

2016-2022年中国麻将机行业分析及投资决策咨询报告

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

《2016-2022年中国麻将机行业分析及投资决策咨询报告》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/qtzzh1512/O62853DATJ.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2025-05-10

【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

报告说明:

博思数据发布的《2016-2022年中国麻将机行业分析及投资决策咨询报告》介绍了麻将机麻将机行业相关概述、中国麻将机麻将机产业运行环境、分析了中国麻将机麻将机行业的现状、中国麻将机麻将机行业竞争格局、对中国麻将机麻将机行业做了重点企业经营状况分析及中国麻将机麻将机产业发展前景与投资预测。您若想对麻将机麻将机产业有个系统的了解或者想投资麻将机麻将机行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

麻将机产业经过20年的发展，从最初的小作坊家庭生产到现在的规模化现代化生产经营，麻将机产业呈现蓬勃发展的趋势，生产量和销售量也随之迅速增加，据不完全统计，目前，具有一定生产能力和销售规模的整机和配套企业500多家，经销商15000余名，整个产业从业人员在10万人左右，年产值几十亿元。目前在中国麻将机产业内，长江三角洲与珠江三角洲占据了供应链中90%以上的关键资源，形成庞大的产业力量。珠江三角洲与宁沪杭为中心形成双翼，带动整个产业不断发展。长江三角洲地区主要以浙江、上海、江苏等省市为主，珠江三角洲地区则以广东为中心。随着地方经济的发展，麻将机企业也逐步向消费者靠拢，仅仅是集中在几大生产集中地已经不能满足麻将机企业的需要和市场需求。近两年，安徽、河北、贵州、江西、河南、山东、湖南、湖北等地也开始逐步发展起来，麻将产业的生产集中地开始向内地扩散，将迎来新一轮的生产格局的变化和争夺。

全国的麻将机市场主要分布有三个梯度。处于第一梯度的地区有广东、广西、湖南、湖北等省份，相对来说，这些地区因为政策比较宽，利润高，销量大而市场活跃，属于麻将机市场的普及区。尤其在广东，麻将机市场非常活跃，全国各地的麻将机品牌都在这里代理商，且广东经济发达，市场需求量。但是，广东有个弱势，人员流动性大，导致客户很少注重品牌，基本上都是价位第一。成都、重庆、郑州、河南、陕西等地区位于麻将机市场的第二梯度。这些地区是具有较为悠久的麻将文化传统，具有深厚的市场潜力。目前，这些地区的市场潜力正在释放，在全国市场的所占比重不断扩大。四川具有很好的市场传统，消费者认可度高，专业性强。在重庆，麻将机很普及，甚至在飞机上都能听到麻将声。位于第三梯度的是浙江、江苏等华东地区，这里是麻将机的生产集中地，然而这里生产的麻将机却源源不断地输送到全国各地，其本身的市场比重反而不高；处于末端的是东北、河北、内蒙、北京等地，因为政策比较紧，这里的麻将机市场不太好。2013年我国麻将机的销量为314万台，而到了2014年我国麻将机的销量达到了329万台。2015年1-9月麻将机销量达到347万台。

本行业报告参考国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、报告网、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过与国际同步的市场评估工具、理论和模型撰写而成。全面而准确地为

您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个麻将机行业的市场走向和发展趋势。

报告目录：

第一部分 麻将机行业运行现状

第一章 麻将机行业发展概述

第一节 行业界定

一、麻将机定义及分类

1、麻将机定义

2、麻将机分类

二、麻将机行业经济特性

三、产业链模型介绍及麻将机产业链图分析

第二节 麻将机行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

1、行业周期简介

2、麻将机企业周期研判

二、行业中外市场成熟度对比

第三节 麻将机行业相关产业动态

第四节 麻将机市场特征

第二章 2014-2015年中国麻将机行业技术和经济环境发展分析

第一节 中国麻将机行业技术发展现状

第二节 麻将机行业技术专利情况

第三节 麻将机行业技术特点分析

第四节 麻将机行业技术发展趋势分析

第五节 我国的经济环境分析

一、国内生产总值

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

- 六、居民消费价格变化分析
- 七、我国经济运行问题分析
- 八、我国宏观经济发展趋势分析

第二部分 麻将机行业策略研究

第三章 麻将机市场推广策略研究

第一节 麻将机行业新品推广模式研究

一、网络推广

- 1、搜索引擎优化及竞价排名
- 2、专业类网站宣传
- 3、微博及博客推广
- 4、邮件群发
- 5、信息发布

二、线下推广

- 1、新品发布会
- 2、展览会
- 3、车身广告
- 4、墙体广告
- 5、邮寄DM单
- 6、发宣传单、活动宣传
- 7、视频宣传

第二节 麻将机市场终端产品发布特点

- 一、产品背景
- 二、市场活动方案
- 三、媒体推广方案
- 四、售后跟踪

第三节 麻将机市场中间商、代理商分类与参与机制

- 一、代理商分类
- 二、麻将机市场中间商、代理商参与机制
 - 1、中间商的重要性
 - 2、选择中间商的原则
 - 4、选择中间商的条件

4、合格中间商的判别标准

第四节 麻将机市场网络推广策略研究

一、网络推广方法

二、麻将机推广

三、麻将机网络推广方案

四、麻将机网络推广方针

第五节 麻将机市场广告宣传策略

第六节 麻将机市场推广与配套供货渠道建立

第七节 麻将机新产品推广常见问题

第八节 直销模式在麻将机推广过程中的应用

第九节 国外麻将机市场推广经验介绍（欧美、韩日市场）

一、欧洲

二、美国

三、韩国

四、日本

第四章 麻将机盈利模式研究

第一节 麻将机市场盈利模式的分类

第二节 麻将机生产企业的盈利模式研究

一、产品盈利模式

二、产业标准盈利模式

三、速度领先盈利模式

四、成本占优盈利模式

第三节 麻将机经销代理商盈利模式研究

一、关系服务模式

二、团购模式

第四节 盈利模式对市场推广策略选择的影响

第五节 经销网络盈利模式研究与改进

一、淘宝模式

二、京东模式

三、海尔模式

四、独立经销网络盈利模式

第六节 第三方经销网络优化管理研究

一、网络优化的意义

二、优化方案

三、优化建议

第五章 麻将机营销渠道建立策略

第一节 麻将机市场营销渠道结构

一、垂直营销渠道

二、水平渠道

三、伙伴型渠道

四、松散型渠道

第二节 麻将机市场伙伴型渠道研究

一、伙伴型营销渠道的特点

二、伙伴型营销渠道的层次分析

三、伙伴型营销渠道的优势分析

四、伙伴型营销渠道关系的构建方法

五、伙伴型营销渠道关系的构建应遵循的原则

第三节 麻将机市场直接分销渠道与间接分销渠道管理

一、直接分销渠道

二、间接分销渠道（长渠道、短渠道）

1、长渠道

2、短渠道

三、宽渠道营销、窄渠道营销分析

1、宽渠道营销

2、窄渠道营销

第四节 大客户直供销售渠道建立策略

第五节 经销渠道优化分析

一、营销渠道设计上的问题

二、营销渠道管理中存在的问题

三、营销渠道优化策略

第六节 渠道经销管理问题

一、现金流管理

- 1、现金流的 manages 的内容
- 2、现金流的 manages 的特征
- 3、现金流的 manages 的策略
- 4、建立现金流管理的全面控制体系

二、货品进出物流管理

- 1、物流管理的目的
- 2、物流管理的核心价

三、售后服务

- 1、售后服务的作用
- 2、服务体系
- 3、服务要点
- 4、做好售后服务的策略分析

第七节 渠道经销商维护策略研究

- 一、梳理与优化网络
- 二、建立渠道评估体系
- 三、产品结构与渠道销量的匹配度
- 四、维护好客情关系
- 五、分销渠道的维护策略

- 1、为分销商争取资源支持
- 2、着眼即时与长短激励
- 3、建立客户动态评估体系
- 4、开展赚钱的培训
- 5、结合战场配备枪弹
- 6、客情沟通执行到位
- 7、借鉴新型合作模式
- 8、梦想兑现现实

第八节 麻将机经销商发展的十大障碍

第九节 经销商应对未来策略分析

第六章 麻将机市场客户群研究与渠道匹配分析

第一节 麻将机主要客户群消费特征分析

- 一、我国城市居民家庭地区消费模式划分

二、我国麻将机客户群消费特征

第二节 麻将机主要销售渠道客户群稳定性分析

第三节 大客户经销渠道构建问题研究

一、面向客户的大客户销售特征

二、大客户经销渠道构建

第四节 网客户渠道化发展建议

第五节 渠道经销商维护策略研究

一、梳理与优化网络

二、建立渠道评估体系

三、产品结构与渠道销量的匹配度

四、维护好客情关系

第六节 麻将机市场客户群消费趋势与营销渠道发展方向及策略

一、麻将机市场客户群消费趋势

二、麻将机营销渠道发展方向

三、麻将机营销渠道投资策略

第三部分 麻将机行业市场竞争分析

第七章 2011-2015年中国麻将机行业主要数据监测分析

第一节 2011-2015年中国麻将机行业数据分析

第二节 2014-2015年中国麻将机行业不同规模企业数据分析

第三节 2011-2015年中国麻将机行业不同所有制企业数据分析

第四节 中国麻将机沧桑巨变

一、萌芽期

二、发展期

三、转型期

第八章 2015年中国麻将机行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、国内企业竞争格局

二、国外企业市场份额

三、行业企业区域分布

第二节 麻将机行业集中度分析

一、行业市场销售集中度分析

二、行业区域消费集中度分析

第三节 中国麻将机行业SWOT模型分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

第九章 2014-2015年中国麻将机行业上下游分析及其影响

第一节 2015年中国麻将机行业上游发展及影响分析

一、中国麻将机行业上游运行现状分析

1、三聚氰胺甲醛树脂

2、压克力

3、钢铁

4、集成电路板

二、上游对本行业产生的影响分析

第二节 2015年中国麻将机行业下游发展及影响分析

一、2015年中国麻将机行业下游运行现状分析

二、下游对本行业产生的影响分析

第三节 麻将机行业相关行业分析

一、空气净化器

二、取暖器

第四部分 麻将机行业投资分析

第十章 2016-2020年麻将机行业发展及行业前景调研分析

第一节 麻将机行业市场规模与预测分析

一、2012-2015年9月我国麻将机行业市场规模

二、2016-2020年我国麻将机行业市场规模预测

第二节 麻将机行业供需规模与预测分析

一、2012-2015年9月我国麻将机行业供需规模

二、2016-2020年我国麻将机行业麻将机行业供需规模预测

第三节 中国麻将机行业五力分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第四节 2016-2020年我国麻将机行业投资环境分析

第五节 2016-2020年我国麻将机行业前景展望分析

第六节 2016-2020年我国麻将机行业盈利能力预测

第十一章 2016-2020年中国麻将机行业投资策略及投资建议分析

第一节 麻将机行业投资策略分析

- 一、坚持产品创新的领先战略
- 二、坚持品牌建设的引导战略
- 三、坚持工艺技术创新的支持战略
- 四、坚持市场营销创新的决胜战略
- 五、坚持企业管理创新的保证战略
- 六、品牌经营—麻将机产业的新核武器

第二节 麻将机行业市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 麻将机行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划
- 八、企业品牌研究

- 1、企业品牌重要性
- 2、麻将机实施品牌战略的意义
- 3、麻将机企业品牌的现状分析
- 4、我国麻将机企业的品牌战略
- 5、麻将机品牌战略管理的策略

第四节 我国麻将机企业竞争策略分析

- 一、提高企业核心竞争力的对策
- 二、影响企业核心竞争力的因素及提升途径
 - 1、影响企业核心竞争力的因素
 - 2、提升企业核心竞争力的有效途径
- 三、提高企业竞争力的策略
 - 1、建立现代企业制度和先进的企业文化。
 - 2、以技术创新保证企业有持久的核心技术
 - 3、建立健全人才储备，保证企业发展所需要的各种人才
 - 4、实施企业战略管理
 - 5、用服务打造品牌是提高企业核心竞争力的重要手段

第五节 2016-2022年中国麻将机生产及销售投资运作模式探讨

- 一、国内生产企业投资运作模式
- 二、国内营销企业投资运作模式
- 三、外销与内销优势分析
 - 1、外销优势
 - 2、内销优势

第六节 2016-2022年中国麻将机行业发展建议

第七节 2016-2022年中国麻将机行业投资建议

图表目录：

图表：麻将机产业链图

图表：麻将机企业成长阶段特点及判断标准

图表：2012-2015年9月我国麻将机行业技术专利情况

图表：2008-2015年2季度国内生产总值同比增长率

图表：2010-2014年我国工业增加值及其增长速度

图表：2009年—2015年2季度工业增加值及其月度累计同比增长率

图表：2010-2014年我国全社会固定资产投资

图表：2009年—2015年2季度城镇固定资产月度累计投资同比增长率

图表：2013年—2015年2季度按地区分城镇固定资产月度累计投资同比增长率

图表：2013年—2015年2季度按地区分城镇固定资产月度累计投资同比增长率

图表：2013年—2015年2季度按地区分城镇固定资产月度累计投资同比增长率

图表：2010-2014年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比

图表：2010-2014年我国工业增加值及其增长速度

图表：2009年—2015年2季度CPI、PPI当月同比变化

图表：2009年—2015年5月企业商品价格月度指数

图表：2011-2015年9月中国麻将机行业企业数量

图表：2011-2015年9月中国麻将机行业利润率

图表：2014-2015年1-9月中国麻将机行业不同规模企业数量

图表：2014-2015年1-9月中国麻将机行业不同规模企业利润率

图表：2014-2015年1-9月中国麻将机行业不同所有制企业数量

图表：2014-2015年1-9月中国麻将机行业不同所有制企业利润率

图表：2011-2015年6月国外麻将机企业在我国市场份额

图表：2014年麻将机行业市场销售集中度

图表：2014年麻将机行业区域消费集中度

图表：2012-2015年9月我国麻将机行业市场规模

图表：2016-2020年我国麻将机行业市场规模及增长率

图表：2012-2015年9月我国麻将机行业销售规模

图表：2012-2015年9月我国麻将机行业生产规模

图表：2016-2020年我国麻将机行业麻将机行业销售规模

图表：2016-2020年我国麻将机行业麻将机行业生产规模

图表：2016-2020年我国麻将机行业利润率

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1512/O62853DATJ.html>