

# 2018-2023年中国手机连锁行业市场现状规模分析及未来发展前景预测报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国手机连锁行业市场现状规模分析及未来发展前景预测报告》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/shoujidianhua/301668301668.html>

报告价格：电子版: 7200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

### 一、连锁零售业概述

#### 1.连锁经营的概念

连锁经营是指实行自助服务和集中式一次性付款的销售方式，以满足消费者对基本生活用品（包括食品和日用品）一次性购买需要的零售业态，并普遍运用大工业的分工机理，实行对零售经营过程和工艺过程专业化和现代化改造。超级市场的出现是零售业的一次重大变革，具有划时代的意义。

图：2012-2016年全球智能手机终端销量

图：中国智能手机发展逻辑

#### 2.世界连锁零售业的发展趋势

总的来说，世界零售业呈现如下发展趋势：首先是大型化由于消费需求的日益个性化、多样化，这需要较大面积来陈列商品，以提供足够的挑选性和提高一次购足的能力；其次是细分化，随着业态间竞争的日趋激烈，各种业态的目标市场日趋细分，即便是同一业态，其目标市场也显示出差别化的特点；再次是廉价化，无论是折扣商店、仓储超市，还是超级市场、大型综超，均以其低价切入市场，廉价虽然不是所有业态的特征，但是尽力降低价格、提高竞争力则是所有业态努力的方向；最后是连锁化，当今世界上占据主导地位的业态无一不采用连锁经营，连锁经营作为业态扩张的有效手段，从产生之日起就伴随着业态的演化不断的发展，它是业态间竞争的共同武器。

#### 3.我国连锁零售业的发展趋势

分析目前我国连锁零售行业的发展现状，可以发现有以下两个趋势：第一，中小型连锁超市和便民连锁店成为重点发展对象，改革开放以来，城乡居民收入有了显著提高，但居民消费的恩格尔系数仍然偏高(平均在50%左右)，所以从我国的实际出发，以中等收入水平的工薪阶层为基本顾客，以经营面向大众日常生活用品为主要商品的超级市场和便民店作为我国连锁经营的业态重点；第二，仓储式商场业态发展潜力大。随着我国城市的不断拓展，越来越多的城市人口搬离市中心，再加上许多城市周围的农民日渐富足，对商品的需求日益加大，在这样的地区发展大型综合超市或仓储式商场大有可为。

### 二、手机连锁零售企业的市场规划

## 1.市场细分

市场细分是企业根据消费者之间需求的差异性，把一个整体市场划分为若干个消费群体，从而确定企业目标市场的活动过程。随着消费者收入大幅度提升，购买力得到了迅速提高，手机市场成倍扩张，手机不再属于奢侈品，而成了人们生活中的必需品。根据地域，可以将手机零售市场分为经济发达地区和经济不发达地区两大类。另外，根据手机零售价位将手机零售市场分为了1000元以下的低端机市场：1000元~2000元中档机市场；2000元以上的高端机市场。

## 2.市场定位

手机零售连锁企业可以采用“密集性市场策略”进行市场定位，该策略是指企业把全部力量集中在某个或几个细分市场上，实行高度专业化的生产和销售。由于企业集中全部力量为一个或少数几个细分市场服务，容易掌握顾客的反映和要求，了解市场竞争动态，扬长避短，在竞争中处于有利地位。

## 3.市场目标

不同的手机零售连锁企业可以根据自身的情况确定自己未来的市场目标。对于具有实力的连锁企业可以在条件成熟时积极扩展北京、上海、广州等发达地区，同时对产品、价格、渠道和促销进行有效的重新设计和组合，积极开拓中端市场。这样才能与本地零售商展开竞争，达到迅速夺取市场份额的目的，到市场地位稳定之后，再利用差异性市场策略，将高端市场也纳入营销目标范围。

## 三、手机连锁零售企业的经营策略

### 1.服务质量竞争策略

对于手机零售商，独具特色的服务才是自己的产品，手机零售连锁企业要想在未来的几年时间在手机零售领域取得更大的竞争优势，就必须进一步提高独具特色的服务理念和服务质量管理。

手机零售连锁企业应该建立“顾客至上，满意第一”的服务理念。

顾客至上，要求连锁企业的每一位服务员对待每一位顾客要无比尊重，无论该顾客是否具有真实购买欲望；满意第一，是要求服务员力求做到让每一位进店的顾客，无论该顾客是否购买手机都满意地离开。

售后服务本是手机生产商的责任范围，对于许多小的零售商来说，他们把手机一经卖出，就不再与顾客发生联系。但是，手机零售连锁企业为了方便顾客，在每个店，对手机的包退，包换、包修事宜，都增加专业人员设立了售后服务部，并且在国家规定的基础上，加大了三包责任，给顾客提供了更大的售后服务保障。

## 2.渠道扁平化策略

手机零售连锁企业采取渠道扁平化策略可以有效的降低物流成本，渠道扁平化策略的总体目标是，建立手机零售连锁企业的物流部，统一指挥全公司的采购业务，在全国范围内平衡物流，冲破现有的渠道约束与管制。达到这一总体目标，采用分两步走的策略。

对于全国性的手机零售连锁企业而言，第一阶段可以在北京、上海、广州各自建设自己的物流总部，负责各自区域的采购工作，随着销售量的扩张，各自的物流总部应该与较大的上游代理商建立直接的联系，直到最后与生产商建立直接的联系。这样，公司就可以获得最大的价格优势，在与竞争对手的竞争中占领上风。

第二阶段，将各自区域的采购部统一起来组建公司物流总部，直接向各手机生产商采购手机，将日益变直的渠道折线最后拉伸为一条直线，在这之前，公司可以采取包销一种或两种机型的做法来检验物流工作的进度并摸索、积累全国性的物流配送经验。

最后形成零售商的身份，兼具代理商的功能，将渠道扁平化到最短情形。

## 3.提高品牌忠诚度策略

目前国内手机销售商由于行业性质、资金、消费习惯等原因，大多忽略了自身的品牌建设，顾客群绝大多数为第一类无忠诚度顾客。如何使企业的顾客群由第一类向第二类甚至第三类演变？本文认为手机零售连锁企业一定要树立起长期品牌经营的思想，走出“树立品牌就是销售旺季多打广告”的误区。

品牌经营系统包括品牌识别系统和品牌竞争系统这两大子系统，针对目前国内手机零售市场消费群体普遍处于低忠诚度，本文认为手机零售连锁企业应先着手建立健全自身的品

牌识别系统，以便消费者识别企业品牌，与竞争者形成区别。具体来说，手机零售连锁企业应从外观、附属层和企业文化三个方面来完善自己的品牌识别。外观识别可以通过零售门店的符号标志、标准字体、标准颜色、吉祥物、规格化广告等来实现；附属层识别可以体现在服务内容、专用商品包装、员工制服、专用赠品等方面；至于企业文化识别则需要企业在对外传播时，适当地注入企业经营理念和企业的个性。只要手机零售商们坚持进行品牌塑造和品牌沟通，树立起品牌的支撑力和认同效应，手机消费看对其的品牌忠诚度必将会有所提高。

观研天下发布的报告书内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

## 【报告目录】

### 第一部分 行业发展环境

#### 第一章 手机连锁产业发展环境分析

##### 第一节 经济发展环境分析

###### 一、2017年我国宏观经济发展分析

###### 二、2017年国内经济环境对其影响

###### 三、2017年国内投资环境对其影响

##### 第二节 政策法规环境分析

###### 一、2017年手机连锁政策环境分析

###### 二、2017年国内宏观政策对其影响

###### 三、2017年行业产业政策对其影响

##### 第三节 社会发展环境分析

###### 一、国内社会环境发展现状

###### 二、2017年社会环境发展分析

###### 三、社会环境对于行业的影响分析

#### 第四节 相关产业对其影响分析

- 一、2017年商业地产市场发展对其影响分析
- 二、2017年电子产品销售渠道发展情况分析
- 三、2017年其他销售渠道对行业的影响分析

#### 第二部分 行业发展现状

### 第二章 世界手机连锁产业发展分析

#### 第一节 2017年世界手机连锁产业发展环境分析

- 一、2017年全球经济发展情况分析
- 二、2017年发达国家的手机普及率
- 三、2017年发展中国家手机普及率
- 四、2017年全球手机品牌的占有率

#### 第二节 2017年世界手机连锁产业发展状况分析

- 一、2017年全球手机销售渠道发展状况
- 二、2017年手机制造企业销售渠道状况
- 三、2017年手机连锁渠道所面临的压力

#### 第三节 2015-2017年世界手机连锁产业发展趋势分析

- 一、手机渠道整合趋势分析
- 二、手机连锁企业业务拓展趋势分析
- 三、电子产品连锁企业进入手机市场分析
- 四、全球手机连锁经营模式多样化趋势分析

### 第三章 中国手机连锁产业发展分析

#### 第一节 2017年--2017年中国手机连锁行业现状分析

- 一、2017年--2017年中国手机连锁行业的集中度分析
- 二、2017年--2017年中国手机连锁企业业务拓展分析
- 三、2017年--2017年中国手机连锁行业整体盈利情况
- 四、2017年--2017年中国手机连锁产业发展规模分析

#### 第二节 2017年中国手机连锁市场发展分析

- 一、2017年我国手机连锁市场分析
- 二、2017年我国手机连锁市场分析
- 三、2017年--2017年我国手机连锁市场销售情况分析
- 四、2017年--2017年我国手机连锁市场价格走势分析

### 第四章 手机连锁行业投融资与并购

## 第一节 中国手机连锁行业投融资与并购背景分析

- 一、手机将发展成为个人移动信息终端
- 二、IT产品渠道整合
- 三、家电连锁渠道整合
- 四、移动运营商对手机产业得一体化整合
- 五、手机厂商与销售渠道的双方博弈

## 第二节 2017年--2017年中国手机连锁行业投融资与并购现状分析

- 一、2017年--2017年中国手机连锁行业投资规模分析
- 二、2017年--2017年中国手机连锁行业投资特点分析
- 三、2017年--2017年中国手机连锁行业投资回报分析

## 第三节 2017年--2017年中国手机连锁行业投融资与并购动因分析

- 一、上游厂商
- 二、移动运营商
- 三、手机连锁企业
- 四、其他手机销售业态

## 第四节 中国手机连锁行业投融资与并购案例比较分析

## 第三部分 关联产业发展分析

## 第五章 中国连锁经营行业发展分析

### 第一节 我国连锁经营业现状分析

- 一、2017年我国社会消费品零售现状分析
- 二、中国连锁业在变革中强势发展
- 三、连锁经营巨头单店销售概况

### 第二节 连锁经营与电子商务

- 一、中国电子商务市场现状分析
- 二、电子商务与连锁经营的结合之路
- 三、连锁经营与电子商务技术的手段
- 四、连锁经营解决电子商务物流难题

### 第三节 我国农村连锁经营的发展

- 一、连锁药店开始占领农村市场
- 二、农资物流连锁经营蕴含巨大商机
- 三、农村零售业实现连锁经营的优势
- 四、农村连锁成功经营的策略分析

### 第四节 我国连锁经营的主要问题

- 一、我国连锁经营存在的主要问题分析



- 二、我国连锁经营发展中的弊病
- 三、制约我国连锁经营发展的因素
- 四、中国企业实施连锁的六大困惑
- 五、对我国连锁经营发展的思考
- 第五节 促进我国连锁经营发展的对策
  - 一、我国连锁经营发展面临的问题与对策
  - 二、我国发展连锁经营的策略建议
  - 三、加快发展我国连锁经营的方针
  - 四、中国连锁经营的发展性策略
  - 五、我国连锁经营企业的“越位”对策

## 第六章 中国手机行业发展情况分析

### 第一节 2017年中国手机市场发展分析

- 一、市场概述
- 二、市场特征分析
- 三、市场结构研究
- 四、市场价格研究
- 五、市场竞争格局研究
- 六、市场发展趋势预测
- 七、手机行业经营商发展建议
- 八、2017年网民对手机关注度调查分析
- 九、2017年中国手机市场品牌调查

### 第二节 2015--2017年中国手机市场发展状况

- 一、市场概述
- 二、品牌结构分析
- 三、区域结构分析
- 四、产品结构分析
- 五、价格走势分析
- 六、2015-2017年市场预测

### 第三节 国产手机发展挑战与策略分析

- 一、国产手机的转型和挑战
- 二、国产手机成本问题分析
- 三、国产手机困局分析
- 四、国产手机技术问题分析

### 第四节 2017年中国手机售后服务调查

- 一、样本描述
- 二、服务内容调查
- 三、服务满意度调查

## 第七章 手机消费以及销售渠道分析

### 第一节 2017年中国手机消费发展状况分析

- 一、2017年中国手机消费情况分析
- 二、2017年一线城市手机消费分析
- 三、2017年二三线城市手机的消费
- 四、2017年农村手机市场消费分析
- 五、3G手机的推出对产业的影响分析

### 第二节 未来中国手机销售渠道趋势发展分析

- 一、手机厂商手机销售渠道趋势分析
- 二、家电连锁商手机销售渠道趋势分析
- 三、移动运营商手机销售渠道趋势分析
- 四、电脑城手机销售渠道趋势分析
- 五、其他手机销售渠道发展趋势分析

## 第八章 中国手机营销渠道发展分析

### 第一节 2017年手机渠道发展概况

- 一、2017年中国手机渠道发展概况
- 二、手机渠道结盟谋求打造连锁巨头
- 三、手机化妆品终端渠道三足鼎立局面形成

### 第二节 2017年中国手机市场渠道格局分析

- 一、渠道格局基本特征
- 二、国内生产厂家渠道策略
- 三、终端卖场对渠道变革的影响
- 四、国外厂家的渠道策略
- 五、运营商策略对渠道的冲击
- 六、国内代理商的应对策略
- 七、手机厂商、分销商与大型零售商之间博弈关系

### 第三节 手机市场渠道发展趋势分析

- 一、影响手机分销发展的四点因素
- 二、手机分销渠道发展的企业内部驱动力
- 三、2017年手机连锁专业卖场转攻电子商务

## 第四部分 行业竞争格局分析

### 第九章 手机连锁行业竞争格局分析

#### 第一节 中国手机连锁行业竞争分析

- 一、2017年中国手机连锁行业竞争分析
- 二、2017年中国手机连锁行业竞争分析
- 三、2017年手机连锁与其他渠道竞争分析
- 四、2017年中国手机连锁与其他渠道竞争分析

#### 第二节 2015-2017年中国手机连锁行业竞争趋势分析

- 一、手机连锁企业谋求资金支持
- 二、手机连锁企业盈利趋势分析
- 三、移动运营商营业厅连锁形式转变趋势分析
- 四、信息流、物流系统、现金流三者结合趋势分析

### 第十章 手机连锁优势企业发展分析

#### 第一节 中复电讯

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 第二节 迪信通

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 第三节 协亨

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 第四节 广州龙粤

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

## 第十一章 手机连锁业外企业发展分析

### 第一节 国美

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

### 第二节 苏宁

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

### 第三节 大中

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

### 第四节 中国移动

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

## 第五部分 行业发展趋势及投资

## 第十二章 对手机连锁产业发展趋势分析

### 第一节 2015-2017年我国手机需求预测分析

- 一、手机普及率与全球比较分析
- 二、2015-2017年手机行业发展空间
- 三、2015-2017年中国手机用户预测
- 四、2015-2017年中国手机销量预测
- 五、2015-2017年定制手机需求预测

### 第二节 2015-2017年中国手机连锁产业发展趋势分析

- 一、2015-2017年中国手机连锁发展规模预测
- 二、2015-2017年中国手机连锁发展方向分析
- 三、2015-2017年中国手机连锁发展成本预测

四、2015-2017年中国手机连锁市场销量预测

五、2015-2017年中国手机连锁市场投融资与并购趋势

### 第十三章 中国手机连锁产业投资分析

#### 第一节 中国手机连锁行业风险分析

一、2018-2023年宏观经济波动风险及控制

二、2018-2023年行业政策风险及控制

三、2018-2023年供需风险及控制

四、2018-2023年技术风险及控制

五、2018-2023年经营风险及控制

六、2018-2023年相关行业风险及控制

#### 第二节 2018-2023年中国手机连锁投资分析

一、2018-2023年产业投资机会

二、2018-2023年投资政策分析

三、2018-2023年投资环境分析

四、2018-2023年不同地域投资机会与投资风险分析

五、不同地区投资建议

六、企业经营管理建议

图表目录：

图表 1 2015-2017年我国国内生产总值分析

图表 2 2015-2017年我国固定资产投资分析

图表 3 2017年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表 4 2017年固定资产投资新增主要生产能力

图表 5 2017年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表 6 2015-2017年农村居民人均纯收入

图表 7 2015-2017年城镇居民人均可支配收入

图表 8 2017年全球手机品牌市场占有率

图表 9 2015-2017年中国手机连锁盈利能力分析

图表 10 2015-2017年中国手机连锁市场规模分析

图表 11 2015-2017年中国手机连锁产销售规模分析

图表 12 2015-2017年中国手机连锁投资规模分析

图表 13 2015-2017年中国手机连锁投资回报分析

图表 14 国美资本运作历程表

图表 15 2015-2017年社会消费品零售总额

图表 16 2017年1-6月中国手机市场均价走势

图表 17 2017年2季度我国手机品牌网民关注度分析

更多图表详见正文 ( GYGSLJP )

特别说明：观研天下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/shoujidianhua/301668301668.html>