2014-2019年中国手机行业
监测与发展趋势预测报告

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

《2014-2019年中国手机行业监测与发展趋势预测报告》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/201403/102430.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

在3G大规模组网及消费升级带动下，中国手机市场增长良好。2011年，中国手机产量约为11.30亿部，比2010年增长13.23%，占全球手机出货总量的70.6%。其中，出口约8.85亿部，比2010年增长16.75%。随着通讯的发展，手机已成为人们的生活必需品，中国市场的手机销量也在稳步上升。2011年，中国市场手机销量已达到2.8亿部，同比增长13.82%。

2011年，中国手机市场在国际市场平稳快速发展的依托下，整体保持良好发展态势。从产品类型来看，各类型手机百花齐放，智能、3G、GPS手机成为中国手机市场热度最高的三种机型。其中，智能手机用户关注度再创新高，成为消费者换机/购机时的首选，也成为中国手机市场销量增长的新动力。

可以看出，目前正值中国手机行业大变革、大发展的时代，在当前经济形势下认识局势掌控方向，对手机行业所受到的影响和未来的发展态势予以翔实的剖析，无论是对于中国手机行业的长远发展，还是对手机行业在具体工作中的突破都具有积极的指导作用。

本行业报告主要依据国家统计局、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、中关村在线调研中心、易观国际、国内外相关刊物的基础信息以及手机行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料。

本手机行业报告，立足于世界手机行业整体发展大势，对中国手机行业的发展情况、经济运行数据、主要细分市场、进出口、市场营销、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来手机行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了手机行业今后的发展与投资策略，为手机生产、贸易、经销等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。

报告目录

第一部分 手机行业发展形势分析
第一章 全球手机市场发展分析 1
第一节 全球手机市场发展情况分析 1
一、2014年全球手机市场发展分析 1
二、2014年全球手机市场统计分析 2
三、2014年全球手机市场分析 4
第二节 2014年世界主要国家手机市场现状分析 7
一、2014年美国手机市场现状分析 7

二、2014年欧洲手机市场现状分析 8
三、2014年日本手机市场现状分析 9
四、2014年韩国手机市场现状分析 12
五、2014年中东与非洲手机市场 13
第三节 2014年全球手机市场竞争格局分析 14
一、2014年全球手机市场格局分析 14
二、智能手机改变全球手机市场格局 16
三、移动互联网颠覆手机市场未来竞争格局 17
第二章 中国手机行业发展情况分析 19
第一节 2014年手机产业政策环境分析 19
一、我国手机充电器标准有望强制执行 19
二、我国各方推动手机行业规范 20
三、我国工信部规范3G通信 21
四、我国将出台手机安全政策法规 23
五、移动通信手机耳机标准化 24
第二节 2014年我国手机行业发展技术环境分析 25
一、2014年我国现代移动通讯技术发展分析 25
二、2014年我国手机刷卡技术的模式应用和技术 27
三、2014年我国手机软件平台和操作系统技术分析 30
四、2014年我国手机视频监控技术应用 33
五、2014年我国手机语音技术发展分析 35
第三节 2014年手机行业数据分析 36
一、2014年移动电话机产量分析 36
二、2014年通信设备制造业主要经济指标统计 46
第二部分 手机市场发展状况分析
第三章 中国手机市场分析 50
第一节 2014年我国手机行业发展现状分析 50
一、2014年我国手机行业概况 50
二、2014年中国3G全面商用 57
二、2014年我国手机用户规模 59
四、2014年我国手机行业进入低碳时代 60
五、2014年手机支付将进入大规模推进阶段 61

第二节 2013-2014年手机市场发展分析 63
一、2013中国手机市场回顾 63
二、2014年中国手机市场发展情况 66
三、2014年中国手机价格走势分析 72
第三节 2014年中国手机品牌市场结构分析 110
一、2014年中国手机市场品牌格局 111
二、2014年中国手机市场各季度品牌格局 114
三、2014年中国手机市场主流品牌走势 114
四、2014年中国手机市场主流品牌竞争状况 116
第四节 2014年中国各手机细分市场发展分析 120
一、2014年中国智能手机市场 120
二、2014年中国音乐手机市场 122
三、2014年中国拍照手机市场 124
四、2014年中国国产手机市场 125
五、2014年中国平民手机市场 128
六、2014年中国双卡双待手机市场 129
七、2014年中国GPS手机市场 131
第五节 2014年中国手机出口情况分析 134
一、2014年中国手机出口情况分析 134
二、2014年我国手机主要出口省市分析 138
第四章 2014年中国手机市场用户调查分析 140
第一节 2013年中国手机市场用户调查分析 140
一、手机用户基本特征 140
二、手机用户品牌选择 143
三、手机产品选择特征 146
四、手机购买行为分析 150
五、手机上网行为分析 152
第二节 2013年度手机行业投诉调查分析 158
一、2013年度手机行业投诉概况 158
二、2013年度手机行业投诉趋势分析 158
三、2013年度手机行业投诉来源分析 159
四、2013年度手机行业投诉主要问题分析 160

五、2013年度手机行业投诉人构成分析 165
六、2013年度手机行业投诉处理时效分析 166
七、2013年度手机行业投诉处理结果分析 167
八、2013年度手机行业投诉量排名前十品牌 168
第三节 2012年中国3G手机市场用户调查分析 169
一、中国3G市场及调查概述 169
二、中国3G手机用户调查 171
三、正在使用3G业务的3G手机用户 176
四、非3G用户对3G手机的认识 183
五、参与调查者基本情况 188
第五章 手机关联产业分析 190
第一节 中国电信业发展现状及展望 190
一、2014年通信业运营情况 190
二、2014年通信产品进出口情况 204
第二节 小灵通发展现状及前景分析 235
一、小灵通发展现状分析 235
二、小灵通发展历程分析 236
三、2014年小灵通退市将成定局 239
第三节 手机配件市场分析 241
一、2014年手机配件产品分析 241
二、2014年中高端手机配件价格上涨 242
二、2014年国内手机配件接口实施新行业标准 243
三、2014年手机配件批发的销售新模式 244
四、2014年全球手机配件市场收入预测 246
第四节 2014年中国手机售后服务产业发展情况 247
一、2014年中国手机售后服务产业发展现状与趋势 247
二、2014年手机售后服务测评分析 250
三、手机售后服务有待进一步规范 251
第五节 2014年中国手机用户售后服务产业发展现状与趋势 253
一、售后服务市场规模与结构 253
二、服务产业链发展现状与特点 254
三、手机售后服务发展趋势 255

第六章 2014年中国3G手机发展情况分析 257
第一节 2014年我国3G手机发展情况分析 257
一、2014年中国3G手机发展分析 257
二、2014年3G市场发展新格局分析 258
三、2014年中国移动3G业务发展现状分析 260
四、3G手机带来应用程序新商机 261
五、中国3G手机销量情况分析 263
六、中国3G手机制造商三大阵营 264
第二节 2014年我国3G行业发展分析 269
一、中国3G产业链逐渐完善 269
二、2014年中国3G产业发展分析 271
三、2014年3G市场呈现三足鼎立格局 274
五、2014年中国3G用户数 276
六、2014年中国3G销售量情况 276
第三节 2014年中国3G手机市场调查 278
一、市场概述及主要观点 278
二、品牌关注格局分析 278
三、产品关注分析 280
四、细分市场关注分析 283
五、案例分析 286
第四节 2014年中国TD产业发展情况及预测 287
第三部分 手机上下游产业链分析
第七章 手机业务发展分析 307
第一节 2014年中国手机增值业务市场分析 307
一、2014年手机增值业务发展分析 307
二、2014年中国3G运营商抢占增值业务市场 308
三、热点移动增值业务预测 310
第二节 GPS手机发展状况分析 313
一、2014年GPS手机市场变化分析 313
二、GPS手机市场发展趋势分析 315
第三节 手机视频发展状况分析 323
一、手机视频发展现状分析 323

二、手机视频监控发展前景 327
三、手机视频进入“高清时代” 328
四、2014年手机视频市场发展预测 330
第四节 手机报业务发展状况分析 331
一、中国手机报发展现状及前景分析 331
二、中国手机报的营销创新策略分析 335
三、手机报网站打造完美的第五媒体 338
四、手机阅读业务面临的挑战分析 339
五、手机报的运营模式分析 342
六、3G对手机报发展的影响分析 342
七、手机报未来的发展分析 343
第五节 手机搜索业务发展状况分析 345
一、中国手机搜索业务发展状况 345
二、中国手机移动搜索的发展阶段 346
三、日本手机音乐搜索运营经验的启示 346
四、2014年全球手机广告搜索营收预测 347
五、2014年全球移动搜索业务发展预测 348
第六节 手机广告市场综合分析 348
一、手机广告的基本概述及特点解析 348
二、世界手机广告的发展状况 349
三、中国手机广告市场渐趋火热 350
四、3G时代中国手机广告发展形势 351
五、手机广告市场前景看好 354
六、手机广告市场发展路径特点分析 354
第七节 其他手机业务发展状况分析 358
一、汽车网购登陆手机版淘宝 358
二、手机多媒体化的发展分析 360
三、手机移动支付业务的发展分析 362
第八章 中国手机游戏产业分析 370
第一节 中国手机游戏行业发展分析 370
一、2014年中国手机游戏行业现状 370
二、2014年中国手机游戏道路分析 372

三、2014年手机游戏的营销模式机遇 373
四、2014年手机网络游戏迎来机遇期 377
五、2014年手机网游的低成本外包分析 379
六、2013年度手机游戏市场规模分析 381
七、交互式网游成手机游戏趋势 384
八、手机游戏面临的机遇与挑战 385
第二节 2014年手机游戏产业竞争分析 387
一、2014年手机游戏产业经济营收情况分析 387
二、2014年手机游戏产业竞争制度分析 388
三、2014年网游企业抢占手机游戏市场 390
第三节 2014年手机用户分布 391
一、调查对象的职业分布 391
二、调查对象的职业区域分布 392
三、调查对象省市分布变化 392
四、调查对象区域分布变化 393
五、调查对象年龄分布 394
六、调查对象的收入情况 395
第四节 2014年手机用户消费习惯 396
一、使用情况调查 396
二、使用习惯调查 396
三、喜欢的游戏调查 398
四、玩游戏过程中关注内容调查 400
第五节 2014年游戏手机市场前景 400
一、市场前景调查 400
二、市场预购率调查 402
三、市场购买潜力调查 402
四、对游戏手机的期望 404
第九章 中国手机电视产业分析 405
第一节 中国手机电视发展概述 405
一、中国手机电视市场初具规模 405
二、中国手机电视业务的实践探索 405
三、中国手机电视市场竞争异常激烈 406

第二节 2014年手机电视市场发展现状 411
一、2014年中国手机电视终端市场迅速扩张 414
二、2014年中国免费手机电视成定制热点 416
三、2014年中国手机电视突破垄断进军国外市场 417
四、2014年中国移动手机电视业务G3正式商用 418
第三节 3G助力手机电视业务发展 419
一、3G技术的基本介绍 419
二、3G技术为手机电视发展带来良机 420
三、3G时代加快手机电视发展速度分析 422
四、3G手机电视业务发展的深入思考 424
第四节 CMMB手机电视的发展 427
一、奥运后CMMB手机电视面临的局面剖析 427
二、2014年CMMB手机电视进入大规模商用阶段 432
三、CMMB手机电视收费模式的思考 435
四、CMMB手机电视的运营定位 438
五、CMMB手机电视面临的挑战 439
六、CMMB手机电视的市场前景探析 441
第五节 手机电视用户特征 443
一、用户普及率 443
二、年龄 444
三、性别 445
四、学历 445
五、从业性质 446
六、地区 446
第六节 手机电视用户行为 447
一、产品认知 447
二、产品内容 449
三、产品比较优势 450
四、使用习惯 451
五、非手机电视用户 452
第七节 中国手机电视产业存在的问题 453
一、制约手机电视业务增长的若干因素 453

二、手机电视发展面临六大问题 455
三、我国手机电视市场发展面临的问题 464
四、手机电视领域政府合作上面临的难题 465
五、手机电视亟待解决的重要问题 466
第八节 中国手机电视产业发展的对策 468
一、促进手机电视市场发展的建议 468
二、手机电视健康发展的对策建议 469
三、中国手机电视发展策略分析 471
四、手机电视挖掘综合商用价值是关键 474
五、手机电视的市场营销策略分析 476
第十章 手机芯片市场分析 481
第一节 全球手机芯片产业发展情况分析 481
一、全球手机芯片市场格局分析 481
二、爱立信和意法半导体共为手机产芯片 481
三、2014年手机芯片市场销售分析 482
四、全球手机芯片市场竞争分析 482
第二节 中国手机芯片市场分析 484
一、2014年中国手机芯片对智能手机影响分析 484
二、2014年中国首颗手机传感芯片推出 485
三、华为进军山寨手机芯片市场分析 487
四、中国首颗Android系统手机芯片将诞生 488
五、中国3G手机芯片将率先实现国产化 489
第十一章 手机设计、电池产业分析 490
第一节 手机设计趋势分析 490
一、手机外观设计与色彩流行趋势的分析 490
二、3G手机终端设计五大发展趋势 492
三、手机设计发展趋势分析 494
第二节 手机设计行业发展分析 498
一、手机设计行业现状 498
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 500
四、手机设计行业加速手机产业发展 501

五、手机设计行业发展趋势分析 503
第三节 手机设计公司现状 505
一、大陆手机设计公司现状 505
二、3G推动手机设计公司发展 506
三、手机设计公司市场环境分析 507
四、手机公司向设计为主转变 508
五、手机设计公司发展策略分析 511
第四节 2012年手机电池产业分析 514
一、中国手机电池市场的现状与发展 514
二、2012年手机电池产品质量抽查分析 515
三、3G时代手机电池市场竞争分析 518
第四部分 手机渠道分析
第十二章 手机渠道分析 520
第一节 中国手机市场渠道格局及演变 520
一、手机渠道格局基本特征 520
二、运营商渠道现状分析 520
三、运营商借力社会渠道助销3G终端 522
四、国外厂家的渠道策略 524
五、运营商策略对渠道的影响分析 525
六、国内手机代理商现状分析 527
七、手机厂商、分销商与大型零售商之间博奕关系 532
第二节 2014年中国手机渠道发展情况分析 532
一、2014年中国手机市场零售渠道 532
二、手机在线销售渠道分析 534
三、3G时代的手机渠道格局 534
四、中国手机渠道的发展历程 536
五、中国3G手机渠道集成模式升级 538
六、中国手机连锁渠道的发展分析 539
第十三章 移动运营商手机定制发展情况分析 548
第一节 中国移动运营商手机定制发展情况分析 548
一、三大运营商深度介入手机定制 548
二、运营商定制手机将可互用网络 550

三、运营商3G终端深度定制 550
四、全球运营商集采定制手机模式分析 552
第二节 移动运营商的手机定制策略分析 556
一、手机定制的定义 556
二、国外手机终端定制的策略分析 556
三、3G发展手机定制成新趋势 558
四、我国移动运营商手机定制策略建议 560
第三节 手机定制发展趋势分析 564
一、手机厂商的手机定制市场策略分析 564
二、3G手机定制发展策略分析 566
三、中移动启动TD手机深度定制 568
四、手机深度定制是国内运营商必经之路 569
第五部分 手机行业领先企业分析
第十四章 领先企业分析 571
第一节 诺基亚 571
一、企业概况 571
二、2014年公司经营状况 572
三、诺基亚发展策略 574
第二节 三星 575
一、企业概况 575
二、2014年公司经营状况 576
三、三星发展策略 577
第三节 摩托罗拉 579
一、企业概况 579
二、2014年公司经营状况 579
三、摩托罗拉渠道策略分析 581
四、摩托罗拉市场发展战略建议 582
第四节 中兴 584
一、企业概况 584
二、2013年企业经营情况分析 584
三、2013-2014年企业财务数据分析 591
四、2014年公司发展展望及策略 596

第五节 索尼爱立信 597
一、企业概况 597
二、2014年公司经营状况 598
三、索爱3G发展战略分析 601
第六节 TCL 602
一、企业概况 602
二、2013年企业经营情况分析 603
三、2013-2014年企业财务数据分析 606
四、2014年公司发展展望及策略 612
第七节 波导 613
一、企业概况 613
二、2013年企业经营情况分析 614
三、2013-2014年企业财务数据分析 614
四、2014年公司发展展望及策略 619
第八节 夏新 620
一、企业概况 620
二、2013年企业经营情况分析 621
三、2013-2014年企业财务数据分析 622
第九节 康佳 627
一、企业概况 627
二、2013年企业经营情况分析 628
三、2013-2014年企业财务数据分析 629
四、2014年公司发展展望及策略 634
第六部分 手机行业发展趋势及战略探讨
第十五章 2014-2019年手机行业竞争与发展趋势 638
第一节 2014-2019年全球手机市场发展趋势 638
一、2014年手机市场将出现十大趋势 638
二、2014年手机市场五大期望 639
三、2014年全球手机市场将迎来复苏 642
四、2014全球手机销量预测 644
五、2014年全球手机用户预测 644
六、2014-2019年全球智能手机销量预测 645

第二节 2014-2019年中国手机行业发展预测 645
一、2014年中国手机市场预测 645
二、中国智能手机市场三大趋势预测 651
三、中国未来4G手机发展预测 652
四、2014年中国手机行业发展展望 654
五、2014年中国手机支付市场规模预测 658
六、2014年3G手机市场预测 659
第三节 2014-2019年中国手机市场竞争格局分析 662
一、中国手机竞争形势分析 662
二、运营商将主导中国3G后手机市场 663
三、手机行业应用上演无序竞争 664
四、中国手机支付市场竞争酝酿洗牌 667
五、售后服务成为手机产业竞争新焦点 669
第十六章 2014-2019年手机厂商发展战略 671
第一节 国内外手机厂商平面媒体宣传策略建议 671
一、国内外手机厂商的平面媒体宣传策略分析 671
二、国产手机厂商平面媒体宣传的策略分析 673
第二节 手机品牌提升品牌竞争力策略分析 674
一、发掘独特的品牌定位 674
二、严谨的品牌管理 674
三、品牌推广应增强与消费者深度沟通 675
四、创新是永葆手机品牌竞争力的法宝 675
第三节 国产手机厂商的各种发展策略综合分析 676
一、渠道等于市场 677
二、技术研发的重要性 678
三、规模至上 678
四、勇敢地走出去 679
五、做手机就是做品牌 679
第四节 国内外手机本土化营销策略比较及建议 681
一、基于4P理论的本土化营销的对比分析 681
二、结论与建议 684
第五节 国产手机发展策略 685

一、国产手机应走自主创新之路 685
二、提升品质打造品牌是国产手机出路 688
三、国产手机厂商应对大渠道时代的策略 691
四、双模手机成为国产手机进军3G时代的杀手锏 692

图表目录

图表：2014年全球手机销量情况 1
图表：2014年全球智能手机销量情况 2
图表：2014年第四季度全球手机市场统计 4
图表：2014年全球手机市场统计 4
图表：2014全球手机销量前十名（销售量单位千台） 5
图表：2013年度通期制造商出货份额 10
图表：2013年度通期日本国内智能手机市场份额 11
图表：手机功能用户期望分析 18
图表：2013-2014年移动电话机产量全国合计 36
图表：2013-2014年移动电话机产量北京市合计 36
图表：2013-2014年移动电话机产量天津市合计 37
图表：2013-2014年移动电话机产量辽宁省合计 37
图表：2013-2014年移动电话机产量吉林省合计 37
图表：2013-2014年移动电话机产量上海市合计 38
图表：2013-2014年移动电话机产量江苏省合计 38
图表：2013-2014年移动电话机产量浙江省合计 39
图表：2013-2014年移动电话机产量福建省合计 39
图表：2013-2014年移动电话机产量江西省合计 39
图表：2013-2014年移动电话机产量山东省合计 40
图表：2013-2014年移动电话机产量湖北省合计 40
图表：2013-2014年移动电话机产量湖南省合计 41
图表：2013-2014年移动电话机产量广东省合计 41
图表：2013-2014年移动电话机产量重庆市合计 41
图表：2013-2014年移动电话机产量四川省合计 42
图表：2013-2014年移动电话机产量贵州省合计 42
图表：2013-2014年移动电话机产量内蒙古合计 43
图表：2013年1-12月中国通信设备制造业主要经济指标统计 46

图表：2014年手机行业分日收索指数 51
图表：2014年手机品牌关注度排行 52
图表：2014年国内外手机品牌关注度变化 52
图表：2014年手机型号关注度排行 53
图表：2014年手机型号关注度排行 54
图表：2014年WCDMA手机关注度排行 54
图表：2014年CDMA2000手机关注度排行 55
图表：2014年TD-SCDMA手机关注度排行 55
图表：2014年手机软件变化 56
图表：2014年网民收索的十大手机软件变化 57
图表：2006-2014年我国移动电话用户各月净增比较 59
图表：索尼爱立信J10 60
图表：太阳能电池手机 61
图表：2008年中国手机终端市场季度销量变化情况 63
图表：2006-2008年中国移动通信用户月度净增长情况 64
图表：2013-2014年中国手机市场均价走势 72
图表：2013-2014年中国市场智能手机均价走势 73
图表：2013-2014年中国市场3G手机均价走势 74
图表：2013-2014年中国市场音乐、拍照手机均价走势 75
图表：2014年中国市场最受用户关注前十五大手机品牌分布 77
图表：2014年中国手机市场三星、LG等品牌用户关注走势 78
图表：2014年第四季度中国市场最受用户关注十大智能手机品牌分布 79
图表：2013-2014年中国手机市场HTC等其他品牌用户关注走势图 80
图表：2014年第四季度中国市场最受用户关注十大国产手机品牌分布 81
图表：2014年第四季度中国市场最受用户关注十大国产手机产品排行 82
图表：2014年第四季度最受用户关注的十款国产手机 82
图表：2014年第四季度中国市场不同类型手机用户关注比例分布 83
图表：2013-2014年中国市场不同类型手机用户关注走势 84
图表：2014年第四季度中国市场不同屏幕尺寸手机用户关注比例分布 85
图表：2013-2014年中国手机市场不同屏幕尺寸手机用户关注走势 85
图表：2014年第四季度中国市场不同像素手机用户关注比例分布 86
图表：2013-2014年中国手机市场不同像素手机用户关注走势 87

图表：2013-2014年中国手机市场平均价格走势 88
图表：2014年第四季度中国市场不同类型手机均价对比 88
图表：2013-2014年中国手机市场不同类型手机均价走势 89
图表：2014年第四季度中国市场不同像素手机均价对比 90
图表：2013-2014年中国手机市场不同像素手机均价走势 90
图表：2014年第四季度中国市场不同屏幕尺寸手机均价对比 91
图表：2013-2014年中国手机市场不同屏幕尺寸手机均价走势 91
图表：2014年第四季度中国市场最受用户关注十大手机品牌对价对比 92
图表：2013-2014年中国手机市场诺基亚、三星、索尼爱立信、LG手机均价走势 93
图表：2013-2014年中国手机市场HTC、摩托罗拉等手机均价走势 93
图表：2013年度诺基亚手机品牌关注度流失状况 116
图表：2013年度三星手机品牌关注度流失状况 117
图表：2013年度索尼爱立信手机品牌关注度流失状况 118
图表：2013年度摩托罗拉手机品牌关注度流失状况 118
图表：2013年度诺基亚、三星、索尼爱立信、摩托罗拉品牌重合度对比 119
图表：2013年度中国最受用户关注的10大智能手机品牌排名 120
图表：2013年度中国最受用户关注的10大智能手机品牌比例分布 120
图表：2014年Q4中国最受用户关注的10大智能手机品牌走势 121
图表：2013年度中国最受用户关注的10大音乐手机品牌排名 122
图表：2013年度中国最受用户关注的10大音乐手机品牌比例分布 122
图表：2014年Q4中国最受用户关注的10大音乐手机品牌走势 123
图表：2013年度中国最受用户关注的10大拍照手机品牌排名 124
图表：2013年度中国最受用户关注的10大拍照手机品牌比例分布 124
图表：2014年Q4中国最受用户关注的10大拍照手机品牌走势 125
图表：2013年度中国最受用户关注的10大国产手机品牌排名 126
图表：2013年度中国最受用户关注的10大国产手机品牌分布 126
图表：2013年度中国最受用户关注的10大平民手机品牌排名 128
图表：2013年度中国最受用户关注的10大平民手机品牌比例分布 128
图表：2014年Q4中国最受用户关注的10大平民手机品牌走势 129
图表：2013年度中国最受用户关注的10大双卡双待手机品牌排名 130
图表：2013年度中国最受用户关注的10大双卡双待手机品牌分布 130
图表：2014年Q4中国最受用户关注的10大双卡双待手机品牌走势 131

图表：2013年度中国最受用户关注的10大GPS手机品牌排名 132
图表：2013年度中国最受用户关注的10大GPS手机品牌分布 132
图表：2014年Q4中国最受用户关注的10大GPS手机品牌走势 133
图表：1995-2014年我国手机年度出口及增速情况 134
图表：1995-2014年我国手机年度出口价格及同比情况 135
图表：1995-2014年我国手机年度进口及增速情况 135
图表：1995-2014年我国手机年度出口价格及同比情况 135
图表：2014年我国月度出口手机及增速情况 136
图表：2014年我国月度出口手机平均价格及增速情况 136
图表：2014年我国手机出口前15位经营单位情况 137
图表：2014年我国月度进口手机及增速情况 137
图表：2014年我国月度进口手机平均价格及增速情况 138
图表：参与调查者性别比例分布 140
图表：参与调查者年龄结构分布 140
图表：参与调查者职业分布 141
图表：参与调查者所在地区分布 142
图表：参与调查者手机使用历史 142
图表：参与调查者所使用的手机品牌分布 143
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 144
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 144
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 145
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 146
图表：参与调查者手机外观选择比例分布 147
图表：参与调查者手机类型选择比例分布 147
图表：参与调查者注重的手机参数比例分布 148
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 149
图表：参与调查者手机价格选择比例分布 149
图表：参与调查者获知手机信息的渠道分布 150
图表：参与调查者中男性、女性获知手机信息渠道比例对比 151
图表：参与调查者购买手机的渠道比例分布 151
图表：参与调查者中男性、女性购买手机渠道比例对比 152
图表：参与调查者使用手机上网的频率比例分布 153

图表：参与调查者中男性、女性使用手机上网频率比例对比 153
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 154
图表：参与调查者使用手机上网浏览的内容分布 154
图表：参与调查者男性、女性使用手机上网浏览内容差异 155
图表：参与调查者中定制增值业务的比例 156
图表：参与调查者使用增值业务的付费方式 156
图表：参与调查者使用的增值业务的定制方式分布 157
图表：参与调查者对所定制的增值服务的评价分布 157
图表：2006-2014年手机行业投诉量对比图 158
图表：2008-2014年手机行业月投诉量趋势对比图 159
图表：2014年手机行业投诉主要来源 159
图表：2014年手机行业投诉主要问题 160
图表：2014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 161
图表：2014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 161
图表：2014年手机行业虚假宣传、价格纠纷问题投诉量排名前十卖场 162
图表：2014年手机行业售后服务态度问题投诉量排名 163
图表：2013年度手机行业不满检查结果投诉问题投诉量排名 164
图表：2013年度手机行业投诉人年龄分析 165
图表：2014年手机行业投诉人学历分析 166
图表：2013年度手机行业投诉处理时效分析 166
图表：2013年度手机行业投诉处理结果分析 167
图表：2013年度手机行业投诉量前十品牌 168
图表：2013年度手机行业投诉量排名前十卖场 168
图表：2014年手机企业投诉率指数排名 169
图表：参与调查者使用3G手机的比例 172
图表：参与调查的3G手机用户所使用的3G手机品牌分布 172
图表：参与调查的3G手机用户所使用的3G手机价格分布 173
图表：参与调查的3G手机用户获取3G信息的渠道 174
图表：参与调查的3G手机用户购买3G手机的原因 174
图表：参与调查的3G手机用户最在乎的3G业务 175
图表：参与调查的3G手机用户使用3G业务的比例分布 175
图表：使用3G业务的用户对运营商的选择比例分布 176

图表：使用3G业务的用户选择不同运营商的原因分布 177
图表：使用3G业务的用户每月资费分布 177
图表：使用3G业务的用户每月上网资费分布 178
图表：使用3G业务的用户对所使用的资费水平评价 179
图表：使用3G业务的用户会放弃使用3G业务的比例分布 179
图表：使用3G业务的用户曾经使用过的3G业务排行 180
图表：使用3G业务的用户经常使用的3G业务排行 180
图表：使用3G手机上网的用户对信号的评价 181
图表：使用3G手机上网的用户对网速的评价 181
图表：使用3G业务的用户生活改变情况 182
图表：使用3G业务用户感觉到的最明显的变化 183
图表：参与调查的非3G用户对3G的认知情况 183
图表：参与调查的非3G用户不使用3G手机的原因 184
图表：参与调查的非3G用户打算购买3G手机的分布情况 185
图表：打算购买3G手机者打算购买的手机品牌分布 185
图表：参与调查的非3G用户中打算了解3G业务的比例分布 186
图表：打算了解3G业务者对运营商的选择情况 186
图表：打算了解3G业务者选择某运营商的原因分布 187
图表：参与调查的3G用户与非3G用户年龄对比 188
图表：参与调查的3G用户与非3G用户学历对比 188
图表：参与调查的3G用户与非3G用户身份对比 189
图表：参与调查的3G用户与非3G用户对3G认知情况对比 189
图表：2005-2014年电信综合价格水平下降情况 190
图表：2005-2014年电话用户到达数和净增数 191
图表：2005-2014年移动电话用户所占比重 191
图表：2013-2014年移动电话用户各月净增比较 192
图表：2004年以来各月移动分组数据用户发展情况 192
图表：2013-2014年固定电话用户各月净增比较 193
图表：2005-2014年无线市话用户所占比重 193
图表：2005-2014年公用、政企、住宅电话用户所占比重 194
图表：2005-2014年网民数和互联网普及率 194
图表：2004-2014年各月互联网拨号、宽带接入用户净增比较 195

图表：2005-2014年固定本地电话通话量 195
图表：2005-2014年移动本地电话通话时长 196
图表：2014年长途电话通话时长 196
图表：2005-2014年长途电话市场构成 197
图表：2013-2014年IP电话发起方式 197
图表：2005-2014年短信业务发展情况 198
图表：2014年电信业务收入构成 198
图表：2005-2014年电信固定资产投资 199
图表：2014年主要电信能力指标增长情况 199
图表：2005-2014年基础电信企业的增值业务收入 200
图表：2014年电信业务总量、收入、投资分省情况 201
图表：2014年电信用户分省情况 202
图表：2014年电信能力、电话普及率分省情况 203
图表：2014年电子信息产品单月进出口额情况 204
图表：2014年电子信息产品出口额增速与全国出口额增速对比 205
图表：2014年电子信息产品单月出口额情况 205
图表：2014年出口额前10位的电子信息产品出口情况 206
图表：2014年进口额前10位的电子信息产品进口情况 206
图表：2014年电子信息产品主要贸易方式占比情况 207
图表：2014年电子信息产业对外贸易中各类型企业占比情况 207
图表：2014年电子信息产品出口前十名省市情况 208
图表：2014年我国电子信息产品出口前十名国家和地区情况 209
图表：2014年我国电子信息产品进口前十名国家和地区情况 210
图表：2013-2014年各月电信主营业务收入比较 213
图表：2013-2014年固定电话用户各月净增比较 213
图表：2013-2014年互联网用户各月净增比较 214
图表：2014年1-12月电信主营业务收入构成 215
图表：2014年固定本地与移动本地通话量比较 216
图表：2014年同期东、中、西部电信主营业务收入 216
图表：2008-2014年同期东、中、西部净增固定电话用户 217
图表：2008-2014年同期东、中、西部净增移动电话用户 217
图表：2008-2014年同期东、中、西部电信固定资产投资 218

图表：2014年1-12月电信主营业务收入排名前十名的省份 218
图表：2014年12月固定电话用户排名前十名的省份 219
图表：2014年12月移动电话用户排名前十名的省份 219
图表：2014年1-12月电信固定资产投资排名前十名的省份 220
图表：2014年12月通信业主要指标完成情况 220
图表：1978-2008年中国电信业务收入与GDP增速 223
图表：全球47个最主要的移动市场的国家及地区研究数据 224
图表：中国电信业发展趋势 225
图表：中国电信业业务收入和收入增长率 225
图表：中国电信业发展趋势 227
图表：中国电信业业务收入和收入增长率 227
图表：中国电信业发展综合预判 227
图表：中国电信业发展综合预判 228
图表：2014年12月最受用户关注的十款手机配件 241
图表：2014年12月最受用户关注的十款手机配件报价性能列表 241
图表：2005-2014年中国手机售后服务市场规模与增长 247
图表：2004-2008年中国手机售后服务结构 248
图表：2005-2014年中国手机售后服务市场规模与增长 253
图表：2004-2008年中国手机售后服务结构 254
图表：电信运营商3G用户累计数量 265
图表：手机制造商3G战略的决策模型 267
图表：主要3G手机制造商 268
图表：2014年12月中国3G手机市场最受用户关注的前十大品牌分布 279
图表：2014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 280
图表：2014年12月中国3G手机市场最受用户关注前十五大手机排行 281
图表：2014年12月最受关注十五大3G手机部分参数及最新报价 281
图表：2014年12月中国3G手机市场支持不同功能产品数量及用户关注 283
图表：2014年12月中国3G手机市场不同制式产品数量及用户关注 284
图表：2014年12月中国3G手机市场不同屏幕尺寸产品数量及用户关注 284
图表：2014年12月中国3G手机市场不同摄像头像素产品数量及用户关注 285
图表：2014年12月中国3G手机市场不同价格区间产品数量及用户关注 286
图表：2014年12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 287

图表：2006年-2014年全球GPS手机市场规模预测 318
图表：手机视频目前存在的问题 326
图表：没用使用过手机视频服务的原因分析 326
图表：手机报业务平台 336
图表：手机报客户群体划分 337
图表：手机搜索的发展阶段 346
图表：2005-2014年中国无线营销市场预测 350
图表：2006-2014年中国手机游戏行业总体市场规模 381
图表：2006-2014年中国移动手机游戏总体信息费收入 382
图表：2007-2014年中国手机游戏市场规模及增长率 383
图表：中国手机游戏行业生命周期 383
图表：2014年中国手机游戏用户职业分布 391
图表：2014年中国手机游戏用户职业区域分布 392
图表：2014年中国手机游戏用户地区分布变化 393
图表：2014年中国手机网民地区分布对比 394
图表：2014年中国手机游戏用户年龄分布 395
图表：2014年中国手机游戏用户收入情况 395
图表：手机的主要用途 396
图表：每周游戏的频率调查 397
图表：平时每次玩游戏花费的时间调查 397
图表：玩游戏的场合调查 398
图表：喜欢游戏属性载游戏 398
图表：用户喜欢的内置游戏调查 399
图表：用户喜欢的非内置游戏调查 399
图表：玩游戏过程中关注的产品性能调查 400
图表：手机用户对游戏手机市场前景的看法 401
图表：前景阻碍因素调查 401
图表：是否有购买计划调查 402
图表：手机用户购买游戏手机可接受价位区间调查 403
图表：手机用户计划购买不同品牌的游戏手机分布状况 403
图表：希望手机具有的特征调查 404
图表：2006-2014年中国手机市场规模及预测 405

图表：CMMB手机市场价格分析 439
图表：手机电视的用户比例 444
图表：手机电视用户与非手机电视用户的年龄比较 444
图表：手机电视用户与非手机电视用户的性别比较 445
图表：手机电视用户与非手机电视用户学历比较 445
图表：手机电视用户与非手机电视用户从业性质比较 446
图表：手机电视用户与非手机电视用户地区比较 446
图表：用户对手机电视业务的了解渠道 447
图表：用户没有使用过手机电视服务的原因分析 448
图表：不考虑阻碍因素而愿意定制手机电视的用户比例 448
图表：影响用户订阅手机电视的阻碍因素比较 449
图表：用户关注的手机电视节目内容 449
图表：用户对手机电视操作便利性认知 450
图表：手机电视发展的内容影响因素 450
图表：用户对手机电视的使用场景 451
图表：用户平均每天观看手机电视节目时长 451
图表：非手机电视用户观看互联网电视的比例 452
图表：非手机电视用户在互联网上关注的内容 452
图表：非手机电视用户观看互联网电视直播的频率 453
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 517
图表：公众用户需求分析 563
图表：2014年中兴通讯股份有限公司主营构成表 591
图表：2011-2014年中兴通讯股份有限公司流动资产表 592
图表：2011-2014年中兴通讯股份有限公司长期投资表 592
图表：2011-2014年中兴通讯股份有限公司固定资产表 592
图表：2011-2014年中兴通讯股份有限公司无形及其他资产表 592
图表：2011-2014年中兴通讯股份有限公司流动负债表 593
图表：2011-2014年中兴通讯股份有限公司长期负债表 593
图表：2011-2014年中兴通讯股份有限公司股东权益表 593
图表：2011-2014年中兴通讯股份有限公司主营业务收入表 594
图表：2011-2014年中兴通讯股份有限公司主营业务利润表 594
图表：2011-2014年中兴通讯股份有限公司营业利润表 594

图表：2011-2014年中兴通讯股份有限公司利润总额表 594
图表：2011-2014年中兴通讯股份有限公司净利润表 594
图表：2011-2014年中兴通讯股份有限公司每股指标表 594
图表：2011-2014年中兴通讯股份有限公司获利能力表 595
图表：2011-2014年中兴通讯股份有限公司经营能力表 595
图表：2011-2014年中兴通讯股份有限公司偿债能力表 595
图表：2011-2014年中兴通讯股份有限公司资本结构表 595
图表：2011-2014年中兴通讯股份有限公司发展能力表 596
图表：2011-2014年中兴通讯股份有限公司现金流量分析表 596
图表：2008-2014年索爱公司经营情况 598
图表：2014年索爱公司经营情况 600
图表：2014年TCL集团股份有限公司主营构成表 606
图表：2011-2014年TCL集团股份有限公司流动资产表 607
图表：2011-2014年TCL集团股份有限公司长期投资表 608
图表：2011-2014年TCL集团股份有限公司固定资产表 608
图表：2011-2014年TCL集团股份有限公司无形及其他资产表 608
图表：2011-2014年TCL集团股份有限公司流动负债表 608
图表：2011-2014年TCL集团股份有限公司长期负债表 609
图表：2011-2014年TCL集团股份有限公司股东权益表 609
图表：2011-2014年TCL集团股份有限公司主营业务收入表 609
图表：2011-2014年TCL集团股份有限公司主营业务利润表 609
图表：2011-2014年TCL集团股份有限公司营业利润表 610
图表：2011-2014年TCL集团股份有限公司利润总额表 610
图表：2011-2014年TCL集团股份有限公司净利润表 610
图表：2011-2014年TCL集团股份有限公司每股指标表 610
图表：2011-2014年TCL集团股份有限公司获利能力表 610
图表：2011-2014年TCL集团股份有限公司经营能力表 611
图表：2011-2014年TCL集团股份有限公司偿债能力表 611
图表：2011-2014年TCL集团股份有限公司资本结构表 611
图表：2011-2014年TCL集团股份有限公司发展能力表 611
图表：2011-2014年TCL集团股份有限公司现金流量分析表 611
图表：2014年宁波波导股份有限公司主营构成表 614

图表：2011-2014年宁波波导股份有限公司流动资产表 615
图表：2011-2014年宁波波导股份有限公司长期投资表 615
图表：2011-2014年宁波波导股份有限公司固定资产表 615
图表：2011-2014年宁波波导股份有限公司无形及其他资产表 615
图表：2011-2014年宁波波导股份有限公司流动负债表 616
图表：2011-2014年宁波波导股份有限公司长期负债表 616
图表：2011-2014年宁波波导股份有限公司股东权益表 616
图表：2011-2014年宁波波导股份有限公司主营业务收入表 616
图表：2011-2014年宁波波导股份有限公司主营业务利润表 617
图表：2011-2014年宁波波导股份有限公司营业利润表 617
图表：2011-2014年宁波波导股份有限公司利润总额表 617
图表：2011-2014年宁波波导股份有限公司净利润表 617
图表：2011-2014年宁波波导股份有限公司每股指标表 617
图表：2011-2014年宁波波导股份有限公司获利能力表 618
图表：2011-2014年宁波波导股份有限公司经营能力表 618
图表：2011-2014年宁波波导股份有限公司偿债能力表 618
图表：2011-2014年宁波波导股份有限公司资本结构表 618
图表：2011-2014年宁波波导股份有限公司发展能力表 618
图表：2011-2014年宁波波导股份有限公司现金流量分析表 619
图表：2014年夏新电子股份有限公司主营构成表 622
图表：2011-2014年夏新电子股份有限公司流动资产表 623
图表：2011-2014年夏新电子股份有限公司长期投资表 623
图表：2011-2014年夏新电子股份有限公司固定资产表 623
图表：2011-2014年夏新电子股份有限公司无形及其他资产表 623
图表：2011-2014年夏新电子股份有限公司流动负债表 623
图表：2011-2014年夏新电子股份有限公司长期负债表 624
图表：2011-2014年夏新电子股份有限公司股东权益表 624
图表：2011-2014年夏新电子股份有限公司主营业务收入表 624
图表：2011-2014年夏新电子股份有限公司主营业务利润表 625
图表：2011-2014年夏新电子股份有限公司营业利润表 625
图表：2011-2014年夏新电子股份有限公司利润总额表 625
图表：2011-2014年夏新电子股份有限公司净利润表 625

图表：2011-2014年夏新电子股份有限公司每股指标表 625
图表：2011-2014年夏新电子股份有限公司获利能力表 626
图表：2011-2014年夏新电子股份有限公司经营能力表 626
图表：2011-2014年夏新电子股份有限公司偿债能力表 626
图表：2011-2014年夏新电子股份有限公司资本结构表 626
图表：2011-2014年夏新电子股份有限公司发展能力表 626
图表：2011-2014年夏新电子股份有限公司现金流量分析表 627
图表：2014年康佳集团股份有限公司主营构成表 629
图表：2011-2014年康佳集团股份有限公司流动资产表 629
图表：2011-2014年康佳集团股份有限公司长期投资表 630
图表：2011-2014年康佳集团股份有限公司固定资产表 630
图表：2011-2014年康佳集团股份有限公司无形及其他资产表 630
图表：2011-2014年康佳集团股份有限公司流动负债表 630
图表：2011-2014年康佳集团股份有限公司长期负债表 631
图表：2011-2014年康佳集团股份有限公司股东权益表 631
图表：2011-2014年康佳集团股份有限公司主营业务收入表 631
图表：2011-2014年康佳集团股份有限公司主营业务利润表 631
图表：2011-2014年康佳集团股份有限公司营业利润表 632
图表：2011-2014年康佳集团股份有限公司利润总额表 632
图表：2011-2014年康佳集团股份有限公司净利润表 632
图表：2011-2014年康佳集团股份有限公司每股指标表 632
图表：2011-2014年康佳集团股份有限公司获利能力表 632
图表：2011-2014年康佳集团股份有限公司经营能力表 633
图表：2011-2014年康佳集团股份有限公司偿债能力表 633
图表：2011-2014年康佳集团股份有限公司资本结构表 633
图表：2011-2014年康佳集团股份有限公司发展能力表 633
图表：2011-2014年康佳集团股份有限公司现金流量分析表 633
图表：2011-2014年中国市场智能手机用户关注比例走势 646
图表：2011-2014年中国市场3G手机用户关注比例走势 647
图表：2011-2014年中国市场GPS手机用户关注比例走势 648
图表：2011-2014年中国市场触摸屏手机用户关注比例走势 649
图表：2011-2014年中国市场音乐、拍照手机用户关注比例走势 650

图表：诺基亚与波导在产品上的差异 682
图表：诺基亚与波导在实施本土化策略中4P要素的区别 683

详细请访问：http://www.cction.com/report/201403/102430.html