

中国手机零售市场发展格局及投资商机分析报告(2012-2016)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国手机零售市场发展格局及投资商机分析报告(2012-2016)》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxinshebei/140754140754.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

目前，我国手机零售市场已成专业零售连锁、家电连锁和分散独立店"三足鼎立"格局，手机零售业的整体发展较国际水准也尚属初级阶段，市场格局与商业模式的解构和重塑不可避免。站在整个通信市场的高度，乐语通讯独树一帜的意义远不止于此。权威调研数据预计，2011年，国内手机市场零售总额预计增长10%以上。其中，智能手机销量将达4700万部，比2010年增长70%。未来5年，中国手机市场零售总额预计将增至2500亿元以上。市场技术和需求的双增，对手机零售业的机遇不言而喻。

中国报告网发布的《中国手机零售市场发展格局及投资商机分析报告(2012-2016)》共十一章。首先介绍了手机市场营销渠道研究、中国手机产业运行环境等，接着分析了国内手机零售市场的现状，然后介绍了中国重点区域手机零售市场竞争态势。随后，报告对手机生产做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国手机运营商定制渠道。您若想对手机零售产业有个系统的了解或者想投资手机零售行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 手机市场营销渠道研究 1

第一节 手机销售不同业态分析 1

一、按终端销售形态划分 1

二、按厂商出货方式划分 1

第二节 国内手机销售模式优缺点 2

一、全国性分销模式 2

二、电信运营商定制模式 3

三、厂商直供模式 4

第三节 手机专用连锁经营特征 5

一、手机专业连锁经营特点 5

二、行业利润水平分析 5

三、行业进入壁垒分析 6

四、销售区域性特征 7

五、销售周期、季节性特征 7

六、行业上下游关联性 7

第二章 中国手机市场调研分析 10

第一节 2007-2011年中国手机产量数据统计分析 10

一、2007-2010年中国手机产量数据分析 10

- 二、2011年中国手机产量数据分析 10
- 三、2012年中国手机产量增长性分析 11
- 第二节 2011-2012年手机用户分析 12
 - 一、中国手机市场规模及容量分析 12
 - 二、中国手机销量分析 12
 - 三、中国手机保有量及增长情况 12
- 第三章 中国手机产业运行环境分析 13
 - 第一节 国内手机经济环境分析 13
 - 一、GDP历史变动轨迹分析 13
 - 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 20
 - 三、2012年中国手机经济发展预测分析 22
 - 第二节 中国手机行业政策环境分析 25
- 第四章 国内手机零售市场调研分析 27
 - 第一节 2011-2012年国际手机专用连锁 27
 - 一、国际手机零售特征 27
 - 二、全球手机销售渠道分布 27
 - 三、手机制造企业销售渠道状况 28
 - 四、手机连锁渠道所面临的压力 28
 - 五、电子产品连锁企业进入手机市场分析 28
 - 第二节 2011-2012年中国手机零售行业现状分析 29
 - 一、中国手机零售业步入“大超市”时代 29
 - 二、国内手机零售业态主要类型 31
 - 三、国内手机零售业态竞争格局 32
 - 四、中国手机零售商的发展 33
 - 五、手机零售企业面临的挑战和对策 38
 - 第三节 3G对手机零售业影响 40
 - 一、3G概念及在国内发展 40
 - 二、3G运营商对手机厂商的策略 41
 - 三、运营商对社会销售渠道的策略 42
 - 四、3G对手机销售利弊分析 42
 - 第四节 手机分销模式选择行业因素 43
 - 一、手机产品特性与分销模式选择 43
 - 二、品牌手机厂商竞争与分销模式选择 43
 - 三、国内手机零售市场特性与分销模式选择 44
 - 四、中国电信运营商竞争状况与分销模式选择 44

第五章 中国重点区域手机零售市场竞争态势分析 46

第一节 北京手机零售市场 46

一、北京手机销售情况 46

二、市场竞争格局分析 46

第二节 上海手机零售市场 46

一、上海手机销售情况 46

二、市场竞争格局分析 47

第三节 广州手机零售市场 47

一、手机销售市场现状 47

二、市场竞争格局分析 47

第四节 深圳手机销售市场 48

一、深圳手机销售情况 48

二、市场竞争格局分析 48

第六章 手机生产企业渠道分析 49

第一节 诺基亚 49

一、企业概况 49

二、品牌市场销售情况 49

三、渠道分析 49

第二节 摩托罗拉 50

一、企业概况 50

二、品牌市场销售情况 50

三、渠道分析 50

第三节 三星 51

一、企业概况 51

二、品牌市场销售情况 51

三、渠道分析 52

第四节 索爱 53

一、企业概况 53

二、品牌市场销售情况 53

三、渠道分析 54

第五节 LG 54

一、企业概况 54

二、品牌市场销售情况 55

三、渠道分析 55

第六节 联想 56

- 一、企业概况 56
- 二、品牌市场销售情况 56
- 三、渠道分析 56
- 第七章 手机代理/分销商分析 58
 - 第一节 中邮普泰 58
 - 一、企业概况 58
 - 二、业务结构 58
 - 三、发展现状 59
 - 第二节 天音通信 59
 - 一、企业概况 59
 - 二、业务结构 59
 - 三、发展现状 60
 - 第三节 普天太力 64
 - 一、企业概况 64
 - 二、业务结构 64
 - 三、发展现状 64
 - 第四节 爱施德 64
 - 一、企业概况 64
 - 二、业务结构 65
 - 三、发展现状 65
 - 第五节 中国长远 65
 - 一、企业概况 65
 - 二、业务结构 65
 - 三、发展现状 66
 - 第六节 乐语中国 66
 - 一、企业概况 66
 - 二、业务结构 66
 - 三、发展现状 66
- 第八章 中国手机专业零售商分析 67
 - 第一节 迪信通 67
 - 一、企业概况 67
 - 二、业务结构 67
 - 三、销售能力 67
 - 第二节 中复电讯 68
 - 一、企业概况 68

二、业务结构 68

三、销售能力 68

第三节 中域电讯 68

一、企业概况 68

二、业务结构 68

三、销售能力 68

第九章 中国家电零售渠道商分析 70

第一节 苏宁电器 70

一、企业概况 70

二、区域布局 70

三、企业盈利 70

第二节 国美电器 74

一、企业概况 74

二、区域布局 75

三、企业盈利 75

第十章 中国手机运营商定制渠道分析 80

第一节 中国移动 80

一、企业概况 80

二、定制手机业务 84

三、3G手机策略 85

第二节 中国电信 86

一、企业概况 86

二、定制手机业务 90

三、3G手机策略 91

第三节 中国联通 92

一、企业概况 92

二、定制手机业务 96

三、3G手机策略 97

第十一章 2012-2016年中国手机运营商定制渠道分析 98

第一节 2012-2016年中国手机零售行业发展方向 98

一、营销渠道扁平化 98

二、终端零售规模化 98

三、零售渠道品牌化 99

四、营销模式多元化 99

五、增值业务潮流化 99

第二节 2012-2016年中国手机分销行业发展趋势 99

一、分销模式占仍占手机销售主导地位 99

二、优势全国性分销商增长潜力较大 100

三、分销企业规模化 100

四、分销渠道品牌化 101

五、优势分销商成为运营商竞争的重要战略合作伙伴 101

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxinshebei/140754140754.html>