

中国智能手机行业市场深度调研及前景趋势与投资价值研究报告(2026-2031版)

报告简介

所谓智能手机(Smart

phone),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”。

简单的说,智能手机,就是一部像电脑一样可以通过下载安装软件来拓展手机出厂的基本功能的手机。

从广义上说,智能手机除了具备手机的通话功能外,还具备了PDA的大部分功能,特别是个人信息管理以及基于无线数据通信的浏览器, GPS和电子邮件功能。智能手机为用户提供了足够的屏幕尺寸和带宽,既方便随身携带,又为软件运行和内容服务提供了广阔的舞台,很多增值业务可以就此展开,如:股票、新闻、天气、交通、商品、应用程序下载、音乐图片下载等等。结合3G通信网络的支持,智能手机的发展趋势,势必将成为一个功能强大,集通话、短信、网络接入、影视娱乐为一体的综合性个人手持终端设备。

近年来,中国手机出货量一直呈现下降趋势,市场已经接近饱和,消费者对于手机的需求逐渐减弱。2022年12月,国内市场手机出货量2786.0万部,同比下降16.6%;2022年全年,国内市场手机总体出货量累计2.72亿部,同比下降22.6%。

据中国互联网络信息中心的数据,截至2022年,中国网络用户规模已经达到了9.38亿人,预计未来还将继续增长。

中国智能手机用户主要集中在一线、二线城市以及沿海地区。在这些城市中,智能手机渗透率已经非常高,相比之下,三、四线城市和农村地区的智能手机用户相对较少,但也在逐渐增加。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国智能手机市场进行了分析研究。报告在总结中国智能手机行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国智能手机行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，既有深入的分析，又有直观的比较，为智能手机企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一章 智能手机行业背景分析

第一节 智能手机基本情况

一、智能手机定义

二、智能手机主要功能

三、智能手机应用领域

四、智能手机行业生命周期

第二节 智能手机行业环境分析

一、智能手机行业经济环境分析

二、智能手机行业政策环境分析

三、智能手机行业社会环境分析

四、智能手机行业技术环境分析

第三节 智能手机产业链分析

一、智能手机行业产业链简介

二、智能手机产业链—上游配件供应商分析

三、智能手机产业链—操作系统平台商分析

四、智能手机产业链—服务提供商分析

五、智能手机产业链—电信运营商分析

六、智能手机产业链—渠道商分析

第二章 全球智能手机行业发展分析

第一节 全球智能手机行业发展现状

一、智能手机用户规模分析

二、智能手机出货量分析

三、智能手机品牌分布情况分析

四、智能手机渗透率分析

五、全球智能手机行业竞争态势分析

六、全球智能手机区域分布分析

第二节 全球主要国家和地区智能手机市场分析

一、美国智能手机市场分析

二、欧洲智能手机市场分析

三、日本智能手机市场分析

四、韩国智能手机市场分析

五、俄罗斯智能手机市场分析

六、印度智能手机市场分析

七、东南亚智能手机市场分析

八、非洲智能手机市场分析

第三节 全球智能手机市场发展前景分析

一、全球智能手机市场发展趋势分析

二、全球智能手机市场发展预测

第三章 中国智能手机行业市场分析

第一节 中国手机行业发展现状

一、中国手机行业市场现状

二、中国手机行业市场特征

三、中国手机行业用户规模

四、中国手机行业出货规模

五、中国手机行业分类销量

第二节 中国智能手机行业市场发展状况分析

一、中国智能手机发展阶段

二、中国智能手机渗透率分析

三、中国智能手机市场影响因素分析

第三节 中国智能手机品牌保有率分析

三、主流手机品牌用户忠诚度分析

四、主流安卓手机品牌用户画像

第四节 中国智能手机市场价格分析

一、中国手机价格接受度分析

二、中国智能手机市场价格分析

第四章 中国智能手机市场消费情况分析

第一节 智能手机使用现状分析

一、智能手机的普及情况

二、智能手机用户更换手机频率

三、智能手机购买影响因素

第二节 手机用户对智能手机的购买倾向分析

一、选择智能手机的比例

二、选择智能手机的原因

三、选择智能手机的用途

四、选择智能手机时注重的参数

五、选择智能手机时注重的功能

六、对智能手机操作系统选择倾向

七、选择智能手机时品牌倾向

八、对智能手机价位选择分析

第三节 智能手机购买渠道分析

一、智能手机行业主要销售渠道分析

二、智能手机用户购买智能手机渠道分析

第四节 国内外智能手机营销策略比较研究

一、国外以苹果、三星为代表的营销策略分析

二、国内以小米为代表的营销策略分析

第五章 中国智能手机全球化发展分析

第一节 国际智能手机全球化现状分析

第二节 中国智能手机全球化现状分析

一、智能手机企业全球化发展现状

二、智能手机企业全球主要市场发展分布

三、中外智能手机企业的差距分析

第三节 中国智能手机企业全球化面临的挑战与机遇

一、企业全球化面临的挑战分析

二、中兴被美国制裁带来的教训分析

三、企业全球化发展的机遇分析

第六章 智能手机主流操作系统分析

第一节 智能手机操作系统概况

一、智能手机操作系统简介

二、智能手机操作系统差异分析

第二节 智能手机操作系统市场分析

一、主流操作系统市场份额分析

二、生产商支持的操作系统分析

三、智能手机操作系统竞争格局分析

第三节 智能手机主流操作系统分析

一、android

二、ios

第四节 生产商智能手机操作系统选用意愿分析

一、苹果智能手机操作系统选用意向

二、三星智能手机操作系统选用意向

三、华为智能手机操作系统选用意向

四、小米智能手机操作系统选用意向

第七章 运营商智能手机和appstore战略分析

第一节 中国三大电信运营商渠道影响力分析

一、中国移动

二、中国电信

三、中国联通

四、国内运营商市场分析

第二节 中国移动智能手机和mobilemarket战略分析

一、中国移动智能手机战略

二、mobilemarket(移动应用商场)战略

第三节 中国联通智能手机和wostore战略分析

一、中国联通智能手机战略

二、wostore(应用商场)战略

第四节 中国电信智能手机和天翼空间战略分析

一、中国电信智能手机战略

二、天翼空间(estore)战略

第五节 appstore发展分析

一、appstore概念及定义

二、appstore政策及监管分析

三、cp(内容提供商)发展趋势分析

四、sp(服务提供商)发展趋势分析

五、运营商发展趋势分析

第八章 2021-2026年中国4g、5g手机市场发展分析

第一节 2021-2026年中国4g、5g手机市场发展综述

一、中国4g、5g手机市场发展概况

二、中国4g、5g手机出货量情况

三、中国4g、5g手机市场竞争格局

第二节 2021-2026年中国4g、5g手机市场运行状况

一、产品特征分析

二、产品关注比例

三、品牌定位市场

四、主流国产品牌

第三节 4g、5g手机市场需求分析

一、潜在消费群体

二、价格需求因素

三、外观与性能需求

第四节 中国5g手机发展面临的机遇及挑战

一、市场对高端5g手机换机需求

二、中国5g市场发展面临机遇与挑战

三、5g时代给手机品牌提出了更高的技术要求

第五节 2021-2026年重点手机厂商5g手机竞争策略

一、华为

二、三星

三、小米

第九章 2021-2026年智能手机主要应用软件分析

第一节 智能手机应用软件市场分析

一、全球智能手机应用软件市场分析

二、中国智能手机应用软件市场分析

第二节 手机浏览器

一、中国手机浏览器行业发展状况

二、中国手机浏览器行业平台化发展态势明显

三、中国手机浏览器市场竞争状况

四、中国手机浏览器行业发展趋势

第三节 手机支付软件

一、中国手机支付业务应用概况

二、中国手机支付产业链日趋完善

三、中国手机支付市场发展现状

四、中国手机支付市场网民规模

五、中国手机支付市场发展潜力

第四节 手机导航应用

一、手机导航的定义及分类

二、中国手机导航市场整体综述

三、中国手机导航市场发展情况

四、中国手机导航市场竞争态势

五、中国手机导航市场发展前景

第五节 手机视频应用

一、手机视频产业链及业务模式

二、手机视频用户特征分析

三、手机视频用户行为分析

四、手机视频内容生产及监管分析

五、手机视频业务未来发展趋势

第六节 手机音乐app

一、中国手机音乐用户画像

二、中国手机音乐发展规模

三、中国手机音乐业务模式

四、中国手机音乐市场格局

五、中国手机音乐发展趋势

第七节 手机教育软件

一、中国手机教育用户画像

二、中国手机教育发展规模

三、中国手机教育业务模式

四、中国手机教育市场格局

五、中国手机教育发展趋势

第八节 手机游戏软件

一、国内手机游戏市场的发展模式

二、手机游戏培训市场异军突起

三、中国手机游戏业务投放渠道浅析

四、影响未来手机游戏市场规模的因素

第九节 智能手机app应用前景及发展瓶颈探析

一、智能手机app的应用前景及发展瓶颈

二、对策和建议

第十章 2026-2031年智能手机行业竞争形势及策略

第一节 智能手机行业swot分析

一、智能手机行业优势分析

二、智能手机行业劣势分析

三、智能手机行业机会分析

四、智能手机行业威胁分析

第二节 行业市场竞争状况分析

一、智能手机市场竞争日趋激烈

二、智能手机行业竞争格局

三、智能手机行业集中度分析

四、智能手机行业竞争力

五、智能手机未来竞争要点

第三节 中国智能手机开放市场呈现四大趋势

一、电商销量猛增

二、品牌影响力与溢价力成竞争核心

三、向三四线城市和农村倾斜

四、中端价位手机竞争更激烈

第四节 中国智能手机追逐技术中寻求营销差异化

一、技术比拼延续核心在芯片与屏幕

二、电商渠道成第二战场，亟待差异化

第五节 5g普及率提升背景下主要手机厂商优势分析

一、华为

二、小米

三、oppo

四、vivo

第六节 智能手机渠道方向

一、运营商渠道方向分析

二、运营商电子渠道销量增速显著增长

三、基于能力开放的在线分销体系将得到进一步建设

四、自媒体渠道将得到极大发展

五、其他重点渠道

第十一章 智能手机行业领先企业经营形势分析

第一节 华为技术有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业研发实力

四、企业营销渠道

五、企业竞争能力

六、企业品牌价值

第二节 苹果(中国)有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业研发实力

四、企业营销渠道

五、企业竞争能力

六、企业品牌价值

第三节 小米科技有限责任公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业研发实力

四、企业营销渠道

五、企业竞争能力

六、企业品牌价值

第四节 oppo广东移动通信有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业研发实力

四、企业营销渠道

五、企业竞争能力

六、企业品牌价值

第五节 广东步步高电子工业有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业研发实力

四、企业营销渠道

五、企业竞争能力

六、企业品牌价值

第六节 三星(中国)投资有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业研发实力

四、企业营销渠道

五、企业竞争能力

六、企业品牌价值

第七节 中兴通讯股份有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业研发实力

四、企业营销渠道

五、企业竞争能力

六、企业品牌价值

第八节 珠海市魅族科技有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业研发实力

四、企业营销渠道

五、企业竞争能力

六、企业品牌价值

第九节 联想控股股份有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业研发实力

四、企业营销渠道

五、企业竞争能力

六、企业品牌价值

第十节 努比亚技术有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营情况

三、企业研发实力

四、企业营销渠道

五、企业竞争能力

六、企业品牌价值

第十二章 2026-2031年智能手机行业前景趋势预测

第一节 2026-2031年中国智能手机行业市场发展预测

一、2026-2031年中国智能手机行业供给预测

二、2026-2031年中国智能手机行业需求预测

三、2026-2031年中国智能手机市场规模预测

第二节 创新缓慢期：国产手机发展的弥补契机探讨

一、局部与引领的差距：“共识式创新”成评判标准

二、由软件创新到硬件设计创新

三、5g网络战略意义显著

第三节 中国5g智能手机进展

一、5g商用步伐加快，三大运营商加速5g布局

二、中国主要手机厂商5g智能手机的研发进展

三、未来商用5g智能手机发展规模预测

第四节 2026-2031年中国智能手机市场前景与趋势

一、2026-2031年智能手机市场发展潜力

二、2026-2031年智能手机市场前景

三、2026-2031年智能手机行业发展趋势

第五节 智能手机行业差异化战略

一、产品同质化现象出现的原因

二、差异化突破策略

第十三章 人工智能手机未来发展分析

第一节 人工智能成手机行业新风口

一、手机巨头卡位ai芯片

二、ai发展要结合具体应用

第二节 疫情影响下智能手机ai行业发展分析

一、ai芯片助力智能手机高端化发展

二、主流手机厂商不断加大人工智能领域的投入

第三节 ai手机行业发展难点分析

一、手机行业已进入ai竞争时代

二、ai使手机实现全面智能

三、三大ai实力考验手机玩家

四、人工智能手机的核心竞争力：ai芯片+ai算法

第四节 人工智能成手机未来发展前景分析

第十四章 智能手机行业面临的机遇与挑战

第一节 智能手机行业中国市场的机遇与挑战

一、智能手机行业中国市场机遇分析

二、智能手机市场主要挑战及应对策略

三、国内智能手机企业竞争战略选择建议

第二节 中国智能手机行业存在的问题及对策

一、中国智能手机行业存在的问题

二、智能手机行业发展的建议对策

三、市场的重点客户战略实施

第十五章 中国智能手机行业投资战略分析

第一节 中国智能手机行业投资特性分析

一、中国智能手机行业吸引力分析

二、中国智能手机行业进入壁垒分析

三、中国智能手机行业盈利模式分析

四、中国智能手机行业盈利因素分析

第二节 中国智能手机行业投资风险

一、系统风险

二、非系统风险

第三节 中国智能手机行业投资建议

一、关注积极涉足电容式触摸屏企业

二、寻找与手机生产紧密的企业

三、上游核心企业最有竞争力

四、增值服务因行业年轻而富有潜力

第四节 中国智能手机市场战略与成功因素

一、中国智能手机市场的发展战略分析

二、中国智能手机市场的成功因素分析

第十六章 中国智能手机行业企业品牌竞争策略

第一节 中国智能手机行业品牌的重要性

一、智能手机行业品牌的重要性

二、智能手机实施品牌战略的意义

第二节 中国智能手机行业企业品牌建设对策

一、强化品牌战略意识，树立品牌营销观念

二、强化品牌管理团队，完善品牌管理体系

三、强化品牌保护意识，准确把握品牌定位

四、深入挖掘文化内涵，创建品牌核心价值

五、提高质量管理意识，完善质量管理体系

六、加强品牌形象塑造，推进品牌有效传播

七、强化品牌创新意识，提升企业创新能力

附录

《中国制造》

图表目录

图表：智能手机出货量分析

图表：智能手机品牌分布情况分析

图表：中国手机线上市场分价格段销量占比变化趋势

图表：2021-2026年中国智能手机渗透率

图表：2021-2026年智能手机品牌保有率分析

图表：2021-2026年华为手机品牌用户画像分析

图表：2021-2026年手机oppo品牌用户画像分析

图表：2021-2026年手机vivo品牌用户画像分析

图表：2021-2026年手机小米品牌用户画像分析

图表：2021-2026年中国4g、5g手机出货量情况分析

图表：2021-2026年智能手机行业集中度分析

图表：oppo广东移动通信有限公司经营状况

图表：2026-2031年中国智能手机行业供给预测

图表：2026-2031年中国智能手机行业需求预测

图表：2026-2031年中国智能手机行业市场规模

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：442038

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20230520/442038.shtml>

在线订购：[点击这里](#)