2011年手机操作系统软件产业分析 217

第一节 手机操作系统软件发展概述 217

一、手机操作系统概述 217

二、手机操作系统分类 218

第二节 2011年手机操作系统市场分析 227

一、2011年手机操作系统市场份额分析 227

二、2011年手机操作系统市场集中度分析 229

三、2011年手机操作系统应用平台分析 230

第九章 2011年中国手机终端服务产业分析 232

第一节 手机终端服务产业概述 232

一、手机终端服务产生 232

二、手机终端服务发展 233

三、手机终端服务产业链 235

第二节 手机终端服务产业分类 237

一、手机售后服务产业 237

二、手机游戏产业 239

三、手机电视产业 243

四、手机视频产业 244

五、手机设计产业 245

六、手机配件产业 247

第三节 2011年手机终端服务发展分析 254

一、2011年中国手机终端服务产业竞争格局 254

二、2011年手机终端服务模式发展分析 256

三、2011年中国手机终端服务市场产业链分析 259

四、2011年手机游戏产业分析 263

第十章 2011年手机无线广告产业分析 268

第一节 手机无线广告概述 268

一、手机无线广告定义 268

二、手机无线广告主要特点 270

第二节 手机无线广告分类 276

一、推送式手机无线广告 276

二、拉入式手机无线广告 277

三、手机报 277

第三节 2011年手机无线广告市场分析	279
一、2011年全球手机无线广告市场分析	279
二、2011年中国手机无线广告市场分析	284
三、2011年中国智能手机广告市场分析	288
四、2012-2016年中国手机无线广告市场趋势分析	291
第十一章 2011年手机安全产业分析	297
第一节 手机安全产业概述	297
一、手机安全保护的必要性	297
二、手机安全产业发展现状	300
三、手机安全产业盈利模式	301
四、手机安全服务主要提供商介绍	302
第二节 2011年中国手机安全产业市场分析	304
一、2011年中国手机安全产业市场规模分析	304
二、2011年中国手机安全产业竞争分析	306
三、2011年中国手机安全产业用户分析	309
四、2011年中国手机病毒感染情况分析	312
第三节 2011年中国手机安全环境分析	319
一、2011年中国手机安全事件	319
二、2011年中国新型手机木马	320
三、2011年智能手机安全形式分析	322
第四节 2012-2016年中国手机安全市场趋势	328
一、2012-2016年手机安全市场加速整合形成市场联盟	328
二、2012-2016年手机安全生态系统产业链不断延伸	330
三、2012-2016年手机云安全技术深化	331
四、2012年中国手机木马流行趋势	332

第三部分 手机营销模式分析

第十二章 手机营销模式分析 335

第一节 传统手机营销模式分析 335

- 一、代理商营销模式 335
- 二、零售商模式 336
- 三、山寨机营销模式 338

第二节 2011年新型手机营销模式分析 341

一、手机工厂店模式 341

二、无线营销模式 343

三、小米手机营销模式 348

第三节 2012-2016年手机营销趋势分析 353

第四部分 手机行业竞争分析

第十三章 手机行业竞争分析 355

第一节 全球手机行业竞争分析 355

一、全球手机制造行业竞争分析 355

二、全球手机操作系统竞争分析 357

三、全球智能手机市场竞争分析 363

第二节 中国手机行业竞争分析 366

一、2011年中国手机厂商竞争分析 366

二、2011年中国手机市场品牌竞争 367

三、2011年中国智能手机市场竞争分析 368

第十四章 行业重点企业分析 371

第一节 美国苹果公司 371

一、企业基本概述 371

二、2011年企业经营情况分析 372

三、企业对市场发展影响 381

第二节 韩国三星公司 382

一、企业基本概述 382

二、2011年企业战略分析 382

三、2011年企业经营情况 384

第三节 芬兰诺基亚公司 387

一、企业基本概述 387

二、2011年企业战略分析 389

三、2011年企业经营情况 395

四、2011年企业财务情况 397

第四节 美国摩托罗拉公司 403

- 一、企业基本概述 403
- 二、企业相关产品介绍 404
- 三、2011年企业经营情况 407
- 四、2011年企业战略分析 411
- 五、企业发展限制因素 414
- 第五节 中国华为公司 417
 - 一、企业基本概述 417
 - 二、2011年企业手机产品战略分析 418
 - 三、2011年企业经营情况 421
- 第六节 索尼爱立信公司 423
 - 一、企业基本概述 423
 - 二、公司发展战略 424
 - 三、2011年企业经营情况 428
- 第七节 中国台湾多普达公司 434
 - 一、企业基本概述 434
 - 二、企业大举进入大陆市场影响 435
 - 三、2011年企业经营情况 438
- 第八节 中国小米公司 442
 - 一、企业基本概述 442
 - 二、企业战略模式 444
 - 三、2011年企业经营情况 446
- 第九节 中国中兴公司 449
 - 一、企业基本概述 449
 - 二、企业技术战略 451
 - 三、2011年企业经营情况 452
- 第十节 中国联想公司 455
 - 一、企业基本概述 455
 - 二、企业发展策略 457
 - 三、2011年企业经营情况 460

第五部分 手机行业趋势与投资分析

第十五章 2012-2016手机行业发展趋势分析 463

第一节 2012-2016年手机行业发展趋势 463

一、2012-2016年手机行业总体发展趋势 463

二、2012-2016年手机硬件发展趋势 465

三、2012-2016年手机软件发展趋势 467

四、2012-2016年移动通信网络发展趋势 471

第二节 2012-2016年手机应用发展趋势 471

一、2012-2016年手机移动互联网应用发展趋势 471

二、2012-2016年手机游戏市场发展趋势 472

三、2012-2016年手机物联网市场发展趋势 473

四、2012-2016年手机浏览器发展趋势 476

第三节 2012-2016年智能手机发展趋势 477

一、四核处理器时代的即将到来 477

二、智能手机将支持近场通信技术（NFC） 478

三、720p的分辨率将成为高端智能机的标准之一 480

四、LTE技术即将推广 483

五、声音控制技术的不断发展 484

六、价格竞争将更为激烈 485

七、增强现实技术日益成熟 486

第十六章 2012-2016年手机行业投资分析 488

第一节 2012-2016年手机行业市场分析 488

一、2012-2016年手机行业竞争分析 488

二、2012-2016年手机行业市场规模分析 489

三、2012-2016年手机行业价格趋势分析 491

四、2012-2016年手机行业盈利模式分析 495

第二节 2012-2016年手机行业投资机会与策略 500

一、2012-2016年手机行业投资机会分析 500

二、2012-2016年投资策略建议 502

图表目录

图表：2010-2011年全球主要手机厂商出货量 1

图表：全球智能手机市场份额分布 6

图表：2010-2011年全球手机市场份额对比图 7

图表：2001Q4全球手机市场份额对比图 8

图表：全球主要智能手机品牌 22

图表：2009-2016年谷歌付费搜索收入预测图 23

图表：2011-2012年谷歌付费搜索收入占比 23

图表：移动设备的平均每次点击成本对比图 24

图表：北美手机用户购机调查 25

图表：北美手机用户各年龄段调查 25

图表：2010-2011年西欧主要手机厂商出货量 27

图表：2010-2011年东南亚智能手机操作系统使用情况 31

图表：2011上半年日本智能手机市场排名 35

图表：2011.4-2011.9间日本手机市场出货量排名 36

图表：2011上半年日本智能手机系统排名 38

图表：2011年中国手机市场品牌关注比例分布 45

图表：2010-2011年中国手机市场品牌关注前十排名情况 46

图表：2011年各季度中国手机市场品牌关注排名情况 47

图表：2011年中国智能手机市场品牌关注比例分布 47

图表：2010-2011年中国手机市场品牌关注比例对比 48

图表：2011年Q1 - Q4中国智能手机市场品牌关注排名对比 48

图表：2011年中国3G手机市场品牌关注比例分布 49

图表：2010-2011年中国3G手机市场品牌关注比例对比 49

图表：2011年Q1 - Q4中国3G手机市场品牌关注排名对比 50

图表：2011年中国GPS手机市场品牌关注比例分布 50

图表：2011年中国国产手机市场品牌关注比例分布 51

图表：2010-2011年中国GPS手机市场品牌关注比例对比 51

图表：2010-2011年中国国产手机市场品牌关注比例对比 52

图表：2011年Q1-Q4中国手机市场不同屏幕尺寸产品关注比例走势 53

图表：部分手机产品屏幕规格表 53

图表：2011年中国手机市场不同屏幕尺寸产品关注比例分布 54

图表：2011年中国手机市场不同摄像头像素产品关注比例分布 55

图表：2010年中国手机市场不同摄像头像素产品关注比例走势 55

图表：中国手机全国市场零售销量及同比增长率情况 59

图表：中国手机全国市场零售销额及同比增长率 59

图表：2006-2013年中国智能手机销售量及增长率 61

图表：年轻互联网用户在未来半年内购置新机调查 61

图表：2000-2008年中国手机初次购机用户规模 63

图表：2009-2012年中国移动通信普及率 64

图表：用户换购周期对换购机市场规模的影响简要测算 66

图表：2009-2012年中国手机终端需求量简要测算 66

图表：2011年中国手机产量统计表 73

图表：2011年1-12月北京手机产量统计 74

图表：2011年1-12月天津手机产量统计 74

图表：2011年1-12月辽宁手机产量统计 74

图表：2011年1-12月吉林手机产量统计 74

图表：2011年1-12月上海手机产量统计 74

图表：2011年1-12月江苏手机产量统计 74

图表：2011年1-12月浙江手机产量统计 74

图表：2011年1-12月福建手机产量统计 75

图表：2011年1-12月江西手机产量统计 75

图表：2011年1-12月山东手机产量统计 75

图表：2011年1-12月河南手机产量统计 75

图表：2011年1-12月湖北手机产量统计 75

图表：2011年1-12月湖南手机产量统计 75

图表：2011年1-12月广东手机产量统计 75

图表：2011年1-12月重庆手机产量统计 75

图表：2011年1-12月四川手机产量统计 76

图表：2011年1-12月贵州手机产量统计 76

图表：2011年1-12月陕西手机产量统计 76

图表：2012年1-2月中国手机市场不同价位段产品关注比例对比 78

图表：2012年1-2月中国手机市场不同类型产品关注比例对比 79

图表：2011上半年中国智能手机市场价格指数走势 80

图表：2011年Q1、Q2中国3G手机市场不同价格段产品关注比例对比 80

图表：2011年上半年中国3G手机市场不同价格段产品关注比例分布 81

图表：2006-2011年人口及自然增长率变化趋势 91

图表：2006-2011年出生人口性别变化情况 92

图表：2011年末各年龄段人口比重 93

图表：2006-2011年各年龄段人口比重变化情况 93

图表：2011年全国人均GDP排名前十 99

图表：2008年到2011年12月中国进出口走势 100

图表：2009.12-2011.12中国信贷数据对比图 101

图表：2008.2-2011.12中国CPI与PPI对比图 103

图表：2008-2011年中国国内生产总值对比图 104

图表：2012年2月中国手机市场品牌关注比例分布 111

图表：2012年2月中国手机市场品牌关注对比 112

图表：2012年2月中国手机市场产品关注排名 112

图表：2011年中国智能机市场占有率对比图 113

图表：2011年手机市场份额对比图 113

图表：2012年2月中国手机市场主流品牌产品占比对比 114

图表：2012年2月中国手机市场主流品牌单品关注率对比 114

图表：2011年第四季度全球六大LTE手机制造商排名 124

图表：部分 智能手机部件成本与裸机售价对比表 127

图表：不同生命周期下的Li离子电池的IC放电曲线 135

图表：2011年中国手机电池品牌排行榜 138

图表：Li离子电池的充电曲线图 139

图表：2010-2011年中国手机市场规模走势 200

图表：2011年7月份各制式手机市场投放量情况 201

图表：2010-2011年手机制式占比变化趋势 202

图表：2010-2011年中国3G市场各价格段走势 202

图表：2010-2011年中国3G终端整体销售走势 203

图表：2009-2011年中国市场不同类型手机关注情况 206

图表2010-2011年移动通信终端关注度对比 208

图表：2010-2011年3G智能机操作系统份额变化 228

图表：2012年2月美国智能手机操作系统份额对比 229

图表：智能手机操作系统市场集中度（HHI）走势 230

图表：手机游戏产业链 239

图表：手机游戏产业生态网络图 240

图表：手机游戏产业生态系统 242

图表：手机视频使用比例 244

图表：2007年-2014中国手机游戏市场和手机网游市场规模 264

图表：手机用户玩游戏次数与时间对比图 265

图表：手机单机游戏用户主要收费模式 265

图表：手机单机游戏用户每月消费额 266

图表：不同年龄层对WAP广告（含WAPPUSH推广）的态度 271

图表：不同性别对WAP广告（含WAPPUSH推广）的态度 273

图表：不同文化层度对WAP广告（含WAPPUSH推广）的态度 274

图表：不同职务对WAP广告（含WAPPUSH推广）的态度 274

图表：不同个人月收入对WAP广告（含WAPPUSH推广）的态度 275

图表：WAP广告（含WAPPUSH推广）的平均效果综合统计 277

图表：2006-2011年全球无线互联网广告市场规模 280

图表：无线广告用户对各类手机广告的接触情况 283

图表：WAP广告（含WAPPUSH推广）受众阅读地 284

图表：WAP广告（含WAPPUSH推广）受众阅读时间分布 285

图表：WAP广告（含WAPPUSH推广）受众阅读后处理方式 286

图表：WAP广告（含WAPPUSH推广）受众阅读理由 286

图表：2011年主要行业无线广告支出排名 287

图表：2011年全国主要城市无线广告投放情况 287

图表：各类操作系统广告展示流量分布 289

图表：不同网络接入方式下广告展示分布 289

图表：AndroidAPP市场新增应用相关程序 290

图表：不同广告形式投放占比 290

图表：不同广告类型对应点击率情况 291

图表：2005-2013年中国无线广告市场收入规模 291

图表：2009-2013年中国无线互联网广告市场规模（预测） 292

图表：2009-2013年中国手机网页广告市场规模（预测） 293

图表：2009-2013年中国手机客户端广告市场规模（预测） 295

图表：2009-2013年中国手机分类广告市场份额对比（预测） 296

图表：2011年第四季度中国手机安全市场份额 304

图表：手机安全软件预装率 305

图表：2011年第四季度中国手机安全市场份额 305

图表：2010-2011年中国手机安全用户规模 306

图表：2011年第四季度中国手机安全市场份额 308

图表：2011年第4季度中国智能手机销量份额（按OS分） 309

图表：2011年手机安全用户地域分布 310

图表：2011年使用智能系统的手机安全用户分布 310

图表：2011年手机安全用户年龄分布 311

图表：2011年手机安全用户平均收入分布 312

图表：2011年7-8月Android手机恶意软件 313

图表：2011年7-8月Android恶意软件感染地域分布（国内） 315

图表：2011年7-8月Android恶意软件感染地域分布（全球） 315

图表：2011年7-8月Android恶意软件感染地域分布（北美） 316

图表：2011年7-8月Android恶意软件感染地域分布（欧洲） 316

图表：2011年7-8月Android恶意软件感染地域分布（台湾） 316

图表：2011年新增手机病毒趋势图 323

图表：2011年恶意程序分布及增长比例 323

图表：2011年手机病毒传播渠道 324

图表：2011年手机病毒类型 325

图表：2011年手机病毒类型 325

图表：2011年云端病毒上升趋势图 326

图表：2011年手机病毒感染地区分布 326

图表：2011.8-2011.9小米手机用户关注度情况 349

图表：2007-2011年智能手机操作系统竞争格局走势 358

图表：2011年Q3手机行业市场销售份额对比图 368

图表：2011年苹果公司主要财务数据（一） 372

图表：2011年苹果公司主要财务数据（二） 373

图表：2011年苹果公司主要财务数据（三） 374

图表：2011年苹果公司主要财务数据（四） 374

图表：2011年苹果公司主要财务数据（五） 375

图表：2011年苹果公司主要财务数据（六） 376

图表：2011年苹果公司主要财务数据（七） 377

图表：2011年苹果公司主要财务数据（八） 377

图表：2011年苹果公司主要财务数据（九） 378

图表：2011年苹果公司主要财务数据（十） 378

图表：诺基亚非智能手机用户使用过程中遇到的问题分布 387

图表：诺基亚智能手机用户使用过程中遇到的问题分布 388

图表：诺基亚智能手机用户对出现的问题在其他产品上存在的可能性 388

图表：用户购买诺基亚手机的原因排行 389

图表：诺基亚智能手机用户认为诺基亚产品最需要改进的地方 390

图表：诺基亚非智能手机用户认为诺基亚产品最需要改进的地方 390

图表：诺基亚用户中智能手机用户比例 391

图表：诺基亚触摸屏手机用户对产品的使用评价 391

图表：诺基亚全键盘手机用户对产品的使用评价 392

图表：诺基亚用户触摸屏手机用户比例 392

图表：诺基亚用户中全键盘用户比例 392

图表：使用与未使用过诺基亚手机的用户未来选择诺基亚倾向对比 393

图表：诺基亚智能、非智能手机用户未来选择诺基亚品牌的倾向对比 394

图表：诺基亚手机用户所用产品价格分布 395

图表：参与调查的诺基亚手机用户使用过的诺基亚手机数量分布 396

图表：2011年第一季度诺基亚净销售额 400

图表：2011年第一季度诺基亚现金流和财务情况 401

图表：2011年摩托罗拉公司财务数据 407

图表：2011年索尼爱立信公司财务数据 431

图表：2011年第四季度HTC盈利表 440

图表：2012-2016年中国手机市场价格指数（预测） 492

图表：2012-2016年中国智能手机市场价格指数（预测） 495

略.....

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家商务部、国家海关总署、国家工业和信息化部、中国通信工业协会、深圳手机行业协会、部分上市手机厂商财务报表、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，并结合对手机消费者的调查研究。报告立足于全球手机市场，对我国手机行业的发展现状、市场发展、产业链、行业竞争格局、领先企业等进行了研究，并重点分析了手机市场的营销渠道，现阶段中国手机行业面临的冲击以及企业的应对策略。报告综合了手机产业以及手机销售渠道、消费者分析等重要板块的内容，并对国家手机政策进行

了介绍和政策趋向分析判断，为我国手机企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，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/N419847L9J.html>