

2016-2020年中国智能手机 行业市场深度分析及行业调研咨询预测报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2016-2020年中国智能手机行业市场深度分析及行业调研咨询预测报告》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.bosidata.com/report/2780293UNP.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2016-06-20

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2016-2020年中国智能手机行业市场深度分析及行业调研咨询预测报告》介绍了智能手机行业相关概述、中国智能手机产业运行环境、分析了中国智能手机行业的现状、中国智能手机行业竞争格局、对中国智能手机行业做了重点企业经营状况分析及中国智能手机产业发展前景与投资预测。您若想对智能手机产业有个系统的了解或者想投资智能手机行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一章 智能手机及其操作系统介绍 概念 手机的硬件架构	1.1 智能手机相关概述		1.1.1 智能手机的	
	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			
	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	
手机的主要操作系统	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			
	1.3.1 iOS		1.3.2 Android	
	1.3.3 Symbian			
Linux	1.3.4 Black Berry		1.3.5 Windows Mobile	
	1.3.6 MeeGo		1.3.7	
	第二章 2014-2016年国际智能手机行业发展分析		2.1 2014-2016年全球智能手机	
	市场运行现状		2.1.1 行业发展进程	
份额分析	2.1.2 行业销量状况		2.1.3 市场	
	2.1.4 市场变化分析		2.1.5 市场竞争格局	
	2.2 美国智能手机			
	2.2.1 美国智能手机市场特征分析		2.2.2 美国智能手机市场发展分析	
市场	2.2.3 美国智能手机市场用户分析		2.2.4 美国智能手机市场趋势分析	
	2.3 日本智能手机市场		2.3.1 2014年日本智能手机市场调研	
	2.3.2 2015年			
	日本智能手机市场调研		2.3.3 2016年日本智能手机市场调研	
手机市场用户规模分析	2.3.4 日本智能			
	2.3.5 日本智能手机广告市场规模分析		2.3.6 日本	
	2.3.7 日本智能手机视频市场预测		2.4 韩国智能手机市	
	2.4.1 韩国智能手机用户规模分析		2.4.2 韩国智能手机研发鼓励措施	
场	2.4.3 韩国智能手机销售状况分析		2.4.4 韩国智能手机政策新规出台	
	2.4.5 韩国智能手机市场竞争格局		2.5 中国台湾智能手机市场	
	2.5.1 台湾智			
	能手机用户特征分析		2.5.2 台湾智能手机市场品牌格局	
机厂商动向分析	2.5.3 台湾智能手			
	2.5.4 台湾智能手机销售市场调研		2.5.5 台湾智能手机零	
	部件市场竞争力		第三章 2014-2016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 政治环境		3.1.2 经济环境	
	3.1.3 社会文化环境			
	3.1.4 科技环境		3.2 2014-2016年中国智能手机行业发展现状	
	3.2.1 智			
能手机成为时代主流	3.2.2 智能手机市场出货量		3.2.3 智能手机上市新机	

型	3.2.4 智能手机的市场格局	3.3 2014-2016年国产智能手机市场发展现状			
	3.3.1 产品产量	3.3.2 市场价格	3.3.3 市场份额	3.3.4 市场拓展	
	3.3.5 品牌建设	3.3.6 专利技术	3.3.7 发展问题	3.3.8	
发展建议	3.4 2014-2016年中国智能手机市场竞争状况	3.4.1 国外厂商			
	3.4.2 国内大厂商	3.4.3 国内小厂商	3.5 中国智能手机行业SWOT分析		
	3.5.1 优势 (Strength)	3.5.2 劣势 (Weakness)	3.5.3 机遇 (Opportunity)		
	3.5.4 威胁 (Threat)	3.6 中国智能手机生产商的发展			
	3.6.1 中国智能手机厂商现状	3.6.2 中国智能手机厂商市场策略	3.6.3 中国智能手机厂商全球化战略		
第四章 2014-2016年中国智能手机市场剖析	4.1 智能手机用户特征解析	4.1.1 用户年龄特征	4.1.2 用户需求强度	4.1.3 用户购买行为	
	4.2 2014年中国智能手机行业的发展	4.2.1 市场发展综述	4.2.2 品牌格局分析	4.2.3 产品结构分析	
	4.2.4 市场价格走势	4.2.5 主流厂商分析	4.3 2015年中国智能手机市场调研	4.3.1 品牌结构分析	
	4.3.2 产品结构分析	4.3.3 价格结构分析	4.4 2016年中国智能手机行业调研	4.4.1 市场发展综述	
	4.4.2 品牌格局分析	4.4.3 产品结构分析	4.4.4 主流厂商分析	第五章 2014-2016年中国3G手机市场发展分析	
	5.1 2014-2016年中国3G手机市场发展综述	5.1.1 市场发展回顾	5.1.2 市场现状分析	5.1.3 终端补贴呈现分化	
	5.2 2014年中国3G手机市场格局分析	5.2.1 市场综述	5.2.2 品牌结构分析	5.2.3 产品结构分析	
	5.2.4 经典案例分析	5.3 2015-2016年中国3G手机市场格局分析	5.3.1 品牌结构分析	5.3.2 产品结构分析	
	5.3.3 经典案例分析	5.4 3G手机市场需求分析	5.4.1 潜在用户	5.4.2 价格需求	
	5.4.3 外观与性能需求	5.4.4 双模/多模手机的需求	5.5 中国3G手机发展面临的机遇及挑战	5.5.1 市场发展的利好因素	
	5.5.2 市场面临的机遇	5.5.3 市场面临的挑战	5.6 中国手机厂商应对3G时代的策略	5.6.1 掌握核心技术	
	5.6.2 关注手机芯片	5.6.3 细分手机市场	5.6.4 利用三张牌照做文章	第六章 2014-2016年中国4G手机市场调研	
	6.1 4G时代手机市场的发展	6.1.1 4G牌照发放对手机产业的影响分析	6.1.2 4G助推国产智能手机快速发展	6.1.3 我国4G智能手机市场面临洗牌	
	6.2 2014年中国4G手机市场发展分析	6.2.1 厂商数量变化	6.2.2 在售机型数量变化	6.2.3 品牌结构分析	
	6.2.4 产品结构分析	6.3 2015-2016年中国4G手机市场现状解析	6.3.1 市场现状分析	6.3.2 品牌关注格局	
	6.3.3 产品关注格局	6.3.4 主流品牌分析	6.4 未来4G手机市场发展分析	6.4.1 市	

市场发展展望	6.4.2 市场发展主流预测	6.4.3 市场出货量预测	第七章
2014-2016年智能手机主要应用平台分析	7.1 手机浏览器	7.1.1 手机浏览器行业	
发展机遇	7.1.2 手机浏览器业关键词分析	7.1.3 手机浏览器行业发展状况	
况	7.1.4 手机浏览器市场发展动态	7.1.5 手机浏览器市场竞争格局	
7.1.6 手机浏览器竞争对比分析	7.2 手机支付	7.2.1 中国手机支付业务应用	
周期	7.2.2 中国手机支付产业链日趋完善	7.2.3 运营商竞逐中国手机支付	
市场	7.2.4 2014年手机支付市场发展状况	7.2.5 2015年手机支付市场发展状况	
况	7.2.6 2016年手机支付市场发展状况	7.2.7 中国手机支付市场格局分析	
7.2.8 中国手机支付市场用户调查	7.3 手机导航	7.3.1 手机导航的定义及分类	
及分类	7.3.2 国内手机导航市场逐渐兴起	7.3.3 手机导航市场运行状况	
7.3.4 手机导航市场动态分析	7.3.5 我国手机导航市场竞争格局分析	7.4	
手机电视	7.4.1 手机电视产业链及业务模式	7.4.2 手机电视内容生产及	
监管	7.4.3 中国手机电视市场发展态势	7.4.4 中国手机视频市场发展分析	
7.4.5 手机视频业务趋势预测分析	7.5 手机游戏	7.5.1 中国手机游戏	
市场发展模式	7.5.2 手机游戏市场规模分析	7.5.3 手机游戏市场动态分析	
7.5.4 手机游戏培训市场异军突起	7.5.5 我国手机游戏业务投放渠道浅析		
7.5.6 影响未来手机游戏市场规模的因素	第八章 2014-2016年智能手机应用商店分		
析	8.1 手机应用商店概述	8.1.1 定义及特征	8.1.2 发展历程
8.1.3 产业链结构	8.1.4 盈利模式	8.1.5 开发者分类	8.1.6 拓展
应用市场的重要策略	8.2 2014年手机应用商店发展状况	8.2.1 用户规模	
8.2.2 发行途径	8.2.3 用户行为	8.3 2015年手机应用商店发展状况	
8.3.1 2015年第一季度应用商店发展状况	8.3.2 2015年第二季度应用商店发展状况		
8.3.3 2015年第三季度应用商店发展状况	8.3.4 2015年第四季度应用商店发		
展状况	8.4 2016年手机应用商店发展状况	8.4.1 用户访问方式	8.4.2
使用类型分布	8.4.3 了解渠道分布	8.4.4 下载应用关注因素	8.4.5
卸载应用原因	8.4.6 用户满意度	第九章 2014-2016年中国智能手机市场竞争分析	
9.1 智能手机市场竞争格局分析	9.1.1 我国智能手机市场竞争格局	9.1.2	
国内智能手机市场中外竞争	9.1.3 电信运营商深耕智能手机市场	9.1.4	
中低端智能手机市场竞争格局	9.2 互联网企业发力智能手机市场	9.2.1 互联网	
企业掀起智能手机市场新混战	9.2.2 互联网企业转战智能配件市场领域		
9.2.3 智能手机市场将改变互联网实力格局	9.2.4 百度携手长虹拓展国内智能手		
机市场	9.2.5 阿里巴巴开发新智能手机操作系统	9.3 智能手机行业波特五力模	

型分析	9.3.1 供应商讨价还价能力	9.3.2 购买者讨价还价能力	9.3.3
新进入者的威胁	9.3.4 替代品的威胁	9.3.5 业内现有竞争者的竞争	
9.4 智能手机厂商的潜在竞争者	9.4.1 非智能手机生产企业	9.4.2 电信	
运营商	9.4.3 手机操作系统提供商	9.4.4 电器、数码等产品类企业	第十章
2014-2016年智能手机主要海外厂商经营状况	10.1 三星	10.1.1 企业简介	
10.1.2 企业产品销量情况	10.1.3 企业产品创新动态	10.1.4 企业产品	
延伸服务	10.1.5 企业市场营销策略	10.1.6 企业未来投资前景	10.2 苹
果	10.2.1 企业简介	10.2.2 企业产品销售情况	10.2.3 企业市场制
胜策略	10.2.4 企业定位与目标消费群	10.2.5 企业产品竞争优势	
10.2.6 企业产品专利情况	10.3 HTC	10.3.1 企业简介	10.3.2 企业
产品销售情况	10.3.3 企业产品创新动态	10.3.4 企业产品投资前景	
10.3.5 企业战略合作情况	10.4 微软	10.4.1 企业简介	10.4.2 企业收
购诺基亚	10.4.3 智能手机操作系统	10.4.4 智能手机标识变更	第十一章
2014-2016年智能手机主要本土厂商经营状况	11.1 联想	11.1.1 企业简介	
11.1.2 企业产品销售情况	11.1.3 企业产品创新动态	11.1.4 企业收购	
摩托罗拉	11.1.5 企业全球投资前景	11.2 华为	11.2.1 企业简介
11.2.2 企业产品销售情况	11.2.3 企业产品创新动态	11.2.4 企业美国市	
场布局	11.2.5 企业产品策略探析	11.3 小米	11.3.1 企业简介
11.3.2 企业产品销售情况	11.3.3 企业销售模式变更	11.3.4 企业全球投	
资前景	11.3.5 企业成功因素分析	11.4 中兴	11.4.1 企业简介
11.4.2 企业产品销售情况	11.4.3 企业产品创新动态	11.4.4 企业美国市	
场布局	11.5 酷派	11.5.1 企业简介	11.5.2 企业产品开发历程
11.5.3 企业产品销售情况	11.5.4 企业产品市场布局	11.5.5 企业海外市	
场战略	11.6 魅族	11.6.1 企业简介	11.6.2 企业产品营销策略
11.6.3 企业产品创新动态	11.6.4 企业国际市场布局	11.7 步步高	
11.7.1 企业简介	11.7.2 企业产品创新动态	11.7.3 企业产品营销战略	第
十二章	中国智能手机行业投资分析及趋势分析	12.1 中国智能手机行业投资潜力	
12.1.1 我国手机用户规模持续增长	12.1.2 移动互联网的五大发展趋势		
12.1.3 多方参与使智能手机市场投资升温	12.1.4 国内智能手机市场投资建议		
12.2 中国智能手机行业趋势预测展望	12.2.1 全球智能手机用户规模预测		
12.2.2 全球智能手机市场格局预测	12.2.3 中国智能手机市场前景分析		
12.2.4 对2016-2020年中国智能手机行业预测分析	12.3 中国智能手机硬件发展趋势分		

析 12.3.1 处理器 12.3.2 电池 12.3.3 组件 12.3.4 存储空间

图表目录 图表1 2011-2014年全球智能手机出货量及渗透率图表2 2014年全球智能手机出货量图表3 2015年全球智能手机出货情况图表4 2015年全球智能手机市场品牌占有率图表5 2014年美国智能手机OEM市场占有率图表6 2014年美国智能手机操作系统市场占有率图表7 2014年美国热门移动网站及应用图表8 2015年美国智能手机市场份额（按手机厂商）图表9 2015年美国智能手机市场份额（按系统平台）图表10 2015年美国智能手机市场份额（按手机厂商）图表11 2015年中国智能手机市场厂商份额（不含水货和山寨机）图表12

2015年中国智能手机市场厂商份额（不含水货和山寨机）图表13 2014年中国智能手机市场品牌关注比例分布图表14 2013-2014年中国智能手机市场品牌关注比例对比图表15 2014年中国智能手机市场品牌关注排名对比图表16 2014年中国智能手机市场十五大产品关注排名图表17 2014年中国智能手机市场不同价格段产品关注比例分布图表18 2014年中国智能手机市场不同操作系统产品关注比例分布图表19 2014年中国智能手机市场不同操作系统产品关注比例走势图表20 2014年中国智能手机市场不同屏幕尺寸产品关注比例分布图表21 2014年中国智能手机市场不同屏幕尺寸产品关注比例走势图表22 2014年中国智能手机市场不同像素产品关注比例分布图表23 2014年中国智能手机市场不同像素产品关注比例走势图表24

2014年中国智能手机市场价格指数走势图表25 2014年中国智能手机市场平均价格走势图表26 2014年中国智能手机市场主流品牌价格对比图表27 2014年中国智能手机市场主流品牌关注比例走势图表28 2014年中国智能手机市场主流品牌市售产品数量对比图表29 2014年中国智能手机市场主流品牌单品关注率对比图表30 2015年中国智能手机市场品牌数量走势图表31 2015年中国智能手机市场品牌关注比例分布图表32 2014-2015年中国智能手机市场品牌关注比例对比图表33 2015年中国智能手机市场品牌关注比例对比图表34 2015年中国智能手机市场产品关注排名图表35 2015年中国智能手机市场最受关注的前10款产品及主要参数图表36 2015年中国智能手机市场最受关注的前10款产品图表37 2015年中国智能手机产品操作系统关注比例分布图表38 2014-2015年中国智能手机产品操作系统关注比例对比图表39

2015年中国智能手机产品操作系统关注比例走势图表40 2015年中国智能手机产品核心数关注比例分布图表41 2015年中国智能手机产品核心数关注比例走势图表42 2015年中国智能手机产品屏幕尺寸关注比例分布图表43 2015年中国智能手机产品屏幕尺寸关注比例走势图表44 2015年中国智能手机产品像素关注比例分布图表45 2015年中国智能手机产品像素关注比例走势图表46 2015年中国智能手机产品价格区间关注比例分布图表47 2015年中国智能手机产品价格区间关注比例走势图表48 2015年中国智能手机市场均价走势图表49 2011-2015年中国智能手机市场均价走势图表50 2015年中国主流智能手机品牌产品平均价格对比图表51 2016年中国智能手机市场品牌关注比例分布图表52 2016年中国智能手机市场品牌关注

比例对比图表53 2016年中国智能手机市场产品关注排名图表54 2016年中国智能手机市场最受关注的十五款产品及主要参数图表55 2016年中国智能手机市场不同价格段产品关注比例分布图表56 2016年中国智能手机市场不同价格段产品关注比例对比图表57 2016年中国智能手机市场不同操作系统产品关注分布图表58 2016年中国智能手机市场主流操作系统关注走势图表59 2016年中国智能手机市场不同核心数产品关注比例分布图表60 2016年中国智能手机市场不同核心数产品关注走势图表61 2016年中国智能手机市场不同屏幕尺寸产品关注分布图表62 2016年中国智能手机市场主流屏幕尺寸产品关注比例走势图表63 2016年中国智能手机市场不同像素产品关注比例对比图表64 2016年中国智能手机市场主流品牌关注比例走势图表65 2016年中国智能手机市场主流品牌产品结构对比图表66 2016年中国智能手机市场主流品牌单品牌关注率对比图表67 2009-2014年3G用户和TD用户发展情况图表68 2014年中国3G手机市场品牌关注比例分布图表69 2014年中国3G手机市场品牌关注比例对比图表70

2014年中国3G手机市场产品关注排名图表71 2014年中国3G手机市场最受关注的十五款产品及主要参数图表72 2014年中国3G手机市场不同价格段产品关注比例对比图表73 2014年中国3G手机市场不同网络类型产品关注比例分布图表74 2014年中国3G手机市场不同制式产品关注比例分布图表75 2014年中国3G手机市场摄像头结构分析图表76 2014年中国3G手机市场不同像素产品关注比例对比图表77 2014年中国3G手机市场不同屏幕尺寸产品关注对比图表78 2014年中国3G手机市场中兴品牌关注比例走势图表79 2014年中国3G手机市场中兴产品结构分析图表80 2014年中国3G手机市场中兴最受关注的五大产品及主要参数图表81

2015年中国3G手机市场品牌关注比例分布图表82 2015年中国3G手机市场品牌关注比例对比图表83 2015年中国3G手机市场产品关注排名图表84 2015年中国3G手机市场最受关注的十五款产品及主要参数图表85 2015年中国3G手机市场不同价位产品关注对比图表86 2015年中国3G手机市场不同网络类型产品关注对比图表87 2015年中国3G手机市场不同网络模式产品关注对比图表88 2015年中国3G手机市场不同像素产品关注对比图表89 2015年中国3G手机市场不同屏幕尺寸产品关注对比图表90 2015年中国3G手机市场中兴品牌排名及关注比例走势图表91 2015年中国3G手机市场中兴不同网络模式产品关注对比图表92 2015年中国4G手机市场品牌数量走势图表93 2015年-中国4G手机市场产品数量走势图表94 2015年中国4G手机市场品牌关注比例分布图表95 2015年中国4G手机市场品牌关注比例对比图表96

2015年中国4G手机市场产品关注排名图表97 2015年中国4G手机市场最受关注的前10款产品及主要参数图表98 2015年中国4G手机市场最受关注的前10款产品图表99 2015年中国4G手机产品屏幕尺寸关注比例分布图表100 2015年中国4G手机产品屏幕尺寸关注比例走势图表101 2015年中国4G手机产品像素关注比例分布图表102 2015年中国4G手机产品像素关注比例走势图表103 2015年中国4G手机产品价格区间关注比例分布图表104 2015年中国4G手

机产品价格区间关注比例走势图表105 2016年中国4G手机市场品牌关注比例分布图表106

2016年中国4G手机市场品牌关注比例对比图表107 2016年中国4G手机市场产品关注排名图表108 2016年中国4G手机市场最受关注的十款产品及主要参数图表109 2016年中国4G手机市场不同价格段产品关注对比图表110 2016年中国4G手机市场不同像素产品关注对比图表111 2016年中国4G手机市场不同屏幕尺寸产品关注对比图表112 2016年中国4G手机市场三家主流品牌关注比例走势图表113 2016年中国4G手机市场三家主流品牌单品关注率对比图表114 2014-2016年中国手机浏览器行业月度总有效使用时间变化图表115 2014-2016年中国手机浏览器平均月度覆盖人数占行业覆盖人数比例TOP5图表116 2014-2016年中国手机浏览器平均月度总有效使用时间占行业总体比例TOP5图表117 2015-2016年中国第三方手机浏览器市场累计账户规模图表118 2016年中国第三方手机浏览器累计账户份额TOP3图表119

2016年中国第三方手机浏览器活跃用户覆盖率TOP3图表120 五大手机浏览器操作界面比较图表121 五大手机浏览器浏览速度比较图表122 五大手机浏览器浏览效果比较图表123 五大手机浏览器稳定性比较图表124 五大手机浏览器下载及管理比较图表125 五大手机浏览器流量消耗比较图表126 五大手机浏览器浏览体验比较汇总图表127 五大手机浏览器附加功能升级挑战比较图表128 五大手机浏览器比较得分汇总图表129 2014年中国第三方支付移动支付市场交易规模市场份额图表130 移动支付的三波浪潮图表131 2016年中国第三方支付市场移动支付交易额规模图表132 2016年中国移动互联网支付交易额份额图表133 2016年中国地图/导航APP累计用户市场份额图表134 2016年中国本地版手机导航累计帐户市场份额图表135 2015-2016年中国手机地图导航APP累计帐户市场规模图表136 2016年中国本地版手机地图/导航累计帐户市场份额图表137 手机电视产业链结构图表138 2015年-2016年中国手机视频APP用户数和使用率图表139 2016年我国主流手机视频APP第一季度的版本更新、文件大小及空间消耗情况图表140 2016年手机视频APP下载量统计图图表141 2016年各类视频阵营所占市场份额图表142 2016年手机视频用户保有量图表143 2016年手机视频移动用户关注度图表144 2015中国手机游戏产业链生态模型图表145 2015-2016年中国手机游戏用户获取手机游戏的途径图表146 2015-2016年中国手机游戏用户玩游戏的时长和频率图表147

2015-2016年中国手游用户对游戏收费模式的认可情况图表148 2015-2016年中国手机游戏用户喜爱的手机游戏类型图表149 2015-2016年中国手机游戏用户选择新游戏的原因图表150

2015-2016年中国手机游戏用户玩手机游戏的场景分布图表151 2008-2016年中国移动游戏市场销售收入图表152 2008-2016年中国移动游戏市场用户规模图表153 2008-2016年中国移动游戏市场市场占有率图表154 手机应用商店演进发展图表155 中国手机应用商业产业链图表156 手机应用商店开发者分类图表157 2015年中国手机应用开发者使用过的应用商店数量&类型分布图表158 2015年中国手机应用开发者平均每个应用开发&推广成本图表159 中

国手机应用开发者应用发行渠道选择图表160 2014年中国手机应用开发者应用商店选择最关注因素图表161 应用分发渠道：选择过/有意向选择的第三方应用商店图表162 应用分发渠道：选择过的运营商/官方应用商店图表163 2015年中国手机应用开发者选择过的终端内置合作厂商分布图表164 2015年中国手机内置应用和第三方应用数量分布图表165 2015年年中国手机应用商店用户访问应用商店终端类型分布图表166 2015年用户第一次接触手机应用商店的方式图表167 2015年中国手机应用商店用户最关注的因素图表168 2015年中国手机应用商店用户下载应用类型图表169 2015年中国手机应用商店用户地域特征图表170 2015年中国手机应用商店用户经常访问的第三方应用商店图表171 2015年中国移动应用商店APP活跃用户市场份额图表172 2015年中国安卓平台第三方移动应用商店APP活跃用户市场份额图表173 2016年智能手机用户手机应用商店访问方式图表174 2016年智能手机用户手机应用商店使用类型分布图表175 2016年智能手机用户了解手机应用渠道分布图表176 2016年智能手机用户下载手机应用关注因素调查图表177 2016年智能手机用户卸载应用程序原因调查图表178 2016年手机应用商店热门应用用户满意度图表179 对2016-2020年中国智能手机行业出货量预测图表180 对2016-2020年中国智能手机行业营收规模预测略.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/2780293UNP.html>