

2009-2012年中国手机行业 市场研究及产业投资预测报告

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

《2009-2012年中国手机行业市场研究及产业投资预测报告》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/200912/32115.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

目录

第一章 全球移动通讯产业环境 1

第一节 全球手机产业现状 1

一、全球移动通信市场的发展 1

二、移动通信市场发展特点 12

第二节 全球手机产业发展趋势 35

一、全球手机产业发展趋势 35

二、2008年全球手机市场分析 47

第三节 现代移动通讯技术发展 48

一、现代移动通信系统的发展 48

二、走向3G-全球移动运营商的选择 51

三、现代移动通讯技术发展趋势：四代移动通信系统技术 53

第二章 2008-2009年全球手机市场发展态势 63

第一节 2008-2009年世界主要国家手机市场状况 63

一、美国手机市场发展分析 63

二、西欧手机市场分析 64

三、日本手机市场状况 65

四、韩国手机市场发展情况 65

第二节 2008-2009年全球手机市场发展 66

一、全球电信业发展特征 66

二、2009年全球手机销售预估 71

三、2009年手机市场关注焦点 72

第三节 中国在全球手机市场中的地位分析 74

第三章 2008-2009国内经济环境分析 75

第一节 2008年中国经济运行态势 75

一、经济全球化分析 75

二、2008年经济运行情况分析 76

第二节 2009年中国经济发展环境分析 81

- 一、2009年上半年中国宏观经济运行情况 81
- 二、中国经济复苏路径 87
- 三、2009年下半年宏观经济走势分析与预测 87
- 四、2009年下半年中央宏观经济政策预测-将维持扩张 90

第三节 人口与消费水平 92

- 一、我国人口 92
- 二、中国家庭结构变化分析 93

第四章 手机产业政策环境分析 95

第一节 国内手机产业政策分析 95

- 一、手机媒体政策分析 95
- 二、缺陷手机召回制度出台在即 97

第二节 手机出口国内外政策分析 98

- 一、国外手机厂商对中国GMS手机厂商征收专利费政策 98

第五章 手机关联产业分析 99

第一节 2008年中国电信业发展及展望 99

- 一、2008年电信业发展现状 99
- 二、通信制造业 112

第二节 2008年移动运营商运营状况分析 115

- 一、用户持续增长 115
- 二、营业收入平稳上升 116
- 三、趋向理性竞争 118

第三节 中国手机技术研发现状 118

- 一、3G手机国内外比较 118
- 二、深圳手机生产中心 123

第四节 2009年小灵通发展及前景分析 123

- 一、2009年小灵通市场发展状况 123
- 二、小灵通市场发展前景分析 124

第五节 手机市场问题分析 125

- 一、手机行业质量问题 125
- 二、2009年中国手机售后服务发展趋势 128

第六章 中国手机行业总体现状 132

第一节 2008-2009年中国手机行业整体运行情况 132

一、总量规模与增长情况 132

二、手机行业品牌情况 133

三、手机产品市场分析 136

四、2009年手机行业环境分析 138

第二节 手机行业发展分析 139

一、2009年手机行业发展机遇 139

二、手机企业盈利性分析 140

三、2009年金融危机对手机行业影响 141

第三节 2009年上半年上市手机产品结构特征 143

一、整体市场 143

二、细分市场 146

第四节 2009年上半年新品手机品牌分布格局 149

第五节 2009年上半年上市手机新品一览 154

第六节 2009年中国移动通信及终端设备制造行业数据分析 156

一、2009年中国移动通信及终端设备制造行业全部企业数据分析 156

二、2009年中国移动通信及终端设备制造行业不同规模企业数据分析 158

三、2009年中国移动通信及终端设备制造行业不同所有制企业数据分析 158

第七章 中国手机进出口分析及预测 160

第一节 2008-2009年手机产品出口分析 160

一、2008年中国手机出口情况 160

二、出口金额及单价分析 161

三、2009年手机出口分析 161

第二节 2008-2009年手机进口情况分析 163

第三节 2009-2012年我国手机进出口预测 163

第八章 中国手机厂商的竞争力分析 164

第一节 市场占有率分析 164

一、国产手机与国外手机 164

二、手机市场占有率比较分析 166

第二节 国产手机的发展机遇及方向 167

一、国产手机的发展机遇 167

二、2009年我国手机发展方向与策略 169

第九章 2009年上半年优势企业分析 179

第一节 诺基亚 179

一、市场策略 179

二、市场关注走势分析 180

三、价格分析 180

第二节 三星 182

一、市场策略 182

二、市场关注走势分析 182

三、价格分析 183

第三节 多普达 184

一、市场策略 184

二、市场关注走势分析 185

三、价格分析 186

第四节 索尼爱立信 187

一、市场策略 187

二、市场关注走势分析 187

三、价格分析 188

第五节 摩托罗拉 189

一、市场策略 189

二、市场关注走势分析 190

三、价格分析 191

第十章 细分市场状况分析及预测226 193

第一节 WCDMA、CDMA 2000、TD—SCDMA市场 193

一、WCDMA、CDMA 2000、TD—SCDMA介绍 193

二、联通WCDMA手机开售 四大渠道商同时出击 195

三、中国移动上半年TD手机补贴51.6亿元 197

四、2009年全球手机业的TD机遇分析 197

五、2009年上半年CDMA手机销量 200

六、CDMA市场前景看好 200

七、CDMA市场终端厂商加强CDMA战略 201

第二节 3G手机市场 203

一、市场概述及主要内容 203

二、2009年上半年3G手机用户关注分析 204

三、2009年上半年手机厂商3G产品对比 210

第三节 智能手机市场 211

一、2009年上半年智能手机市场品牌关注分布 211

二、2009年上半年，智能手机操作系统比例分析报表 211

三、IPHONE进入中国对国内智能手机市场的影响分析 214

第四节 拍照手机市场 215

一、拍照手机市场品牌关注分布 215

二、照相手机2009年出货量预测 216

第五节 音乐手机市场 217

第六节 2009年7月中国手机市场发展情况 218

第十一章 国内主要手机代理商和家电零售商分析 224

第一节 国美电器有限公司 224

一、企业基本概况分析 224

二、企业经营状况分析 225

三、企业发展动态分析 226

第二节 苏宁电器集团 227

一、企业基本概况分析 227

二、企业经营状况分析 229

三、企业发展动态分析 232

第三节 中国移动 233

一、企业基本概况分析 233

二、企业经营状况分析 234

三、企业发展动态分析 235

第四节 中国联通 237

一、企业基本概况分析 237

二、企业经营状况分析 238

三、企业发展动态分析 240

第五节 中邮普泰 241

一、企业基本概况分析 241

二、企业经营状况分析 242

三、企业发展动态分析 242

第六节 天音通信 242

一、企业基本概况分析 242

二、企业经营状况分析 243

三、企业发展动态分析 246

第七节 中复电讯 246

一、企业基本概况分析 246

二、企业经营状况分析 247

三、企业发展动态分析 247

第八节 迪信通 248

一、企业基本概况分析 248

二、企业经营状况分析 249

三、企业发展动态分析 250

第九节 协亨 252

一、企业基本概况分析 252

二、企业经营状况分析 253

三、企业发展动态分析 253

第十节 广州龙粤 255

一、企业基本概况分析 255

二、企业经营状况分析 255

三、企业发展动态分析 256

第十一节 北京天宇朗通 256

一、企业基本概况分析 256

二、企业经营状况分析 257

三、企业发展动态分析 257

第十二节 北京金飞鸿 258

一、企业基本概况分析 258

二、企业经营状况分析 259

三、企业发展动态分析 259

第十三节 中域 264

一、企业基本概况分析 264

二、企业经营状况分析 266

三、企业发展动态分析 266

第十二章 消费者分析 268

第一节 2008年手机市场消费者分析 268

一、用户特征概括 268

二、用户特征研究 270

（一）基本特征 270

（二）消费能力 274

（三）工作信息 276

（四）兴趣爱好 278

第二节 2009年手机市场消费者分析 285

一、调查对象分布 285

二、手机市场现状 287

三、消费行为分析 289

四、消费者对厂商促销方式的喜好 292

五、渠道分析 293

第三节 建议与市场预测 295

第十三章 2009年手机厂商发展策略建议 297

第一节 2009年手机市场竞争策略建议 297

一、产品策略 297

二、价格策略 297

三、渠道策略 297

第二节 潜在手机市场机会分析及开发策略 299

一、学生手机市场容量及营销策略 299

二、农村手机市场特点及用户消费特点 301

三、二手手机市场特点及发展前景 305

第十四章 我国移动通信市场 310

第一节 我国移动通信市场发展状况 310

一、移动电话用户增长性分析 310

二、移动通信对固定通信的替代与分流 311

第二节 2008-2009年我国手机市场 314

一、中国手机行业发展趋势 314

二、2009年中国手机市场发展趋势 314

第三节 我国移动通信市场竞争分析 321

一、移动通信市场竞争态势 321

二、规划移动公司竞争战略 322

三、制定移动公司竞争策略 325

第四节 我国移动通信行业的管理、改革及未来发展方向 327

一、移动通信行业监管不断加强 327

二、持续深化资费管理改革 327

三、我国移动通信行业未来发展方向 328

四、3G发展步入商用前冲刺阶段 328

附录 329

一、2009年上半年3G发展大事记 329

二、2009年上半年手机行业热点技术 330

图表目录：

图表1：移动增值业务主要分类 1

图表2：金融危机对用户移动增值业务的影响 5

图表3：典型国家-地区文化对移动增值业务发展的影响 5

图表4：2006-2008年全球移动增值业务所占总收入的比例 7

图表5：2008年全球移动增值业务收入的地区分布 8

图表6：全球移动增值业务用户数不断增长 8

图表7：移动增值业务产业链示例 9

图表8：基础运营商在中国增值电信业务收入中的份额不断提高 9

图表9：KDDI音乐下载业务分成比例 10

图表10：移动增值产业链变化趋势 11

图表 11：2008年全球主要移动增值业务的收入对比 13

图表 12：2007-2009年消息类和非消息类移动增值业务收入增长率对比 14

图表 13：2008年全球主要移动增值业务的收入年增长率对比 14

图表 14：2008年各移动消息类业务收入比例 15

图表 15：2008年各地域短消息用户数分布 15

图表 16：2008年全球各区域MMS流量 16

图表 17：2007年1月-2008年9月MIM设备商和地区份额 18

图表 18：2008年全球各区域移动即时消息用户数分布 18

图表 19：2008年主要移动娱乐服务收入占比 19

图表 20：2007-2008年主要移动娱乐类业务收入增长率 20

图表 21：移动音乐服务细分 20

图表 22：全球移动游戏市场规模 21

图表 23：2008年全球移动游戏市场地域差异 22

图表 24：2008-2013年全球移动电视和视频业务市场收入（亿美元） 23

图表 25：2010-2013年全球互联网收入预测（亿美元） 24

图表 26：2008年全球各区域移动互联网收入占比 24

图表 27：2008年各大洲移动互联网用户占比 25

图表 28：2010-2013年全球互联网用户数发展预测（百万） 25

图表 29：全球3G数据卡年出货量 26

图表 30：用户对移动互联网接入业务资费是否敏感 26

图表 31：2010-2013年全球移动搜索业务收入规模预测（亿美元） 28

图表 32：移动搜索业务分类 28

图表 33：2010-2013年全球移动支付收入规模（百万美元） 30

图表 34：2008年全球各区域移动支付收入占比 31

图表 35：消费者倾向的移动支付内容调查 33

图表 36：移动位置服务收入规模 33

图表 37：2008年全球移动位置服务订阅用户构成 34

图表 38：2009年全球手机产业产值预估 36

图表 39：2009年全球手机出货量预估 36

图表 40：2009年相机手机渗透率预估 37

图表 41：手机整合相机功能趋势 38

图表 42：2009年音乐手机渗透率预估 39

图表 43：NTT DoCoMo ARPU值趋势 40

图表 44：各手机大厂智能型手机行动平台选择方案 41

图表 45：2009年智能型手机出货量预估 43

图表 46：2009全球手机用户渗透率预估 44

图表 47：2009年全球手机ASP预估 45

图表 48：2009年全球手机产业产值预估 47

图表 49：2007-2008年全球手机出货量 47

图表 50：系统网络结构 56

图表 51：4G系统的网络体系分层 57

图表 52：2008-2013年美国手机用户规模增长情况 63

图表 53：2008年中国GDP增长情况 77

图表 54：2001-2008年中国工业增加值与发电量 78

图表 55：2005-2008年中国投资、消费、出口走势 78

图表 56：2001-2008年中国CPI、PPI走势 79

图表 57：2001-2008年中国进出口走势 80

图表 58：2001-2008年中国失业率走势 80

图表 59：2007-2008年中国货币供应量 81

图表 60：1992-2009年我国GDP增速走势 82

图表 61：2001-2009年上半年我国工业增加值增速走势 82

图表 62：2005-2009年上半年我国投资、消费、出口增长走势 83

图表 63：1997-2009年上半年我国CPI、PPI走势图 84

图表 64：2005-2009年上半年我国进出口贸易走势图 85

图表 65：1996-2009年上半年我国货币供应量走势图 86

图表 66：2005-2009年上半年我国新增贷款及增速 87

图表 67：中国经济增长复苏路径 87

图表 68：2009年下半年CPI预测 88

图表 69：2009年宏观经济各项指标预测 89

图表 70：1979-2009年中国财政赤字率 90

图表 71：1998-2008年中国财政负债率 90

图表 72：2008年我国各大城市人口排名 92

图表 73：目前主要的新媒体管理规章 95

图表 74：2004-2008年电信综合价格水平下降情况 99

图表 75：2004-2008年电话用户到达数和净增数 100

图表 76：2004-2008年移动电话用户所占比重 100

图表 77：2006-2008年移动电话用户各月净增比较 101

图表 78：2004年以来各月移动分组数据用户发展情况 101

图表 79：2006-2008年固定电话用户各月净增比较 102

图表 80：2004-2008年无线市话用户所占比重 102

图表 81：2004-2008年公用、政企、住宅电话用户所占比重 103

图表 82：2004-2008年网民数和互联网普及率 103

图表 83：2004年以来各月互联网拨号、宽带接入用户净增比较 104

图表 84：2004-2008年固定本地电话通话量 104

图表 85：2004-2008年移动本地电话通话时长 105

图表 86：2008年长途电话通话时长 105

图表 87：2004-2008年长途电话市场构成 106

图表 88：2006-2008年IP电话发起方式 106

图表 89：2004-2008年短信业务发展情况 107

图表 90：2008年电信业务收入构成 107

图表 91：2004-2008年电信固定资产投资 108

图表 92：2008年主要电信能力指标增长情况 108

图表 93：2005-2008年基础电信企业的增值业务收入 109

图表 94：2008年中国移动季度营业额及净利润情况 117

图表 95：小灵通发展大事表 124

图表 96：2006-2008年手机行业投诉量对比 125

图表 97：2007-2008年手机行业月投诉量对比图 126

图表 98：2008年手机行业投诉主要来源图 126

图表 99：2007年手机行业投诉主要来源图 127

图表 100：2008年手机行业投诉主要问题明细图 127

图表 101：2005-2011年中国手机售后服务市场规模与增长 128

图表 102：2004-2008年中国手机售后服务结构 129

图表 103：2008年我国手机生产与全球出货量比较(亿部) 132

图表 104：2008年1-12月我国手机每月生产及增速情况 132

图表 105：2009年2-6月移动通信手持机产量 133

图表 106：2009年上半年最受用户关注的手机品牌分布 134

图表 107：2009年上半年每月最受用户关注手机品牌排行（1） 134

图表 108：2009年上半年每月最受用户关注手机品牌排行（2） 135

图表 109：2009年上半年最受用户关注手机品牌走势 136

图表 110：2009年上半年手机型号关注度总体排行 137

图表 111：2009年上半年十大手机均价 137

图表 112：2009年上半年手机网民区域分布 138

图表 113：2008年我国移动通信及终端设备行业利润增长情况 140

图表 114：2009年上半年不同价格区间手机上市新品数量分布图 143

图表 115：2009年上半年不同类型手机上市新品数量分布图 144

图表 116：2009年上半年不同像素手机上市新品数量分布图 144

图表 117：2009年上半年不同外观手机上市新品数量分布图 145

图表 118：2009年上半年不同操作系统智能手机上市新品数量分布图 146

图表 119：2009年上半年不同制式3G手机上市新品数量分布图 147

图表 120：2009年上半年不同价格区间国产手机上市新品数量分布图 148

图表 121：2009年上半年国产与国外智能手机上市新品数量对比图 148

图表 122：2009年上半年中国市场主流品牌上市新品数量对比图 149

图表 123：2009年上半年中国市场国产手机品牌上市新品数量对比图 150

图表 124：2009年上半年国际四大手机厂商不同价格区间上市新品数量对比图 151

图表 125：2009年上半年主流手机厂商不同价格区间上市新品数量对比图 152

图表 126：2009年上半年主流厂商智能手机上市新品数量对比图 153

图表 127：外观设计 154

图表 128：不同类型 155

图表 129：主流价格区间 155

图表 130：智能手机 155

图表 131：2009年1-8月中国移动通信及终端设备制造行业全部企业数据分析 156

图表 132：2009年1-8月中国移动通信及终端设备制造行业不同规模企业数据分析 158

图表 133：2009年1-8月中国移动通信及终端设备制造行业不同所有制企业数据分析 158

图表 134：2008年1-12月我国手机每月出口及增速情况 160

图表 135：2008年至今我国手机月度出口量价走势图 161

图表 136：2009-2012年我国手机进出口预测 163

图表 137：2009年第二季度最受用户关注的重点手机品牌分布 164

图表 138：2009年第二季度手机市场用户关注指数走势 164

图表 139：2009年上半年国内外手机品牌关注度变化 165

图表 140：2009年上半年中国国产手机市场最受用户关注的前十大品牌排行 166

图表 141：2009年7月商务男性手机重点品牌分布 175

图表 142：2009年7月商务男性手机品牌关注比例和产品数量对比 176

图表 143：2009年7月最受用户关注手机产品TOP10 176

图表 144：2009年7月最受用户关注手机产品TOP10（表） 176

图表 145：2009年7月手机用户关注比例TOP10产品参数分析 177

图表 146：2009年第二季度诺基亚手机用户关注比例走势 180

图表 147：2009年第二季度诺基亚不同价格段产品数量及关注分布 180

图表 148：2009年第二季度诺基亚不同价位段手机单款产品关注度贡献率 181

图表 149：2009年第二季度三星手机用户关注比例走势 183

图表 150：2009年第二季度三星不同价格段产品数量及关注分布 183

图表 151：2009年第二季度三星不同价格段手机单款产品关注度贡献率 184

图表 152：2009年第二季度多普达手机用户关注比例走势 185

图表 153：2009年第二季度多普达不同价格段产品数量及关注分布 186

图表 154：2009年第二季度多普达不同价格段手机单款产品关注度贡献率 186

图表 155：2009年第二季度索尼爱立信手机用户关注比例走势 188

图表 156：2009年第二季度索尼爱立信不同价格段产品数量及关注分布 188

图表 157：2009年第二季度索尼爱立信不同价格段手机单款产品关注度贡献率 189

图表 158：2009年第二季度摩托罗拉手机用户关注比例走势 190

图表 159：2009年第二季度摩托罗拉不同价格段产品数量及关注分布 191

图表 160：2009年第二季度摩托罗拉不同价格段手机单款产品关注度贡献率 191

图表 161：中国移动的G3 Logo 193

图表 162：联通沃Logo 194

图表 163：电信天翼Logo 195

图表 164：2009年上半年中国3G手机市场用户关注走势图 204

图表 165：2009年上半年中国3G手机市场品牌关注分布图 205

图表 166：2009年上半年中国3G手机市场不同价格区间产品数量分布图 206

图表 167：2009年上半年中国3G手机市场不同价格区间产品用户关注分布图 206

图表 168：2009年上半年具备不同功能的3G手机用户关注分布图 207

图表 169：2009年上半年中国3G手机市场不同像素产品用户关注分布图 208

图表 170：2009年上半年中国3G手机市场不同屏幕尺寸产品数量及用户关注分布图 208

图表 171：2009年上半年中国3G手机市场不同外观设计的产品数量及用户关注分布图 209

图表 172：2009年上半年中国3G手机市场不同制式产品用户关注分布图 209

图表 173：2009年上半年中国3G手机市场主流品牌3G终端数量分布图 210

图表 174：2009年上半年中国智能手机市场最受用户关注的前十大品牌排行 211

图表 175：个手机系统数量和关注比例 212

图表 176：各品牌使用Symbian系统的比例 213

图表 177：各品牌使用wm系统的比例 213

图表 178：各品牌使用linux系统的比例 214

图表 179：2009年上半年中国拍照手机市场最受用户关注的前十大品牌排行 216

图表 180：Camera phone Shipment Forecast(2002—2009) 216

图表 181：2009年上半年中国音乐手机市场最受用户关注的前十大品牌排行 217

图表 182：2009年7月中国手机市场用户关注指数走势 218

图表 183：2009年7月最受用户关注的重点手机品牌分布 219

图表 184：2009年7月重点手机品牌关注比例和产品数量对比 220

图表 185：2009年6—7月用户关注走势 220

图表 186：2009年7月中国手机市场主流价格段关注分布 221

图表 187：2009年7月手机产品1000-2000元价格段重点品牌分布 222

图表 188：2009年7月手机产品1000-2000元价格段重点品牌关注比例和产品数量对比 222

图表 189：2009年7月中国手机市场不同适用人群产品关注分布 223

图表 190：财务摘要 225

图表 191：2006-2008年国美电器资产负债表（人民币千元） 225

图表 192：2006-2008年国美电器综合损益表(人民币千元) 226

图表 193：2008-2009年6月苏宁电器每股指标 229

图表 194：2008-2009年6月苏宁电器获利能力 230

图表 195：2008-2009年6月苏宁电器经营能力 230

图表 196：2008-2009年6月苏宁电器偿债能力 230

图表 197：2008-2009年6月苏宁电器资本结构 231

图表 198：2008-2009年6月苏宁电器发展能力 231

图表 199：2008-2009年6月苏宁电器现金流量分析 231

图表 200：财务摘要 234

图表 201：中国联通概况 237

图表 202：2008-2009年6月中国联通每股指标 238

图表 203 : 2008-2009年6月中国联通获利能力 239

图表 204 : 2008-2009年6月中国联通经营能力 239

图表 205 : 2008-2009年6月中国联通偿债能力 239

图表 206 : 2008-2009年6月中国联通资本结构 239

图表 207 : 2008-2009年6月中国联通发展能力 239

图表 208 : 2008-2009年6月中国联通现金流量分析 240

图表 209 : 2008-2009年6月天音通信控股股份有限公司每股指标 243

图表 210 : 2008-2009年6月天音通信控股股份有限公司获利能力 244

图表 211 : 2008-2009年6月天音通信控股股份有限公司经营能力 244

图表 212 : 2008-2009年6月天音通信控股股份有限公司偿债能力 244

图表 213 : 2008-2009年6月天音通信控股股份有限公司资本结构 245

图表 214 : 2008-2009年6月天音通信控股股份有限公司发展能力 245

图表 215 : 2008-2009年6月天音通信控股股份有限公司现金流量分析 245

图表 216 : 2008年中国手机用户性别分布 270

图表 217 : 2008年中国手机用户年龄分布 271

图表 218 : 2008年中国手机用户所在区域分布 272

图表 219 : 2008年中国手机用户城乡分布 273

图表 220 : 2008年中国手机用户婚姻状况分布 273

图表 221 : 2008年中国手机用户个人月收入分布 274

图表 222 : 2008年中国手机用户家庭月收入分布 275

图表 223 : 2008年中国手机用户受教育程度分布 275

图表 224 : 2008年中国手机用户所在行业分布 276

图表 225 : 2008年中国手机用户所在单位人员规模分布 277

图表 226 : 2008年中国手机用户所在单位年产值规模分布 278

图表 227 : 2008年中国手机用户兴趣爱好分布——音乐 278

图表 228 : 2008年中国手机用户兴趣爱好分布——电影 279

图表 229 : 2008年中国手机用户兴趣爱好分布——电视 280

图表 230 : 2008年中国手机用户兴趣爱好分布——游戏 280

图表 231 : 2008年中国手机用户兴趣爱好分布——阅读 281

图表 232 : 2008年中国手机用户兴趣爱好分布——艺术 282

图表 233 : 2008年中国手机用户兴趣爱好分布——体育 282

图表 234 : 2008年中国手机用户兴趣爱好分布——购物 283

图表 235：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——旅游出行 284

图表 236：2008年中国手机用户兴趣爱好分布——线路信息 284

图表 237：参与调查者性别构成 285

图表 238：参与调查者年龄构成 286

图表 239：参与调查者区域分布状况 286

图表 240：参与调查者收入分布状况 287

图表 241：参与调查者的手机拥有状况 288

图表 242：手机品牌拥有情况分布图 288

图表 243：是否打算在暑期购买或者更换手机 289

图表 244：消费者购买手机品牌意向分布图 290

图表 245：消费者购买手机价位分布图 291

图表 246：消费者购买手机时考虑的因素 291

图表 247：消费者购买手机最注重的功能 292

图表 248：消费者喜欢哪种促销方式 293

图表 249：消费者获得手机信息的渠道 294

图表 250：消费者购买手机的渠道 294

图表 251：2008年中国手机市场智能手机用户关注比例走势图 315

图表 252：2008年中国手机市场智能手机与音乐、拍照手机用户关注比例对比图 316

图表 253：2008年中国手机市场高像素手机用户关注比例走势图 317

图表 254：2008年中国手机市场触摸屏手机用户关注比例走势图 318

图表 255：2008年中国市场大屏幕手机用户关注比例走势图 319

图表 256：2008年中国手机市场拥有GPS导航功能的手机用户关注比例走势图 320

图表 257：某省移动通信市场价格竞争主要是针对低端潜在客户降低一次消费门槛，以及对不同细分客户调整二次消费的价格结构 322

图表 258：系统地规划好某省移动公司今后不同阶段市场经营中的工作重点 325

图表 259：WAPI和WiFi的区别和联系 330

图表 260：电容式触屏原理图 332

图表 261：电阻式触屏原理图 332

图表 262：丽音技术的工作原理 333

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200912/32115.html>