

2011-2015年中国手机连锁 行业市场分析与行业调查报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国手机连锁行业市场分析与行业调查报告》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.bosidata.com/tongxun1109/T028532AIH.html>

【报告价格】纸介版6500元 电子版6800元 纸介+电子7000元

【出版日期】2011-09-19

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

【报告说明】

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国手机连锁行业市场分析与行业调查报告》共十二章。首先介绍了手机连锁行业相关概述、中国手机连锁产业运行环境等，接着分析了中国手机连锁行业的现状，然后介绍了中国手机连锁行业竞争格局。随后，报告对中国手机连锁行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国手机连锁产业发展前景与投资预测。您若想对手机连锁产业有个系统的了解或者想投资手机连锁行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

手机零售终端已形成连锁手机零售店、家电连锁卖场、手机运营商定制三分天下之势。作为目前最大的手机终端零售渠道——手机专业连锁店，面对上游厂商的直供竞争，中游分销代理商销售网络在零售市场的渗透，下游终端家电连锁卖场的圈地和运营商的围截，可谓是四面楚歌，手机专业连锁将如何突围，巩固和加强其手机零售老大的地位呢？战争焦点是模式之争。

(1)国美模式。作为以国内最大手机销售渠道为目标的国美，所采用的发展模式就是：规模扩张——产业链深度整合——“一站式”服务卖场。一方面，国美将凭借其20年来网络布局的成功经验，在全国各大重点城市开设手机专业卖场，通过收购区域性、专业化连锁卖场进一步扩大市场份额；另一方面，国美将与手机厂商和运营商建立战略合作伙伴关系，进行整个产业链的深度整合，力图打造为消费者提供购机、买号、充值、缴费等所有通讯业务的“一站式”服务。它将成为手机专业连锁店在一、二级城市的最强劲的竞争者。

(2)运营商制定的模式：致力将移动通信市场、终端市场和增值服务市场整合在一起。它将凭借自身在移动通讯领域的技术和增值服务优势，与厂商、家电卖场形成良性的“竞合”关系，成为手机产业链深度整合后不可或缺的一部分，巩固市场地位，维持稳定发展。

(3)手机专业连锁模式：通过连锁加盟和资本运作迅速达到规模扩张。手机专业连锁的基本模式是：建立直营店，通过连锁加盟迅速扩张圈地，目前正在争取上市，从资本市场获取大量资金，保证并购等规模扩张的顺利进行。连锁企业的规模效应可以从手机厂商手上拿到更便宜的货，获取较大的利润，这些利润又可以进行新一轮并购的规模扩张，这种操作模式与国美、苏宁运作方式本质上类似。

【报告目录】

第一篇 手机连锁业动态聚焦篇	13
第一章 2010-2011年世界手机连锁产业运行态势分析	13
第一节 2010-2011年世界手机连锁产业运行环境分析	13
一、全球经济对手机产业的影响	13
二、发达国家的手机普及情况	14
三、全球手机品牌的占有率	15
四、2011年第一季度全球手机销售状况	16
第二节 2010-2011年手机连锁产业运行分析	18
一、手机销售渠道分析	18
二、智能手机制造企业销售渠道新动向	20
第三节 2011-2015年世界手机连锁产业新趋势分析	21
一、手机渠道趋势分析	21
二、现代渠道模式下的手机终端策略	21
三、手机营销渠道模式选择的策略分析	21
第二章 2010-2011年中国手机连锁产业运行环境分析	23
第一节 2010-2011年中国宏观经济环境分析	23
一、中国GDP分析	23
二、消费价格指数分析	24
三、城乡居民收入分析	26
四、全社会固定资产投资分析	27
五、进出口总额及增长率分析	31
第二节 2010年中国手机连锁市场政策环境分析	33
一、家电下乡政策及成效	33
二、手机准入政策求变	34
三、北京手机补贴政策改革	34
四、相关政策法规	35
第三节 2010年中国手机连锁市场社会环境分析	35
一、人口环境分析	35
二、教育、文化环境分析	38
三、生态环境分析	39
第三章 2010-2011年中国手机连锁产业发展分析	41
第一节 2010-2011年中国手机连锁行业现状分析	41

一、中国手机连锁行业概况	41
二、中国手机连锁企业纷纷拓展电子商务模式	41
三、连锁经营与电子商务有效结合	42
四、连锁企业及时面对传统电商企业的竞争及冲突	43
第二节 2010-2011年中国手机连锁行业动态分析	43
一、诸侯割据的中国手机零售市场的大格局	43
二、中国市场正在回归运营商主导市场的格局	44
三、运营商自有渠道成为了主战场，手机零售连锁边缘化无法避免	44
四、三网融合终端的销售渠道的变革	44
第三节 2011-2015年运营商自由营业厅将会成为手机消费的主战场	45
第四章 2010-2011年手机连锁行业投融资与并购透析	46
第一节 2010-2011年中国手机连锁行业背景分析	46
一、手机将发展成为个人移动信息终端	46
二、手机厂商利用代理商与自建渠道分析	50
三、FD模式本非唯一良药	51
四、厂商和代理商的有效竞合	52
第二节 2010-2011年中国连锁经营分析	52
一、连锁经营的概念	52
二、连锁经营的模式特征	52
三、连锁经营的本质	53
四、连锁经营的四个原则	55
第三节 2010-2011年中国手机连锁形式及特点	56
一、直营连锁（Regular Chain简称RC）	56
二、特许连锁（Franchise Chain简称FC）	56
三、自由连锁（Voluntary Chain简称VC）	57
四、合作连锁（Cooperative Chains）	57
第二篇 手机连锁业关联产业篇	59
第五章 2010-2011年中国连锁经营行业运行分析	59
第一节 2010-2011年我国连锁经营业现状分析	59
一、我国社会消费品零售现状分析	59
二、中国连锁业在变革中强势发展	59
三、2011年全球连锁经营巨头单店销售概况	61

第二节 2010-2011年中国连锁经营与电子商务透析 65

- 一、中国电子商务市场亮点聚焦 65
- 二、电子商务与连锁经营的结合之路 66
- 三、家电、消费电子与电子商务结合 67
- 四、连锁经营解决电子商务物流难题 68

第三节 2010-2011年中国连锁经营的热点问题探讨 70

- 一、手机连锁业的电子商务策略在发展中存在的问题 70
- 二、制约我国连锁经营发展的因素 71
- 三、中国企业实施连锁的六大困惑 71
- 四、手机连锁经营的误区 72
- 五、我国连锁经营企业的“越位”对策 74

第六章 2010-2011年中国手机产业运行分析 79

第一节 2010-2011年中国手机业运行总况 79

- 一、中国手机市场回顾 79
- 二、2011年上半年中国手机价格分析 79
- 三、2011年第一季度Android手机总体价格走势/展望 81

第二节 近几年中国手机产业数据监测 83

- 一、2005-2011年3月中国手机产量数据分析 83
- 二、品牌关注格局总体分析 84
- 三、产品总体关注格局情况 86

第三节 2010-2011年中国手机消费发展状况分析 87

- 一、中国智能手机消费情况分析 87
- 二、灰市手机市场价格竞争分析 87
- 三、电信主攻中端智能手机市场 88
- 四、山寨机PK品牌机 88

第四节 2010-2011年中国手机行业相关热点分析 90

- 一、手机行业同质化问题突出，新入者另辟途径 90
- 二、中国手机位置服务发展状况 91
- 三、移动互联网移动增值业务发展状况 93
- 四、中国手机开发领域结构 94

第七章 2010-2011年中国手机营销渠道运行探析 96

第一节 中国手机渠道的发展阶段及特点分析 96

一、V998石破天惊	96
二、钻石手机乡村保卫城市（2001~2002）	96
三、反围剿运动专业连锁盛行（2003~2005）	96
四、山寨制造运营商介入（2006~2009）	97
五、3G时代，运营商将慢慢主导市场（2010年~~）	97
第二节 2010-2011年中国手机市场渠道格局分析	97
一、渠道格局基本特征	97
二、国内生产厂家渠道策略	98
三、终端卖场对渠道变革的影响	99
四、国外厂家的渠道策略	99
五、运营商策略对渠道的冲击	100
六、国内代理商的应对策略	100
七、手机厂商、分销商与大型零售商之间博弈关系	101
第三节 中国手机渠道发展的特点	101
一、渠道体制扁平化	101
二、渠道发展纵深化	102
三、渠道关系伙伴化	102
四、渠道运作精细化	103
第三篇 手机连锁业竞争态势篇	105
第八章 2010-2011年中国手机连锁行业竞争格局分析	105
第一节 2010-2011年中国手机连锁行业竞争分析	105
一、手机连锁市场竞争趋于白热化	105
二、手机连锁的差异性竞争	105
三、手机销售渠道各环节力量的体现及关系	106
第二节 2010-2011年中国手机连锁集中度分析	107
一、市场集中度分析	107
二、区域集中度分析	108
第三节 2011-2015年中国手机连锁行业竞争趋势分析	108
一、手机数码零售被蚕食	108
二、手机连锁企业盈利趋势分析	110
三、移动运营商营业厅连锁形式转变趋势分析	110
第九章 2009-2010年中国手机连锁业外企业发展分析	112

第一节 国美	112
第二节 苏宁电器	113
第三节 大中	116
第四节 中国移动	117
第五节 中国联通	118
第六节 中邮普泰	120
第十章 2009-2010年中国手机连锁优势企业竞争力对分析	122
第一节 中复电讯	122
一、企业概况	122
二、企业核心竞争力	122
三、企业经营状况	122
四、企业发展规划	122
第二节 迪信通	123
一、企业概况	123
二、企业核心竞争力	124
三、企业经营状况	124
四、企业发展规划	124
第三节 协亨	125
一、企业概况	125
二、企业经营状况	125
第四节 广州龙粤	126
一、企业概况	126
二、企业核心竞争力	126
三、企业经营状况	126
第五节 北京金飞鸿	126
一、企业概况	126
二、企业核心竞争力	126
三、企业发展规划	127
第六节 北京天宇朗通	127
一、企业概况	127
二、企业核心竞争力	128
第七节 中域	128

一、企业概况	128
二、企业核心竞争力	128
三、企业经营状况	129
四、企业发展规划	130
第八节 恒波	131
一、企业概况	131
二、企业核心竞争力	131
三、企业经营状况	131
四、企业发展规划	131
第四篇 手机连锁业前景预测篇	133
第十一章 2011-2015年中国手机连锁产业新趋势探析	133
第一节 2011-2015年我国手机需求预测分析	133
一、手机普及率与全球比较分析	133
二、手机市场增长因素	133
三、中国手机用户规模预测分析	133
四、中国手机产量预测分析	134
第二节 2011-2015年中国手机连锁产业趋势分析	135
一、中国手机连锁发展规模预测	135
二、中国手机连锁发展方向分析	136
三、2011年中国国产智能手机销量分析	137
第十二章 2011-2015年中国手机连锁产业投资战略研究	139
第一节 2011-2015年中国手机连锁行业投资概况	139
一、手机连锁行业投资特性	139
二、手机连锁具有良好的投资价值	139
三、手机连锁投资环境利好	139
第二节 2011-2015年中国手机连锁投资风险及防范	140
一、金融风险	140
二、成本风险分析	140
三、市场运营机制风险	140
第三节 权威专家投资建议	141

【图表目录】

图表 1 2010年全球十大品牌手机终端销量统计情况	13
图表 2 2010年全球智能手机操作系统手机终端销量统计表	13
图表 3 目前部分国家手机普及率情况	14
图表 4 目前全球手机普及率情况图	15
图表 5 2010年全球品牌手机市场占有率情况	15
图表 6 2011年Q1全球手机销量统计表	16
图表 7 2011年Q1全球智能手机操作系统销量	18
图表 8 2000-2010年中国GDP及其增长率统计表	23
图表 9 2010年中国不同产业增加值对比情况	23
图表 10 2010年中国居民消费价格涨跌幅度（月度同比增长）	24
图表 11 2006-2010年中国居民消费价格涨跌幅度	25
图表 12 2010年居民消费价格比上年涨跌幅度	25
图表 13 2010年 70个大中城市房屋及新建商品住宅销售价格月度同比涨幅	25
图表 14 2006-2010年农村居民人均收入及其增长速度	26
图表 15 2006-2010年城镇居民人均收入及其增长速度	26
图表 16 2010年中国城镇固定资产投资增长速度（累计同比）	27
图表 17 2010年中国全社会固定资产投资增长速度（累计同比）	28
图表 18 2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度	28
图表 19 2010年固定资产投资新增主要生产能力	29
图表 20 2010年房地产开发和销售主要指标完成情况	30
图表 21 2010年货物进出口总额及其增长速度	31
图表 22 2010年主要商品出口数量、金额及其增长速度	31
图表 23 2010年主要商品进口数量、金额及其增长速度	32
图表 24 2010年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度	33
图表 25 1978-2009年中国人口构成统计表	36
图表 26 1990-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率	36
图表 27 1978-2009年我国总人口增长趋势图	37
图表 28 2001-2008年我国教育经费增长趋势图	38
图表 29 2003-2008年我国各类教育招生人数	39
图表 30 常见的几种CMMB前端射频芯片及其性能	48
图表 31 灵芯集成双波段CMMB射频芯片S203ITM	48
图表 32 常见的几种GPS前端射频芯片及其性能	49

图表 33 灵芯集成S401ITI GPS RF芯片	49
图表 34 灵芯集成IEEE 802.11A/B/G+移动电视接收多模多频RF芯片	50
图表 35 2003-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图	59
图表 36 2011年第一季度中国整体手机市场产品均价	79
图表 37 2011年第一季度中国整体、智能、3G手机市场产品均价	80
图表 38 2011年上半年4月份5月份手机总体均价变化	80
图表 39 2011年上半年中国主流品牌手机均价对比	81
图表 40 2011年第一季度中国ANDROID关注度走势持续增长	81
图表 41 2011年上半年摩托罗拉ME525价格走势	82
图表 42 2005-2011年第一季度中国移动通信手持机产量统计	83
图表 43 2011年1-3月中国移动通信手持机产量分省市统计表	83
图表 44 2011年1-3月中国移动通信手持机产量分布图	84
图表 45 2011年4月中国智能手机市场品牌关注比例分布情况	84
图表 46 2011年3-4月中国智能手机市场品牌关注比例对比	85
图表 47 2011年4月中国智能手机市场最受关注产品及其参数	86
图表 48 2006-2013年中国智能手机销量及预测图	87
图表 49 2006-2013年中国山寨手机的市场规模及预测	89
图表 50 中国手机切客服务网站状况	91
图表 51 2010年中国手机切客服务品牌集中度情况	92
图表 52 FOURSQUARE用户激励策略图	92
图表 53 2010年FOURSQUARE电影院内签到分布图	93
图表 54 FOURSQUARE一天内签到统计图	93
图表 55 2009-2013年中国移动互联网主要细分行业构成	93
图表 56 中国手机开发者开发移动应用领域调情况	94
图表 57 2008-2013年全球ANDROID开发者数量规模及趋势	95
图表 58 2008-2013年中国ANDROID开发者数量及趋势	95
图表 59 2008-2013年中国手机用户规模增长趋势	134
图表 60 2002-2011年中国手机产量增长及预测表	135

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家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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tongxun1109/T028532AIH.html>