

2006-2007年中国手机渠道 与定制模式研究年度报告

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

《2006-2007年中国手机渠道与定制模式研究年度报告》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/H377504I95.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

2006-2007年中国手机渠道与定制模式研究年度报告 内容介绍：

围绕着厂商、代理商和终端经销商，中国手机终端渠道格局近两年可谓风生水起，诺基亚为首的一线厂商渠道模式改革的空前成功，国内主流厂商原有渠道模式弊端的暴露，家电大卖场在一线城市零售终端的强势介入，运营商在厂商端和零售端定制和捆绑的渗透；专业连锁零售店规模化扩展进程的加快与策略变革，无一不使原本具有中国特色的手机销售渠道增添了更多变数。

未来几年，厂商在渠道选择上将更加多元化，同时对于大渠道商的依赖将逐步加强，包括对运营商的依赖；代理商随着更多国包商和地包商的鹊起，原来以行政区划构建的分销体系将更加扁平化，终端经销商则逐渐由分散走向集中，这种集中在不同级别的市场和不同地区将表现出很大的差异性，大型家电卖场和大型专业连续店暂时集中在一、二线市场的争夺上，而在地方则主要表现在各地中小型连锁和当地商场、超市的较量上。我们《2006-2007年中国手机渠道与定制模式研究年度报告》将在历年研究报告和跟踪研究的基础上，对该领域做出全面的梳理和分析，并给出预测和建议。

全面、翔实的分析，从销售渠道行业背景、销售渠道规模、销售终端竞争结构，到销售渠道模式的演变，逐次展现中国手机销售渠道现状与特点，洞悉行业发展。

精炼厂商、代理商、渠道商、运营商2006年竞争表现，从渠道模式、渠道布局、市场竞争格局、发展策略等多个维度总结各类企业在销售渠道的成败得失，评点市场领先要素。

对未来市场的深度定性与定量预测，就销售渠道模式和终端竞争格局展开建模回归与专家校验，得出有价值的趋势分析与定量结果。

一、2006年中国手机销售渠道概况

(一) 市场发展规模与现状

(二) 销售渠道规模与竞争结构

1、2002-2006年销售渠道终端规模与竞争结构

2、2006年销售渠道发展特点

(三) 2006年销售渠道模式发展现状与特点

1、传统代理模式

2、直供模式

3、运营商定制模式

4、FD模式

5、电子商务模式

二、2007-2011年中国手机销售渠道趋势分析与预测

(一) 销售渠道发展趋势分析

- 1、厂商渠道发展趋势分析
- 2、渠道商发展趋势分析
- 3、运营商定制发展趋势分析

(二) 销售渠道规模与竞争结构预测

- 1、销售渠道终端规模与竞争结构
- 2、运营商定制规模

三、2006年中国手机(手机市场分析)市场厂商渠道竞争策略研究

(一) 主力手机厂商渠道现状与特点

- 1、诺基亚
- 2、摩托罗拉
- 3、三星
- 4、索尼爱立信
- 5、波导
- 6、联想

(二) 主力手机厂商渠道竞争策略对比分析

四、2006年运营商手机定制模式选择与策略分析

(一) 中国移动

- 1、定制策略
- 2、营销策略与渠道选择
- 3、定制流程与规模

(二) 中国联通

- 1、定制策略
- 2、营销策略与渠道选择
- 3、定制流程与规模

(三) 中国电信及中国网通

- 1、定制策略
- 2、营销策略与渠道选择
- 3、定制流程与规模

五、2006年中国手机(手机市场分析)市场代理商/分销商销售竞争策略研究

(一) 主力手机代理商销售现状与特点

- 1、中邮普泰
- 2、蜂星通讯
- 3、深圳天音通信
- 4、广州鹰泰数码
- 5、上海长远电信

(二) 主力手机代理商销售竞争策略对比分析

六、2006年中国手机(手机市场分析)市场专业连锁渠道商销售竞争策略研究

(一) 主力专业连锁渠道商销售现状与特点

- 1、迪信通电讯
- 2、协亨电讯
- 3、中域电讯
- 4、中复电讯

(二) 主力专业连锁渠道商销售竞争策略对比分析

七、2006年中国手机(手机市场分析)市场专业家电连锁渠道商销售竞争策略研究

(一) 主力专业家电连锁渠道商销售现状与特点

- 1、国美永乐电器
- 2、苏宁电器
- 3、大中电器

(二) 主力专业家电连锁渠道商销售竞争策略对比分析

八、建议

(一) 厂商渠道发展策略

(二) 渠道商发展策略

(三) 运营商发展策略

表目录

2002-2006年中国手机(手机市场分析)市场总量及增长率

2006年中国手机(手机市场分析)市场品牌结构

2001-2006年中国手机(手机市场分析)市场零售商数量及增长率

2006年中国手机销售渠道终端(手机销售渠道终端市场分析)市场竞争格局

2006年重点手机厂商渠道模式对比分析

.....

图目录

总代理模式的销售示意图

区域分销模式的销售示意图

直供模式的销售示意图

2001-2006年中国手机(手机市场分析)市场零售商数量及增长率

2002-2006年中国手机销售渠道终端(手机销售渠道终端市场分析)市场竞争结构

2006年诺基亚手机销售渠道模式

2006年摩托罗拉手机销售渠道模式

2004-2006年运营商定制规模与增长

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shouji/H377504I95.html>