

2009-2012年中国手机连锁 行业研究咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2009-2012年中国手机连锁行业研究咨询报告》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/8738271TZQ.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

2009-2012年中国手机连锁行业研究咨询报告 内容介绍：

该报告为独家首创行业深度调查研究报告，此报告为个性定制服务报告，如果该报告目录中所列举的内容没有完全满足您的需求，我们将根据不同类型及不同行业企业提出的具体要求，重新修订报告目录，并在此目录的基础上重新完善行业数据及分析内容，为企业准确详细了解行业运行状况及同业竞争者战略方向提供全程服务。

报告摘要：

目前中国的手机销售渠道主要存在几种业态，分别是：手机专业连锁、家电连锁、移动运营商的营业厅或者定制、电子商城、电子商务模式、大型超市、传统代理商等。中国3G时代即将到来，面对这一趋势，手机、PC等等各种数码产品正快速融合，未来移动终端可以是手机也可以是MID（一种移动互联网设备）等。在这一趋势下，手机连锁卖场在未来竞争中相比3C卖场可能处于弱势。2008年，手机连锁卖场新扩张速度减慢、数量减少，而手机连锁占零售终端份额也有所下降。目前来看，传统的手机专业连锁的传统优势在家电连锁、IT连锁、移动运营商定制和营业厅，尤其是网店的夹击下，正变得日益艰难，国美和苏宁对涉足手机连锁的野心早已经昭然若揭，2008年上半年苏宁手机市场占有率增幅60%，进入“寒冬”以来，苏宁手机依然保持50%以上的增长势头。2008年11月随着全国第八届手机节11月15日的全线开幕，苏宁手机年度销售1000万台的目标将得以最终实现。在目前市场销售大环境不佳的情况之下，苏宁全国近800家门店的手机整体销售则保持了较大的增长速度。在各种销售渠道的夹击下，手机连锁企业应如何应对呢？

本研究咨询报告由我们领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家商务部、国家海关总署、国家工业和信息化部、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中关村在线调研中心、诺盛电信咨询、易观国际、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息和专业研究单位等公布和提供的大量资料，并结合对手机制造商和手机经销商等业内企业的访谈，以及对手机消费者的调查研究。从世界手机销售发展分析

二、2008年国内经济环境对其影响

三、2008年国内投资环境对其影响

第二节 政策法规环境分析

一、2008年手机连锁政策环境分析

二、2008年国内宏观政策对其影响

三、2008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、2008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、2008年商业地产市场发展对其影响分析
- 二、2008年电子产品销售渠道发展情况分析
- 三、2008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 2008年世界手机连锁产业发展环境分析

- 一、2008年全球经济发展情况分析
- 二、2008年发达国家的手机普及率
- 三、2008年发展中国家手机普及率
- 四、2008年全球手机品牌的占有率

第二节 2008年世界手机连锁产业发展状况分析

- 一、2008年全球手机销售渠道发展状况
- 二、2008年手机制造企业销售渠道状况
- 三、2008年手机连锁渠道所面临的压力

第三节 2009-2012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 2008年中国手机连锁发展规模分析

第二节 2008年中国手机连锁行业投融资与并购

第一节 中国手机连锁发展中的弊病

- 三、制约中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、对中国连锁经营发展的思考

第五节 促进中国连锁经营发展的对策

一、中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 中国手机发展状况分析

一、2008年中国手机消费情况分析

二、2008年一线城市手机消费分析

三、2008年二三线城市手机的消费

四、2008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 2008年手机渠道发展概况

一、2008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、手机终端渠道三足鼎立局面形成

第二节 2008年中国手机行业竞争格局分析

第一节 中国手机连锁发展趋势分析

一、2009-2012年中国手机连锁发展规模预测

二、2009-2012年中国手机连锁发展方向分析

三、2009-2012年中国手机连锁发展成本预测

四、2009-2012年中国手机连锁行业风险分析

一、2008-2009年宏观经济波动风险及控制

二、2008-2009年行业政策风险及控制

三、2008-2009年供需风险及控制

四、2008-2009年技术风险及控制

五、2008-2009年经营风险及控制

六、2008-2009年相关行业风险及控制

第二节 2008-2009年中国手机连锁投资分析

一、2009-2012年产业投资机会

二、2008-2009年投资政策分析

三、2008-2009年投资环境分析

四、2008-2009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

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shouji/8738271TZQ.html>