

2024-2030年中国智能手机 产业发展现状与市场年度调研报告

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

《2024-2030年中国智能手机产业发展现状与市场年度调研报告》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/202310/416031.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

智能手机是指像个人电脑一样，具有独立的操作系统，可以由用户自行安装软件、游戏等第三方服务商提供的程序，通过此类程序来不断对手机的功能进行扩充，并可以通过移动通讯网络来实现无线网络接入的这样一类手机的总称。

近年来，伴随着移动互联网的快速发展，智能手机在厂家、运营商等多方推动下以极快的速度持续普及。智能手机的硬件技术和软件技术都有了质的飞跃，双核甚至四核智能手机都不再罕见，操作系统上也有了更多选择和新发展。

2021年全年，中国智能手机出货量3.43亿部，同比增15.9%，占同期手机出货量的97.7%。2021年全年，中国智能手机上市新机型累计404款，同比增长11.0%，占同期上市新机型数量的83.6%。2022年全年，中国智能手机市场出货量约2.86亿台，同比下降13.2%，创有史以来最大降幅。

我国在2021年出台了《“双千兆”网络协同发展行动计划（2021-2023年）》和《基础电子元器件产业发展行动计划（2021-2023年）》，规划中提到的相关战略布局对于我国手机行业未来发展或会有重大影响。2022年7月，工业和信息化部、商务部、市场监管总局、药监局、知识产权局等五部门联合发布了《数字化助力消费品工业“三品”行动方案（2022-2025年）》，方案提出，以企业为主体的技术创新体系进一步健全，产品供给日益丰富，质量与性能持续提升，在纺织服装、家用电器、食品医药、消费电子等行业培育200家智能制造示范工厂，打造200家百亿规模知名品牌，产品服务质量和客户满意度持续提升。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国智能手机产业发展现状与市场年度调研报告》共十一章。首先介绍了智能手机的定义及操作系统概况，接着介绍了国外智能手机的发展，然后对我国智能手机行业的发展进行深入解析，接下来详细介绍了国内外重点智能手机厂商的经营状况，并对智能手机行业的投资潜力及发展前景进行了科学的分析和预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、工信部、商务部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对智能手机有个系统的了解、或想投资该行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

报告目录：

第一章 智能手机及其操作系统介绍

1.1 智能手机相关概述

1.1.1 智能手机的概念

- 1.1.2 智能手机的特点
- 1.1.3 智能手机的配置要求
- 1.1.4 智能手机的硬件架构
- 1.2 智能手机产业化及其模式
 - 1.2.1 智能手机的产生与演变
 - 1.2.2 智能手机产业化分析
 - 1.2.3 智能手机产业化模式的创新
- 1.3 智能手机的主要操作系统
 - 1.3.1 iOS
 - 1.3.2 Android
 - 1.3.3 Symbian
 - 1.3.4 Black Berry
 - 1.3.5 Windows Mobile
 - 1.3.6 MeeGo
 - 1.3.7 Linux
 - 1.3.8 华为鸿蒙系统

第二章 2021-2023年国际智能手机行业发展分析

- 2.1 2021-2023年全球智能手机发展情况分析
 - 2.1.1 智能手机的普及率
 - 2.1.2 智能手机的出货量
 - 2.1.3 高端机型市场情况
 - 2.1.4 市场收入排名情况
- 2.2 美国智能手机市场
 - 2.2.1 智能手机市场格局
 - 2.2.2 智能手机销售现状
 - 2.2.3 智能手机消费行为
 - 2.2.4 智能手机市场行情
- 2.3 日本智能手机市场
 - 2.3.1 智能手机市场份额排行
 - 2.3.2 智能手机市场出货情况
 - 2.3.3 智能手机市场发展动态

- 2.3.4 智能手机市场投资动态
- 2.4 韩国智能手机市场
 - 2.4.1 智能手机市场出货情况
 - 2.4.2 智能手机市场发展格局
 - 2.4.3 智能手机用户使用情况
 - 2.4.4 智能手机出口市场分析
- 2.5 印度智能手机市场
 - 2.5.1 智能手机市场出货情况
 - 2.5.2 智能手机市场竞争格局
 - 2.5.3 智能手机市场发展预测

第三章 2021-2023年中国智能手机行业总体发展状况

- 3.1 中国智能手机行业发展环境
 - 3.1.1 政策发展环境
 - 3.1.2 经济发展环境
 - 3.1.3 消费需求环境
 - 3.1.4 科技投入水平
 - 3.1.5 市场投资环境
- 3.2 2021-2023年中国手机市场发展状况分析
 - 3.2.1 手机出货量规模情况
 - 3.2.2 手机上市新机型分析
 - 3.2.3 国产手机出货量规模
- 3.3 2021-2023年中国手机出口数据分析
 - 3.3.1 2020年出口分析
 - 3.3.2 2021年出口分析
 - 3.3.3 2022年出口分析
- 3.4 2021-2023年中国智能手机行业发展状况
 - 3.4.1 智能手机的发展历程
 - 3.4.2 智能手机出货量分析
 - 3.4.3 智能手机上市新机型
 - 3.4.4 智能手机产量数据分析
 - 3.4.5 高端市场价格走势分析

3.4.6 折叠屏手机市场发展

3.5 智能手机用户规模及特征分析

3.5.1 手机网民规模分析

3.5.2 智能手机用户总量

3.5.3 智能手机用户使用情况

3.6 智能手机市场营销策略

3.6.1 营销环境SWOT分析

3.6.2 常见品牌营销现状

3.6.3 市场营销策略建议

3.6.4 市场营销发展方向

第四章 2021-2023年中国主流智能手机产品分析

4.1 中国4G手机市场发展分析

4.1.1 4G手机发展历程回顾

4.1.2 4G网络用户规模情况

4.1.3 4G手机新机型数量

4.2 中国5G手机市场发展分析

4.2.1 5G技术基本内涵及特征

4.2.2 全球5G手机渗透率

4.2.3 国内5G手机出货量

4.2.4 国内5G手机市占率

4.2.5 国内5G手机新机型

4.2.6 5G技术发展展望

第五章 中国智能手机应用技术分析

5.1 智能手机硬件技术现状

5.1.1 技术架构状况

5.1.2 操作系统状况

5.1.3 应用程序状况

5.2 人工智能技术的手机应用

5.2.1 人工智能技术发展情况

5.2.2 手机应用人工智能技术

5.2.3 人工智能技术应用困境

5.3 国内智能手机技术发展趋势

5.3.1 LTPO技术趋势

5.3.2 折叠屏技术趋势

5.3.3 跨屏协同功能趋势

5.3.4 影像技术创新趋势

第六章 2021-2023年智能手机主要应用平台分析

6.1 手机浏览器

6.1.1 移动搜索主要分类

6.1.2 移动搜索用户规模

6.1.3 移动搜索行为特点

6.1.4 主流移动搜索平台

6.1.5 移动搜索用户分析

6.2 手机支付

6.2.1 移动支付发展历程

6.2.2 移动支付业务规模

6.2.3 移动支付用户规模

6.2.4 移动支付用户使用情况

6.2.5 移动支付风险分类

6.2.6 移动支付发展问题

6.2.7 移动支付发展建议

6.3 手机导航

6.3.1 手机导航基本内涵

6.3.2 手机导航主要分类

6.3.3 手机地图龙头企业

6.3.4 手机导航产业链条

6.3.5 手机导航发展动态

6.4 手机视频

6.4.1 手机视频概述

6.4.2 手机视频业务模式

6.4.3 网络视频用户规模

- 6.4.4 短视频市场分析
- 6.4.5 短视频发展趋势
- 6.4.6 手机视频发展趋势
- 6.5 手机音频
 - 6.5.1 手机音频产业链
 - 6.5.2 手机音频发展历程
 - 6.5.3 手机音频业务模式
 - 6.5.4 手机音频竞争格局
 - 6.5.5 广播剧的发展状况
 - 6.5.6 有声读物市场规模
 - 6.5.7 手机音频发展机遇
 - 6.5.8 耳朵经济发展风口
- 6.6 手机游戏
 - 6.6.1 网络游戏产业状况
 - 6.6.2 手机游戏政策环境
 - 6.6.3 手游市场规模状况
 - 6.6.4 移动游戏用户规模
 - 6.6.5 畅销榜产品盘点
 - 6.6.6 手机游戏发展趋势

第七章 2021-2023年智能手机应用商店分析

- 7.1 2021-2023年智能手机应用商店行业发展状况
 - 7.1.1 市场发展状况
 - 7.1.2 行业发展热点
 - 7.1.3 企业发展战略
 - 7.1.4 手机APP总量
- 7.2 主要智能手机应用商店发展分析
 - 7.2.1 360手机助手
 - 7.2.2 应用宝
 - 7.2.3 豌豆荚
 - 7.2.4 百度手机助手
 - 7.2.5 华为应用市场

7.3 中国智能手机应用商店用户行为分析

7.3.1 用户行为偏好

7.3.2 用户安全意识

7.3.3 用户使用原因

7.3.4 用户属性分布

7.3.5 用户的满意度

7.3.6 用户发展建议

7.4 智能手机应用商店面临的问题及监管建议

7.4.1 安全问题

7.4.2 版权问题

7.4.3 监管建议

7.5 智能手机应用商店发展趋势展望

7.5.1 市场发展机遇

7.5.2 市场发展前景

7.5.3 未来发展趋势

7.5.4 市场发展走向

第八章 2021-2023年智能手机市场竞争分析

8.1 智能手机市场竞争格局分析

8.1.1 智能手机行业竞争派系

8.1.2 智能手机市场集中度分析

8.1.3 智能手机企业竞争力评价

8.1.4 智能手机市场竞争走向

8.1.5 产品差异化竞争战略

8.2 其他企业发力智能手机市场

8.2.1 车企布局智能手机动态

8.2.2 中国联通推出5G智能手机

8.2.3 智能手机领域的合作动态

8.3 智能手机行业波特五力模型分析

8.3.1 供应商讨价还价能力

8.3.2 购买者讨价还价能力

8.3.3 新进入者的威胁

- 8.3.4 替代品的威胁
- 8.3.5 业内现有竞争者的竞争
- 8.4 智能手机厂商的潜在竞争者
 - 8.4.1 非智能手机生产企业
 - 8.4.2 电信运营商
 - 8.4.3 手机操作系统提供商
 - 8.4.4 电器、数码等产品类企业

第九章 2021-2023年国际智能手机品牌发展分析

- 9.1 三星电子
 - 9.1.1 企业发展概况
 - 9.1.2 企业经营状况
 - 9.1.3 企业营销策略
 - 9.1.4 5G手机发展动态
- 9.2 苹果
 - 9.2.1 企业发展概况
 - 9.2.2 企业经营状况
 - 9.2.3 企业营销策略
 - 9.2.4 5G手机发展动态
- 9.3 索尼
 - 9.3.1 企业发展概况
 - 9.3.2 企业经营状况
 - 9.3.3 产品发展动态
 - 9.3.4 企业发展战略

第十章 2020-2023年中国智能手机品牌发展分析

- 10.1 联想
 - 10.1.1 企业发展概况
 - 10.1.2 企业业务模式
 - 10.1.3 企业经营状况
 - 10.1.4 市场发展布局
 - 10.1.5 智能手机业务

- 10.1.6 企业战略投资
- 10.2 华为
 - 10.2.1 企业发展概况
 - 10.2.2 企业经营状况
 - 10.2.3 关键业务进展
 - 10.2.4 产品SWOT分析
 - 10.2.5 5G手机发展动态
 - 10.2.6 未来前景展望
- 10.3 小米
 - 10.3.1 企业发展概况
 - 10.3.2 企业经营状况
 - 10.3.3 公司转型策略
 - 10.3.4 公司转型动因
 - 10.3.5 战略转型启示
- 10.4 中兴
 - 10.4.1 企业发展概况
 - 10.4.2 经营效益分析
 - 10.4.3 业务经营分析
 - 10.4.4 财务状况分析
 - 10.4.5 风险因素分析
 - 10.4.6 未来前景展望
- 10.5 OPPO
 - 10.5.1 企业基本信息
 - 10.5.2 企业发展历程
 - 10.5.3 企业经营状况
 - 10.5.4 售后服务特色
 - 10.5.5 企业文化介绍
- 10.6 vivo
 - 10.6.1 企业基本信息
 - 10.6.2 企业经营状况
 - 10.6.3 企业竞争优势
 - 10.6.4 企业发展劣势

- 10.6.5 企业发展机会
- 10.6.6 企业竞争威胁
- 10.7 酷派
 - 10.7.1 企业发展概况
 - 10.7.2 企业经营状况
 - 10.7.3 智能手机业务
 - 10.7.4 产品研发布局
- 10.8 HTC
 - 10.8.1 企业发展概况
 - 10.8.2 企业发展历程
 - 10.8.3 企业经营状况
 - 10.8.4 企业营销建议

第十一章 对2024-2030年中国智能手机行业投资分析及前景预测

- 11.1 智能手机投资机会分析
 - 11.1.1 智能手机投资方向
 - 11.1.2 5G手机占比规模预测
- 11.2 智能手机发展前景展望
 - 11.2.1 5G时代产业链发展态势
 - 11.2.2 5G手机应用发展趋势
 - 11.2.3 智能手机连接数预测
 - 11.2.4 智能手机未来发展特点
- 11.3 中国智能手机硬件发展趋势分析
 - 11.3.1 显示屏
 - 11.3.2 电池
 - 11.3.3 5G芯片
- 11.4 对2024-2030年中国智能手机行业预测分析
 - 11.4.1 2024-2030年中国智能手机行业影响因素分析
 - 11.4.2 2024-2030年中国智能手机出货量预测

图表目录

- 图表1 2020年各国智能手机渗透率排名

- 图表2 2017-2021年全球智能手机出货量统计情况
- 图表3 2018-2021年全球600美金以上智能手机出货量统计情况
- 图表4 2021年600美金以上智能手机按厂商划分市场占比情况
- 图表5 2017-2021年5大品牌智能手机市场收入
- 图表6 2022年美国最畅销智能手机机型——前十名
- 图表7 2022年日本智能手机市场份额前十位的机型
- 图表8 2020-2022年韩国智能手机出货量
- 图表9 2021-2022年印度智能手机出货量和年增长率
- 图表10 2020-2022年印度智能手机出货量
- 图表11 2020-2022年印度智能手机出货量（按厂商）
- 图表12 2021-2022年印度智能手机市场份额
- 图表13 2021-2022年印度手机市场份额
- 图表14 2017-2021年中国生产总值及其增长速度
- 图表15 2017-2021年中国三次产业增加值占国内生产总值比重
- 图表16 2022年GDP初步核算数据
- 图表17 2017-2022年GDP同比增长速度
- 图表18 2017-2022年GDP环比增长速度
- 图表19 2021年居民人均消费支出及构成
- 图表20 2022年居民人均消费支出及构成
- 图表21 2016-2021年全国R&D经费及投入强度情况
- 图表22 2016-2021年全国基础研究经费及占R&D经费比重情况
- 图表23 2021年三次产业投资占固定资产投资比重（不含农户）
- 图表24 2021年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度
- 图表25 2021年固定资产投资新增主要生产与运营能力
- 图表26 2021年房地产开发和销售主要指标及其增长速度
- 图表27 2021-2022年固定资产（不含农户）同比增速
- 图表28 2022年固定资产投资（不含农户）主要数据
- 图表29 2020-2022年国内手机市场总体出货量
- 图表30 2021-2022年国内手机上市新机型数量及5G机型数量占比

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/416031.html>