

# 2012-2016年中国手机零售 行业运营态势及发展趋势研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2012-2016年中国手机零售行业运营态势及发展趋势研究报告》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/201202/83574.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

手机消费市场多元化，电视购物、电话直销。厂家以个性化服务为客户量身定制手机直接杀入终端。其中时下最流行的网络购物，在互联网电子商务蓬勃的今天，网络购物已经成为最大的市场。

2010年中国B2C交易规模达630.0亿元，占中国整体网络购物市场交易规模的比重为12.7%，较2009年增长三个百分点；其中，类似京东商城、卓越亚马逊等自主销售式B2C交易规模占6.6%，淘宝商城等平台式B2C交易规模占比6.0%。2011年平台式B2C交易规模将超过自主销售式B2C。现在从TCL、格兰仕、国美商城、苏宁易购上线，到物美、银泰百货网上商城开业；从中国邮政与TOM集团合作推出邮乐购，到申通、圆通等物流公司也推出自家B2C网站。传统企业加速触网，整个中国网络购物市场主体呈现多样化态势。

中国产业信息网发布的《2012-2016年中国手机零售行业运营态势及发展趋势研究报告》共十一章。首先介绍了中国手机零售行业的概念，接着分析了中国手机零售行业发展环境，然后对中国手机零售行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国手机零售行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国手机零售行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 手机市场营销渠道研究

#### 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 2011-2012年手机市场发展分析

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 2011-2012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 2011-2012年中国手机产业运行环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

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年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2011-2012年中国手机连锁市场政策环境分析

一、国内手机产业政策分析

1、手机媒体政策分析

2、缺陷手机召回制度出台在即

3、手机准入政策求变

4、3G手机政策开始制定

二、手机出口国内外政策分析

1、国外手机厂商对中国GMS手机厂商征收专利费政策

2、手机出口退税政策

三、相关政策法规及影响分析

1、七大措施搞活流通扩大消费政策解析

2、中国电子产业振兴规划要点解析

第三节 2011-2012年中国手机连锁市场社会环境分析

一、居民消费情况

二、消费观念

三、中国人口规模及结构分析

四、中国手机普及应用及更新换代情况

第四章 2011-2012年国内手机零售市场分析

第一节 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012年中国重点区域手机零售市场竞争态势

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 2011-2012年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 2011-2012年手机代理/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 2011-2012年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 2011-2012年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 2011-2012年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：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011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：2006-2011年年末国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011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：2011年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2006-2010年11月份中国移动通信终端设备制造行业企业数量及增长率分析 单位：

图表：2007-2011年我国移动通信终端设备制造行业企业数量增长趋势图

图表：2007-2011年我国移动通信终端设备制造行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2007-2011年我国移动通信终端设备制造行业从业人数增长趋势图

图表：2007-2011年我国移动通信终端设备制造行业资产规模增长趋势图

图表：2011年我国移动通信终端设备制造行业不同类型企业数量分布图

图表：2011年我国移动通信终端设备制造行业不同所有制企业数量分布图

图表：2011年我国移动通信终端设备制造行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2011年我国移动通信终端设备制造行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：2007-2011年我国移动通信终端设备制造行业产成品增长趋势图

图表：2007-2011年我国移动通信终端设备制造行业工业销售产值增长趋势图

图表：2007-2011年我国移动通信终端设备制造行业出口交货值增长趋势图

图表：2007-2011年我国移动通信终端设备制造行业销售成本增长趋势图

图表：2007-2011年我国移动通信终端设备制造行业费用使用统计图

图表：2007-2011年我国移动通信终端设备制造行业主要盈利指标统计图

图表：2007-2011年我国移动通信终端设备制造行业主要盈利指标增长趋势图

图表：2007-2010年我国手机产量变化图 单位：平方米

图表：2009-2010年我国手机重点省市产量对比图 单位：平方米

图表：2011年我国手机产量和2010年同期对比图 单位：平方米

图表：2011年我国手机产量前5位省市对比图 单位：平方米

图表：2011年我国手机前5位省市产量比例图

图表：2011年我国手机重点省市产量及增长率统计表 单位：平方米

图表：2011年我国手机产量增长率排名前5位省市对比图 单位：平方米

图表：2011年我国手机主要省份产量比重统计表 单位：平方米

图表：2011年我国手机市场集中度和2010年同期对比图

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&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201202/83574.html>