



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 电子血压计企业营销渠道设计市场分析及发展趋势研究报告（2007）

## 一、调研说明

《电子血压计企业营销渠道设计市场分析及发展趋势研究报告（2007）》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/36433.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

本报告采用环境分析法、SWOT分析法对电子血压计企业产品营销的实际情况进行了综合分析。首先研究了电子血压计企业产品市场前景和产品现有营销渠道以及渠道建设，为电子血压计企业完善营销渠道奠定了基础；其次，在此基础上本报告按照渠道设计的流程理论系统地提出电子血压计企业营销渠道目标为“迅速占领市场，提高市场占有率；降低营销成本，提高利润率”；再次，根据所制定的营销渠道目标对备选方案进行比较、筛选和评价之后，对备选方案的经济性标准、控制性标准和适应性标准进行了评估；最后，根据电子血压计企业实际情况，并结合长远利益目标最终确定电子血压计企业应该采取的营销的渠道（渠道设计），再通过对电子血压计企业现有营销人员和营销网络管理创新和制度再造，提高市场占有率（渠道管理）。本报告将结合本行业突出企业进行案例分析，为电子血压计企业进行营销渠道设计和管理提供经验参考和模式借鉴。

### 【 目 录 】

#### 第1章：导论

##### 第1节：研究的目的和意义

##### 第2节：研究内容和研究方法

#### 第2章：我国电子血压计市场及分销渠道现状分析

##### 第1节：我国电子血压计行业市场分析

###### 1.国内电子血压计市场容量分析

###### 2.需求结构与需求趋势分析

###### 3.国内电子血压计行业竞争状况分析

##### 第2节：国内电子血压计营销渠道现状分析

###### 1.营销渠道特征分析

###### 2.电子血压计营销渠道模式分析

#### 第3章：电子血压计企业营销渠道的现状与问题分析

##### 第1节：电子血压计企业SWOT分析

- 1.电子血压计企业优势分析
- 2.电子血压计企业劣势分析
- 3.电子血压计企业机会分析
- 4.电子血压计企业威胁分析

## 第2节：电子血压计企业营销渠道的现状与问题分析

- 1.电子血压计企业营销渠道的现状
- 2.电子血压计企业营销渠道的问题分析

## 第4章：营销渠道绩效评价指标体系的构建

### 第1节：营销渠道评价的一般程序

- 1.电子血压计企业渠道绩效评价要素的构成及计划的制定
- 2.渠道指标的设定
- 3.渠道评价的执行
- 4.渠道评价的反馈

### 第2节：电子血压计企业评价指标体系的构建原则

### 第3节：电子血压计企业营销渠道评价体系的构建

- 1.财务绩效评价
- 2.渠道安全评价
- 3.顾客满意评价
- 4.竞争能力评价
- 5.发展能力评价

### 第4节：营销渠道绩效评价结果分析

## 第5章：电子血压计企业营销渠道设计

### 第1节：营销渠道的设计理念

### 第2节：电子血压计产品营销渠道的设计原则与目标

### 第3节：电子血压计产品营销渠道的设计流程的理论优化

### 第4节：电子血压计营销渠道的模式分析

### 第5节：电子血压计营销渠道模式创新

- 1.渠道创新的必要性
- 2.电子血压计产品营销渠道模式创新—建立补充渠道
- 3.渠道模式创新方案的优劣分析

## 第6章：电子血压计企业产品营销渠道的管理

### 第1节：分销商管理

#### 1.选择分销商

#### 2.调整分销商

### 第2节：电子血压计企营销渠道冲突管理

#### 1.渠道冲突的类型

#### 2.多渠道冲突的管理方法

#### 3.电子血压计产品的窜货管理

#### 4.电子血压计产品的渠道价格管理

## 第7章：电子血压计产品市场销售效果及营销渠道管理改进

### 第1节：区域市场营销渠道管理的不足

### 第2节：分品牌、分型号操作的改进

#### 1.传统渠道方面的改进

#### 2.现代渠道方面的改进

### 第3节：营销渠道扁平化的改进

#### 1.终端方面的改进

#### 2.区域市场方面的改进

### 第4节：改进后区域市场销售效果估计与评价

## 结 论

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/36433.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](http://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。