



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国家电连锁产业 运行态势及投资前景预测分析报 告

一、调研说明

《2009-2012年中国家电连锁产业运行态势及投资前景预测分析报告》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/127247.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

第一章 2008-2009年世界家电连锁产业运行状况分析

第一节 2008-2009年世界家电连锁产业发展格局

一、世界家电连锁产业发展分析

二、世界家电连锁兼并重组分析

三、世界家电连锁产业发展特点

第二节 2008-2009年世界主要国家家电连锁产业分析

一、美国家电连锁成功的实证分析

二、日本家电连锁行业发展状况

三、德国家电连锁市场概况

第三节 2009-2012年世界家电连锁产业发展趋势分析

第二章 2008-2009年中国家电行业运行综述

第一节 2008-2009年中国家电产业概况

一、中国家电产业发展回顾

二、中国家电产业取得的主要成就

三、中国家电制造向世界强国靠拢

四、中国三大家电产业群发展透析

第二节 2008-2009年中国家电市场分析

一、2008年家电主要产品市场状况

二、中国家电市场的竞争格局

三、家电消费市场向农村及海外转移

四、家电企业向农村市场转移

五、中低端消费群体成家电市场主体

第三节 2008-2009年中国家电行业的主要问题

一、中国家电业低价优势不在

二、中国家电行业问题重重

三、家电企业发展艰辛渐脱离主业

四、家电行业营销中存在的误区

第四节 2008-2009年中国家电市场营销策略

一、家电生产企业自建渠道的策略

二、家电企业终端市场销售策略

三、家电企业营销新策略

第三章 2008-2009年中国家电连锁产业运行环境分析

第一节 2008-2009年中国家电连锁产业政策分析

- 一、《连锁店经营管理规范意见》
- 二、《家电专业店经营规范》
- 三、《零售商供应商公平交易管理办法》

第二节 2008-2009年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、中国经济受金融危机影响分析
- 三、工业发展形势分析

第三节 2008-2009年中国家电连锁产业社会环境分析

第四章 2008-2009年中国家电连锁行业运行形势分析

第一节 2008-2009年中国家电连锁行业发展概况

- 一、家电连锁行业发展的三个阶段
- 二、推动家电连锁业发展的原因
- 三、中国家电连锁业的扩张及影响

第二节 2008-2009年中国家电连锁行业存在的问题

- 一、家电连锁企业大本营成空心状态
- 二、家电连锁企业与厂商关系恶化
- 三、家电连锁业人才匮乏
- 四、家电连锁业标准缺失
- 五、家电连锁业缺乏长期战略规化

第三节 2008-2009年中国家电连锁行业的发展策略

- 一、家电连锁业的发展对策
- 二、家电连锁的业态融合策略

第五章 2008-2009年中国家电连锁市场运行动态分析

第一节 2008-2009年中国家电连锁市场概况

- 一、高端电器成家电连锁市场新卖点
- 二、家电连锁试水多元化经营

三、家电连锁五大巨头市场经营特色及战略透析

第二节 2008-2009年中国家电连锁二三级市场分析

一、家电各级市场流通形式及厂商关系分析

二、家电连锁企业拓展二三级市场遇到的困难

三、家电连锁拓展二三级市场的策略

第三节 2008-2009年中国家电连锁市场营销分析

一、家电连锁体验营销的意义及手法

二、家电连锁卖场新年营销含义及策略

三、中国家电连锁企业营销存在的不足

第四节 2008-2009年中国家电连锁市场存在的问题及策略

一、家电连锁的资金面临危机

二、家电连锁从家电厂商处获取利润

三、中国家电连锁盈利能力下降

四、家电连锁市场腐化现象严重

五、家电连锁全面占领市场有待时日

六、家电连锁应积极挖掘新的利润来源

第六章 2008-2009年中国家电连锁的业态分析

第一节 家电连锁业态相关概述

一、普通店的概念

二、旗舰店的定义及分类

三、家电连锁主题店特征及定位

四、家电连锁"3C+"相关概念

第二节 旗舰店

一、家电连锁企业开设旗舰店的原因

二、家电旗舰店的发展状况

三、中国家电旗舰店的特征

四、家电旗舰店开设对厂商的影响

五、家电旗舰店建设需注意的事项

六、家电旗舰店的正确定位及发展方向

第三节 3C+

一、家电连锁3C店发展状况

- 二、3C模式成家电连锁主要利润增长点
- 三、家电连锁拓展3C领域的优势
- 四、3C模式使家电连锁企业与PC企业双赢
- 五、家电连锁经营3C业务对IT业的影响

第七章 2008-2009年中国主要地区家电连锁市场运行格局分析

第一节 北京

- 一、家电连锁企业进入北京市场的战略意义
- 二、北京家电连锁市场发展状况
- 三、北京家电连锁业大力发展旗舰店
- 四、家电连锁巨头在北京选址的策略比较

第二节 上海

- 一、上海家电连锁零售市场发展回顾
- 二、上海家电连锁市场竞争加剧
- 三、上海家电连锁门店布局不合理

第三节 深圳

- 一、深圳家电连锁企业发展状况
- 二、深圳家电连锁企业竞争升级
- 三、家电连锁给深圳家电及零售业带来的影响

第四节 南京

- 一、苏宁与国美争夺南京市场矛盾激化
- 二、家电连锁企业南京市场竞争状况
- 三、南京家电连锁企业推行会员制

第五节 成都

- 一、成都家电连锁市场发展概况
- 二、成都主要家电连锁企业重点打造旗舰店

第六节 其他地区

- 一、东莞家电连锁企业创新营销手法
- 二、天津家电连锁企业开店状况
- 三、苏宁在广州市场开店状况及发展重点

第八章 2008-2009年中国家电连锁市场竞争格局分析

第一节 2008-2009年中国家电连锁竞争概况

- 一、家电连锁业竞争日趋激化
- 二、家电连锁巨头展开资本大战
- 三、家电连锁企业竞争同质化

第二节 2008-2009年中国家电制造业与家电连锁的竞争

- 一、家电大品牌逐步脱离家电连锁行业
- 二、TCL进军家电连锁市场
- 三、长虹打造"乐家易"进入家电连锁市场

第三节 2008-2009年中国家电连锁企业提升竞争力的策略

- 一、家电连锁竞争升级的重要性及策略
- 二、家电连锁企业提高单店经营质量的措施
- 三、家电连锁企业整合及扩张的策略
- 四、家电连锁企业应与供应商双赢
- 五、家电连锁企业淡季销售策略

第九章 近年来家电连锁业并购案例及国外主要家电连锁企业运行分析

第一节 近年来家电连锁并购案例分析

- 一、国美托管大中
- 二、百思买并购五星
- 三、国美收购易好家
- 四、国美永乐合并

第二节 2008-2009年国外主要家电连锁企业分析

- 一、百思买 (Best Buy)
- 二、电路城 (Circuit City)
- 三、日本山田电机
- 四、日本小岛电气

第十章 2008-2009年中国家电连锁产业优势企业竞争力分析

第一节 苏宁电器股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司主要数据指标分析
- 三、公司竞争力分析

四、公司未来发展战略分析

第二节 三联商社股份有限公司

一、公司概况

二、公司主要数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来发展战略分析

第三节 国美电器

一、公司概况

二、2008-2009年公司经营状况分析

三、公司竞争力分析

第四节 五星

一、公司概况

二、2008-2009年公司经营状况分析

三、公司竞争力分析

第五节 顺电

一、公司概况

二、2008-2009年公司经营状况分析

三、公司竞争力分析

第六节 略。。。。。。。。。

第十一章 2009-2012年中国家电连锁业前景预测分析

第一节 2009-2012年中国家电行业发展趋势分析

一、"十一五"家电产业发展思路及目标

二、未来家电产品发展趋势

三、家电市场需求预测分析

第二节 2009-2012年中国家电连锁业发展展望

一、中国家电零售连锁市场发展空间大

二、家电连锁业发展趋势分析

三、未来中国家电连锁市场发展趋势

第三节 2009-2012年中国家电连锁业市场盈利预测分析

第十二章 2009-2012年中国家电连锁产业投资机会与风险分析

第一节 2009-2012年中国家电连锁产业投资环境分析

一、宏观经济预测分析

二、金融危机影响分析

第二节 2009-2012年中国家电连锁产业投资机会分析

第三节 2009-2012年中国家电连锁产业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、政策风险

三、进入退出风险

第四节 专家投资建议

图表名称：部分

图表 中国主要家用电器产量

图表 中国主要家电产品出口量

图表 2007年1-5月国内音响市场销量对比

图表 2007年1-5月中国主要音响品牌市场零售量比较

图表 2007年1-4月中国空调零售额与上年同比变化幅度

图表 2006年洗衣机不同类型产品市场占有率

图表 2005年5月全国重点大型零售企业洗衣机销售情况

图表 2006-2007年主要家电产品产量

图表 2006-2007年中国家电业产值及销售收入

图表 2006-2007年家用电力器具行业应收帐款情况

图表 2006-2007年家用电动器具的产成品存货占用资金情况

图表 2002-2007年家用电器出口额、进口额

图表 2001-2007年家电行业分季度出口额

图表 2006-2007年部分家电产品出口量

图表 2006-2007年出口额超过10亿美元的家电产品

图表 2001-2007年冰箱压缩机净进口量

图表 2001-2007年空调压缩机净进口量

图表 2006-2007年中国家电出口变化情况

图表 2006-2007年中国家电进口变化情况

图表 2007年1-12月累计中国家电出口地区分布

图表 2007年1-12月累计中国家电出口产品结构情况

图表 2007年主要家用电器产品产量

图表 2007年主要家用电器产品出口量

图表 2007年主要家用电器产品进口量

图表 2007年国内空调高、中、低端产品市场份额情况

图表 2007年部分家电连锁企业经营情况

图表 2008年上半年家电连锁企业经营情况统计表

图表 家电连锁业发展门店分布表

图表 国美在部分城市门店数

图表 家电连锁企业分类市场开店具体战略规划

图表 2005年北京家电门店分布图

图表 家电产品销售淡旺季情况

图表 Best Buy创业发展期的主要事件

图表 Best Buy财年经营绩效指标

图表 美国上市的连锁家电零售商财年主要指标对比

图表 Best Buy高速扩张期的主要事件

图表 Best Buy整固提高期的主要事件

图表 美国录像机的销售额及占家用品的比重

图表 Best Buy经营结构的变化

图表 Best Buy经营结构的变化

图表 Best Buy不同时期推行的店铺概念

图表 Circuit City的主要购并活动和业务变迁

图表 2007年国美门店总数、总营业面积及每平方米销售额较上年变化状况

图表 2004-2009年第1季度苏宁电器股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表 2004-2009年第1季度苏宁电器股份有限公司净利润增长趋势图

图表 2004-2009年第1季度苏宁电器股份有限公司利润率走势图

图表 2004-2009年第1季度苏宁电器股份有限公司盈利能力指标表

图表 2004-2009年第1季度苏宁电器股份有限公司偿债能力指标表

图表 2004-2009年第1季度苏宁电器股份有限公司成长能力指标表

图表 2004-2009年第1季度苏宁电器股份有限公司经营能力指标表

图表 2004-2009年第1季度三联商社股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表 2004-2009年第1季度三联商社股份有限公司净利润增长趋势图

图表 2004-2009年第1季度三联商社股份有限公司利润率走势图

图表 2004-2009年第1季度三联商社股份有限公司盈利能力指标表

图表 2004-2009年第1季度三联商社股份有限公司偿债能力指标表

图表 2004-2009年第1季度三联商社股份有限公司成长能力指标表

图表 2004-2009年第1季度三联商社股份有限公司经营能力指标表

图表 2009-2012年中国家电连锁业发展展望

图表 2009-2012年中国家电连锁业市场盈利预测分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/127247.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提供专业投资咨询报告、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。