

2020-2026年中国手机行业 前景展望与发展前景预测报告

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

《2020-2026年中国手机行业前景展望与发展前景预测报告》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/202005/161413.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

2019年12月10日晚间，高通对外宣布，福州中级人民法院下达诉中临时禁令，要求苹果4家中国子公司立即停止销售部分机型包括 iPhone 6系列、7系列，以及去年新款iPhone 8系列、iPhoneX。

截至12月11日，国内电商平台暂未停止销售，但后续苹果在华销量或有波动。12月11日，目前iPhone销售暂时没有受到影响，但是今年iPhone在中国整体销量下滑的趋势不会改变。值得注意的是，当前诉讼案件还在进行中，还需要观察最终判决情况。

现在中国手机市场中，前五大品牌已占据85%以上的市场份额。中国品牌稳占第三季度销量排行榜前5名，五个品牌的市场份额加总超过78%。他们分别是vivo、OPPO、华为、荣耀和小米，苹果排在小米之后，其份额已经低于10%。如果加上苹果，前6个品牌的在华市场份额达到了86%，这些品牌之间相互蚕食份额的战况将更激烈。

头部战争白热化的同时，国内整体手机市场也处于低谷期，销量连续四个季度下滑，换机市场等待新的红利出现。统计数据显示，2019年10月国内手机市场出货量3853.3万部，同比增长0.9%，环比下降1.3%。累计方面，除了2019年5月份以外，2019年我国手机出货量再次迎来增长，2019年1-10月国内手机市场出货量3.43亿部，同比下降15.3%。

报告目录

第1章：中国手机行业发展背景分析

1.1 手机行业基本概念

1.1.1 手机的定义

1.1.2 行业的种类

（1）按外形分类

（2）按操作系统分类

（3）按功能分类

（4）按网络分类

1.1.3 手机的构成

（1）手机的硬件

（2）手机的软件

（3）手机各零部件的成本分析

1.2 手机行业经济环境分析

1.2.1 国际宏观经济环境分析

- (1) 国际宏观经济现状
- (2) 国际宏观经济预测
- 1.2.2 国内宏观经济环境分析
 - (1) 国内宏观经济现状
 - (2) 国内宏观经济预测
- 1.2.3 宏观经济环境对行业的影响
- 1.3 手机行业政策环境分析
 - 1.3.1 行业主管部门
 - 1.3.2 行业管理体制
 - 1.3.3 行业政策规划
- 1.4 手机行业贸易环境分析
 - 1.4.1 行业贸易环境发展现状
 - (1) 主要贸易方式
 - (2) 主要贸易国家与地区
 - (3) 主要出口地区
 - (4) 贸易环境对手机出口市场的影响
 - 1.4.2 行业贸易环境发展趋势
 - (1) 国际市场需求总体偏弱
 - (2) 产业竞争力面临挑战
 - (3) 贸易摩擦形势依然严峻
- 1.5 手机行业技术环境分析
 - 1.5.1 行业技术活跃程度分析
 - (1) 专利申请数量变化情况
 - (2) 专利公开数量变化情况
 - 1.5.2 行业技术专利类型分析
 - 1.5.3 行业技术领先企业分析
 - 1.5.4 行业热门技术分析

第2章：中国手机行业原材料及配件市场分析

- 2.1 手机行业产业链简介
- 2.2 集成电路市场分析
 - 2.2.1 集成电路市场发展现状分析

- (1) 集成电路产业发展规模
- (2) 集成电路产业结构分析
- 2.2.2 集成电路市场竞争格局分析
- 2.2.3 手机行业对集成电路的需求分析
- 2.3 印制电路板市场分析
- 2.3.1 印制电路板市场供需现状分析
 - (1) 印制电路板市场供给现状分析
 - (2) 印制电路板市场需求现状分析
- 2.3.2 印制电路板市场竞争格局分析
- 2.3.3 手机行业对印制电路板的需求分析
- 2.4 手机触摸屏市场分析
- 2.4.1 触摸屏市场发展规模分析
- 2.4.2 触摸屏细分产品发展分析
 - (1) 电阻式触摸屏市场分析
 - (2) 电容式触摸屏市场分析
- 2.4.3 触摸屏市场竞争现状分析
- 2.4.4 手机行业对触摸屏的需求分析
- 2.5 手机连接器市场分析
- 2.5.1 手机连接器市场现状分析
- 2.5.2 手机连接器竞争状况分析
- 2.5.3 手机连接器需求潜力分析

第3章：全球手机行业发展分析

- 3.1 全球手机行业发展现状
 - 3.1.1 全球手机用户规模
 - 3.1.2 全球手机行业产量分析
 - 3.1.3 全球手机行业销量分析
 - 3.1.4 全球手机行业竞争格局分析
 - 3.1.5 中国手机行业国际竞争力分析
 - (1) 竞争优势
 - (2) 竞争劣势
 - (3) 发展趋势

3.2 全球主要国家和地区手机市场分析

3.2.1 美国手机市场分析

- (1) 操作系统竞争分析
- (2) 各品牌手机出货量分析

3.2.2 欧洲手机市场分析

- (1) 手机操作系统分析
- (2) 智能手机市场规模分析
- (3) 中国手机品牌在欧洲发展情况

3.2.3 日本手机市场分析

- (1) 日本手机出货量情况分析
- (2) 相关手机品牌在日本发展情况

3.2.4 韩国手机市场分析

- (1) 韩国手机市场分析
- (2) 韩国电信运营商市场份额
- (3) 韩国手机品牌本土发展情况

3.2.5 俄罗斯手机市场分析

3.2.6 印度手机市场分析

- (1) 印度手机市场分析
- (2) 相关手机品牌在印度发展情况

3.2.7 东南亚手机市场分析

- (1) 东南亚手机市场销量
- (2) 东南亚手机市场竞争格局

3.2.8 非洲手机市场分析

- (1) 非洲手机市场销量
- (2) 非洲手机市场竞争格局

3.2.9 拉丁美洲手机市场分析

3.3 主要跨国公司手机企业分析

3.3.1 三星电子公司分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业手机销量分析
- (4) 企业手机全球市场份额分析

(5) 企业智能手机市场分析

(6) 企业在华竞争分析

(7) 企业最新发展动向分析

3.3.2 索尼移动通信公司分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业手机销量分析

(4) 企业手机全球市场份额分析

(5) 企业在华竞争分析

(6) 企业最新发展动向分析

3.3.3 苹果股份有限公司分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业手机销量分析

(4) 企业手机全球市场份额分析

(5) 企业在华竞争分析

(6) 企业最新发展动向分析

3.3.4 宏达国际电子股份有限公司分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业手机销量分析

(4) 企业手机全球市场份额分析

(5) 企业在华竞争分析

(6) 最新动向分析

3.4 全球手机市场发展前景分析

3.4.1 全球手机市场发展趋势分析

(1) 产品发展方向分析

(2) 手机设计发展趋势分析

(3) 未来手机新兴功能分析

3.4.2 全球手机市场规模预测

第4章：中国手机行业发展分析

4.1 中国手机行业发展规模

4.1.1 中国手机整体产量分析

4.1.2 中国手机整体销量分析

4.1.3 中国手机用户规模分析

4.1.4 中国手机行业影响因素分析

(1) 手机定制对手机行业的影响

(2) 水货手机对手机行业的影响

(3) 山寨手机对手机行业的影响

(4) 智能手机对手机行业的影响

(5) 5G发展对手机行业的影响

4.2 中国手机行业竞争分析

4.2.1 中国手机行业品牌竞争结构

4.2.2 中国手机行业产品竞争结构

4.2.3 近年行业进入者分析

4.2.4 近年行业退出者分析

4.2.5 行业潜在进入者分析

4.3 中国手机价格走势分析

4.3.1 手机市场价格指数分析

4.3.2 手机平均价格分析

4.3.3 主流厂商平均价格分析

4.3.4 手机价格影响因素分析

4.4 中国手机行业进出口分析

4.4.1 手机进出口状况综述

4.4.2 手机进出口关税分析

4.4.3 手机出口情况分析

(1) 手机出口总体情况

(2) 手机出口产品结构分析

4.4.4 手机进口情况分析

(1) 手机进口总体情况

(2) 手机进口产品结构分析

第5章：中国手机行业主要产品市场分析

5.1 中国智能手机市场分析

5.1.1 智能手机品牌数量情况

5.1.2 智能手机出货量分析

5.1.3 智能手机销售情况分析

5.1.4 智能手机市场价格分析

(1) 智能手机市场价格走势

(2) 智能手机市场平均价格走势

5.1.5 智能手机市场品牌竞争格局

5.1.6 智能手机市场产品竞争格局

(1) 产品像素结构

5.1.7 智能手机发展趋势预测

5.2 中国4G手机市场分析

5.2.1 4G手机厂商数量情况

5.2.2 4G手机产品数量情况

5.2.3 4G手机市场竞争格局

(1) 4G手机市场品牌竞争格局

(2) 4G手机市场产品竞争格局

5.2.4 4G手机市场价格走势

5.2.5 4G手机市场前景预测

5.3 中国国产手机市场分析

5.3.1 国产手机厂商数量情况

5.3.2 国产手机产品数量情况

5.3.3 国产手机市场竞争格局

(1) 国产手机市场品牌竞争格局

(2) 国产手机市场产品竞争格局

5.3.4 国产手机市场价格分析

(1) 国产手机市场价格走势

(2) 国产手机市场平均价格走势

5.3.5 国产手机市场前景预测

5.4 中国大屏手机市场分析

5.4.1 大屏手机品牌变化情况

5.4.2 大屏手机产品变化情况

5.4.3 大屏手机市场品牌竞争格局

(1) 年度品牌结构

(2) 季度品牌结构

5.4.4 大屏手机市场产品竞争格局

(1) 热门产品

(2) 产品核心结构

(3) 产品像素结构

5.4.5 大屏手机市场价格走势

5.4.6 大屏手机市场前景预测

5.5 中国四核手机市场分析

5.5.1 四核手机厂商数量情况

5.5.2 四核手机产品数量情况

5.5.3 四核手机市场品牌竞争格局

5.5.4 四核手机市场产品竞争格局

5.5.5 四核手机市场价格走势

5.5.6 四核手机市场前景预测

(1) 四核手机为当前市场绝对主流

(2) 八核/双四核机型成未来趋势

第6章：中国手机市场消费情况调研分析

6.1 国产手机市场消费情况调研

6.1.1 消费者使用国产手机的比例

6.1.2 消费者购买国产手机的原因

6.1.3 消费者使用国产手机的经历

6.1.4 消费者使用国产手机的品牌

6.1.5 消费者购买国产手机的价格

6.1.6 消费者购买国产手机的渠道

6.2 华为手机市场消费情况调研

6.2.1 消费者对华为手机的整体评价

6.2.2 消费者对酷华为手机的竞争力评价

6.2.3 消费者使用华为手机的情况

6.2.4 消费者购买华为手机的原因

- 6.2.5 消费者使用华为手机的产品系列
- 6.2.6 消费者使用华为手机的价格
- 6.2.7 消费者购买华为手机的渠道
- 6.2.8 消费者对华为手机的满意度
- 6.2.9 消费者对华为手机的忠诚度
- 6.2.10 消费者对华为手机的前景预测
- 6.3 小米手机市场消费情况调研
 - 6.3.1 消费者使用小米手机的情况
 - 6.3.2 消费者购买小米手机的原因
 - 6.3.3 消费者购买小米手机的渠道
 - 6.3.4 消费者对小米手机的满意度
 - 6.3.5 消费者对小米手机的忠诚度
 - 6.3.6 消费者对小米手机的前景预测
- 6.4 千元手机市场需求情况调研
 - 6.4.1 消费者购机价位选择情况
 - 6.4.2 消费者购买千元手机的原因
 - 6.4.3 消费者对千元手机的配置需求
- 6.5 手机市场消费者品牌忠诚度情况调研
 - 6.5.1 消费者的品牌忠诚度
 - 6.5.2 消费者的品牌转向情况

第7章：中国手机行业营销渠道分析

- 7.1 中国手机行业营销渠道概述
 - 7.1.1 我国手机渠道模式发展历史
 - (1) 中国电信独揽手机销售市场阶段
 - (2) 全国性总代理控制销售渠道阶段
 - (3) 多种销售渠道模式并存阶段
 - 7.1.2 我国手机市场渠道成员的构成
 - (1) 生产厂商
 - (2) 代理商
 - (3) 零售商
 - (4) 运营商

7.2 中国手机行业销售渠道现状与特征

7.2.1 手机销售渠道模式发展现状

- (1) 传统代理模式
- (2) 直供模式
- (3) 运营商定制模式
- (4) FD模式
- (5) 电子商务模式

7.2.2 主力手机厂商渠道现状与特点

(1) 三星

- 1) 市场定位分析
- 2) 营销手段分析
- 3) 渠道分析

(2) LG

- 1) 市场定位分析
- 2) 营销手段分析
- 3) 渠道分析

(3) 苹果

- 1) 市场定位分析
- 2) 营销手段分析
- 3) 渠道分析

(4) HTC

- 1) 市场定位分析
- 2) 营销手段分析
- 3) 渠道分析

(5) 索尼移动

- 1) 市场定位分析
- 2) 营销手段分析
- 3) 渠道分析

7.2.3 手机运营商定制模式及策略分析

- (1) 中国移动
- (2) 中国联通
- (3) 中国电信

7.2.4 代理商及分销商竞争策略研究

(1) 天音控股

(2) 普泰通信

(3) 爱施德

(4) 普天太力

7.3 中国手机行业销售渠道发展趋势

7.3.1 渠道扁平化发展趋势

7.3.2 渠道多元化发展趋势

7.3.3 渠道中心化发展趋势

7.3.4 分销渠道品牌化

第8章：中国手机行业主要企业生产经营分析

8.1 外资品牌手机企业经营情况分析

8.1.1 天津三星通信技术有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

8.1.2 LG电子株式会社北京办事处经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.1.3 北京索爱普天移动通信有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.1.4 多普达（上海）通讯科技有限公经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.1.5 夏普科技（无锡）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.2 国内品牌手机企业经营情况分析

8.2.1 联想移动通信科技有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

8.2.2 中兴通讯股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

8.2.3 华为技术有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

8.2.4 深圳市金立通信设备有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

8.2.5 TCL通讯科技控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

8.2.6 青岛海尔通信有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.7 北京天宇朗通通信设备股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业品牌建设分析
- (5) 企业商业模式分析
- (6) 企业销售渠道与网络
- (7) 企业经营状况优劣势分析
- (8) 企业最新动向分析

8.2.8 康佳通信科技有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

8.2.9 魅族科技（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

8.2.10 小米科技有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

8.3 国内手机代工企业经营情况分析

8.3.1 富士康科技集团经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

8.3.2 华宝通讯（南京）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.3.3 伟创力制造（珠海）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.3.4 华冠通讯（江苏）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络销售

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.3.5 比亚迪电子（国际）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

第9章：中国手机行业前景预测与投资分析

9.1 中国手机行业发展前景预测

9.1.1 中国手机行业发展趋势预测

- (1) 用户需求趋势预测
- (2) 品牌竞争格局趋势预测
- (3) 操作系统趋势预测
- (4) 产品价格趋势预测
- (5) 产品创新趋势预测

9.1.2 中国手机行业市场规模预测

9.2 中国手机行业投资特性分析

9.2.1 手机行业进入壁垒分析

- (1) 政策壁垒
- (2) 技术壁垒
- (3) 规模壁垒
- (4) 贸易壁垒
- (5) 人才壁垒

9.2.2 手机行业投资风险分析

- (1) 政策风险
- (2) 技术风险
- (3) 竞争风险
- (4) 关联产业风险
- (5) 其它风险

9.3 中国手机行业投资建议

9.3.1 手机行业投资现状

- (1) 三星、苹果垄断高端市场

(2) 国产手机阵营崛起

(3) 操作系统三足鼎立

9.3.2 手机行业投资建议

(1) 重点关注大屏、四核、千万像素智能手机

(2) 提升智能手机性价比

(3) 提供增值服务

(4) 手机厂商互联网转型

(5) 加强移动互联网应用

图表目录

图表1：手机的构成简析

图表2：手机的特性简析

图表3：中国手机相关标准汇总

图表4：中国手机行业相关政策分析

图表5：中国手机行业发展机遇与威胁分析

图表6：中国手机行业企业数量规模

图表7：2016-2019年中国手机行业总体市场规模趋势图

图表8：2016-2019年中国手机行业总体资产规模趋势图

图表9：2016-2019年中国手机行业营业利润总额趋势图

图表10：2016-2019年中国手机行业利润总额模趋势图

图表11：2016-2019年中国手机行业毛利率趋势图

图表12：2016-2019年中国手机行业销售利润率趋势图

图表13：2016-2019年中国手机行业成本费用利润率趋势图

图表14：2016-2019年中国手机行业总资产周转率趋势图

图表15：2016-2019年中国手机行业销售增长率趋势图

图表16：2016-2019年中国手机行业总资产增长率趋势图

图表17：2016-2019年中国手机行业出口规模趋势图

图表18：2016-2019年中国手机行业进口规模趋势图

图表19：2016-2019年中国手机行业前十企业销售占比图

图表20：2016-2019年中国手机行业前十企业资产占比图

图表21：2016-2019年中国手机行业前十企业利润占比图

图表22：手机行业潜在进入者威胁分析

图表23：手机行业替代品威胁总结分析

图表24：手机行业对上游议价能力分析

图表25：手机行业对下游议价能力分析

图表26：手机行业竞争情况总结

图表27：中国手机行业企业区域分布图

图表28：中国手机行业销售收入区域分布图

图表29：中国手机行业资产区域分布图

图表30：中国手机行业营业利润区域分布图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/161413.html>