



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国家电连锁业投资分析及深度研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年中国家电连锁业投资分析及深度研究咨询报告》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/133470.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

→内容简介

中国家电传统零售渠道主要分为百货商场、专业连锁店、大型超市、品牌专营或专卖店以及电器城等业态。在上述各种流通形态中，2000年开始，专业家电连锁凭借着家电销售领域的三大优势：价格较低，成本低、商业品牌的扩展性强，知名度高而迅速崛起。国美电器、苏宁电器、永乐电器三大家电连锁巨头在中国地区的不断扩张发展，其市场占有率不断提高。从2006-2008年的三年间，家电连锁行业遭遇了以国美、苏宁、永乐为代表的家电连锁企业疯狂扩张和10多次的收购兼并，行业格局也由国美、苏宁、永乐、大中"四大天王"割据到"三国志"一统天下，最终形成了"美苏"双雄对峙的竞争格局。

目前，以国美、苏宁为首的连锁卖场几乎垄断一、二级市场，其中占有一级市场超过80%。2008年度，国美在收购永乐、大中后，在全国市场的网络数量达到1300家，覆盖全国200多个城市，在家电连锁业的地位遥遥领先其他品牌。苏宁2008年度一年开店接近200家，截止目前其门店数量增至约850家，覆盖全国190多个地级以上城市，销售规模年超过千亿元。过去3年间，这两家企业的复合增长率均在60%以上，在中国连锁百强排行榜中均处于前三名的位置。另外，被百思买收购的五星卖场数量也有166家。济南三联卖场网络数量也近200家，重庆商社、武汉工贸网络数量都超过40家，连锁卖场门店总数约有2500家。然而，在如此规模和速度的扩展下，家电连锁业出现了盈利能力底、单店效益下降、管理水平不高以及和家电生产厂家矛盾加剧等一系列问题。在2008年度以国美、苏宁为首的连锁卖场，改变了以往疯狂扩张的策略，改为低调扩张，高调整合策略，从门店经营规模上升到经营质量，以实现在恶劣的竞争环境中持续发展的动力。连锁卖场经营策略的调整，不仅是为自身健康发展的需要，还是为今后继续向三、四级市场扩张作准备，同时也为经济全球化发展下的竞争在作准备。

面向全球，金融危机对全球实体经济确实产生了不小的冲击，尤其是中国家电企业的出口出现明显下滑。面向国内，内需市场虽然出现增速放缓迹象，但增长趋势并未改变。而且在国家刺激内需政策、家电下乡政策等推动下，2009年至2010年，中国家电内需市场即使增速放缓，总量仍将保持在8000亿元以上，可供包括国美、苏宁在内的家电厂商发展的空间还很大。预计到2010年，国美、苏宁两家连锁巨头将占市场份额的比例达到70%以上。连锁寡头形成后，发展重点慢慢倾向技术升级和结构调整。可以说，目前正是中国家电连锁行业发展的关键时期，在当前局势下认识局势掌控方向，对家电连锁行业所处环境和未来的发展态势予以翔实的剖析，无论是对于中国家电连锁行业的长远发展，还是对家电连锁行业在具体工作中的突破都具有积极的指导作用。那么，在当前家电连锁行业发展形势下，我国家电连锁企

业该如何分析当前行业发展形势、把握未来市场发展方向，及时调整产品结构和根据行业趋势制定发展战略呢？

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家商务部、国家海关总署、国家工业和信息化部、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国家电行业协会、国内外相关刊物的基础信息以及家电连锁行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于世界家电连锁行业整体发展大势，对中国家电连锁行业的发展情况、主要细分市场、区域市场、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来家电连锁行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了家电连锁行业今后的发展与投资策略，为家电连锁企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

→报告目录

第一部分 行业发展环境分析

第一章 家电连锁行业发展环境分析 1

第一节 经济发展环境分析 1

一、2008年我国宏观经济运行情况 1

二、2008-2009年我国宏观经济景气指数分析 20

三、2008-2009年我国固定资产投资 26

四、2009年我国经济走势分析 33

五、2009-2012年我国宏观经济形势分析 36

第二节 政策法规环境分析 39

一、家电行业的调整和振兴规划 39

二、家电下乡政策 39

三、家电节能补贴政策 40

四、家用电器行业以旧换新政策 41

第三节 社会发展环境分析 42

一、人口规模与年龄结构分析 42

二、学历结构分析 43

三、2008-2009年我国居民收入水平 43

- 四、2009年消费者信心指数分析 46
- 五、2009年居民生活水平分析 49
- 六、2009年零售市场情况分析 60

第二部分 国外行业发展分析

第二章 世界家电连锁产业发展形势分析 63

第一节 有关家电连锁产业发展形式分析 63

- 一、直营连锁 64
- 二、特许连锁 65
- 三、自由连锁 66

第二节 2008-2009年世界家电连锁产业发展分析 66

- 一、2008-2009年世界家电连锁产业发展分析 66
- 二、2008-2009年世界家电连锁兼并重组分析 67
- 三、2008-2009年国外家电连锁产业发展特点与借鉴价值 69

第三节 2008-2009年主要国家地区家电连锁产业发展分析 70

- 一、2008-2009年美国家电连锁产业发展分析 70
- 二、2008-2009年英国家电连锁产业发展分析 71
- 三、2008-2009年日本家电连锁产业发展分析 72

第三章 世界著名家电连锁企业发展分析 77

第一节 百思买 77

- 一、企业概况 77
- 二、竞争优势 77
- 三、公司历史 81
- 四、2008-2009年经营状况 82
- 五、公司在中国的发展 85

第二节 日本小岛电器 87

- 一、企业概况 87
- 二、2008-2009年公司经营情况 87
- 三、2009年公司动态 88

第三节 日本山田电机 88

- 一、企业概况 88

二、2009年5月公司经营情况 89

三、2009年公司动态 89

第三部分 国内行业发展分析

第四章 中国家电连锁行业发展分析 91

第一节 中国家电连锁发展现状 91

一、中国家电连锁发展现状 91

二、中国家电连锁发展成就 91

三、我国家电连锁发展特点 92

四、中国家电连锁发展走势 92

第二节 2008-2009年中国家电连锁发展问题 93

一、前台和后台发展脱节的问题 93

二、家电连锁的数量和质量之间如何达到平衡的问题 94

三、分散和管理的问题 95

四、发展速度和人才培养的问题 95

五、连锁的发展在规模扩张和资本的配套上的问题 95

六、竞争和竞合的关系处理问题 96

第三节 2008-2009年家电连锁业发展制约因素分析 96

一、粗放式经营因素 97

二、资源浪费因素 97

三、重复建设因素 98

第四节 家电连锁商向3C卖场全面转型的原因 99

第五章 中国家电连锁市场运行动态分析 101

第一节 我国家电连锁市场运行现状 101

一、家电连锁领跑优势明显 101

二、市场需求决定多元化并存 102

三、国美、苏宁着力3C升级 103

第二节 2009年我国家电连锁市场运行新情况 105

一、2009年8月我国家电连锁市场运行情况 105

二、2009年中国家电连锁涉足海外市场情况 106

第三节 2009年我国二三线城市家电连锁市场分析 107

- 一、2009年我国二三线城市家电连锁市场概况 107
- 二、2009年我国二三线城市家电连锁市场运行情况与问题 107
- 三、2009年我国二三线城市家电连锁市场发展对策 109
- 第四节 我国农村家电连锁行业市场运行分析 110
- 一、2009年我国农村家电连锁行业市场运行情况 110
- 二、我国农村家电连锁市场问题 111
- 三、农村家电售后服务开展困难的原因 112

第六章 我国连锁经营行业发展分析 115

第一节 2008-2009年我国连锁经营行业发展总体情况 115

- 一、2008年全年的情况 115
- 二、2009年一季度的情况 117

第二节 2008-2009年我国连锁行业发展面临的共性问题 117

- 一、CPI下降 117
- 二、来客数降低 118
- 三、成本费用提高 118
- 四、利润有所下降 118

第三节 2008-2009年我国连锁经营行业几种主要业态的发展特点 119

- 一、大型超市和超市 119
- 二、百货店 120
- 三、便利店 121
- 四、家电 122

第四节 2009-2012年我国连锁经营行业应对危机的发展策略分析 122

- 一、强化成本控制。 122
- 二、联合扩充实力 123
- 三、加强渠道管理 123
- 四、调整商品结构 123
- 五、开展多渠道营销 124

第五节 我国的自由连锁之路概述 124

第七章 中国家电产业发展分析 126

第一节 2009年我国家电产品产量情况 126

一、2009年我国彩色电视产量情况	126
二、2009年我国激光视盘机产量情况	131
三、2009年我国组合音响产量情况	133
四、2009年我国家用洗衣机产量情况	136
五、2009年我国吸尘器产量情况	141
六、2009年我国家用电冰箱产量情况	143
七、2009年我国电风扇产量情况	148
八、2009年我国房间空气调节器产量情况	150
九、2009年我国排油烟机产量情况	154
十、2009年我国电淋浴器产量情况	157
十一、2009年我国微波炉产量情况	160
十二、2009年我国电饭锅产量情况	162
十三、2009年我国其他家电产品产量情况	164
第二节 2009年上半年我国家电产业运行分析	169
一、"家电下乡"效果显著	170
二、企业"内功"明显增强	171
三、2009年2季度中国家电产业部分运行指标分析	172
第三节 2009-2012年我国家电行业发展机遇与对策	173
一、我国家电行业发展机遇	173
二、我国家电行业发展对策	174
第四节 2009年我国家电制造业主要经济指标	175
一、2009年我国家用空气调节器制造主要经济指标	175
二、2009年我国家用制冷电器具制造主要经济指标	177
三、2009年我国家用通风电器具制造主要经济指标	180
四、2009年我国家用厨房电器具制造主要经济指标	182
五、2009年我国家用清洁卫生电器具制造主要经济指标	185
六、2009年我国家用美容、保健电器具制造主要经济指标	187
第五节 2008年我国家电产品进出口情况	190
一、2008年我国家电产品进口情况	190
二、2008年我国家电产品出口情况	191

第八章 2009年重点家电产品市场分析	193
---------------------	-----

第一节 2009年2季度中国液晶电视市场分析 193

一、市场概述及主要观点 193

二、市场结构研究 195

三、市场价格研究 206

四、市场发展趋势预测 212

第二节 2009年6月中国空调市场分析 213

一、2009年6月空调市场品牌分析 213

二、2009年6月中国空调市场产品关注排行榜分析 215

三、2009年6月空调产品市场关注度调查 217

四、2009年6月空调三大品牌热门产品TOP5排行 221

第三节 2009年6月国内冰箱市场分析 222

一、整体市场关注度 223

二、品牌关注度调查 224

三、产品关注度调查 225

四、三大品牌热门产品TOP5排行 230

第四节 2009年2季度中国洗衣机市场分析 231

一、市场概述及主要观点 231

二、市场结构研究 233

三、市场价格研究 241

四、市场发展趋势预测 244

第四部分 行业竞争分析

第九章 主要地区家电连锁市场竞争比较 247

第一节 北京 247

一、2009元旦期间北京家电连锁卖场销售情况 247

二、家电连锁卖场看好北京市场继续"开店战" 248

三、2009年北京各大家电连锁鼎力支持节能家电普及 248

第二节 上海 251

一、2009元旦期间上海家电连锁卖场销售情况 251

二、上海家电连锁市场竞争分析 251

三、2010年上海家电连锁市场发展预测 252

第三节 深圳 253

- 一、2009年深圳家电连锁市场发展分析 253
- 二、深圳五大家电连锁企业开店数量情况 254
- 第四节 广州 256
- 一、2009年春节 期间广州家电连锁销售情况 256
- 二、2009年清明期间广州家电连锁销量情况 257

第十章 中国家电连锁市场竞争格局分析 259

第一节 我国家电连锁行业竞争格局分析 259

- 一、我国家电连锁企业竞争格局 259
- 二、我国家电连锁品牌格局 260
- 三、家电连锁的路径分析 261

第二节 2008-2009年家电连锁行业竞争分析 264

- 一、2008年家电连锁行业竞争分析 264
- 二、2009年家电连锁行业竞争分析 267
- 三、2009年家电连锁业服务竞争力的重要性分析 268

第十一章 主要家电连锁企业经营状况分析 270

第一节 国美 270

- 一、企业概况 270
- 二、企业文化 272
- 三、企业成功经验 274
- 四、公司发展历史 274
- 五、2009年公司经营情况与战略分析 285

第二节 苏宁 287

- 一、企业概况 287
- 二、2008-2009年公司财务分析 289
- 三、2008-2009年公司经营情况 293

第三节 五星 294

- 一、企业概况 294
- 二、2009年7-8月五星电器空调销售情况 295
- 三、2009年公司战略 297

第四节 三联 299

- 一、企业概况 299
- 二、2008-2009年公司财务分析 302
- 三、2008-2009年公司经营情况 305
- 第五节 顺电 307
- 一、企业概况 307
- 二、顺电发展历史 308
- 三、顺电分店情况 309
- 四、顺电荣誉 310
- 五、2009年公司动态 311

第五部分 行业趋势与投资分析

第十二章 中国家电连锁行业发展趋势 313

第一节 家电行业发展趋势与预测 313

- 一、未来家电行业销售趋势分析 313
- 二、2009年我国主流家电产品流行趋势预测 316
- 三、2009年中国家电行业新商业机会及趋势预测 318
- 四、2009年下半年家电业复苏趋势分析 325

第二节 家电连锁业面临的机遇和挑战 326

第三节 家电连锁业发展趋势 329

- 一、未来家电连锁业发展趋势 329
- 二、未来家电连锁行业市场营销趋势 331
- 三、2009-2011年中国家电连锁业发展趋势预测 332

第十三章 中国家电连锁行业发展策略 334

第一节 家电连锁行业发展策略分析 334

- 一、未来家电连锁企业发展策略 334
- 二、家电连锁渠道赢利模式与市场策略 335
- 三、2009年国内两家电连锁零售巨头经营策略探讨 339

第二节 家电连锁价格策略分析 340

- 一、价格战 341
- 二、价格策略 341

第三节 家电连锁企业经营管理策略 343

- 一、企业经营策略综述 343
- 二、企业产品经营策略 344
- 三、企业渠道经营策略 344
- 四、企业并购策略分析 345
- 五、经济危机下企业经营管理策略 348

第十四章 中国家电连锁行业投资分析 350

第一节 中国家电行业投资分析 350

- 一、2009年下半年家电行业投资机会 350
- 二、未来我国白电、小家电业投资机会分析 350
- 三、2009年下半年家电行业投资策略 351

第二节 中国家电连锁行业投资分析 354

- 一、未来国内家电连锁行业投资前景分析 354
- 二、2009年国际资本对中国家电连锁投资情况 355

第三节 金融危机下家电连锁发展与投资策略分析 355

- 一、对症下药 356
- 二、程序科学 356
- 三、控制成本 356
- 四、以市场为中心 356
- 五、讲求效益 357
- 六、可持续发展 357
- 七、遵守法律 357

图表目录

- 图表：2008年1-4季度国内生产总值 2
- 图表：2004-2008年国内生产总值增长趋势图 2
- 图表：2000-2008年城镇固定资产投资名义增速及实际增速 3
- 图表：2006-2008年我国出口累计同比增速对比 3
- 图表：2008年2-11月我国CPI情况 5
- 图表：2008年1-12月中国PPI发展情况 5
- 图表：2008年1-12月中国PPI和CPI走势图 6
- 图表：2007-2008年我国规模以上工业增加值情况 6

图表：2007年6月-2008年我国轻重工业增加值情况 7

图表：2007-2008年我国工业出口交货值情况 7

图表：2006-2008年我国工业企业实现利润情况 7

图表：2006-2008年我国工业企业亏损情况 8

图表：2007-2008年我国工业生产资料价格变化情况 8

图表：2007-2008年我国工业品和原燃料价格变化情况 8

图表：2008年9月15日金融机构人民币存款利率表 9

图表：2008年9月15日金融机构人民币贷款利率表 10

图表：2008年10月9日金融机构人民币存款利率表 10

图表：2008年10月9日金融机构人民币贷款利率表 11

图表：2008年10月30日金融机构人民币存款利率表 11

图表：2008年10月30日金融机构人民币贷款利率表 12

图表：1996-2008年10月我国期存贷款基准利率走势 12

图表：2008年11月27日金融机构人民币存款利率表 13

图表：2008年11月27日金融机构人民币贷款利率表 13

图表：2008年12月23日金融机构人民币存款利率表 14

图表：2008年12月23日金融机构人民币贷款利率表 15

图表：2008年我国月度进、出口值及增速走势图 16

图表：2008年我国对主要贸易伙伴进出口总值表 16

图表：2008年12月我国进出口总值简要情况表 16

图表：2008年12月我国前十位出口市场 17

图表：2008年12月我国前十位进口来源地 17

图表：2008年12月我国进出口贸易方式情况 18

图表：2008年12月我国进出口企业性质及其总值情况 19

图表：2008年我国月度进出口总值情况 19

图表：2008年1月国家宏观经济景气指数 20

图表：2008年2月国家宏观经济景气指数 20

图表：2008年3月国家宏观经济景气指数 20

图表：2008年4月国家宏观经济景气指数 20

图表：2008年5月国家宏观经济景气指数 20

图表：2008年6月国家宏观经济景气指数 21

图表：2008年7月国家宏观经济景气指数 21

图表：2008年8月国家宏观经济景气指数 21

图表：2008年9月国家宏观经济景气指数 21

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 21

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 22

图表：2008年11月国家宏观经济景气指数 22

图表：2008年12月国家宏观经济景气指数 22

图表：2008年1季度我国企业景气指数 22

图表：2008年2季度我国企业景气指数 22

图表：2008年3季度我国企业景气指数 23

图表：2008年4季度我国企业景气指数 23

图表：2009年2月我国宏观经济景气指数 24

图表：2009年3月我国宏观经济景气指数 25

图表：2009年4月我国宏观经济景气指数 25

图表：2009年5月我国宏观经济景气指数 26

图表：2009年6月我国宏观经济景气指数 26

图表：2004-2008年我国固定资产投资及其增长速度 27

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 27

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力 29

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况 29

图表：2009年1-5月我国城镇固定投资情况 30

图表：2008年我国人口数及其构成 42

图表：2004-2008年我国农村居民人均纯收入及其增长速度 44

图表：2004-2008年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 44

图表：2009年1月我国消费者信心指数 46

图表：2009年2月我国消费者信心指数 47

图表：2009年3月我国消费者信心指数 47

图表：2009年4月我国消费者信心指数 48

图表：2009年5月我国消费者信心指数 48

图表：2009年6月我国消费者信心指数 49

图表：2009年1月我国居民消费价格分类指数 49

图表：2009年2月我国居民消费价格分类指数 50

图表：2009年3月我国居民消费价格分类指数 50

图表：2009年4月我国居民消费价格分类指数 51

图表：2009年5月我国居民消费价格分类指数 51

图表：2009年6月我国居民消费价格分类指数 52

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（一） 52

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（二） 52

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（三） 52

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（四） 53

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（五） 53

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（一） 53

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（二） 53

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（三） 54

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（四） 54

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（五） 54

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（一） 54

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（二） 55

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（三） 55

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（四） 55

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（五） 56

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（一） 56

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（二） 56

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（三） 56

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（四） 57

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（五） 57

图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（一） 57

图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（二） 57

图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（三） 58

图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（四） 58

图表：2009年5月我国各地居民消费价格指数（五） 58

图表：2009年6月我国各地居民消费价格指数（一） 58

图表：2009年6月我国各地居民消费价格指数（二） 59

图表：2009年6月我国各地居民消费价格指数（三） 59

图表：2009年6月我国各地居民消费价格指数（四） 59

图表：2009年6月我国各地居民消费价格指数（五） 59

图表：2009年1月我国社会消费品零售总额情况 60

图表：2009年2月我国社会消费品零售总额情况 60

图表：2009年3月我国社会消费品零售总额情况 61

图表：2009年4月我国社会消费品零售总额情况 61

图表：2009年5月我国社会消费品零售总额情况 62

图表：2009年6月我国社会消费品零售总额情况 62

图表：2008年主要业态典型店铺规模情况 115

图表：2008年主要业态典型店铺效率和效益情况(1) 116

图表：2008年主要业态典型店铺效率和效益情况(2) 116

图表：2008-2009年CPI累计变化情况 117

图表：2009年1-7月彩色电视产量全国合计 126

图表：2009年1-7月彩色电视产量吉林合计 126

图表：2009年1-7月彩色电视产量合计 126

图表：2009年1-7月彩色电视产量江苏合计 127

图表：2009年1-7月彩色电视产量福建合计 127

图表：2009年1-7月彩色电视产量河南合计 127

图表：2009年1-7月彩色电视产量广东合计 127

图表：2009年1-7月彩色电视产量重庆合计 128

图表：2009年1-7月彩色电视产量浙江合计 128

图表：2009年1-7月彩色电视产量江苏合计 128

图表：2009年1-7月彩色电视产量四川合计 128

图表：2009年1-7月彩色电视产量陕西合计 129

图表：2009年1-7月彩色电视产量天津合计 129

图表：2009年1-7月彩色电视产量辽宁合计 129

图表：2009年1-7月彩色电视产量上海合计 130

图表：2009年1-7月彩色电视产量安徽合计 130

图表：2009年1-7月彩色电视产量山东合计 130

图表：2009年1-7月彩色电视产量湖南合计 130

图表：2009年1-7月彩色电视产量贵州合计 131

图表：2009年1-7月彩色电视产量内蒙古合计 131

图表：2009年1-7月激光视盘机产量全国合计 131

图表：2009年1-7月激光视盘机产量江苏合计 131

图表：2009年1-7月激光视盘机产量福建合计 132

图表：2009年1-7月激光视盘机产量广东合计 132

图表：2009年1-7月激光视盘机产量江西合计 132

图表：2009年1-7月激光视盘机产量四川合计 133

图表：2009年1-7月激光视盘机产量天津合计 133

图表：2009年1-7月激光视盘机产量辽宁合计 133

图表：2009年1-7月组合音响产量全国合计 133

图表：2009年1-7月组合音响产量江苏合计 134

图表：2009年1-7月组合音响产量福建合计 134

图表：2009年1-7月组合音响产量广东合计 134

图表：2009年1-7月组合音响产量浙江合计 135

图表：2009年1-7月组合音响产量江西合计 135

图表：2009年1-7月组合音响产量四川合计 135

图表：2009年1-7月组合音响产量天津合计 135

图表：2009年1-7月组合音响产量辽宁合计 136

图表：2009年1-7月组合音响产量上海合计 136

图表：2009年1-7月组合音响产量山东合计 136

图表：2009年1-7月家用洗衣机产量全国合计 136

图表：2009年1-7月家用洗衣机产量河北合计 137

图表：2009年1-7月家用洗衣机产量江苏合计 137

图表：2009年1-7月家用洗衣机产量河南合计 137

图表：2009年1-7月家用洗衣机产量广东合计 138

图表：2009年1-7月家用洗衣机产量重庆合计 138

图表：2009年1-7月家用洗衣机产量北京合计 138

图表：2009年1-7月家用洗衣机产量浙江合计 138

图表：2009年1-7月家用洗衣机产量江西合计 139

图表：2009年1-7月家用洗衣机产量湖北合计 139

图表：2009年1-7月家用洗衣机产量四川合计 139

图表：2009年1-7月家用洗衣机产量天津合计 139

图表：2009年1-7月家用洗衣机产量上海合计 140

图表：2009年1-7月家用洗衣机产量安徽合计 140

图表：2009年1-7月家用洗衣机产量山东合计 140

图表：2009年1-7月家用洗衣机产量湖南合计 141

图表：2009年1-7月家用洗衣机产量甘肃合计 141

图表：2009年1-7月吸尘器产量全国合计 141

图表：2009年1-7月吸尘器产量江苏合计 141

图表：2009年1-7月吸尘器产量广东合计 142

图表：2009年1-7月吸尘器产量浙江合计 142

图表：2009年1-7月吸尘器产量天津合计 142

图表：2009年1-7月吸尘器产量上海合计 143

图表：2009年1-7月家用电冰箱产量全国合计 143

图表：2009年1-7月家用电冰箱产量江苏合计 143

图表：2009年1-7月家用电冰箱产量河南合计 143

图表：2009年1-7月家用电冰箱产量广东合计 144

图表：2009年1-7月家用电冰箱产量北京合计 144

图表：2009年1-7月家用电冰箱产量浙江合计 144

图表：2009年1-7月家用电冰箱产量江西合计 145

图表：2009年1-7月家用电冰箱产量湖北合计 145

图表：2009年1-7月家用电冰箱产量四川合计 145

图表：2009年1-7月家用电冰箱产量陕西合计 145

图表：2009年1-7月家用电冰箱产量天津合计 146

图表：2009年1-7月家用电冰箱产量辽宁合计 146

图表：2009年1-7月家用电冰箱产量上海合计 146

图表：2009年1-7月家用电冰箱产量安徽合计 146

图表：2009年1-7月家用电冰箱产量山东合计 147

图表：2009年1-7月家用电冰箱产量湖南合计 147

图表：2009年1-7月家用电冰箱产量贵州合计 147

图表：2009年1-7月电风扇产量全国合计 148

图表：2009年1-7月电风扇产量江苏合计 148

图表：2009年1-7月电风扇产量福建合计 148

图表：2009年1-7月电风扇产量广东合计 148

图表：2009年1-7月电风扇产量浙江合计 149

图表：2009年1-7月电风扇产量江西合计 149

图表：2009年1-7月电风扇产量广西合计 149

图表：2009年1-7月电风扇产量上海合计 150

图表：2009年1-7月电风扇产量山东合计 150

图表：2009年1-7月房间空气调节器产量全国合计 150

图表：2009年1-7月房间空气调节器产量江苏合计 150

图表：2009年1-7月房间空气调节器产量河南合计 151

图表：2009年1-7月房间空气调节器产量广东合计 151

图表：2009年1-7月房间空气调节器产量重庆合计 151

图表：2009年1-7月房间空气调节器产量浙江合计 152

图表：2009年1-7月房间空气调节器产量江西合计 152

图表：2009年1-7月房间空气调节器产量湖北合计 152

图表：2009年1-7月房间空气调节器产量四川合计 152

图表：2009年1-7月房间空气调节器产量天津合计 153

图表：2009年1-7月房间空气调节器产量辽宁合计 153

图表：2009年1-7月房间空气调节器产量上海合计 153

图表：2009年1-7月房间空气调节器产量安徽合计 153

图表：2009年1-7月房间空气调节器产量山东合计 154

图表：2009年1-7月房间空气调节器产量湖南合计 154

图表：2009年1-7月排油烟机产量全国合计 154

图表：2009年1-7月排油烟机产量江苏合计 155

图表：2009年1-7月排油烟机产量广东合计 155

图表：2009年1-7月排油烟机产量浙江合计 155

图表：2009年1-7月排油烟机产量湖北合计 155

图表：2009年1-7月排油烟机产量广西合计 156

图表：2009年1-7月排油烟机产量上海合计 156

图表：2009年1-7月排油烟机产量山东合计 156

图表：2009年1-7月排油烟机产量湖南合计 156

图表：2009年1-7月电淋浴器产量全国合计 157

图表：2009年1-7月电淋浴器产量江苏合计 157

图表：2009年1-7月电淋浴器产量福建合计 157

图表：2009年1-7月电淋浴器产量广东合计 158

图表：2009年1-7月电淋浴器产量重庆合计 158

图表：2009年1-7月电淋浴器产量浙江合计 158

图表：2009年1-7月电淋浴器产量湖北合计 158

图表：2009年1-7月电淋浴器产量四川合计 159

图表：2009年1-7月电淋浴器产量辽宁合计 159

图表：2009年1-7月电淋浴器产量安徽合计 159

图表：2009年1-7月电淋浴器产量山东合计 159

图表：2009年1-7月电淋浴器产量湖南合计 160

图表：2009年1-7月微波炉产量全国合计 160

图表：2009年1-7月微波炉产量福建合计 160

图表：2009年1-7月微波炉产量广东合计 161

图表：2009年1-7月微波炉产量天津合计 161

图表：2009年1-7月微波炉产量上海合计 161

图表：2009年1-7月微波炉产量安徽合计 161

图表：2009年1-7月微波炉产量山东合计 162

图表：2009年1-7月电饭锅产量全国合计 162

图表：2009年1-7月电饭锅产量江苏合计 162

图表：2009年1-7月电饭锅产量广东合计 162

图表：2009年1-7月电饭锅产量浙江合计 163

图表：2009年1-7月电饭锅产量辽宁合计 163

图表：2009年1-7月电饭锅产量上海合计 163

图表：2009年1-7月电饭锅产量山东合计 164

图表：2009年1-7月家用电热烘烤器具产量全国合计 164

图表：2009年1-7月家用电热烘烤器具产量福建合计 164

图表：2009年1-7月家用电热烘烤器具产量广东合计 164

图表：2009年1-7月家用电热烘烤器具产量青海合计 165

图表：2009年1-7月家用电热烘烤器具产量北京合计 165

图表：2009年1-7月家用电热烘烤器具产量浙江合计 165

图表：2009年1-7月家用电热烘烤器具产量四川合计 166

图表：2009年1-7月家用电热烘烤器具产量上海合计 166

图表：2009年1-7月家用电热烘烤器具产量安徽合计 166

图表：2009年1-7月家用电热烘烤器具产量山东合计 166

图表：2009年1-7月照相机产量全国合计 167

图表：2009年1-7月照相机产量江苏合计 167

图表：2009年1-7月照相机产量福建合计 167

图表：2009年1-7月照相机产量广东合计 167

图表：2009年1-7月照相机产量北京合计 168

图表：2009年1-7月照相机产量浙江合计 168

图表：2009年1-7月照相机产量江西合计 168

图表：2009年1-7月照相机产量湖北合计 169

图表：2009年1-7月照相机产量天津合计 169

图表：2009年1-7月照相机产量上海合计 169

图表：2009年1-7月我国家用空气调节器制造主要经济指标 175

图表：2009年1-7月我国家用制冷电器具制造主要经济指标 177

图表：2009年1-7月我国家用通风电器具制造主要经济指标 180

图表：2009年1-7月我国家用厨房电器具制造主要经济指标 182

图表：2009年1-7月我国家用清洁卫生电器具制造主要经济指标 185

图表：2009年1-7月我国家用美容、保健电器具制造主要经济指标 187

图表：2008年全年我国家电产品进口情况 190

图表：2008年1季度我国家电产品进口情况 190

图表：2008年2季度我国家电产品进口情况 190

图表：2008年3季度我国家电产品进口情况 190

图表：2008年4季度我国家电产品进口情况 191

图表：2008年全年我国家电产品出口情况 191

图表：2008年1季度我国家电产品出口情况 191

图表：2008年2季度我国家电产品出口情况 191

图表：2008年3季度我国家电产品出口情况 191

图表：2008年4季度我国家电产品出口情况 192

图表：2009年第二季度中国市场最受用户关注的十大液晶电视品牌分布 195

图表：2009年第二季度中国市场最受用户关注的十大液晶电视品牌与第一季度比较分析 196

图表：2009年第二季度中国市场七大区域液晶电视关注比例分布 197

图表：2009年第二季度液晶电视厂商在中国七大区域市场关注度排名 198

图表：2009年第二季度中国市场不同尺寸液晶电视关注比例分布 199

图表：2009年1至6月主流尺寸液晶电视关注度走势对比（一） 200

图表：2009年1至6月主流尺寸液晶电视关注度走势对比（二） 201

图表：2009年第二季度中国市场不同分辨率液晶电视关注比例分布 202

图表：2009年1至6月不同分辨率液晶电视关注度走势 203

图表：2009年第二季度中国市场不同价位段液晶电视关注比例 204

图表：2009年1至6月不同价位段液晶电视关注度走势对比（一） 205

图表：2009年1至6月不同价位段液晶电视关注度走势对比（二） 206

图表：2009年1至6月中国市场液晶电视市场均价走势 207

图表：2009年1至6月主流尺寸液晶电视市场均价对比（一） 208

图表：2009年1至6月主流尺寸液晶电视市场均价对比（二） 209

图表：2009年第二季度中国液晶电视市场32吋产品主流品牌均价对比 210

图表：2009年第二季度中国液晶电视市场42吋产品主流品牌均价对比 211

图表：2009年第二季度中国液晶电视市场52吋产品主流品牌均价对比 212

图表：2009年6月中国市场最受用户关注的十大空调品牌 214

图表：2009年6月中国市场最受用户关注的十大空调品牌与5月比较分析 214

图表：2009年6月十大空调品牌中最热门产品 215

图表：2009年6月最受用户关注的十款空调产品排行 216

图表：2009年6月最受用户关注的十款空调产品价格情况 216

图表：2009年6月中国市场挂式与立式空调关注比例分布 217

图表：2009年6月中国市场变频与非变频空调关注度对比 218

图表：2009年6月中国市场不同功率空调关注比例对比 219

图表：2009年6月中国市场不同价位段空调关注比例分布 220

图表：2009年4至6月不同价位段空调关注度走势 221

图表：2009年6月格力品牌热门产品TOP5排行 221

图表：2009年6月美的品牌热门产品TOP5排行 222

图表：2009年6月海尔品牌热门产品TOP5排行 222

图表：2009年1月至6月中国冰箱市场关注度对比 223

图表：2009年6月中国市场最受用户关注的十大冰箱品牌 224

图表：2009年6月中国市场最受用户关注的十大冰箱品牌与5月对比分析 224

图表：2009年6月中国市场不同箱门冰箱关注比例分布 225

图表：2009年4月至6月不同箱门冰箱关注度走势 226

图表：2009年6月中国市场不同容积段冰箱关注比例分布 227

图表：2009年4月至6月不同容积段冰箱关注度走势 228

图表：2009年6月中国市场不同价位段冰箱关注比例分布 229

图表：2009年4月至6月不同价位段冰箱关注度走势 230

图表：2009年6月冰箱市场海尔品牌热门产品TOP5排行 230

图表：2009年6月冰箱市场西门子品牌热门产品TOP5排行 231

图表：2009年6月冰箱市场容声品牌热门产品TOP5排行 231

图表：2009年第二季度中国市场最受用户关注的十大洗衣机品牌分布 233

图表：2009年第二季度中国市场最受用户关注的十大洗衣机品牌分布与第一季度比较分析 234

图表：2009年第二季度中国市场七大区域洗衣机关注度比例分布 235

图表：2009年2季度主流洗衣机品牌在中国七大区域市场的关注度排名 236

图表：2009年第二季度中国市场波轮与滚筒洗衣机关注比例分布 237

图表：2009年1至6月波轮与滚筒洗衣机关注度走势对比 238

图表：2009年第二季度中国市场不同价位段洗衣机关注比例分布 239

图表：2009年1至6月不同价位段洗衣机关注度走势对比 240

图表：2009年1至6月中国洗衣机市场均价走势 241

图表：2009年第二季度十大主流洗衣机品牌均价对比 242

图表：2009年第二季度十大主流洗衣机品牌波轮式产品均价对比 243

图表：2009年第二季度十大主流洗衣机品牌滚筒式产品均价对比 244

图表：国内三大家电连锁扩展图 260

图表：国内家电连锁企业竞争格局 262

图表：家电连锁业态的四个发展阶段 264

图表：2008年下半年苏宁电器股份有限公司主营构成 289

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司每股指标 290

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司获利能力 290

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司经营能力 290

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司偿债能力 291

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司资本结构 291

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司发展能力 291

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司现金流量 291

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司主营业务收入 292

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司主营业务利润 292

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司营业利润 292

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司利润总额 292

图表：2008-2009年苏宁电器股份有限公司净利润 293
图表：2009年上半年三联商社股份有限公司主营构成 302
图表：2008-2009年三联商社股份有限公司每股指标 302
图表：2008-2009年三联商社股份有限公司获利能力 302
图表：2008-2009年三联商社股份有限公司经营能力 303
图表：2008-2009年三联商社股份有限公司偿债能力 303
图表：2008-2009年三联商社股份有限公司资本结构 303
图表：2008-2009年三联商社股份有限公司发展能力 303
图表：2008-2009年三联商社股份有限公司现金流量 304
图表：2008-2009年三联商社股份有限公司主营业务收入 304
图表：2008-2009年三联商社股份有限公司主营业务利润 304
图表：2008-2009年三联商社股份有限公司营业利润 304
图表：2008-2009年三联商社股份有限公司利润总额 305
图表：2008-2009年三联商社股份有限公司净利润 305
图表：企业经营策略层次分析 343

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/133470.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。