

2020-2026年中国手机营销渠道行业市场运营模式 及竞争策略研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国手机营销渠道行业市场运营模式及竞争策略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202005/867999.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

智研咨询发布的《2020-2026年中国手机营销渠道行业市场运营模式及竞争策略研究报告》共七章。首先介绍了手机营销渠道行业市场发展环境、手机营销渠道整体运行态势等，接着分析了手机营销渠道行业市场运行的现状，然后介绍了手机营销渠道市场竞争格局。随后，报告对手机营销渠道做了重点企业经营状况分析，最后分析了手机营销渠道行业发展趋势与投资预测。您若想对手机营销渠道产业有个系统的了解或者想投资手机营销渠道行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 2019年中国手机销售渠道概述

1.1 市场规模与增长

1.1.1 市场规模与增长

1.1.2 用户规模与增长

1.1.3 市场基本特点

1.2 销售渠道规模与竞争结构

1.2.1 销售渠道规模与增长

1.2.2 销售渠道竞争结构

1.3 2019年销售渠道发展现状与特点

1.3.1 代理模式

1.3.2 FD模式

1.3.3 运营商定制

1.3.4 直供模式

第二章中国手机厂商渠道竞争策略研究

2.1 诺基亚

2.1.1 概述

2.1.2 渠道模式

2.1.3 渠道策略

2.2 摩托罗拉

2.2.1 概述

2.2.2 渠道模式

2.2.3 渠道策略

2.3 三星

2.3.1 概述

2.3.2 渠道模式

2.3.3 渠道策略

2.4 索爱

2.4.1 概述

2.4.2 渠道模式

2.4.3 渠道策略

2.5 LG

2.5.1 概述

2.5.2 渠道模式

2.5.3 渠道策略

2.6 联想

2.6.1 概述

2.6.2 渠道模式

2.6.3 渠道策略

第三章中国手机市场代理商/分销商研究

3.1 代理商整体态势

3.1.1 代理商简介

3.1.2 各代理分销利润分配

3.2 中邮普泰

3.2.1 概况

3.2.2 业务内容及增值服务

3.2.3 分销能力

3.2.4 SWOT

3.3 天音通信

3.3.1 概况

3.3.2 业务内容及增值服务

3.3.3 分销能力

3.3.4 SWOT

3.4 普天太力

3.4.1 概况

3.4.2 业务内容及增值服务

3.4.3 分销能力

3.4.4 SWOT

3.5 爱施德

3.5.1 概况

3.5.2 业务内容及增值服务

3.5.3 分销能力

3.5.4 SWOT

第四章中国手机市场-手机专业零售商分析

4.1 手机零售商整体态势

4.1.1 分销量

4.1.2 整体发展态势及策略分析

4.2 迪信通

4.2.1 概况

4.2.1 零售能力及市场占比

4.3 中复电讯

4.3.1 概况

4.3.1 零售能力及市场占比

4.4 中域电讯

4.4.1 概况

4.4.1 零售能力及市场占比

第五章中国手机市场-家电零售商分析

5.1 家电零售商整体态势

5.1.1 分销量

5.1.1 整体发展态势及策略分析

5.2 苏宁电器

5.2.1 概况

5.2.1 零售能力及市场占比

5.3 国美电器

5.3.1 概况

5.3.1 零售能力及市场占比

第六章 2019运营商定制渠道策略研究

6.1 中国移动

6.1.1 渠道策略

6.1.2 市场规模

6.2 中国电信

6.2.1 渠道策略

6.2.2 市场规模

6.3 中国联通

6.3.1 渠道策略

6.3.2 市场规模

第七章 2020-2026年中国手机市场渠道趋势分析及预测

7.1 渠道趋势分析 (ZY ZS)

7.1.1 手机厂商渠道趋势

7.1.2 渠道商发展趋势

7.1.3 运营商定制发展趋势

7.2 渠道规模及结构预测

7.2.1 销售渠道规模与结构

7.2.2 运营商定制规模预测

图表目录：

图表：2015-2019年中国手机用户数量及增长

图表：2015-2019年中国手机市场销量及增长率

图表：2015-2019年中国手机市场销售额及增长率

图表：2019年销量前十位品牌销量份额与销售额份额对比

图表：2015-2019年中国手机市场零售商数量及增长率

图表：2015-2019年主要中国手机渠道市场结构

图表：2015-2019年中国手机市场销量及增长率

图表：2015-2019年中国定制手机销量规模及增长率

图表：2015-2019年中国定制手机市场结构

图表：主要渠道模式市场份额

图表：2019年主要中国手机渠道市场结构

图表：传统代理模式示意图

图表：FD模式示意图

图表：直供模式示意图

图表：运营商定制模式示意图

图表：诺基亚渠道模式

图表：诺基亚各渠道结构

图表：摩托罗拉渠道模式

图表：摩托罗拉各渠道结构

图表：三星渠道模式

图表：三星各渠道结构

图表：索爱渠道模式

图表：中邮普泰组织架构

图表：中邮普泰业务范围

图表：天音通信组织架构

图表：天音通信业务范围

图表：普天太力组织架构

图表：普天太力业务范围

图表：爱施德组织架构

图表：爱施德业务范围

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202005/867999.html>