



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年家电连锁行业发展 前景分析及投资风险预测报告

一、调研说明

《2009-2012年家电连锁行业发展前景分析及投资风险预测报告》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/136625.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

2008年我国家电连锁企业市场环境严峻，家电企业2008年的销售增幅和店铺增幅分别为7.1%和10.8%，比上年大幅回落26.9个和17.2个百分点。调查显示，2008年连锁百强中，以经营百货为主的连锁企业占据23个百强席位，家电类和家居建材类分别有7家和4家进入百强。受2008年下半年宏观经济形势影响，百货、家电和家居建材连锁企业销售面临较大压力。通过加大促销力度、及时调整商品结构等措施，百货企业依然保持较好的经营业绩，以10%的门店增幅带来21%的销售增长，但2008年家居建材企业销售增幅和店铺增幅分别为8.7%和14.1%，销售增长明显低于店铺增长。单店收益明显下降成为2008年家电连锁企业的"通病"，国美电器和苏宁电器两大连锁巨头销售规模增幅均较大幅度地低于门店数量增幅，昭示着过去粗放式扩张的模式已经受到挑战，而借家电下乡转战尚未开垦的农村市场，成为当前家电连锁行业必然选择。据中国连锁经营协会发布的统计数据显示，家电连锁企业2008年的销售增幅和门店增幅在七大零售业态中均居末位。其中，2008年度国美电器销售规模增幅仅为2.2%，门店增幅为33.5%，总数量达到1362家；而2006年、2007年该公司销售规模及分店数量增幅则分别为74%、92%和18%、24%。苏宁电器2008年度销售规模增幅由2006年的53%、2007年的40%下降为19.7%；门店总数量增幅则由2006年度的43%，2007年度的22%，变动至2008年度的28.5%。

2009年上半年美苏两大巨头在传统家电市场面临增速放缓、盈利能力下降以及市场影响力削弱的市场困境，同时反作用到其赖以生存的城市市场。新七天、世纪电器网等家电网购门户网站、沃尔玛、家乐福、麦德龙、佳世客等外资商超巨头，步步高商业、苏果、物美等内资商超巨头以及各地百货龙头商场，一方面借助供应商钳制两大连锁巨头的支持力度，另一方面则依靠低成本或体验式购物等差异化战略，在加入城市市场中城郊农民消费者家电下乡消费市场争夺的同时，分别从"高、低"两端抢夺着两大家电连锁巨头的顾客群体，将后者逼入"不上不下，进退两难"的中间地带。由此，家电流通业出现了商超、百货等传统业态"复活"以及网购、电视购物等新兴业态"抬头"、家电连锁巨头"看衰"的分化趋势。另一方面，在计算机、手机、数码相机等为代表的"新三种神器"市场，亦即家电连锁巨头所引以为豪"华丽转身"的3C消费电子市场，宏图三胞、福中电脑、百脑汇、华海电脑、海龙等为代表的3CIT连锁，迪信通、恒波、讯捷、中域电讯等为代表的手机连锁，再加上远望、赛博、鼎好等为代表的数码大卖场以及数码相机、手机、笔记本电脑等网购及电视购物风靡于新锐消费群体的风潮，3C化的家电连锁巨头强势领域传统家电市场优势弱化的同时，消费电子新兴市场同样面临着"不上不下，夹缝中生存"的尴尬。

全国家电下乡系统发布的数据显示，2009年1-8月份各类家电下乡产品累计销量达1766.11万台（部），累计销售金额则达326.42亿元之多。截至9月4日，自家电下乡政策试点实施以来，

各类家电下乡产品累计销量则突破2130.12万台，累计销售金额则高达380.91亿元。由此可见，去年年末家电下乡政策面向全国推广以来，尤其是空调、计算机、热水器等纳入家电下乡产品范围，家电下乡业已成为帮助我国家电工业及流通业扩大内需，对接外需，走出危机，走向全球化市场的助推器，发挥了非常积极的作用。另外一方面，1-8月份家电下乡数据显示，素有现代家电"三种神器"之称的彩电、冰洗、空调等所代表的家电产品，累计销售306.02亿元，占整体销售的比例高达93.75%；而手机、计算机等所代表的3C消费电子产品，家电下乡累计销售额17.53亿元，仅为传统家电的5.73%，占总体销售额的比例也仅为5.37%，由此折射出家电下乡市场中3C家电与3A家电的悬殊对比；农村消费市场传统家电普及加速，而传统家电的主战场也正在由城市市场向农村市场转移。上述数据一方面显示出家电下乡的主战场——农村市场，传统家电的普及化正在加速；另一方面则折射出转型3C连锁的大家电连锁受制于乡镇渠道、售后服务网络不健全的因素，并没有成为家电下乡政策的最大受益者；相反，扬州汇银、牡丹江广汇、浙江百诚电器以及武汉工贸等"城市+乡镇"双栖型家电连锁零售商以及10多万家、制造商专卖店、乡镇电器店、手机店等成为家电下乡政策的主要落实者和最大受益者，从而改变了我国家电流通业大家电连锁一枝独秀，垄断化势头加剧的态势，客观上延缓了家电流通业的两极化发展的进程。

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、国内外相关刊物杂志的基础信息以及家电连锁科研单位等公布和提供的大量资料，结合家电连锁相关企业和终端市场的实地调查，对我国家电连锁行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了家电连锁行业的前景与风险。报告揭示了家电连锁市场潜在需求与潜在机会，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。

目录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球家电连锁行业发展分析

第一节 国际家电连锁行业发展轨迹综述

一、国际家电连锁行业发展历程

二、国际家电连锁行业发展面临的问题

三、国际家电连锁行业技术发展现状

第二节 世界家电连锁行业市场情况

- 一、2008年世界家电连锁产业发展现状
- 二、2009年国际家电连锁产业发展态势
- 三、2009年国际家电连锁行业研发动态
- 四、2009年全球家电连锁行业挑战与机会

第三节 部分国家地区家电连锁行业发展状况

- 一、2008-2009年美国家电连锁行业发展分析
- 二、2008-2009年欧洲家电连锁行业发展分析
- 三、2008-2009年日本家电连锁行业发展分析
- 四、2008-2009年韩国家电连锁行业发展分析

第二章 我国家电连锁行业发展现状

第一节 中国家电连锁行业发展概述

- 一、中国家电连锁行业发展历程
- 二、中国家电连锁行业发展面临问题
- 三、中国家电连锁行业技术发展现状

第二节 我国家电连锁行业发展状况

- 一、2008年中国家电连锁行业发展回顾
- 二、2008年家电连锁行业发展情况分析
- 三、2008年我国家电连锁市场特点分析
- 四、2009年我国家电连锁市场发展分析

第三节 中国家电连锁行业供需分析

- 一、2008年中国家电连锁市场供给总量分析
- 二、2008年中国家电连锁市场供给结构分析
- 三、2009年中国家电连锁市场需求总量分析
- 四、2009年中国家电连锁市场需求结构分析
- 五、2009年中国家电连锁市场供需平衡分析

第三章 中国家电连锁市场运行动态分析

第一节 2008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发展分析

- 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
- 四、家电连锁体验营销的意义及手法
- 五、家电连锁卖场新年营销含义及策略

第四章 中国家电连锁主要业态发展分析

第一节 旗舰店

- 一、2008年家电旗舰店的发展状况
- 二、中国家电旗舰店的特征
- 三、家电旗舰店开设对厂商的影响
- 四、家电旗舰店的正确定位及发展方向
- 五、2009年家电旗舰店的发展形势分析

第二节 3C店

- 一、2008年家电连锁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

第五章 中国家电连锁行业区域市场分析

第一节 2009年华北地区家电连锁行业分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场规模情况分析
- 三、2009-2012年市场需求情况分析
- 四、2009-2012年行业发展前景预测
- 五、2009-2012年行业投资风险预测

第二节 2009年东北地区家电连锁行业分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场规模情况分析
- 三、2009-2012年市场需求情况分析
- 四、2009-2012年行业发展前景预测
- 五、2009-2012年行业投资风险预测

第三节 2009年华东地区家电连锁行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第四节 2009年华南地区家电连锁行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第五节 2009年华中地区家电连锁行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第六节 2009年西南地区家电连锁行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第七节 2009年西北地区家电连锁行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第六章 家电连锁行业投资与发展前景分析

第一节 2009年上半年家电连锁行业投资情况分析

一、2009年上半年总体投资结构

二、2009年上半年投资规模情况

三、2009年上半年投资增速情况

四、2009年上半年分行业投资分析

五、2009年上半年分地区投资分析

第二节 家电连锁行业投资机会分析

一、家电连锁投资项目分析

二、可以投资的家电连锁模式

三、2009年家电连锁投资机会

四、2009年家电连锁细分行业投资机会

五、2009年家电连锁投资新方向

第三节 家电连锁行业发展前景分析

一、家电连锁市场发展前景分析

二、我国家电连锁市场蕴藏的商机

三、金融危机下家电连锁市场的发展前景

四、2009年家电连锁市场面临的发展商机

五、2009-2012年家电连锁市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 家电连锁行业竞争格局分析

第一节 家电连锁行业集中度分析

一、家电连锁市场集中度分析

二、家电连锁企业集中度分析

三、家电连锁区域集中度分析

第二节 家电连锁行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 家电连锁行业竞争格局分析

一、2008年家电连锁行业竞争分析

二、2008年中外家电连锁产品竞争分析

三、2008-2009年国内外家电连锁竞争分析

四、2008-2009年我国家电连锁市场竞争分析

五、2008-2009年我国家电连锁市场集中度分析

六、2009-2012年国内主要家电连锁企业动向

第八章 2009-2012年中国家电连锁行业发展形势分析

第一节 家电连锁行业发展概况

一、家电连锁行业发展特点分析

二、家电连锁行业投资现状分析

三、家电连锁行业总产值分析

四、家电连锁行业技术发展分析

第二节 2008-2009年家电连锁行业市场情况分析

一、家电连锁行业市场发展分析

二、家电连锁市场存在的问题

三、家电连锁市场规模分析

第三节 2008-2009年家电连锁产销状况分析

一、家电连锁产量分析

二、家电连锁产能分析

三、家电连锁市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国家电连锁行业整体运行指标分析

第一节 2009年中国家电连锁行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2009年中国家电行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2009年年中国家电连锁行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 家电连锁行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2008-2009年家电连锁原材料价格走势

二、2008-2009年家电连锁行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

一、2008-2009年家电行业产销情况

二、2008-2009年家电行业库存情况

三、2008-2009年家电连锁行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

一、2008-2009年家电连锁行业价格走势

二、2008-2009年家电连锁行业营业收入情况

三、2008-2009年家电连锁行业毛利率情况

四、2008-2009年家电连锁行业赢利能力

五、2008-2009年家电连锁行业赢利水平

六、2009-2012年家电连锁行业赢利预测

第十一章 家电连锁行业盈利能力分析

第一节 2009年中国家电连锁行业利润总额分析

一、利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2009年中国家电连锁行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2009年中国家电连锁行业总资产利润率分析

一、总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率比较分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2009年中国家电连锁行业产值利税率分析

一、产值利税率分析

二、不同规模企业产值利税率比较分析

三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十二章 家电连锁重点企业发展分析

第一节 国美

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第二节 苏宁

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第三节 五星

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第四节 三联

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第五节 顺电

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 家电连锁行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 家电连锁行业投资效益分析

一、2009年家电连锁行业投资状况分析

二、2009年家电连锁行业投资效益分析

三、2009-2012年家电连锁行业投资方向

四、2009-2012年家电连锁行业投资建议

第四节 家电连锁行业投资策略研究

一、2008年家电连锁行业投资策略

二、2009年家电连锁行业投资策略

三、2009-2012年家电连锁行业投资策略

四、2009-2012年家电连锁细分行业投资策略

第十四章 家电连锁行业投资风险预警

第一节 影响家电连锁行业发展的主要因素

一、2009年影响家电连锁行业运行的有利因素

二、2009年影响家电连锁行业运行的稳定因素

三、2009年影响家电连锁行业运行的不利因素

四、2009年我国家电连锁行业发展面临的挑战

五、2009年我国家电连锁行业发展面临的机遇

第二节 家电连锁行业投资风险预警

一、2009-2012年家电连锁行业市场风险预测

二、2009-2012年家电连锁行业政策风险预测

三、2009-2012年家电连锁行业经营风险预测

四、2009-2012年家电连锁行业技术风险预测

五、2009-2012年家电连锁行业竞争风险预测

六、2009-2012年家电连锁行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 家电连锁行业发展趋势分析

第一节 2009-2012年中国家电连锁市场趋势分析

- 一、2008-2009年我国家电连锁市场趋势总结
- 二、2009-2012年我国家电连锁发展趋势分析

第二节 2009-2012年家电连锁产品发展趋势分析

- 一、2009-2012年家电连锁产品技术趋势分析
- 二、2009-2012年家电连锁产品价格趋势分析

第三节 2009-2012年中国家电连锁行业供需预测

- 一、2008-2012年中国家电连锁供给预测
- 二、2009-2012年中国家电连锁需求预测
- 三、2009-2012年中国家电连锁价格预测

第四节 2009-2012年家电连锁行业规划建议

- 一、家电连锁行业"十一五"整体规划
- 二、家电连锁行业"十一五"发展预测
- 三、2009-2012年家电连锁行业规划建议

第十六章 家电连锁企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

- 一、家电连锁价格策略分析
- 二、家电连锁渠道策略分析

第二节 销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第三节 提高家电连锁企业竞争力的策略

- 一、提高中国家电连锁企业核心竞争力的对策
- 二、家电连锁企业提升竞争力的主要方向
- 三、影响家电连锁企业核心竞争力的因素及提升途径
- 四、提高家电连锁企业竞争力的策略

第四节 对我国家电连锁品牌的战略思考

- 一、家电连锁实施品牌战略的意义
- 二、家电连锁企业品牌的现状分析

三、我国家电连锁企业的品牌战略

四、家电连锁品牌战略管理的策略

图表目录

图表：家电连锁产业链分析

图表：家电连锁行业生命周期

图表：2008-2009年中国家电连锁行业市场规模

图表：2008-2009年全球家电连锁产业市场规模

图表：2008-2009年家电连锁重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国家电连锁行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国家电连锁行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国家电连锁行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国家电连锁竞争力分析

图表：2009-2012年中国家电连锁市场前景预测

图表：2009-2012年中国家电连锁市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国家电连锁发展前景预测

图表：2001-2008年美国家电连锁市场销售规模

图表：2009-2012年美国家电连锁市场销售规模预测

图表：2002-2008年英国家电连锁市场规模

图表：2002-2008年英国家电连锁市场占全球和欧洲份额比较

图表：2009-2012年英国家电连锁市场规模预测

图表：2008-2012年英国家电连锁市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2008年德国家电连锁市场规模

图表：2002-2008年德国家电连锁市场占全球和欧洲份额比较

图表：2009-2012年德国家电连锁市场规模预测

图表：2008-2012年德国家电连锁市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2008年日本家电连锁市场规模

图表：2002-2008年日本家电连锁市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年日本家电连锁市场规模预测

图表：2009-2012年日本家电连锁市场规模趋势预测图

图表：2002-2008年中国家电连锁市场规模

图表：2002-2008年中国家电连锁市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年中国家电连锁市场规模预测

图表：2009-2012年中国家电连锁市场规模趋预测势图

图表：2008-2009年8月家电连锁行业销售成本分析

图表：2008-2009年8月家电连锁行业销售费用分析

图表：2008-2009年8月家电连锁行业管理费用分析

图表：2008-2009年8月家电连锁行业财务费用分析

图表：2008-2009年8月家电连锁行业销售及利润分析

图表：2008-2009年8月家电连锁行业销售毛利率分析

图表：2008-2009年8月家电连锁行业销售利润率分析

图表：2008-2009年8月家电连锁行业成本费用利润率分析

图表：2008-2009年8月家电连锁行业总资产利润率分析

图表：2008-2009年8月家电连锁行业资产分析

图表：2008-2009年8月家电连锁行业负债分析

图表：2008-2009年8月家电连锁行业偿债能力分析

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2008年居民消费价格涨跌幅度

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2008年年末国家外汇储备

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2008年工业增加值及其增长速度

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2008年年末电话用户数

图表：2008年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2008年城乡居人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2008年年末各类教育招生人数

图表：2008年人口数及其构成

图表：2004-2008年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2008年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009年1-8月工业生产主要指标

图表：2008-2009年8月全国居民消费价格指数

图表：2008-2009年8月工业品出厂价格指数

图表：2009年1-8月我国家电产品进口数据

图表：2009年1-8月我国家电产品出口数据

图表：2009年1月我国家电产品进口数据

图表：2009年1月我国家电产品出口数据

图表：2009年2月我国家电产品进口数据

图表：2009年2月我国家电产品出口数据

图表：2009年3月我国家电产品进口数据

图表：2009年3月我国家电产品出口数据

图表：2009年上半年我国家电产品进口数据

图表：2009年上半年我国家电产品出口数据

图表：2009年4月我国家电产品进口数据

图表：2009年4月我国家电产品出口数据

图表：2009年5月我国家电产品进口数据

图表：2009年5月我国家电产品出口数据

图表：2009年6月我国家电产品进口数据

图表：2009年6月我国家电产品出口数据

图表：2009年2季度我国家电产品进口数据

图表：2009年2季度我国家电产品出口数据

图表：2009年7月我国家电产品进口数据

图表：2009年7月我国家电产品出口数据

图表：2009年8月我国家电产品进口数据

图表：2009年8月我国家电产品出口数据

图表：2009年1-8月中国家电连锁行业国有企业工业数据

图表：2009年1-8月中国家电连锁行业集体企业工业数据

图表：2009年1-8月中国家电连锁行业股份合作制企业工业数据

图表：2009年1-8月中国家电连锁行业股份制企业工业数据

图表：2009年1-8月中国家电连锁行业私营企业工业数据

图表：2009年1-8月中国家电连锁行业外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009年1-8月中国家电连锁行业其他类型企业工业数据

图表：2009年1-8月中国不同所有制家电连锁企业累计工业总产值对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制家电连锁企业累计产品销售收入对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制家电连锁企业累计资产总计对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制家电连锁企业累计利润总额对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制家电连锁企业累计工业总产值增长对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制家电连锁企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制家电连锁企业累计利润总额增长对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制家电连锁企业产销率对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制家电连锁企业流动资产周转次数对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制家电连锁企业人均销售率对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制家电连锁企业亏损面对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制家电连锁企业销售利润率对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制家电连锁企业资金利税率对比

图表：2009年1-8月家电产品产量北京市统计

图表：2009年1-8月家电产品产量天津市统计

图表：2009年1-8月家电产品产量河北省统计

图表：2009年1-8月家电产品产量内蒙古统计

图表：2009年1-8月家电产品产量辽宁省统计

图表：2009年1-8月家电产品产量吉林省统计

图表：2009年1-8月家电产品产量黑龙江统计

图表：2009年1-8月家电产品产量上海市统计

图表：2009年1-8月家电产品产量江苏省统计

图表：2009年1-8月家电产品产量浙江省统计

图表：2009年1-8月家电产品产量安徽省统计

图表：2009年1-8月家电产品产量福建省统计

图表：2009年1-8月家电产品产量江西省统计

图表：2009年1-8月家电产品产量山东省统计

图表：2009年1-8月家电产品产量河南省统计

图表：2009年1-8月家电产品产量湖北省统计

图表：2009年1-8月家电产品产量湖南省统计

图表：2009年1-8月家电产品产量广东省统计

图表：2009年1-8月家电产品产量广西区统计

图表：2009年1-8月家电产品产量海南省统计

图表：2009年1-8月家电产品产量四川省统计

图表：2009年1-8月家电产品产量云南省统计

图表：2009年1-8月家电产品产量陕西省统计

图表：2009年1-8月家电产品产量甘肃省统计

图表：2009年1-8月家电产品产量青海省统计

图表：2009年1-8月家电产品产量宁夏区统计

图表：2009年1-8月家电产品产量新疆区统计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/136625.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。