



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2010-2015年中国家电连锁行业 投资策略分析及竞争战略研究咨 询报告

## 一、调研说明

《2010-2015年中国家电连锁行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告》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/146617.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](mailto: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

### 第一部分 行业发展分析 11

#### 第一章 2009-2010年世界家电连锁产业运行分析 11

##### 第一节 2009-2010年家电连锁产业发展形式透析 11

###### 一、直营连锁 11

###### 二、特许连锁 11

###### 三、自由连锁 12

##### 第二节 2009-2010年国外家电连锁产业发展情况分析 12

###### 一、全球金融风暴下国外家电连锁企业发展 12

###### (一) 家电连锁产业链持续整合集中度不断提升 13

###### (二) 连锁巨头看好网购市场 13

###### 二、美国家电连锁产业发展分析 14

###### (一) 美国消费电子连锁巨头——"不务正业"过严冬 14

###### (二) 美国第二大电器连锁卖场"电路城"申请破产 15

###### (三) 美国HHGregg抢夺电路城资源 16

###### 三、日本家电连锁产业发展分析 16

###### (一) 清仓特卖店盛行 日本家电连锁业闹起门店"革命" 16

###### (二) 日本家电连锁霸主陷危机 18

#### 第二章 2009-2010年中国家电连锁产业发展分析 19

##### 第一节 2009年中国家电连锁产业发展回顾 19

###### 一、家电连锁行业运行特点分析 19

###### 二、2009年中国家电连锁企业增长趋缓 21

###### 三、2009年我国家电连锁卖场格局分析 21

###### 四、2009年推动家电连锁业发展的原因 22

###### 五、2009年黄光裕事件后家电连锁的发展 25

###### 六、2009年岁末家电连锁行业发展分析 27

##### 第二节 2009年中国家电连锁产业发展分析 27

###### 一、年家电连锁业角逐有望见结局 27

###### 二、中国家电连锁行业格局变化预测 28

###### (一) 下半年家电连锁业或将重演并购潮 28

(二) 家电连锁业零供关系：分工合作是大势所趋	30
三、收入下降费用上涨 家电连锁高扩张遇拐点	32
四、销售下滑敲响家电连锁饱和警钟	33
第三节 2009-2010年中国家电连锁产业存在的问题	35
一、家电连锁企业同质化竞争激烈	35
二、销售下滑敲响家电连锁饱和警钟	36
三、资源浪费 家电连锁巨头陷入店增利减怪圈	38
四、家电连锁业人才匮乏	41
第四节 未来我国家电连锁产业发展趋势	42
一、差异化经营成为必由之路	42
二、转向单店效益的提升	43
三、寻求主要的市场增长点	43
四、强调"功能和价值"	43
六、行业整合持续	44
第三章 2009-2010年中国家电连锁市场运行态势分析	45
第一节 2009-2010年中国家电连锁市场综述	45
一、高端电器成家电连锁市场新卖点	45
二、家电连锁试水多元化经营	46
三、家电连锁五大巨头市场经营特色及战略透析	47
第二节 2009-2010年中国家电连锁二三级市场运行分析	55
一、家电各级市场流通形式及厂商关系分析	55
二、家电连锁企业拓展二三级市场遇到的困难	57
三、家电连锁拓展二三级市场的策略	57
四、家电连锁体验营销的意义及手法	60
第三节 2009-2010年中国家电连锁市场存在的问题及策略分析	62
第四章 2009-2010年中国家电连锁主要业态运行分析	67
第一节 旗舰店	67
一、年家电旗舰店的发展状况	67
二、中国家电旗舰店的特征	67
三、家电旗舰店开设对厂商的影响	68

#### 四、家电旗舰店的正确定位及发展方向 68

##### 第二节 C店 68

###### 一、家电连锁3C店发展状况 69

###### 二、3C模式成家电连锁主要利润增长点 69

###### 三、3C产品在不同市场现状不一 69

###### 四、家电下乡中3C产品发展受阻 70

#### 第五章 2009-2010年中国部分地区家电连锁市场运行探析 71

##### 第一节 北京 71

###### 一、2009年北京家电连锁市场综述 71

###### 二、2009年北京家电连锁旗舰店发展分析 72

###### 三、家电连锁企业进入北京市场的战略意义 72

###### 四、家电连锁巨头在北京选址的策略比较 73

##### 第二节 上海 73

###### 一、上海家电连锁三"巨头"加速市郊"圈地" 73

###### 二、上海家电连锁市场渠道解析 74

###### 三、2009年上海家电连锁市场竞争分析 75

###### 四、上海家电连锁门店布局情况分析 76

###### 五、年元旦期间上海家电市场供需两旺 76

##### 第三节 深圳 77

###### 一、深圳可做家电连锁业转型特区 77

###### 二、深圳家电连锁新军顺电进军北京 78

###### 三、深圳家电连锁零售业仍三足鼎立 78

###### 四、家电连锁给深圳家电及零售业带来的影响 79

###### 五、年元旦期间深圳家电市场销售情况 79

##### 第四节 南京 80

###### 一、南京家电连锁业大跃进 80

###### 二、四家电连锁南京斗法演绎火爆行情 80

###### 三、南京:家电连锁忙打"升级战" 81

###### 四、南京家电连锁企业会员制推行情况 81

##### 第五节 成都 82

###### 一、成都家电卖场平板"热"动 82

- 二、成都家电连备战十一黄金周 82
- 三、成都四大家电连锁巨头共谱新篇 83

## 第二部分 相关行业发展分析 86

### 第六章 2009-2010年中国连锁经营整体运行形势分析 86

#### 第一节 2009-2010年中国连锁经营业现状分析 86

- 一、2009年我国社会消费品零售现状分析 86
- 二、2008中国特许经营连锁百强发布 86
- 三、2009年外资连锁企业在华销售稳步提升 87
- 四、中国连锁业在变革中强势发展 87
- 五、连锁经营巨头单店销售概况 88
- 六、我国连锁业人才缺口将进一步扩大 88
- 七、我国连锁业发展情况预测 89

#### 第二节 2009-2010年中国连锁经营与电子商务分析 90

- 一、中国电子商务市场现状分析 90
- 二、电子商务与连锁经营的结合之路 90

#### 第三节 2009-2010年中国农村连锁经营的发展分析 94

- 一、农村连锁经营的特征 94
- 二、连锁药店开始占领农村市场 95
- 三、农资物流连锁经营蕴含巨大商机 97
- 四、特许连锁经营在农村市场应注意的问题 97
- 五、农村零售业实现连锁经营的措施 100

#### 第四节 2009-2010年中国连锁经营的主要问题 102

- 一、我国连锁经营存在的主要问题分析 102
- 二、我国连锁经营发展中的弊病 103
- 三、制约我国连锁经营发展的因素 105
- 四、中国企业实施连锁的六大困惑 108
- 五、对我国连锁经营发展的思考 109

#### 第五节 2009-2010年促进我国连锁经营发展的对策 111

- 一、连锁经营中的供应链管理研究 111
- 二、我国发展连锁经营的策略建议 112
- 三、加快发展我国连锁经营的方针 113

四、选择连锁经营模式的三大标准	115
五、中国特许连锁经营的发展性策略	117
六、我国连锁经营企业的"越位"对策	119
第七章 2009-2010年中国家电行业运行态势分析	126
第一节 2009-2010年中国家电制造行业运行情况	126
一、生产增长情况	126
二、销售增长情况	126
三、企业经营情况	127
第二节 2009-2010年中国家电市场深度剖析	127
一、网民对家电关注度调查分析	128
二、中国家电市场品牌调查情况	128
三、家电产业取得的主要成就	130
四、中国家电制造品牌国际化进程情况	133
五、家电出口减缓对国内外家电巨头的影响	133
七、中国四大家电产业群发展透析	134
第三节 2009年中国家电行业及市场运行新形势	142
一、截至09年9月底家电下乡累计销售额61.78亿元	142
二、09年家电政策力度超出预期	143
三、09年我国家电行业发展预测	143
四、09年城镇家电需求增长情况预测	144
第四节 2009-2010年中国家电产业竞争情况分析	145
一、家电渠道业竞争情况	145
二、家电下乡品牌竞争情况	147
三、家电服务竞争情况	148
四、滚筒洗衣机市场竞争分析	149
五、中国家电品牌在境外品牌竞争情况	151
六、年我国家电产业竞争态势预测	152
第五节 2009-2010年中国家电连锁企业的服务营销创新	157
一、家电连锁企业实施服务营销创新的必要性	157
二、家电连锁企业服务营销的现状及其存在的问题	158
三、家电连锁企业的服务营销创新对策	160

## 第六节 2009-2010年中国家电连锁商赢利模式的改革 163

- 一、家电连锁商传统赢利模式遭遇挑战 163
- 二、赢利模式转变方向 166
- 三、赢利模式转变后的意义 166
- 四、提高赢利能力的措施 167

## 第三部分 行业竞争格局分析 169

### 第八章 2009-2010年中国家电连锁市场竞争格局分析 169

#### 第一节 2009-2010年中国家电制造业竞争分析 169

- 一、家电大品牌逐步脱离家电连锁行业 169
  - 二、家电品牌店与家电连锁的博弈 170
  - 三、家电巨头走出连锁卖场开旗舰店 171
  - 四、长虹打造"乐家易"进入家电连锁市场 171
  - 五、年家电下乡或将引发家电渠道变革 172
  - 六、年海外家电连锁巨头中国市场扩张计划悄然生变 173
- #### 第二节 2009-2010年中国家电连锁业竞争存在的问题与策略 175
- 一、家电连锁竞争升级的重要性及策略 175
  - 二、中国家电连锁业竞争正走向深入 176
  - 三、苏宁家电提高单店经营质量的措施 178
  - 五、家电连锁竞争的趋势 179
- #### 第三节 2010-2015年中国家电连锁业竞争趋势分析 180

### 第九章 2009-2010年国内外家电连锁业并购案例解析 182

#### 第一节 百思买并购五星 182

- 一、百思买并购五星的原因 182
- 二、并购给五星的快速发展提供契机 182
- 三、百思买五星实施双品牌策略 183
- 四、百思买并购五星对中国家电连锁业的影响 184
- 五、百思买中国发展建议 184

#### 第二节 国美收购易好家 185

- 一、中建材出售易好家的缘由 185
- 二、国美收购易好家的原因 186

### 第三节 国美永乐合并 186

- 一、国美永乐合并进程 186
- 二、国美永乐合并的影响分析 187
- 三、国美收购永乐事件的对家电业发展的影响 187
- 四、国美永乐合并后待解决的问题 188
- 五、新国美八项经营策略 188

### 第四节 国美托管大中 190

- 一、国美快速收购大中的原因 191
- 二、国美委托第三方托管大中的意义 191
- 三、国美收购大中对苏宁的影响分析 192
- 四、国美托管大中的优势及前景 193

## 第十章 2009-2010年世界著名家电连锁企业分析 194

### 第一节 百思买 194

- 一、企业概况 194
- 二、2009-2010年经营状况 194
- 三、企业发展战略分析 195
- 四、企业发展前景预测分析 195

### 第二节 电路城 196

- 一、企业概况 196
- 二、2009年电路城破产清算 196

### 第三节 日本小岛电器 196

- 一、企业概况 196
- 二、2009-2010年企业经营状况 197
- 三、未来企业发展战略 197

### 第四节 日本山田电机 197

- 一、企业概况 197
- 二、2009年经营状况 198
- 三、公司发展战略 198
- 四、山田电机发展策略探析 199

## 第十一章 2009-2010年中国主要家电连锁企业分析 200

## 第一节 国美电器 200

- 一、企业基本概况分析 200
- 二、企业经营状况分析 201
- 三、企业核心竞争力分析 201
- 四、未来企业发展规划分析 201

## 第二节 苏宁电器 201

- 一、企业基本概况分析 202
- 二、企业经营状况分析 202
- 三、企业核心竞争力分析 203
- 四、未来企业发展规划分析 203

## 第三节 五星 203

- 一、企业基本概况分析 203
- 二、企业经营状况分析 204
- 三、企业核心竞争力分析 204
- 四、未来企业发展规划分析 204
- 五、五星电器面临新抉择难题 205

## 第四节 三联 206

- 一、企业基本概况分析 206
- 二、企业经营状况分析 208
- 三、企业核心竞争力分析 208
- 四、未来企业发展规划分析 208

## 第五节 顺电 209

- 一、企业基本概况分析 209
- 二、企业经营状况分析 209
- 三、企业核心竞争力分析 210
- 四、未来企业发展规划分析 210
- 五、合力金桥软件用呼叫中心打造顺电核心竞争力 211
- 六、顺电连锁的信息化建设发展历程 211

## 第四部分 行业发展趋势及战略 213

### 第十二章 2009-2010年中国家电连锁产业运行环境解析 213

#### 第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析 213

第二节 2009-2010年中国家电连锁政策法规环境分析	222
第三节 2009-2010年中国家电连锁社会环境分析	226
第四节 2009-2010年中国家电连锁相关产业对其影响分析	230

第十三章 2010-2015年中国家电连锁行业发展趋势	235
第一节 2010-2015年中国社会发展的展望与对策建议	235
第二节 2010-2015年中国家电行业发展趋势分析	238
第三节 2010-2015年中国家电连锁业发展趋势分析	247

第十四章 2010-2015年中国家电连锁行业发展战略	252
第一节 2010-2015年中国家电连锁经营策略	252
第二节 2010-2015年中国家电连锁二三线城市家电市场策略	255
第三节 2010-2015年中国家电连锁超市的价格策略	258
第四节 2010-2015年中国家电连锁国际化策略分析	260
第五节 2010-2015年中国家电连锁企业营销体验化策略	263

第十五章 2010-2015年中国家电连锁行业投资战略分析	268
第一节 2010-2015年中国"家电下乡"投资机会分析	268
第二节 2010-2015年中国中国家电连锁行业投资环境及风险分析	271
第三节 2010-2015年中国家电连锁企业经营扩张风险及防范	275

## 图表目录

图表 1 2009年上半年家电行业收索指数	126
图表 2 2009年上半年家电品牌关注度排行	127
图表 3 2009年上半年主要家电品牌关注度走势	127
图表 4 2009年8月第三周滚筒洗衣机最受用户关注TOP10产品	147
图表 5 2009年8月第三周波轮洗衣机最受用户关注TOP10产品	148
图表 6 2009年8月第三周洗衣机用户最关注TOP10产品品牌分布	148
图表 7 2004年~2009年深圳市顺电连锁股份有限公司营业收入增长趋势	207
图表 8 2003-2009年中国GDP总量及增长趋势图	210
图表 9 2009-2010年上半年各产业GDP总量对比图	211

图表 10 2009年上半年重要宏观经济数据统计表	211
图表 11 2009年上半年主要宏观经济经济数据	212
图表 12 2009-2010年中国各季度GDP增长率统计表	214
图表 13 2009-2010年各月中国价格指数统计表	214
图表 14 2009-2010年6月中国价格指数月度走势图	215
图表 15 2009-2010年5月中国主要消费品CPI月度走势图	216
图表 16 2003-2009年我国农村人均纯收入增长趋势图	217
图表 17 2003-2009年我国城镇居民可支配收入增长趋势图	217
图表 18 1978-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图	218
图表 19 公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证	279
图表 20 公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书	280
图表 21 公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证	281

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/146617.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](http://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。