

# 2022-2028年中国手机销售 渠道行业分析与投资战略报告

## 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

《2022-2028年中国手机销售渠道行业分析与投资战略报告》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/202204/283987.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

2019年全球功能机出货量4.2亿部，同比-14.6%，其中中国品牌传音（包括子品牌Tecno、iTel）出货量份额24.9%，此外三星份额14.5%、诺基亚份额6.3%。全球2019年智能机出货量13.7亿部，同比-2.4%，其中中国品牌华为、小米、OPPO、VIVO出货量份额合计38.4%，此外三星份额21.5%、苹果份额13.9%。全球智能手机出货量（百万部）

数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国手机销售渠道行业分析与投资战略报告》共七章。首先介绍了手机销售渠道行业市场发展环境、手机销售渠道整体运行态势等，接着分析了手机销售渠道行业市场运行的现状，然后介绍了手机销售渠道市场竞争格局。随后，报告对手机销售渠道做了重点企业经营状况分析，最后分析了手机销售渠道行业发展趋势与投资预测。您若想对手机销售渠道产业有个系统的了解或者想投资手机销售渠道行业，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。

报告目录：

### 第一章、2019年中国手机销售渠道发展环境概述

#### (一) 手机市场规模

#### (二) 手机市场用户规模与结构

##### 1、手机用户规模

##### 2、手机普及率

##### 3、手机用户结构

#### (三) 手机市场竞争状况

##### 1、国内品牌与国外品牌平分秋色

##### 2、产品更新加快，彩屏手机成为主流

##### 3、高端市场价格下跌幅度较大，主流市场保持平稳

### 第二章、2019年中国手机销售渠道规模与结构

## (一) 手机销售渠道模式

- 1、分销/代理模式
- 2、直供模式
- 3、直销模式

## (二) 手机销售渠道类型的划分

## (三) 手机市场销售渠道结构

## (四) 手机市场渠道规模状况

## 第三章、2019年中国手机销售渠道竞争研究

### (一) 厂商渠道竞争研究

- 1、主力厂商的渠道状况
- 2、主力厂商渠道竞争力分析

### (二) 渠道商竞争研究

- 1、中邮普泰
- 2、蜂星电讯
- 3、国美电器
- 4、中域电讯

## 第四章、2019年中国手机销售渠道发展特征分析

- (一) 零售终端地位凸现，直供模式成为策略重点
- (二) 品牌集中与规模化扩张的发展趋势明显增强
- (三) 运营商主导能力增强，介入渠道的程度加深
- (四) 渠道体系正在向多元化的方向发展

## 第五章、影响2019年中国手机销售渠道发展因素

### (一) 产业环境

### (二) 用户需求

- 1、需求容量
- 2、渠道倾向

### (三) 产品趋向

### (四) 市场竞争

## 第六章、2019年中国手机销售渠道趋势分析

### (一)厂商渠道发展趋势分析

#### 1、销售模式

#### 2、渠道管理/运作

### (二)渠道商发展趋势分析

#### 1、连锁零售终端对渠道的影响力度将越来越大

#### 2、品牌集中与规模化扩张，将成为手机销售渠道发展的主流趋势

#### 3、运营商力量不容忽视，必将成为渠道体系的主导力量

## 第七章、2019年中国手机销售渠道发展预测

### (一)2019年中国手机市场发展趋势

### (二)渠道销售结构预测

## 八、市场发展策略建议

### (一)厂商渠道发展结论与建议

#### 1、继续加强与总代理的合作、发掘渠道潜力，应成为国外手机厂商的渠道策略的方向

#### 2、强化渠道效率和管理能力，控制扩张的规模，应成为国内手机厂商渠道策略的方向

#### 3、大力拓展海外渠道，应成为国内手机厂商探索新市场的重点

### (二)渠道商发展结论与建议

#### 1、寻求渠道模式的转型

#### 2、加强与运营商之间的合作

## 图目录

图1 2015-2019年中国手机用户数量及增长

图2 2015-2019年新增手机用户数量及增长

图3 2019年联通CDMA新增用户数量

图4 2019年销量前十位品牌的销量市场份额与销售额市场份额对比

图5 总代理模式的销售示意图

图6 区域分销模式的销售示意图

图7 直供模式的销售示意图

图8 2015-2019年主要手机销售渠道的销量份额变化

图9 中国手机零售终端发展历史阶段

图10 2015-2019年中国手机市场零售商数量及增长率

图11 2019年中国手机市场主力厂商渠道竞争力综合评估

图12 国外厂商的典型渠道架构模式图

图13 国内厂商的典型渠道架构模式图

图14 2019年消费者对手机销售渠道的选择倾向

图15 2022-2028年中国手机销售渠道结构预测

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/283987.html>