



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国手机连锁市场 盈利预测及投资战略咨询报告

一、调研说明

《2011-2015年中国手机连锁市场盈利预测及投资战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/155532.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

内容提示

通过对手机连锁行业进行深入的调查研究，结合国家统计局、工商、税务、海关、各级行业协会及专业调研机构等部门的数据、资料以及现阶段的宏观经济和政策环境，采用文案调研、电话访谈、实地调研等多种调研方式，以"数据+图表+论述"的形式，对手机连锁行业的发展状况进行了全面的总结论述，在此基础上对手机连锁行业的发展趋势进行了深层次、多角度的分析、预测和论证。

（报告以具体数据为基础，辅助以定量与定性分析相结合，在深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息同时采用统计图表、分析图示等多种形式将结果清晰、直观的展现出来，以方便读者解读分析。报告内容涉及手机连锁行业的国内外及周边地区的发展概况、产业集群、市场规模、需求和供给、价格、市场集中度、竞争格局、用户需求、产业链上下游、渠道、进出口状况……等，并对手机连锁行业规模以上竞争企业进行了详细的调查研究，同时分析了当前全球金融危机、我国扩大内需政策和经济刺激方案对手机连锁行业的发展影响，报告最后还对手机连锁行业的营销、投资、应对金融危机等给出了专家意见。）

本报告有助于企业和投资机构准确了解目前手机连锁行业的发展现状和趋势，把握手机连锁行业发展所面临的优势、劣势、机会和威胁，抓住潜在的投资机会。（在报告的附件里赠送有全国规模以上手机连锁行业竞争企业的信用状况及财务数据，）是企业和投资机构进行投资决策的重要参考依据。

第一篇 手机连锁业动态聚焦篇

第一章 2009-2010年世界手机连锁产业运行态势分析

第一节 2009-2010年世界手机连锁产业运行环境分析

一、全球经济对手机产业的影响

二、发达国家的手机普及情况

三、全球手机品牌的占有率

第二节 2009-2010年世界手机连锁产业运行分析

一、全球手机销售渠道分布

二、手机制造企业销售渠道状况

三、手机连锁渠道所面临的压力

第三节 2011-2015年世界手机连锁产业新趋势分析

- 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

第二章 2009-2010年中国手机连锁产业运行环境分析

第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 2009年中国手机连锁市场政策环境分析

- 一、七大措施搞活流通扩大消费政策解析
- 二、手机准入政策求变
- 三、3G手机政策开始制定
- 四、相关政策法规

第三节 2009年中国手机连锁市场社会环境分析

- 一、居民消费情况
- 二、消费观念

第三章 2009-2010年中国手机连锁产业发展分析

第一节 2009-2010年中国手机连锁行业现状分析

- 一、中国手机连锁行业区域特性分析
- 二、中国手机连锁企业纷纷拓展电子商务模式
- 三、手机连锁行业从单一追求规模走向以整体盈利为目标

第二节 2009-2010年中国手机连锁行业动态分析

- 一、手机连锁上市破冰 恒波锁定中小板
- 二、手机连锁行业洗牌将加剧
- 三、手机连锁市场份额分析

四、华英雄手机连锁售后服务再升级

第三节 2009-2010年中国手机连锁产业规模分析

第四章 2009-2010年手机连锁行业投融资与并购透析

第一节 2009-2010年中国手机连锁行业投融资与并购背景分析

一、手机将发展成为个人移动信息终端

二、IT产品渠道整合

三、家电连锁渠道整合

四、移动运营商对手机产业得一体化整合

五、手机厂商与销售渠道的双方博弈

第二节 2009-2010年中国手机连锁行业投融资与并购现状分析

一、中国手机连锁行业投资规模分析

二、中国手机连锁行业投资特点分析

三、中国手机连锁行业投资回报分析

第三节 2009-2010年中国手机连锁行业投融资与并购动因分析

一、上游厂商

二、移动运营商

三、手机连锁企业

四、其他手机销售业态

第四节 中国手机连锁行业投融资与并购案例比较分析

第二篇 手机连锁业关联产业篇

第五章 2009-2010年中国连锁经营行业运行分析

第一节 2009-2010年我国连锁经营业现状分析

一、我国社会消费品零售现状分析

二、中国连锁业在变革中强势发展

三、连锁经营巨头单店销售概况

第二节 2009-2010年中国连锁经营与电子商务透析

一、中国电子商务市场亮点聚焦

二、电子商务与连锁经营的结合之路

三、连锁经营与电子商务结合的手段

四、连锁经营解决电子商务物流难题

第三节 2009-2010年中国农村连锁经营分析

- 一、连锁药店开始占领农村市场
- 二、农资物流连锁经营蕴含巨大商机
- 三、农村零售业实现连锁经营的措施
- 四、农村连锁成功经营的策略分析

第四节 2009-2010年中国连锁经营的热点问题探讨

- 一、我国连锁经营发展中的弊病
- 二、制约我国连锁经营发展的因素
- 三、中国企业实施连锁的六大困惑
- 四、对我国连锁经营发展的思考
- 五、加快发展我国连锁经营的方针
- 六、我国连锁经营企业的"越位"对策

第六章 2009-2010年中国手机产业运行分析

第一节 2009-2010年中国手机业运行总况

- 一、中国手机市场回顾
- 二、中国手机品牌分析
- 三、手机行业经营业绩分析

第二节 近几年中国手机产业数据监测

- 一、2006-2010年中国手机产业经济指标分析
- 二、2006-2010年5中国手机产量数据分析
- 三、2006-2009年中国无绳电话机进出口数据分析

第三节 2009-2010年中国手机消费发展状况分析

- 一、中国手机消费情况分析
- 二、一线城市手机消费分析
- 三、二三线城市手机的消费
- 四、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

第四节 2009-2010年中国手机行业售后服务分析

- 一、手机行业质量问题分析
- 二、中国手机售后服务调查
- 三、手机行业用户搜索热点简况

第五节 2009-2010年手机行业面临的机遇和挑战分析

第七章 2009-2010年中国手机营销渠道运行探析

第一节 2009-2010年手机渠道发展概况

- 一、手机渠道特点分析
- 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 2009-2010年中国手机市场渠道格局分析

- 一、渠道格局基本特征
- 二、国内生产厂家渠道策略
- 三、终端卖场对渠道变革的影响
- 四、国外厂家的渠道策略
- 五、运营商策略对渠道的冲击
- 六、国内代理商的应对策略
- 七、手机厂商、分销商与大型零售商之间博弈关系

第三节 2011-2015年中国手机市场渠道趋势分析

- 一、影响手机分销发展的四点因素
- 二、手机分销渠道发展的企业内部驱动力
- 三、2009-2010年手机连锁专业卖场转攻电子商务

第三篇 手机连锁业竞争态势篇

第八章 2009-2010年中国手机连锁行业竞争格局分析

第一节 2009-2010年中国手机连锁行业竞争分析

- 一、手机连锁市场竞争趋于白热化
- 二、手机连锁的差异性竞争
- 三、手机连锁与其他渠道竞争分析

第二节 2009-2010年中国手机连锁集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、区域集中度分析

第三节 2011-2015年中国手机连锁行业竞争趋势分析

- 一、手机连锁企业谋求资金支持
- 二、手机连锁企业盈利趋势分析

三、移动运营商营业厅连锁形式转变趋势分析

四、信息流、物流系统、现金流三者结合趋势分析

第九章2009-2010年中国手机连锁业外企业发展分析

第一节 国美

第二节 苏宁电器

第三节 大中

第四节 中国移动

第五节 中国联通

第六节 中邮普泰

第七节 天音通信

第十章 2009-2010年中国手机连锁优势企业竞争力对分析

第一节 中复电讯

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、企业经营状况

四、企业动态分析

五、企业发展规划

第二节 迪信通

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、企业经营状况

四、企业动态分析

五、企业发展规划

第三节 协亨

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、企业经营状况

四、企业动态分析

五、企业发展规划

第四节 广州龙粤

- 一、企业概况
- 二、企业核心竞争力
- 三、企业经营状况
- 四、企业动态分析
- 五、企业发展规划

第五节 北京金飞鸿

- 一、企业概况
- 二、企业核心竞争力
- 三、企业经营状况
- 四、企业动态分析
- 五、企业发展规划

第六节 北京天宇朗通

- 一、企业概况
- 二、企业核心竞争力
- 三、企业经营状况
- 四、企业动态分析
- 五、企业发展规划

第七节 中域

- 一、企业概况
- 二、企业核心竞争力
- 三、企业经营状况
- 四、企业动态分析
- 五、企业发展规划

第八节 恒波

- 一、企业概况
- 二、企业核心竞争力
- 三、企业经营状况
- 四、企业动态分析
- 五、企业发展规划

第九节 易天

- 一、企业概况
- 二、企业核心竞争力

- 三、企业经营状况
- 四、企业动态分析
- 五、企业发展规划

第四篇 手机连锁业前景预测篇

第十一章 2011-2015年中国手机连锁产业新趋势探析

第一节 2011-2015年我国手机需求预测分析

- 一、手机普及率与全球比较分析
- 二、手机行业发展空间
- 三、中国手机用户规模预测分析
- 四、中国手机产量预测分析
- 五、2011-2015年定制手机需求预测

第二节 2011-2015年中国手机连锁产业趋势分析

- 一、中国手机连锁发展规模预测
- 二、中国手机连锁发展方向分析
- 三、中国手机连锁发展成本预测
- 四、中国手机连锁市场盈利预测分析
- 五、中国手机连锁市场投融资与并购趋势

第十二章 2011-2015年中国手机连锁产业投资战略研究

第一节 2011-2015年中国手机连锁行业投资概况

- 一、手机连锁行业投资特性
- 二、手机连锁具有良好的投资价值
- 三、手机连锁投资环境利好

第二节 2011-2015年中国手机连锁投资机会分析

- 一、手机连锁投资热点
- 二、手机连锁投资吸引力分析

第三节 2011-2015年中国手机连锁投资风险及防范

- 一、金融风险分析
- 二、竞争风险分析
- 三、政策风险分析
- 四、市场运营机制风险

第四节 权威专家投资建议

图表名称：部分

图表 2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表 2010年一季度中国三产业增加值结构图

图表 2008-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表 2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 2000-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表 2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表 2005-2010年我国社会固定资产投资额走势图

图表 2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表 2005-2009年我国财政收入支出走势图

图表 2009年1月-2010年4月人民币兑美元汇率中间价

图表 2010年4月人民币汇率中间价对照表

图表 2009年1月-2010年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表 2009年1月-2010年3月中国货币供应量的增速走势图

图表 2001-2009年中国外汇储备走势图

图表 2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表 2008年12月23日中国人民银行利率调整表

图表 2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表

图表 我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表 2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表 2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表 2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表 2005-2009年中国就业人数走势图

图表 2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表 1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表 1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表 2009年人口数量及其构成

图表 1978-2009年中国城镇化率走势图

图表 2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表 2006-2010年1-5月份中国移动通信终端设备制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表 2006-2010年1-5月份中国移动通信终端设备制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表 2006-2010年1-5月份中国移动通信终端设备制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表 2006-2010年1-5月份中国移动通信终端设备制造企业总资产分析 单位：亿元

图表 2010年中国移动通信终端设备制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表 2010年中国移动通信终端设备制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表 2010年中国移动通信终端设备制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表 2010年中国移动通信终端设备制造行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表 2006-2010年1-5月份中国移动通信终端设备制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表 2006-2010年1-5月份中国移动通信终端设备制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表 2006-2010年1-5月份中国移动通信终端设备制造出口交货值分析 单位：亿元

图表 2006-2010年1-5月份中国移动通信终端设备制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表 2006-2010年1-5月份中国移动通信终端设备制造行业费用分析 单位：亿元

图表 2006-2010年1-5月份中国移动通信终端设备制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表 2006-2010年1-5月份中国移动通信终端设备制造行业主要盈利能力指标分析

图表 2006-2009年全国移动通信手持机产量分析

图表 2010年1-5月全国及主要省份移动通信手持机产量分析

图表 2010年1-5月移动通信手持机产量集中度分析

图表 苏宁电器主要经济指标走势图

图表 苏宁电器经营收入走势图

图表 苏宁电器盈利指标走势图

图表 苏宁电器负债情况图

图表 苏宁电器负债指标走势图

图表 苏宁电器运营能力指标走势图

图表 苏宁电器成长能力指标走势图

图表 中国联通主要经济指标走势图

图表 中国联通经营收入走势图

图表 中国联通盈利指标走势图

图表 中国联通负债情况图

图表 中国联通负债指标走势图

图表 中国联通运营能力指标走势图

图表 中国联通成长能力指标走势图

图表 天音通信主要经济指标走势图

图表 天音通信经营收入走势图

图表 天音通信盈利指标走势图

图表 天音通信负债情况图

图表 天音通信负债指标走势图

图表 天音通信运营能力指标走势图

图表 天音通信成长能力指标走势图

图表 略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/155532.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适

中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。