

2014-2019年中国智能手机 市场监测与投资战略研究报告

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

《2014-2019年中国智能手机市场监测与投资战略研究报告》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/201404/103176.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（Smartphone），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”。

2013年第二季度成为有史以来全球智能手机出货量最大的单季度，总额达到2.296亿，同比增长47%。三星智能手机出货量7600万部，以市场份额33%位居第一。2012年第四季度全球智能手机出货量为2.194亿部，占整体手机出货量的45.5%，为历史最高比例。整个2012年，全球智能手机出货量为5.452亿部，同比增长10.1%。

技术的不断成熟，操作的日趋简便，各类软件资源的不断扩充，价格的逐渐下降使智能手机越来越受到用户的青睐，智能手机（与3G手机融合）逐步替代功能手机是手机市场的发展趋势。近年来，硬件成本的下降及以Android为代表的操作系统的逐渐成熟与广泛应用，都促使智能手机的价格不断降低，价格的持续下降使智能手机拥有了更大的消费群体。全球智能手机销售量一直保持较高增长态势，预计未来几年全球智能手机市场将有一轮更为强劲的增长。

我国移动终端用户的增长与国内智能手机市场的高速扩张是分不开的。移动互联网时代，在 market 需求的驱动下，终端商加快完善自身产品线布局，运营商对终端的投入也是不遗余力，智能手机销量呈现爆发式增长态势，市场逐步走向规模化发展。除了传统手机厂商之外，中国市场上正在增加越来越多的新兴厂商，尤其是近来互联网企业做手机的热潮更是搅动着业界神经。阿里巴巴、盛大网络、搜索巨头百度、奇虎360等纷纷发力智能手机市场。未来三五年，国内至少将有5亿以上的功能机用户要换智能手机。印度、中东、南美地区等国外低端机消费市场用户也将逐步更换智能手机，从而带动智能机市场需求。中国智能手机行业投资潜力巨大，发展前景乐观。

本《2014-2019年中国智能手机行业市场发展状况及投资策略分析报告》，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家经济信息中心、国家工业和信息化部、中国智能手机协会、中国通信工业协会、国内外相关报刊杂志的基础信息以及智能手机专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国智能手机的行业现状、市场各类经营指标的情况、重点企业状况、产业竞争格局等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对智能手机市场发展动向作了详尽深入的分析，并根据智能手机行业的发展轨迹对智能手机未来的发展趋势作了审慎的判断，为智能手机产业投资者寻找新的投资机会。最后阐明智能手机行业的投资空间，指明投资方向，提出研究者的战略创新建议，以供投资决策者参考。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 2012年全球智能手机行业市场运行动态分析 1

第一节 2012年全球智能手机行业发展情况分析 1

- 一、全球智能手机市场发展概况 1
- 二、全球智能手机出货量市场规模 1
 - 1、全球智能手机出货量规模 1
 - 2、全球手机出货量规模分析 2
 - 3、全球智能手机出货量占比分析 2
- 三、全球智能手机出货量市场结构 3
 - 1、全球手机出货量市场结构 3
 - 2、全球智能手机市场结构 4
 - 3、全球智能手机厂商出货量对比 6
- 四、全球智能手机渗透率 8
- 五、全球智能手机用户规模 9
 - 1、全球手机用户规模分析 9
 - 2、全球智能手机用户规模 9

第二节 全球智能手机市场发展态势分析 10

- 一、日本智能手机市场份额分析 10
- 二、美国智能手机使用情况分析 11
- 三、加拿大智能手机市场分析 12
- 四、全球智能手机应用内购买市场规模 13

第三节 2014-2019年全球智能手机发展趋势 13

- 一、大屏幕时代 13
- 二、键盘操控方式多种多样 14
- 三、关注用户体验 15
- 四、硬件设计更重要 15
- 五、操作系统三足鼎立 16
- 六、国外智能手机厂商市场份额不断缩小 17
- 七、智能手机的发展带动移动LBS的发展 17
- 八、智能手机带动云服务发展 18

第四节 2014-2019年全球五大系统智能手机发展趋势 20

- 一、Android：目前市场份额最高 20

二、iOS：简单、流畅的操作系统	20
三、Symbian：逐渐没落的操作系统	21
四、WindowsPhone：比较有潜力的操作系统	21
五、BlackBerryOS：逐渐兴起的操作系统	22
第五节 智能手机市场产业链分析	23
一、智能手机产业概述	23
二、上游配件供应商分析	24
三、操作系统平台商	24
四、应用软件开发商	25
五、手机制造商	25
六、电信运营商	26
七、渠道	26
八、服务供应商	27
第二章 2013年中国智能手机行业发展环境分析	29
第一节 2012-2013年中国智能手机经济环境分析	29
一、中国GDP分析	29
二、消费价格指数分析	34
三、城乡居民收入分析	38
四、社会消费品零售总额	40
五、全社会固定资产投资分析	42
六、进出口总额及增长率分析	46
七、工业发展形势	49
八、中国汇率调整	52
第二节 中国智能手机政策环境分析	54
一、《关于加强移动智能终端进网管理的通知》治理恶意代码	54
二、手机国家三包法	55
三、《反垄断法》促进电信行业有序竞争	59
四、《电信业务经营许可管理办法》分析	61
五、《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》	66
第三节 中国智能手机社会环境分析	74
一、中国人口及分布总体情况	74
二、恩格尔系数	80

三、中国手机普及应用情况	80
四、移动互联网市场运行分析	82
第二部分 行业深度分析	
第三章 中国智能手机行业运行态势分析	86
第一节 2012-2013年中国智能手机市场发展综述	86
一、中国智能手机出货量市场规模	86
二、中国智能手机渗透率	86
三、中国智能手机用户规模	86
四、2013年中国智能手机市场价格分析	86
第二节 2012年中国智能手机产品结构分析	87
一、中国智能手机出货量市场结构	87
二、中国智能手机品牌结构	88
三、中国智能手机产品结构	89
四、中国智能手机操作系统结构	89
五、中国手机产品网络结构分析	90
六、中国智能手机价格段结构分析	90
七、中国智能手机销售渠道分析	90
第三节 中国智能手机行业发展动态分析	92
一、中国已成智能手机最大消费国	92
二、互联网商扎堆血拼智能手机	93
三、中国山寨智能手机市场分析	95
四、中国家庭智能手机拥有量分析	96
五、智能手机主要芯片商发展动态	97
第四节 2012年中国智能手机主要品牌运行态势分析	97
一、苹果	97
二、三星	98
三、诺基亚	99
四、HTC	99
五、中兴	99
六、华为	99
第五节 2011-2012年互联网公司智能手机运营分析	100
一、互联网公司智能手机整体运营分析	100

二、小米手机	100
三、百度易手机	105
四、阿里云手机	106
第四章 中国智能手机消费者调研分析	108
第一节 2012年中国智能手机整体市场关注度分析	108
一、智能手机品牌关注度	108
二、智能手机型号关注度	109
三、智能手机价格关注度	110
四、智能手机像素关注度	110
五、产品类型关注度	111
第二节 2013年中国智能手机消费者屏幕尺寸调研	112
一、2012年中国智能手机屏幕尺寸关注度	112
二、中国消费者对智能手机屏幕尺寸的偏好度	113
三、手机屏幕的发展趋势	113
第五章 2007-2012年中国移动通信及终端行业经济运行状况	114
第一节 2007-2012年中国移动通信及终端行业发展分析	114
一、2011年中国移动通信及终端行业发展概况	114
二、2012年中国移动通信及终端行业发展概况	115
第二节 2007-2012年中国移动通信及终端行业总体运行情况	118
一、中国移动通信及终端行业企业数量统计	118
二、中国移动通信及终端行业从业人数统计	119
三、中国移动通信及终端行业销售收入分析	120
四、中国移动通信及终端行业利润总额分析	121
五、中国移动通信及终端行业资产状况分析	121
第三节 2007-2012年中国移动通信及终端行业成本费用结构分析	121
一、中国移动通信及终端行业营业费用分析	121
二、中国移动通信及终端行业管理费用统计	122
三、中国移动通信及终端行业财务费用统计	122
第四节 中国移动通信终端的发展趋势	122
第六章 2006-2012年中国移动通信手持机(手机)产量统计分析	125
第一节 2006-2012年全国移动通信手持机(手机)产量分析	125
第二节 2006-2013年中国主要省市手机产量情况	126

一、广东省手机产量总体情况	126
二、北京市手机产量总体情况	126
三、天津市手机产量总体情况	127
四、山东省手机产量总体情况	127
五、浙江省手机产量总体情况	128
六、江苏省手机产量总体情况	128
七、江西省手机产量总体情况	129
八、福建省手机产量总体情况	129
九、四川省手机产量总体情况	130
十、湖北省手机产量总体情况	130
十一、重庆市手机产量总体情况	131
十二、吉林省手机产量总体情况	131
十三、上海市手机产量总体情况	132
十四、贵州省手机产量总体情况	132
十五、辽宁省手机产量总体情况	133
第三节 2006-2013年移动通信手持机（手机）产量集中度分析	133
第七章 2006-2013年中国手机行业进出口情况分析	134
第一节 2006-2013年中国智能手机进出口分析	134
一、2006-2013年中国电话机进口分析	134
1、进口数量情况	134
2、进口金额情况	134
二、中国智能手机出口目的地情况	135
第二节 2009-2013年中国手持或车载无线电话进出口状况	135
一、出口数量情况	135
二、出口金额情况	136
第三节 2012-2013年中国手机行业面临的问题及建议	136
一、当前国内手机产业发展现状	136
二、中国手机产业的SWOT分析	137
1、中国手机产业的优势(S)	137
2、中国手机产业的劣势(W)	138
3、中国手机产业的机会(O)	139
4、中国手机产业的威胁(T)	140

三、促进我国手机产业健康发展的建议	141
第三部分 竞争格局分析	
第八章 2011-2012年中国智能手机行业竞争新形态分析	143
第一节 2012年中国智能手机市场竞争总况	143
一、中国智能手机市场整体竞争格局	143
二、中国智能手机市场洗牌加速	145
三、中国智能手机品牌排行榜	146
第二节 2012年中国智能手机运营商竞争状况	146
一、电信联通战火烧至千元智能机	146
二、电信设立智能手机支持中心提供iPhone专属服务	147
三、电信全面进入三大操作系统推动终端直供	148
四、联通展开G千元智能手机升级攻势	149
第三节 中国智能手机品牌竞争动态	150
一、三星GalaxyS 发布	150
二、诺基亚推出WP智能手机	151
三、联想智能手机国内份额稳定	151
第四节 中国智能手机技术竞争情况	154
一、G和三网融合对智能手机的影响分析	154
二、HTML关键技术的发展趋向与机会	155
三、智能手机迈入四核时代：价格和电池成瓶颈	157
第五节 中国智能手机行业提升竞争力策略分析	158
一、操作系统的开发是根本	158
二、充分发挥运营商的力量	158
三、应用功能的全面开发	159
第九章 2012-2013年全球智能手机品牌竞争力分析	160
第一节 芬兰诺基亚	160
一、诺基亚发展情况	160
二、诺基亚盈利能力分析	161
三、诺基亚智能手机产品竞争力	161
四、诺基亚SWOT分析	162
1、诺基亚的发展优势(S)	162
2、诺基亚的发展劣势(W)	163

- 3、诺基亚的发展机会(O) 163
- 4、诺基亚的发展威胁(T) 164
- 五、诺基亚走入困境的原因及经营教训 164
- 第二节 美国苹果 167
 - 一、苹果公司发展概况 167
 - 二、苹果公司盈利能力分析 168
 - 三、苹果公司手机区域竞争力 169
 - 四、苹果公司的营销战略 170
- 第三节 英国索尼爱立信 173
 - 一、索尼爱立信发展概况 173
 - 二、索尼爱立信经营状况分析 173
 - 三、索尼爱立信的五力模型分析 174
 - 四、索尼爱立信SWOT分析 176
- 第四节 美国摩托罗拉 177
 - 一、摩托罗拉公司发展概况 177
 - 二、摩托罗拉品牌发展历程 178
 - 三、2012年摩托罗拉盈利能力分析 180
 - 四、摩托罗拉的战略风险管理 180
- 第十章 中国手机重点企业运营状况探析 184
 - 第一节 宏达国际电子股份有限公司 184
 - 一、企业基本情况 184
 - 二、2012年企业经营情况分析 185
 - 三、2013年企业经营情况分析 185
 - 四、2014-2019年企业发展战略 186
 - 第二节 TCL通讯科技控股有限公司 187
 - 一、企业概况 187
 - 二、企业经营情况分析 188
 - 三、企业经济指标分析 189
 - 四、企业盈利能力分析 189
 - 五、企业偿债能力分析 190
 - 六、企业运营能力分析 192
 - 七、企业成本费用分析 192

第三节 宁波波导股份有限公司 193

一、公司基本情况 193

二、企业经营状况 194

三、企业偿债能力分析 194

四、企业资本结构分析 195

五、企业运营能力分析 195

六、企业获利能力分析 196

第四节 中国科健股份有限公司 197

一、公司基本情况 197

二、企业主要经济指标 198

三、企业偿债能力分析 198

四、企业盈利能力分析 199

五、企业运营能力分析 199

六、企业发展能力分析 200

第五节 康佳集团 200

一、公司基本情况 200

二、企业主要经济指标 202

三、企业偿债能力分析 202

四、企业盈利能力分析 203

五、企业运营能力分析 203

六、企业发展能力分析 204

第六节 北京天宇朗通通信设备股份有限公司 204

一、公司基本情况 204

二、企业发展动态 205

三、企业股本结构分析 206

四、企业产品研发能力分析 206

第四部分 投资前景展望

第十一章 2014-2019年中国智能手机市场运行前景预测分析 208

第一节 2014-2019年中国手机发展趋势分析 208

一、手机游戏大崛起 208

二、智能手机推动NFC支付普及 210

三、LBS用户数呈爆发式增长 212

四、G业务和用户仍将快速增长	215
五、G研发的不断推进提升通信设备市场规模	217
六、无线充电，无限电量	218
七、可弯曲的手机显示器	219
八、智能穿戴设备市场规模逐渐扩张	219
第二节 2014-2019年中国智能手机市场预测分析	220
一、2014-2019年中国手机供给预测	220
二、2014-2019年中国智能手机销量预测	221
三、2014-2019年中国智能手机市场盈利预测	221
第十二章 2014-2019年中国智能手机产业投资战略研究	222
第一节 2014-2019年中国品牌智能手机投资机会分析	222
一、智能手机加速普及	222
二、运营商定制机占据优势	222
三、金属外观件渗透率提升	224
第二节 2014-2019年中国品牌智能手机投资风险预警	224
一、行业市场竞争风险预警	224
二、技术风险预警	226
三、进入退出风险分析	227
第三节 专家建议	228
一、从战略角度的建议	228
1、业务组合战略	228
2、区域战略规划	231
3、技术开发战略	240
4、产业战略规划	246
5、竞争战略规划	248
6、品牌营销战略	256
二、从提升核心竞争力方面的建议	257
三、智能手机发展的策略	259
第十三章 中国智能手机企业融资及IPO上市策略指导分析	261
第一节 智能手机企业融资渠道与选择分析	261
一、智能手机企业融资方法与渠道简析	261
1、债权融资	261

2、	银行贷款	263
二、	利用股权融资谋划企业发展机遇	264
三、	利用政府杠杆拓展企业融资渠道	266
四、	适度债权融资配置自身资本结构	267
五、	关注民间资本的投资动向	267
第二节	智能手机企业境内IPO上市目的及条件	276
一、	智能手机企业境内上市主要目的	276
二、	智能手机企业上市需满足的条件	277
1、	企业境内主板IPO主要条件	277
2、	企业境内中小板IPO主要条件	277
3、	企业境内创业板IPO主要条件	278
三、	企业改制上市中的关键问题	278
第三节	智能手机企业IPO上市的相关准备	283
一、	企业该不该上市	283
二、	企业应何地上市	284
三、	企业上市前准备	285
1、	企业上市前综合评估	285
2、	选择并配合中介机构	286
3、	应如何选择中介机构	286
第四节	智能手机企业IPO上市的规划实施	287
一、	上市费用规划和团队组建	287
二、	尽职调查及问题解决方案	288
三、	改制重组需关注重点问题	289
四、	企业上市辅导及注意事项	290
五、	上市申报材料制作	292
六、	网上路演推介及询价发行	292
第五节	智能手机企业IPO上市审核工作流程	293
一、	企业IPO上市基本审核流程	293
二、	企业IPO上市具体审核环节	297
三、	与股票发行审核流程相关的事项	300

图表目录

图表：	2011年全球智能手机出货量市场份额细分	2
-----	----------------------	---

图表：2012年全球智能手机出货量市场份额细分 3

图表：2012年手机类型关注比例分布 4

图表：2012年手机品牌关注比例分布 5

图表：2012年手机价格区间关注比例分布 6

图表：2012年第四季度全球5大手机生产商出货量及市场份额（出货量单位：百万部） 6

图表：2012年第四季度全球5大智能手机生产商出货量及市场份额（出货量单位：百万部） 7

图表：2012年全球5大手机生产商出货量及市场份额（出货量单位：百万部） 7

图表：2012年全球5大智能手机生产商出货量及市场份额（出货量单位：百万部） 7

图表：2011年-2012年全球智能手机市场份额 8

图表：2012年日本厂商出货量市场份额细分 10

图表：2013年第一季度各系统市场份额细分 20

图表：2007-2012年我国国内生产总值变化 30

图表：2007-2012年我国国内生产总值增速变化 30

图表：2010-2012年各季度我国经济增长速度 31

图表：2006-2012年我国人均国内生产总值变化 31

图表：2007-2012年我国国家财政收入变化 32

图表：2007-2012年我国国家财政收入增速速度变动 32

图表：2007-2012年我国国家财政支出变化 33

图表：2013年上半年国内生产总值细分 33

图表：2011-2013年全国GDP环比增长速度 34

图表：2006-2012年我国居民消费水平变化 35

图表：2011-2012年我国社会消费零售总额名义增速变化 35

图表：2006-2012年我国居民消费价格指数变化 36

图表：2010-2012年我国居民消费价格指数增速变化 36

图表：2012年全年各月份CPI同比增幅变化 37

图表：2013年1-8月份中国CPI同比增幅 38

图表：2011-2012年中国农村人均收入变化 39

图表：2011-2012年中国城镇人均收入变化 39

图表：2011-2012社会消费品零售总额比较 40

图表：2012年消费零售总额城乡比较 41

图表：2011-2012年社会消费零售总额名义增速 41

图表：2011-2012年固定资产投资（不含农户）同比增速 42

图表：2011-2012年分地区投资相邻两月累计同比增速 43

图表：2012年1-12月份固定资产投资（不含农户）主要数据 44

图表：2011-2012年固定资产到位资金同比增速 45

图表：2007-2012年我国出口总额变化 46

图表：2007-2012年我国进口总额变化 47

图表：2007-2012年我国进出口差额（顺差）变化 47

图表：2007-2012年我国进出口贸易变化 48

图表：2012年各月份工业生产者出厂价格涨跌幅变化 50

图表：2012年各月份工业生产者购进价格涨跌幅变化 51

图表：2012年中国各月份PPI同比增幅变化 51

图表：2013年1-8月份中国PPI同比增幅变化 52

图表：2007-2012年我国总人口数变化 76

图表：2007-2012年我国男性人口数变化 76

图表：2007-2012年我国女性人口数变化 77

图表：2007-2012年我国人口出生率变化 77

图表：2007-2012年我国人口死亡率变化 77

图表：2006-2012年我国人口及其自然增长率变化 78

图表：2002-2012年我国城镇人口比重 79

图表：2007-2012年我国城镇人口变化 79

图表：2007-2012年我国乡村人口变化 79

图表：2007-2012年我国城镇化率变动 80

图表：2011-2012年中国恩格尔系数变化情况 80

图表：2009-2013年手机上网网民规模 81

图表：2009-2013年中国网民规模与互联网普及率 83

图表：2012-2013年中国网民对各类网络应用的使用率 83

图表：2012-2013年中国网络新闻网民数及网民使用率 84

图表：2012-2013年中国网络购物网民数及网民使用率 84

图表：2012-2013年中国即时通信网民数及网民使用率 85

图表：2012-2013年9月中国智能手机市场价格指数走势 87

图表：2012年中国智能手机排名前五出货量市场份额 87

图表：2012年中国手机品牌排名前五出货量市场份额 88

图表：2013年9-10月中国智能手机市场产品关注情况 89

图表：2013年8月中国小米手机产品占比分析 101

图表：2013年8月小米手机系列产品关注比例分析 101

图表：2011-2012年中国手机市场品牌关注比例对比 108

图表：2012年四季度中国手机市场品牌关注排名对比 109

图表：2012年中国手机市场不同价格段产品关注度比例分布 110

图表：2012年中国手机市场不同像素产品关注比例分布 111

图表：2012年中国手机市场不同类型产品关注比例分布 111

图表：2012年中国手机市场不同屏幕尺寸产品关注比例分布 112

图表：2007-2011年我国手机终端增长速度变化 114

图表：2006-2011年我国电话单机数据变化 115

图表：2007-2012年我国手机终端增长速度变化 116

图表：2011年智能手机等通信设备制造企业单位数 118

图表：2011年智能手机等通信设备制造不同类型企业单位数 119

图表：2011年智能手机等通信设备制造不同所有制企业单位数 119

图表：2011年智能手机等通信设备制造从业人数 119

图表：2011年智能手机等通信设备制造主营业务收入 120

图表：2011年智能手机等通信设备制造不同所有制企业工业销售产值 120

图表：2011年智能手机等通信设备制造工业销售产值 120

图表：2011年智能手机等通信设备制造不同类型企业工业销售产值 120

图表：2011年智能手机等通信设备制造利润总额 121

图表：2011年智能手机等通信设备制造资产合计 121

图表：2011年智能手机等通信设备制造营业费用 121

图表：2011年智能手机等通信设备制造管理费用 122

图表：2011年智能手机等通信设备制造财务费用 122

图表：2006-2012年全国手机产量变化 125

图表：2006-2012年广东省手机产量变化 126

图表：2006-2012年北京市手机产量变化 126

图表：2006-2012年天津市手机产量变化 127

图表：2006-2012年山东省手机产量变化 127

图表：2006-2012年浙江省手机产量变化 128

图表：2006-2012年江苏省手机产量变化 128

图表：2007-2012年江西省手机产量变化 129

图表：2006-2012年福建省手机产量变化 129

图表：2007-2012年四川省手机产量变化 130

图表：2006-2012年湖北省手机产量变化 130

图表：2006-2012年重庆市手机产量变化 131

图表：2007-2011年手机产量变化 131

图表：2006-2012年上海市手机产量变化 132

图表：2006-2012年贵州省手机产量变化 132

图表：2006-2012年辽宁省手机产量变化 133

图表：2011-2012年电话机进口数量 134

图表：2011-2012年电话机进口金额 134

图表：2011年中国智能手机出口市场份额 135

图表：2011-2012年手持或车载无线电话机出口数量 135

图表：2011-2012年手持或车载无线电话机出口金额 136

图表：2013年7月中国智能手机市场品牌关注排名 146

图表：2008-2012年全球智能手机操作系统市场份额变化 162

图表：2012年第一季度中国手机市场品牌关注度比例分布 163

图表：苹果公司主要产品 168

图表：苹果公司SWOT模型分析 170

图表：索尼爱立信根据SWOT的应对战略 177

图表：2012第三季度摩托罗拉财务状况 180

图表：2012年第三季度摩托罗拉公司运营状况 180

图表：2011-2013年TCL通讯科技控股有限公司重要财务指标 189

图表：2011-2013年TCL通讯科技控股有限公司经营盈利变化 189

图表：2011-2013年TCL通讯科技控股有限公司流动资产变化 190

图表：2011-2013年TCL通讯科技控股有限公司流动负债变化 190

图表：2011-2013年TCL通讯科技控股有限公司净资产变化 191

图表：2011-2013年TCL通讯科技控股有限公司总资产变化 191

图表：2011-2013年TCL通讯科技控股有限公司总负债变化 191

图表：2011-2013年TCL通讯科技控股有限公司营业额变化 192

图表：2011-2013年TCL通讯科技控股有限公司销售成本变化 192

图表：2012-2013年宁波波导股份有限公司偿债能力变化 194

图表：2012-2013年宁波波导股份有限公司资本结构变化 195

图表：2012-2013年宁波波导股份有限公司经营效率变化 195
图表：2012-2013年宁波波导股份有限公司发展能力变化 195
图表：2012-2013年宁波波导股份有限公司现金流量变化 196
图表：2012-2013年宁波波导股份有限公司投资收益变化 196
图表：2012-2013年宁波波导股份有限公司获利能力变化 196
图表：2013年第三季度中国科健股份有限公司综合指标 198
图表：2012-2013年中国科健股份有限公司偿债能力变化 198
图表；2012-2013年中国科健股份有限公司获利能力变化 199
图表；2012-2013年中国科健股份有限公司资本结构变化 199
图表：2012-2013年中国科健股份有限公司现金流量变化 199
图表：2012-2013年中国科健股份有限公司投资收益变化 200
图表；2012-2013年中国科健股份有限公司发展能力变化 200
图表：2013年第三季度康佳集团综合指标 202
图表：2012-2013年康佳集团偿债能力变化 202
图表：2012-2013年康佳集团获利能力变化 203
图表：2012-2013年康佳集团资本结构变化 203
图表：2012-2013年康佳集团经营效率变化 203
图表：2012-2013年康佳集团现金流量变化 204
图表：2012-2013年康佳集团发展能力变化 204
图表：2012年手机游戏排行榜 210
图表：2012年电信运营市场格局依旧 216
图表：2012年3G功能使用情况 217
图表：上市费用参考 288

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103176.html>