

2012-2016中国手机零售市场全景调查及未来前景 预测报告

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2012-2016中国手机零售市场全景调查及未来前景预测报告》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：<https://baogao.chinabaogao.com/shoujidianhua/125177125177.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

2011年11月份，我国生产手机1.18亿台，同比增长17.87%。据数据显示:2011年1-11月，全国手机的产量达10.4亿台，同比增长20.65%。从各省市的产量来看，2011年前11个月，广东省手机的产量达5.36亿台，同比增长30.16%，占全国总产量的51.40%。紧随其后的是北京、天津和山东，分别占总产量的22.49%、8.02%和3.95%。

中国报告网发布的《2012-2016中国手机零售市场全景调查及未来前景预测报告》共十一章。首先介绍了手机零售相关概述、中国手机零售市场运行环境等，接着分析了中国手机零售市场发展的现状，然后介绍了中国手机零售重点区域市场运行形势。随后，报告对中国手机零售重点企业经营状况分析，最后分析了中国手机零售行业发展趋势与投资预测。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 手机市场营销渠道分析

第一节 手机销售不同业态分析

一、按终端销售形态划分

二、按厂商出货方式划分

第二节 国内手机销售模式优缺点

一、全国性分销模式

二、电信运营商定制模式

三、厂商直供模式

第三节 手机专用连锁经营特征

一、手机专业连锁经营特点

二、行业利润水平分析

三、行业进入壁垒分析

四、销售区域性特征

五、销售周期、季节性特征

六、行业上下游关联性

第二章 中国手机市场发展分析

第一节 2007-2011年中国手机产量数据统计分析

一、2007-2010年中国手机产量数据分析

二、2011年中国手机产量数据分析

三、2011年中国手机产量增长性分析

第二节 2010-2011年手机用户分析

一、中国手机市场规模及容量分析

二、中国手机销量分析

三、中国手机保有量及增长情况

第三章 中国手机产业运行环境分析

第一节 国内手机经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国手机经济发展预测分析

第二节 中国手机行业政策环境分析

第四章 国内手机零售市场分析

第一节 2010-2011年国际手机专用连锁

一、国际手机零售特征

二、全球手机销售渠道分布

三、手机制造企业销售渠道状况

四、手机连锁渠道所面临的压力

五、电子产品连锁企业进入手机市场分析

第三节 2010-2011年中国手机零售行业现状分析

一、中国手机零售业步入“大超市”时代

二、国内手机零售业态主要类型

三、国内手机零售业态竞争格局

四、中国手机零售商的发展

五、手机零售企业面临的挑战和对策

第四节 3G对手机零售业影响

一、3G概念及在国内发展

二、3G运营商对手机厂商的策略

三、运营商对社会销售渠道的策略

四、3G对手机销售利弊分析

第五节 手机分销模式选择行业因素

一、手机产品特性与分销模式选择

二、品牌手机厂商竞争与分销模式选择

三、国内手机零售市场特性与分销模式选择

四、中国电信运营商竞争状况与分销模式选择

第五章 中国重点区域手机零售市场竞争态势分析

第一节 北京手机零售市场

一、北京手机销售情况

二、市场竞争格局分析

第二节 上海手机零售市场

一、上海手机销售情况

二、市场竞争格局分析

第三节 广州手机零售市场

一、手机销售市场现状

二、市场竞争格局分析

第四节 深圳手机销售市场

一、深圳手机销售情况

二、市场竞争格局分析

第六章 手机生产企业渠道分析

第一节 诺基亚

一、企业概况

二、品牌市场销售情况

三、渠道分析

第二节 摩托罗拉

一、企业概况

二、品牌市场销售情况

三、渠道分析

第三节 三星

一、企业概况

二、品牌市场销售情况

三、渠道分析

第四节 索爱

一、企业概况

二、品牌市场销售情况

三、渠道分析

第五节 LG

一、企业概况

二、品牌市场销售情况

三、渠道分析

第六节 联想

一、企业概况

二、品牌市场销售情况

三、渠道分析

第七章 手机代理/分销商分析

第一节 中邮普泰

一、企业概况

二、业务结构

三、发展现状

第二节 天音通信

一、企业概况

二、业务结构

三、发展现状

第三节 普天太力

一、企业概况

二、业务结构

三、发展现状

第四节 爱施德

一、企业概况

二、业务结构

三、发展现状

第五节 中国长远

一、企业概况

二、业务结构

三、发展现状

第六节 乐语中国

一、企业概况

二、业务结构

三、发展现状

第八章 中国手机专业零售商分析

第一节 迪信通

一、企业概况

二、业务结构

三、销售能力

第二节 中复电讯

一、企业概况

二、业务结构

三、销售能力

第三节 中域电讯

一、企业概况

二、业务结构

三、销售能力

第九章 中国家电零售渠道商分析

第一节 苏宁电器

一、企业概况

二、区域布局

三、企业盈利

第二节 国美电器

一、企业概况

二、区域布局

三、企业盈利

第十章 中国手机运营商定制渠道分析

第一节 中国移动

一、企业概况

二、定制手机业务

三、3G手机策略

第二节 中国电信

一、企业概况

二、定制手机业务

三、3G手机策略

第三节 中国联通

一、企业概况

二、定制手机业务

三、3G手机策略

第十一章 2012-2016年中国手机运营商定制渠道分析

第一节 2012-2016年中国手机零售行业发展方向

一、营销渠道扁平化

二、终端零售规模化

三、零售渠道品牌化

四、营销模式多元化

五、增值业务潮流化

第二节 2012-2016年中国手机分销行业发展趋势

- 一、分销模式占仍占手机销售主导地位
- 二、优势全国性分销商增长潜力较大
- 三、分销企业规模化
- 四、分销渠道品牌化
- 五、优势分销商成为运营商竞争的重要战略合作伙伴

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：苏宁电器主要经济指标走势图

图表：苏宁电器经营收入走势图

图表：苏宁电器盈利指标走势图

图表：苏宁电器负债情况图

图表：苏宁电器负债指标走势图

图表：苏宁电器运营能力指标走势图

图表：苏宁电器成长能力指标走势图

图表：中国联通主要经济指标走势图

图表：中国联通经营收入走势图

图表：中国联通盈利指标走势图

图表：中国联通负债情况图

图表：中国联通负债指标走势图

图表：中国联通运营能力指标走势图

图表：中国联通成长能力指标走势图

图表：天音通信主要经济指标走势图

图表：天音通信经营收入走势图

图表：天音通信盈利指标走势图

图表：天音通信负债情况图

图表：天音通信负债指标走势图

图表：天音通信运营能力指标走势图

图表：天音通信成长能力指标走势图

图表：略.....

中国报告网发布的《2012-2016中国手机零售市场全景调查及未来前景预测报告》共十一章。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、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研究分析。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。

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/shoujidianhua/125177125177.html>