

# 中国五金、交电批发行业销售渠道模式调研及销售市场规模预测报告（2008-2010年）

## 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

《中国五金、交电批发行业销售渠道模式调研及销售市场规模预测报告（2008-2010年）》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/pifalingshou/J68941SFFN.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

[b]中国五金、交电批发行业销售渠道模式调研及销售市场规模预测报告（2008-2010年）内容介绍：[/b]

本报告系统研究了2007-2008年度中国五金、交电批发行业销售市场状况，详述不同销售渠道的不同表现，并分析其内在原因。在此基础上，对未来3年内五金、交电批发行业销售市场提出预测并对五金、交电批发行业销售渠道发展趋势及建立高效运作模式提出建议。

? 从市场规模、市场结构、供求关系角度描述中国五金、交电批发行业销售市场发展变化，从各细分市场销量、市场特点角度分析当前五金、交电批发行业销售市场存在的矛盾。

? 分析国内五金、交电批发行业销售渠道中各方力量及所起的作用。以经销商为主视角，运用产业竞争的5力模型理论分析当前中国五金、交电批发行业销售的主流渠道及新兴渠道所面临的机会与威胁，评价销售渠道各个环节及各类型销售主体的竞争方式及优劣势，预测不同销售主体的发展趋势。

? 阐述当前消费主体经济及消费状况，分析不同层次消费者对五金、交电批发行业产品不同需求，为企业生产符合消费者需求的产品，制定营销策略提供依据。

? 本报告透析市场未来发展方向，从市场角度定量预测2008-2010年五金、交电批发行业销售市场规模、市场结构及各细分市场动态发展规律。在各重点细分市场建模回归并经过专家校验，与相关产业环节进行关联分析，确保给出有价值的趋势分析与定量预测结果。

### [b]第一章 五金、交电批发行业世界销售市场发展概况[/b]

#### 第一节 销售市场规模分析

##### 一、整体销售规模

##### 二、主要细分产品销售规模

#### 第二节 五金、交电批发行业销售市场现状及特点分析

##### 一、区域特点分析

##### 二、消费主体特征分析

##### 三、世界销售市场竞争格局分析

### [b]第二章 中国五金、交电批发行业销售市场分析[/b]

#### 第一节 五金、交电批发行业市场销售外部环境分析

##### 一、外部宏观环境分析

##### 二、政策环境分析

#### 第二节 中国五金、交电批发行业市场特点分析

##### 一、市场规模分析

## 二、市场结构分析

## 三、区域结构

## 四、五金、交电批发行业盈利水平分析

### 第三节 中国五金、交电批发行业区域销售市场分析

#### 一、五金、交电批发行业销售区域分布特征分析

#### 二、五金、交电批发行业主要销售区域分析

##### 1. 华北区域

##### 2. 东北区域

##### 3. 西北区域

##### 4. 华东区域

##### 5. 华南区域

##### 6. 西南区域

##### 7. 华中区域

### [b]第三章 中国五金、交电批发行业销售渠道及模式调研[/b]

#### 第一节 五金、交电批发行业销售渠道特征分析

#### 第二节 五金、交电批发行业经销模式研究

##### 一、紧密销售渠道

##### 二、主体销售渠道

##### 三、松散型销售渠道

##### 四、辅助型销售渠道

#### 第三节 五金、交电批发行业销售渠道管理基本要素分析

##### 一、渠道成员组成及其作用

##### 二、渠道结构类型及其特点分析

##### 1. 长度结构（层级结构）

（通常情况下，根据包含渠道层级的多少，可以将一条营销渠道分为零级、一级、二级和三级渠道等。）

##### 2. 宽度结构

##### 2.1 密集型分销渠道

##### 2.2 选择性分销渠道

##### 2.3 独家分销渠道

##### 3. 广度结构

#### 第四节 五金、交电批发行业销售渠道控制五力模型分析

- 一、报酬力
- 二、强制力
- 三、合法权力
- 四、专业知识力
- 五、参照力

## [b]第四章 2008-2010年中国五金、交电批发产品销售市场规模预测[/b]

### 第一节 主要预测依据及模型说明

### 第二节 2008-2010年五金、交电批发行业产品销售市场预测

- 一、2008-2010年五金、交电批发行业市场需求规模预测
- 二、2008-2010年五金、交电批发行业主要区域需求情况预测
- 三、2008-2010年五金、交电批发行业新增产能预测

### 第三节 2008-2010年中国五金、交电批发行业市场整体供需格局分析

- 一、五金、交电批发行业未来3年整体供需格局预测
- 二、影响五金、交电批发行业供需格局主要因素分析

1. 政策因素
2. 进出口影响因素
3. 替代品影响因素
4. 产供销衔接影响因素
5. 行业自身发展周期影响因素
6. 价格变动影响因素
7. 其他影响因素

### 三、2008-2010年五金、交电批发行业市场结构变化趋势预测

1. 生产主体变化趋势
2. 消费主体变化趋势

## [b]第五章 独家观点及建议[/b]

### 第一节 五金、交电批发行业销售渠道设计要点及技巧分析

#### 一、五金、交电批发行业销售渠道设计主要核心环节

##### 1. 当前环境分析

(主要包括审视公司渠道现状、目前的渠道系统、搜集渠道信息、分析竞争者渠道)

##### 2. 渠道系统优化设计

###### 2.1 最终用户需求定性分析

###### 2.2 最终用户需求定量分析

### 3. 销售渠道结构设计要点分析

( 营销渠道结构的三大要素是渠道中的层次数、各层次的密度和各层次的中间商种类 )

#### 3.1 渠道层次

#### 3.2 渠道密度

#### 3.3 中间商种类

## 二、五金、交电批发行业销售渠道控制模式分析

### 1. 利用品牌控制渠道客户

### 2. 利用长期战略和愿景控制渠道客户

### 3. 利用利益对渠道客户进行控制

### 4. 利用厂家服务控制渠道客户

### 5. 利用终端控制渠道客户

### 6. 利用激励淘汰机制控制渠道客户

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pifalingshou/J68941SFFN.html>