

# 2010-2012年中国手机零售 市场全景调研及发展预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2010-2012年中国手机零售市场全景调研及发展预测报告》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.abaogao.com/b/shouji/21412855L7.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

2010-2012年中国手机零售市场全景调研及发展预测报告 内容介绍：

### 第一章 手机渠道研究范围界定及产业特征

#### 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 2009-2010年手机市场背景分析

#### 第一节 2009-2010年手机产量

##### 一 2002-2009年国内手机产量

##### 二 2008-2009年手机区域产量

##### 三 2008-2009年手机企业竞争

#### 第二节 2009-2010年手机用户分析

##### 一 2008-2009年手机用户数

##### 二 2010-2012年手机用户预测

#### 第三节 2009-2010年手机保有量

##### 一 2000-2008年手机保有量

##### 二 2008年各省手机保有量

### 第三章 2009-2010年产业发展背景分析

#### 第一节 2009-2010年经济发展

一 2003-2009年GDP增长

二 2010-2012年经济预测

## 第二节 2009-2010年居民消费

一 2003-2009年居民可支配收入

二 2003-2009年居民消费支出

三 2003-2009年居民支出结构

## 第三节 2009-2010年通信行业

一 2009年通讯行业现状

二 2010年通讯行业预测

## 第四章 2009-2010年国内手机零售行业未来发展趋势

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

## 第七节 行业发展影响因素

一 行业发展有利因素

二 行业发展不利因素

## 第八节 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

## 第五章 重点区域手机零售(重点区域手机零售市场分析)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 2009-2010年手机生产企业渠道分析

### 第一节 诺基亚

#### 一 企业概述

#### 二 渠道分析

### 第二节 摩托罗拉

#### 一 企业概述

#### 二 渠道分析

### 第三节 三星

#### 一 企业概述

#### 二 渠道分析

### 第四节 索爱

#### 一 企业概述

#### 二 渠道分析

### 第五节 LG

#### 一 企业概述

#### 二 渠道分析

### 第六节 联想

#### 一 企业概述

#### 二 渠道分析

## 第七章 2008-2009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 2008-2009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

## 第九节 2008-2009年中国家电零售渠道商

### 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

第九章 2008-2009年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

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shouji/21412855L7.html>