|  |
| --- |
| [2008-2009年中国智能手机与操作系统市场研究年度报告](https://www.20087.com/2009-01/R_2008_2009zhinengshoujiyucaozuoxitongBaoGao.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2008-2009年中国智能手机与操作系统市场研究年度报告](https://www.20087.com/2009-01/R_2008_2009zhinengshoujiyucaozuoxitongBaoGao.html) |
| 报告编号： | 0231807　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：7200 元　　纸介＋电子版：7500 元 |
| 优惠价： | 电子版：6480 元　　纸介＋电子版：6780 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/2009-01/R_2008_2009zhinengshoujiyucaozuoxitongBaoGao.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　2008年，尽管上半年通货膨胀压力导致消费者购买能力下降以及下半年国际金融危机对我国实体经济造成冲击，中国智能手机市场销售规模仍然继续增长，发展势头好于整体手机市场。新技术和新业务不断推动移动通信网络与互联网、无线网融合，尤其是移动互联网受到业界和用户的广泛关注。智能手机以其强大的硬件功能和软件处理能力，成为承载融合业务的最佳平台。随着电信重组即将完成以及3G牌照有望发放，营运商之间的竞争升级，开发新业务为用户提供更好的网络体验成为争夺中高端用户的重要手段。同时，手机市场激烈的竞争导致经营压力骤增，利润丰厚的智能机成为手机厂商开拓市场的重点产品。 2008年，营运商和厂商共同推动智能机市场发展，中国移动和中国电信对TD-SCDMA智能机与CDMA智能手机的集采为手机厂商带来新的发展空间。诺基亚开放Symbian、Google推出Android以及中国移动加紧研发OMS，手机操作系统的竞争白热化，无论是手机厂商、互联网公司还是营运商都力图掌控移动互联网平台的入口。 面对竞争与市场的变化和挑战，《[2008-2009年中国智能手机与操作系统市场研究年度报告](https://www.20087.com/2009-01/R_2008_2009zhinengshoujiyucaozuoxitongBaoGao.html)》，将帮助业界厂商、投资者、产业人士更精确地把握中国智能手机市场发展规律、更深入地梳理应用价值迁移轨迹。&#61478； 更加深入、翔实的市场研究数据。基于重点厂商重点产品型号的深度研究，提供对产品结构、价格段、区域与省市、城市层级、垂直与平行、流通渠道等多个角度市场变化的生动描绘，清晰发展方向。 更加全面、深刻的品牌竞争分析。从细分市场格局、竞争策略等多个维度总结企业表现，评点市场成功要素。 更加科学、完整的未来发展预测。建立在各重点细分市场上的建模回归与专家校验，并与相关产业环节进行关联分析，确保给出有价值的趋势分析与定量预测结果。
　　一、2008年全球智能手机市场概况
　　（一） 市场规模与增长
　　（二） 基本特点
　　（三） 主要国家与地区
　　1、美国
　　2、欧洲
　　3、亚太
　　二、2008年中国智能手机市场概况
　　（一） 市场规模与增长
　　1、2003－2008年市场规模与增长
　　2、价格走势
　　（二） 基本特点
　　（三） 2008年市场结构分析
　　1、产品网络结构
　　2、操作系统结构
　　3、价格段结构
　　4、区域结构
　　5、渠道结构
　　（四） 2008年品牌市场份额分析
　　1、2008年整体份额
　　2、2008年价格段份额
　　3、2008年区域份额
　　三、2009－2011年中国智能手机市场发展预测
　　（一） 2009－2011年中国智能手机市场规模预测
　　（二） 2009－2011年中国智能手机市场结构预测
　　1、产品网络结构
　　2、操作系统结构
　　3、价格段结构
　　4、区域结构
　　5、渠道结构
　　四、2009－2011年中国智能手机市场趋势预测
　　（一） 产品与技术
　　（二） 操作系统
　　（三） 价格
　　（四） 渠道
　　（五） 品牌
　　五、智能手机操作系统研究
　　（一） 微软
　　1、厂商策略
　　2、影响因素
　　（二） Google
　　1、厂商策略
　　2、影响因素
　　（三） 信比安（Symbian）
　　1、厂商策略
　　2、影响因素
　　（四） LiMo
　　1、厂商策略
　　2、影响因素
　　六、中国智能手机市场竞争分析
　　（一） 整体竞争格局
　　1、现有厂商间竞争
　　2、潜在进入者
　　（二） 重点厂商竞争策略与SWOT分析
　　1、诺基亚
　　2、摩托罗拉
　　3、多普达
　　4、三星
　　5、索尼爱立信
　　七、中国智能手机用户需求研究
　　（一） 品牌倾向
　　（二） 产品功能
　　（三） 价格期望
　　（四） 购买渠道
　　八、建议
　　（一） 产品策略
　　（二） 创新策略
　　（三） 服务策略
　　表目录
　　2008年美国智能手机市场品牌结构
　　2008年亚太地区智能手机市场品牌结构
　　2003－2008年中国智能手机市场按操作系统划分的产品销售结构变化情况
　　2003－2008年中国智能手机市场不同价格段产品销售量结构变化情况
　　2008年各季度中国智能手机市场不同价格段产品销售量结构
　　2003－2008年中国智能手机市场区域销售量结构变化情况
　　2003－2008年中国智能手机市场渠道销售量结构变化情况
　　2008年中国智能手机市场品牌销售量竞争结构
　　2008年中国智能手机市场品牌销售额竞争结构
　　2007－2008年中国智能手机市场销量排名前10位厂商品牌变化情况
　　图目录
　　2003－2008年全球智能手机市场销售量及变化情况
　　2003－2008年全球智能手机市场销售额及变化情况
　　2003－2008年中国智能手机市场销售量及变化情况
　　2003－2008年中国智能手机市场销售额及变化情况
　　2003－2008年中国智能手机市场平均价格变化情况
　　2003－2008年中国智能手机在整体手机市场占比情况
　　2008年中国智能手机市场按产品网络划分的产品销售量结构
　　2008年中国智能手机市场按产品网络划分的产品销售额结构
　　2008年中国智能手机市场按操作系统划分的产品销售量结构
　　2008年中国智能手机市场不同价格段产品销售量结构
　　2008年中国智能手机市场区域销售量结构
　　2008年中国智能手机市场渠道销售量结构
略……

了解《[2008-2009年中国智能手机与操作系统市场研究年度报告](https://www.20087.com/2009-01/R_2008_2009zhinengshoujiyucaozuoxitongBaoGao.html)》，报告编号：0231807，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/2009-01/R_2008_2009zhinengshoujiyucaozuoxitongBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！