

# 中国智能手机市场竞争现状及占有率调查报告2021-2026年

产品名称	中国智能手机市场竞争现状及占有率调查报告2021-2026年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

## 产品详情

中国智能手机市场竞争现状及占有率调查报告2021-2026年【报告编号】：338906【出版时间】：2021年7月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元【联系人】：杨静--客服专员【报告来源】：<http://www.zyzyjy.com/baogao/338906.html>免费售后服务一年，具体内容及订购程欢迎咨询客服人员。

### 【报告目录】

第1章：中国智能手机行业背景分析1.1 智能手机行业基本概念1.1.1

智能手机的概念及定义（1）智能手机的概念及定义（2）智能手机的基本特点（3）智能手机误区1.1.2  
智能手机的构成（1）智能手机硬件（2）智能手机软件1.1.3 智能手机的发展历史1.1.4 智能手机对经济和生活的影响（1）提高上班工作效率（2）减少“闲置”时间/处理紧急事务（3）压缩虚度的个人时间（4）带来经济效益1.2 智能手机行业环境分析1.2.1 智能手机行业经济环境分析（1）宏观经济对行业影响分析（2）国际宏观经济环境1）国际宏观经济现状2）国际经济展望（3）国内宏观经济环境1）国内经济现状2）国内经济展望1.2.2 智能手机行业政策环境分析（1）相关政策与标准（2）相关行业规划1）《关于做好工业通信业和信息化“十四五”规划工作的意见》2）《电子信息产业调整和振兴规划》1.3 智能手机产业链分析1.3.1 智能手机行业产业链简介1.3.2 智能手机行业上游产业供应链分析（1）半导体行业发展分析（2）PCB行业发展分析（3）显示屏行业发展分析（4）触摸屏行业发展分析（5）电池行业发展分析1.3.3 智能手机行业下游发展分析（1）中国居民消费分析（2）中国电信行业发展分析第2章：全球智能手机行业发展分析2.1 全球智能手机行业发展现状2.1.1 全球智能手机行业市场分析（1）智能手机用户规模分析（2）智能手机出货量分析2.1.2 全球智能手机行业竞争情况分析（1）智能手机市场份额分析（2）智能手机渗透率分析（3）全球智能手机行业竞争态势分析（4）中国智能手机行业国际竞争力分析2.2 全球主要国家和地区智能手机市场分析2.2.1 美国智能手机市场分析2.2.2 欧洲智能手机市场分析（1）品牌分析（2）用户分析（3）德国智能手机市场分析2.2.3 日本智能手机市场分析2.2.4 韩国智能手机市场分析2.2.5 俄罗斯智能手机市场分析2.2.6

印度智能手机市场分析2.2.7 东南亚智能手机市场分析2.2.8 非洲智能手机市场分析2.3  
全球智能手机市场发展前景分析2.3.1 全球智能手机市场发展趋势分析(1) 智能手机发展方向分析(2)  
智能手机设计发展趋势分析(3) 未来智能手机新兴功能分析2.3.2  
全球智能手机市场规模预测第3章：中国智能手机行业市场分析3.1 中国手机行业发展现状3.1.1  
中国手机行业发展情况分析(1) 中国手机行业市场现状分析(2) 中国手机行业市场特征分析3.1.2  
中国手机用户规模分析3.1.3 中国手机行业产量分析3.1.4 中国手机行业销量分析3.2  
中国智能手机行业市场发展状况分析3.2.1  
中国智能手机发展概况(1) 中国智能手机市场现状分析(2) 中国智能手机市场特征分析3.2.2  
中国智能手机市场规模分析(1) 中国智能手机出货量分析(2) 中国智能手机销售情况分析3.2.3  
中国智能手机渗透率分析3.2.4 中国智能手机市场影响因素分析3.3 中国智能手机市场结构分析3.3.1 2017-2  
021年智能手机品牌结构分析(1) 2021年智能手机品牌结构分析(2) 2021年智能手机品牌结构分析3.3.2 2  
017-2021年智能手机产品结构分析(1) 2017-2021年智能手机价格段结构(2) 2017-2021年智能手机屏幕  
尺寸结构(3) 2017-2021年摄像头像素结构3.4 中国智能手机市场价格分析3.4.1  
中国手机价格敏感度分析3.4.2 中国手机价格接受度分析3.4.3 中国整体手机市场价格分析(1) 整体手机  
市场均价分析(2) 主流品牌均价分析(3) 主流品牌均价变动幅度3.4.4 中国智能手机市场价格分析(1)  
智能手机市场均价分析(2) 主流品牌产品均价(3) 主流品牌均价变动幅度3.5  
3G对中国智能手机市场的影响3.5.1 3G标准简介3.5.2 不同3G标准用户规模及ARPU分析3.5.3  
不同制式智能手机销量情况分析3.5.4 三种3G标准加速Wi-Fi增长(1) 中国移动：相对成熟，后劲不足(2  
) 中国联通：起步虽晚，无限试用(3) 中国电信：整合资源，厚积待发3.6  
中国山寨智能手机市场分析3.6.1 中国山寨手机市场发展及现状分析3.6.2 中国山寨智能手机技术分析3.6.3  
中国山寨智能手机成败因素分析3.6.4 中国山寨智能手机发展趋势及前景分析(1) 山寨手机市场竞争优势  
渐失(2) 国产手机或迎来发展新格局3.7 中国智能手机应用软件市场分析3.7.1  
全球智能手机应用软件市场分析(1) 市场规模分析(2) 市场运营情况分析(3) Android  
Market分析(4) 应用程序市场前景预测3.7.2 中国智能手机应用软件市场分析(1) 中国智能手机应用软  
件现状分析(2) 中国智能手机应用软件市场规模分析(3) 中国智能手机应用软件市场前景分析第4章：  
智能手机国际主流品牌市场竞争力分析4.1 智能手机品牌走势分析4.1.1  
2021年中国智能手机品牌走势分析4.1.2 2021年国产智能手机品牌走势分析4.2  
智能手机品牌竞争格局分析4.2.1 中国智能手机产品竞争力分析4.2.2 中国智能手机品牌关注率分析4.2.3  
中国智能手机品牌竞争态势分析4.3 智能手机国际主流品牌分析4.3.1 诺基亚(1) 诺基亚智能手机竞争策  
略分析1) 市场定位分析2) 生产、成本和定价3) 营销手段分析4) 渠道分析5) 优劣势分析6) 竞争策略  
分析(2) 诺基亚智能手机市场现状分析(3) 诺基亚(中国)投资有限公司经营情况分析1) 企业发展简  
况分析2) 企业产销能力分析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) 企业投资兼并与重组分析4.3.2 三星(1) 三星智能手机竞争策略分析1) 市场定位分析2)  
生产、成本和定价3) 营销手段分析4) 渠道分析5) 优劣势分析6) 竞争策略分析(2) 三星智能手机市场  
现状分析(3) 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) 企业产销能力分析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4.3.3 HTC(1) HTC  
智能手机竞争策略分析1) 市场定位分析2) 生产、成本和定价3) 营销手段分析4) 渠道分析5) 优劣势分  
析6) 竞争策略分析(2) HTC智能手机市场现状分析(3) HTC经营情况分析4.3.4 苹果(1) 苹果智能手  
机竞争策略分析1) 市场定位分析2) 生产、成本和定价3) 营销手段分析4) 渠道分析5) 优劣势分析6)  
竞争策略分析(2) 苹果智能手机市场现状分析(3) 苹果经营情况分析4.3.5 摩托罗拉(1) 摩托罗拉智能  
手机竞争策略分析1) 市场定位分析2) 生产、成本和定价3) 营销手段分析4) 渠道分析5) 优劣势分析6  
) 竞争策略分析(2) 摩托罗拉智能手机市场现状分析(3) 摩托罗拉(中国)电子有限公司经营情况分  
析1) 企业发展简况分析2) 企业产销能力分析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4.3.6 索尼爱立信(1) 索尼爱立信智能手机竞争策略分析1) 市场定位分析2  
) 生产、成本和定价3) 营销手段分析4) 渠道分析5) 优劣势分析6) 竞争策略分析(2) 索尼爱立信智能  
手机市场现状分析(3) 北京索尼爱立信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  
业产销能力分析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4.  
3.7 黑莓(1) 黑莓智能手机竞争策略分析1) 市场定位分析2) 生产、成本和定价3) 营销手段分析4) 渠  
道分析5) 优劣势分析6) 竞争策略分析(2) 黑莓智能手机市场现状分析(3) 黑莓经营情况分析4.3.8 LG  
(1) LG智能手机竞争策略分析1) 市场定位分析2) 营销手段分析3) 渠道分析4) 优劣势分析(2) LG智  
能手机市场现状分析(3) LG电子(中国)有限公司经营情况分析1) 企业发展简况分析2) 企业产销能

力分析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) 企业投资兼并与重组分析4.3.9 惠普 (1) 惠普智能手机竞争策略分析1) 市场定位分析2) 营销手段分析3) 渠道分析4) 优劣势分析5) 竞争策略分析 (2) 惠普智能手机市场现状分析 (3) 惠普经营情况分析4.3.10 夏普 (1) 夏普智能手机竞争策略分析1) 市场定位分析2) 营销手段分析3) 渠道分析4) 优劣势分析5) 竞争策略分析 (2) 夏普智能手机市场现状分析 (3) 夏普经营情况分析

图表目录

图表1：智能手机辨识误区

图表2：智能手机软件平台

图表3：移动软件产业生态系统

图表4：智能手机发展历程

图表5：宏观经济下滑对智能手机行业的影响

图表6：2016-2021年全球主要经济体经济增长速度 (单位：%)

图表7：2016-2021年全球主要经济体经济增速及预测分析 (单位：%)

图表8：2016-2021年中国国内生产总值分季度同比增长速度 (单位：%)

图表9：2016-2021年中国社会消费品零售总额月度情况 (单位：亿元)

图表10：智能手机行业相关政策与标准

图表11：智能手机产业链构成

图表12：2016-2021年全球半导体产值 (单位：亿美元，%)

图表13：2010-2021年中国PCB行业产销情况 (单位：亿元，%)

图表14：zui近连续两年中国LED显示屏行业市场规模 (单位：亿元，%)

图表15：2021-2026年中国LED显示屏行业市场规模预测 (单位：亿元)

图表16：zui近连续三年全球触摸屏行业市场规模 (单位：亿元，%)

图表17：zui近连续两年全球锂电池产业市场规模 (单位：亿元，%)

图表18：zui近连续八年中国城镇居民人均总收入及增长情况 (单位：元，%)

图表19：zui近连续八年农村居民人均纯收入及增长情况 (单位：元，%)

图表20：2016-2021年中国电信业收入规模 (单位：亿元，%)

图表21：2021-2026年全球智能手机用户规模及预测 (单位：亿户)

图表22：zui近连续两年智能手机出货量与市场份额 (单位：百万部，%)

图表23：5大品牌智能手机市场占有率 (单位：%)

图表24：2021年全球主要智能手机市场份额 (单位：%)

图表25：2013-2021年全球智能手机渗透率及增长率 (单位：%)

图表26：各个国家/地区的智能手机渗透率 (单位：%)

图表27：2016-2021年美国智能手机占有率趋势 (单位：%)

图表28：欧洲主要5国智能手机用户性别比例 (单位：%)

图表29：德国智能手机操作系统市场份额分析 (单位：%)

图表30：日本智能手机操作系统市场占有率 (单位：%)

图表31：日本手机用户功能选择 (单位：%)

图表32：日本DoCoMo用户增长情况 (单位：%)

图表33：2016-2021年韩国智能手机销售额增长趋势 (单位：亿美元，%)

图表34：zui近连续三年俄罗斯智能手机占有率变化情况 (单位：%)

图表35：zui近连续三年俄罗斯智能手机操作系统市场份额分析 (单位：%)

图表36：2013-2021年印度智能手机市场变化 (单位：亿户，亿部)

图表37：东南亚手机增长率对比 (单位：%)

图表38：2006-2021年非洲智能手机占有量及渗透率趋势 (单位：百万台，%)

图表39：2016-2021年全球智能手机出货量及预测 (单位：亿部)

图表40：2021-2026年基于安卓系统的低成本智能手机出货量及预测 (单位：百万部)

图表41：zui近连续六年3月中国手机用户数量及增长率 (单位：亿户，%)

图表42：zui近连续六年中国手机产量及增长率 (单位：亿部，%)

图表43：zui近连续六年中国手机市场总销售量及增长率 (单位：亿部，%)

图表44：zui近连续六年中国智能手机出货量及增长率 (单位：万部，%)

图表45：zui近连续六年中国智能手机销量及增长率 (单位：万部，%)

图表46：2012-2021年中国智能手机市场渗透率 (单位：%)

图表47：中国VS北美智能手机渗透率 (单位：%)

图表48：2012-2021年新兴市场智能手机渗透率走势及预测 (单位：%)

图表49：中国智能手机市场有利因素与不利因素对比分析

图表50：2021年中国智能手机市场品牌关注比例分布 (单位：%)

图表51：2018Q1-2021年中国智能手机市场品牌关注比例对比 (单位：%)

图表52：中国智能手机市场品牌格局对比 (单位：%)

图表53：中国智能手机市场不同价格段产品分布 (单位：元，%)

图表54：中国整体手机市场不同价格段产品对比 (单位：%)

图表55：中国智能手机市场不同屏幕尺寸产品分布 (单位：%)

图表56：中国整体手机市场不同屏幕尺寸产品对比 (单位：%)

图表57：中国智能手机市场不同摄像头像素产品分布 (单位：%)

图表58：中国智能手机市场、整体手机市场不同摄像头像素产品对比 (单位：%)

图表59：2021年中国手机市场产品均价对比 (单位：元)

图表60：2021年中国整体手机市场主流品牌产品均价对比 (单位：元)

图表61：2021年对Q1整体手机市场主流品牌均价变动幅度 (单位：元)

图表62：2021年中国智能手机市场产品均价对比 (单位：元)

图表63：2021年中国智能手机市场主流品牌产品均价对比 (单位：元)

图表64：2021年中国智能手机市场主流品牌产品均价变化幅度 (单位：元)

图表65：三大运营商3G标准用户数量 (单位：万户，%)

图表66：zui近连续三年3月三大运营商ARPU (单位：元)

图表67：2012-2021年中国山寨手机市场规模及预测 (单位：亿部)

图表68：中国手机产业格局演变

图表69：中国山寨智能手机成败因素对比分析

图表70：上半年全球主要应用商店应用数量趋势 (单位：个)

图表71：Android Market销售收入对比 (单位：万美元)

图表72：2021年智能手机移动应用程序市场收入预测 (单位：亿美元)

图表73：zui近连续六年中国智能手机应用软件市场规模 (单位：亿元，%)

图表74：2021-2026年中国智能手机应用软件市场规模预测 (单位：亿元，%)

图表75：中国智能手机市场主要品牌关注比例走势 (单位：%)

图表76：2021年国产智能手机品牌关注比例趋势 (单位：%)

图表77：中国智能手机市场主流品牌市售产品数量对比 (单位：款)

图表78：中国智能手机市场主流

品牌关注率对比（单位：%）图表79：诺基亚优劣势分析图表80：2021年诺基亚智能机出货量统计（单位：百万台）图表81：诺基亚（中国）投资有限公司基本信息表图表82：诺基亚（中国）投资有限公司业务能力简况表图表83：zui近连续三年诺基亚（中国）投资有限公司产销能力分析（单位：万元）图表84：zui近连续三年诺基亚（中国）投资有限公司盈利能力分析（单位：%）图表85：zui近连续三年诺基亚（中国）投资有限公司运营能力分析（单位：次）图表86：zui近连续三年诺基亚（中国）投资有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）图表87：zui近连续三年诺基亚（中国）投资有限公司发展能力分析（单位：%）图表88：三星手机在中国构建的新营销渠道分析图表89：三星优劣势分析图表90：2021年三星智能机出货量统计（单位：百万台）图表91：天津三星通信技术有限公司基本信息表图表92：天津三星通信技术有限公司业务能力简况表图表93：zui近连续三年天津三星通信技术有限公司产销能力分析（单位：万元）图表94：zui近连续三年天津三星通信技术有限公司盈利能力分析（单位：%）图表95：zui近连续三年天津三星通信技术有限公司运营能力分析（单位：次）图表96：zui近连续三年天津三星通信技术有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）图表97：zui近连续三年天津三星通信技术有限公司发展能力分析（单位：%）图表98：HTC营销手段分析图表99：HTC中国大陆销售渠道分析图表100：HTC优劣势分析图表101：2021年HTC智能机出货量统计（单位：百万台）图表102：苹果优劣势分析图表103：2021年苹果智能机出货量统计（单位：百万台）图表104：2017-2021年苹果营业收入情况（单位：亿美元，%）图表105：摩托罗拉优劣势分析图表106：2021年智能机出货量统计（单位：百万台）图表107：摩托罗拉（中国）电子有限公司基本信息表图表108：摩托罗拉（中国）电子有限公司业务能力简况表图表109：zui近连续三年摩托罗拉（中国）电子有限公司产销能力分析（单位：万元）图表110：zui近连续三年摩托罗拉（中国）电子有限公司盈利能力分析（单位：%）图表111：zui近连续三年摩托罗拉（中国）电子有限公司运营能力分析（单位：次）图表112：zui近连续三年摩托罗拉（中国）电子有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）图表113：zui近连续三年摩托罗拉（中国）电子有限公司发展能力分析（单位：%）图表114：索尼爱立信优劣势分析图表115：2021年索尼爱立信智能机出货量统计（单位：百万台）图表116：北京索尼爱立信普天移动通信有限公司基本信息表图表117：北京索尼爱立信普天移动通信有限公司业务能力简况表图表118：zui近连续三年北京索爱普天移动通信有限公司产销能力分析（单位：万元）图表119：zui近连续三年北京索爱普天移动通信有限公司盈利能力分析（单位：%）图表120：zui近连续三年北京索爱普天移动通信有限公司运营能力分析（单位：次）图表121：zui近连续三年北京索爱普天移动通信有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）图表122：zui近连续三年北京索爱普天移动通信有限公司发展能力分析（单位：%）图表123：黑莓优劣势分析图表124：2021年RIM智能机出货量统计（单位：百万台）图表125：2017-2021年黑莓营业收入情况（单位：亿美元，%）图表126：LG优劣势分析图表127：2021年RIM智能机出货量统计（单位：百万台）图表128：LG电子（中国）有限公司基本信息表图表129：LG电子（中国）有限公司业务能力简况表图表130：zui近连续三年LG电子（中国）有限公司产销能力分析（单位：万元）图表131：zui近连续三年LG电子（中国）有限公司盈利能力分析（单位：%）图表132：zui近连续三年LG电子（中国）有限公司运营能力分析（单位：次）图表133：zui近连续三年LG电子（中国）有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）图表134：zui近连续三年LG电子（中国）有限公司发展能力分析（单位：%）图表135：惠普优劣势分析图表136：2017-2021年惠普营业收入情况（单位：亿美元，%）图表137：夏普优劣势分析图表138：2017-2021年夏普营业收入情况（单位：万亿日元，%）