



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年中国家电连锁行业 调研及战略咨询报告

# 一、调研说明

《2009-2012年中国家电连锁行业调研及战略咨询报告》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/41687.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

中国家电连锁作为一种较为先进的业态，其丰富的家电产品、低廉的价格以及独特的购物环境，使其发展极为迅速。目前，整个家电连锁行业市场形成了以国美、苏宁为首的两强争霸的格局。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？

本报告主要依据国家统计局、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。

## 【 目录 】

### 第一部分 行业整体发展分析

#### 第一章 世界家电连锁产业发展分析 1

##### 第一节 家电连锁产业发展形式分析 1

###### 一、直营连锁 1

###### 二、特许连锁 3

###### 三、自由连锁 5

###### 四、合作连锁 7

##### 第二节 国外家电连锁产业发展情况分析 8

###### 一、国外家电连锁进入中国家电卖场情况 8

###### 二、美国家电连锁产业发展分析 11

###### 三、英国家电连锁产业发展分析 12

###### 四、日本家电连锁产业发展分析 13

#### 第二章 中国家电连锁产业发展分析 23

##### 第一节 2008年中国家电连锁产业发展回顾 23

###### 一、2008年中国家电连锁行业发展现状 23

###### 二、2008年我国家电连锁卖场格局分析 25

###### 三、2008年推动家电连锁业发展的原因 28

四、2008年黄光裕事件后家电连锁的发展	29
五、2008年岁末家电连锁行业发展分析	30
第二节 2009年中国家电连锁产业发展分析	31
一、2009年家电连锁业角逐有望见结局	31
二、2009年中国家电连锁行业格局变化预测	33
第三节 中国家电连锁产业存在的问题	36
一、家电连锁企业大本营成空心状态	36
二、家电连锁企业同质化竞争激烈	36
三、家电连锁业人才匮乏	37
四、家电连锁业标准缺失	37
五、家电连锁业缺乏长期战略规划	38
第四节 未来我国家电连锁产业发展趋势	39
一、差异化经营成为必由之路	39
二、转向单店效益的提升	40
三、寻求主要的市场增长点	40
四、强调“功能和价值”	40
五、连锁业竞争升级	41
六、行业整合持续	41
第三章 中国家电连锁市场运行态势分析	43
第一节 2008年中国家电连锁市场概况	43
一、高端电器成家电连锁市场新卖点	43
二、家电连锁试水多元化经营	45
三、家电连锁五大巨头市场经营特色及战略透析	47
第二节 2008年中国家电连锁二三级市场发展分析	56
一、家电各级市场流通形式及厂商关系分析	56
二、家电连锁企业拓展二三级市场遇到的困难	58
三、家电连锁拓展二三级市场的策略	58
四、家电连锁体验营销的意义及手法	61
五、家电连锁卖场新年营销含义及策略	65
第三节 中国家电连锁市场存在的问题及策略分析	69

## 第二部分 主要业态及区域市场分析

### 第四章 中国家电连锁主要业态发展分析 73

#### 第一节 旗舰店 73

- 一、2008年家电旗舰店的发展状况 73
- 二、中国家电旗舰店的特征 74
- 三、家电旗舰店开设对厂商的影响 74
- 四、家电旗舰店的正确定位及发展方向 74

#### 第二节 3C店 75

- 一、2008年家电连锁3C店发展状况 75
- 二、3C模式成家电连锁主要利润增长点 78
- 三、家电连锁拓展3C领域的优势 83
- 四、3C模式使家电连锁企业与PC企业双赢 84
- 五、家电连锁经营3C业务对IT业的影响 87
- 六、未来我国3C店发展预测 88

### 第五章 主要地区家电连锁市场分析 90

#### 第一节 北京 90

- 一、2008年北京家电连锁市场的发展状况 90
- 二、2008年北京家电连锁旗舰店发展分析 91
- 三、2009年家电连锁企业进入北京市场的战略意义 94
- 四、家电连锁巨头在北京选址的策略比较 95

#### 第二节 上海 98

- 一、2007年上海家电连锁市场发展回顾 98
- 二、2008年上海家电连锁市场发展状况 99
- 三、2008年上海家电连锁市场竞争分析 101
- 四、上海家电连锁门店布局情况分析 103
- 五、2009年元旦期间上海家电市场供需两旺 103

#### 第三节 深圳 104

- 一、2007年深圳家电连锁市场发展回顾 104
- 二、2008年深圳家电连锁市场发展状况 108
- 三、2008年深圳家电连锁市场竞争分析 110
- 四、家电连锁给深圳家电及零售业带来的影响 112

五、2009年元旦期间北京家电市场销售情况 113

#### 第四节 南京 115

一、2007年南京家电连锁市场发展回顾 115

二、2008年南京家电连锁市场发展状况 117

三、2008年南京家电连锁市场竞争分析 119

四、南京家电连锁企业会员制推行情况 120

#### 第五节 成都 121

一、2007年成都家电连锁市场发展回顾 121

二、2008年成都家电连锁市场发展状况 124

三、2008年成都家电连锁市场竞争分析 127

四、2008年成都家电连锁旗舰店发展分析 128

### 第三部分 相关行业发展分析

#### 第六章 中国连锁经营行业发展分析 131

##### 第一节 我国连锁经营业现状分析 131

一、2008年我国社会消费品零售现状分析 131

二、中国连锁业在变革中强势发展 131

三、连锁经营巨头单店销售概况 137

四、我国连锁业人才缺口将进一步扩大 138

五、2010年我国连锁业发展情况预测 139

##### 第二节 连锁经营与电子商务 139

一、中国电子商务市场现状分析 139

二、电子商务与连锁经营的结合之路 140

三、连锁经营与电子商务结合的手段 142

四、连锁经营解决电子商务物流难题 143

##### 第三节 我国农村连锁经营的发展 144

一、农村连锁经营的特征 144

二、连锁药店开始占领农村市场 149

三、农资物流连锁经营蕴含巨大商机 151

四、特许连锁经营在农村市场应注意的问题 154

五、农村零售业实现连锁经营的措施 157

##### 第四节 我国连锁经营的主要问题 161

一、我国连锁经营存在的主要问题分析	161
二、我国连锁经营发展中的弊病	163
三、制约我国连锁经营发展的因素	166
四、中国企业实施连锁的六大困惑	168
五、对我国连锁经营发展的思考	169
第五节 促进我国连锁经营发展的对策	172
一、连锁经营中的供应链管理研究	172
二、我国发展连锁经营的策略建议	177
三、加快发展我国连锁经营的方针	178
四、选择连锁经营模式的三大标准	179
五、中国特许连锁经营的发展性策略	181
六、我国连锁经营企业的“越位”对策	186
第七章 中国家电行业发展情况分析	193
第一节 2008年中国家电制造行业运行情况	193
一、生产增长情况	193
二、销售增长情况	196
三、企业经营情况	198
第二节 2008-2009年中国家电市场发展分析	201
一、2008年我国家电行业整体发展概况	201
二、2008年网民对家电关注度调查分析	212
三、2008年中国家电市场品牌调查情况	213
四、2008年中国家电产业取得的主要成就	217
五、2008年中国家电制造品牌国际化进程情况	217
六、2008年家电出口减缓对国内外家电巨头的影 响	220
七、中国三大家电产业群发展透析	226
八、2009年我国家电行业发展预测	235
九、2009年城镇家电需求增长情况预测	238
第三节 2008年中国家电产业竞争情况分析	239
一、2008年家电渠道业竞争情况	239
二、2008年家电下乡品牌竞争情况	242
三、2008年家电服务竞争情况	243



四、2008年滚筒洗衣机市场竞争分析	244
五、2008年中国家电品牌在境外品牌竞争情况	247
六、2009年我国家电产业竞争态势预测	248
第四节 家电连锁企业的服务营销创新	250
一、家电连锁企业实施服务营销创新的必要性	250
二、家电连锁企业服务营销的现状及存在的问题	251
三、家电连锁企业的服务营销创新对策	253
第五节 家电连锁商赢利模式的改革	256
一、家电连锁商传统赢利模式遭遇挑战	256
二、赢利模式转变方向	256
三、赢利模式转变后的意义	258
四、提高赢利能力的措施	260
第四部分 行业竞争及企业分析	
第八章 中国家电连锁市场竞争格局分析	261
第一节 2008年中国家电制造业与家电连锁的竞争分析	261
一、家电大品牌逐步脱离家电连锁行业	261
二、家电品牌店与家电连锁的博弈	262
三、TCL进军家电连锁市场	272
四、长虹打造“乐家易”进入家电连锁市场	273
第二节 2008年中国家电连锁业竞争存在的问题与策略	274
一、家电连锁竞争升级的重要性及策略	274
二、中国家电连锁业竞争正走向深入	278
三、苏宁家电提高单店经营质量的措施	280
四、家电连锁竞争的首要优势分析	281
五、家电连锁竞争的趋势	286
第三节 2009-2010年中国家电连锁业竞争趋势分析	287
第九章 国内外家电连锁业并购案例分析	291
第一节 百思买并购五星	291
一、百思买并购五星的原因	291
二、并购给五星的快速发展提供契机	292

三、百思买五星实施双品牌策略	295
四、百思买并购五星对中国家电连锁业的影响	296
五、百思买中国发展建议	300
第二节 国美收购易好家	304
一、中建材出售易好家的缘由	304
二、国美收购易好家的原因	304
第三节 国美永乐合并	305
一、国美永乐合并进程	305
二、国美永乐合并的影响分析	306
三、国美收购永乐事件的对家电业发展的影响	308
四、国美永乐合并后待解决的问题	309
五、新国美八项经营策略	312
第四节 国美托管大中	313
一、国美快速收购大中的原因	313
二、国美委托第三方托管大中的意义	315
三、国美收购大中对苏宁的影响分析	316
四、国美托管大中的优势及前景	318
第十章 世界著名家电连锁企业分析	324
第一节 百思买	324
一、企业概况	324
二、2007-2008年财务分析	326
三、2008年经营状况	329
四、2009年经营情况预测	330
五、2009年发展战略	331
第二节 电路城	332
一、企业概况	332
二、2007-2008年财务分析	334
三、2008年经营状况	336
四、2008年销售情况	338
五、2009年发展战略	339
第三节 日本小岛电器	340

- 一、企业概况 340
- 二、2007-2008年财务分析 341
- 三、2008年经营状况 341
- 四、2009年发展战略 342
- 第四节 日本山田电机 343
- 一、企业概况 343
- 二、2007-2008年财务分析 343
- 三、2008年经营状况 346
- 四、2008年销售情况 347
- 五、2009年发展战略 347

## 第十一章 中国主要家电连锁企业分析 351

### 第一节 国美 351

- 一、企业概况 351
- 二、企业核心竞争力 351
- 三、2008年财务分析 351
- 四、2008年经营状况 352
- 五、2009年发展规划 353

### 第二节 苏宁 353

- 一、企业概况 353
- 二、企业核心竞争力 354
- 三、2008年财务分析 359
- 四、2008年经营状况 365
- 五、2009年发展规划 366

### 第三节 五星 368

- 一、企业概况 368
- 二、企业核心竞争力 369
- 三、2008年财务分析 371
- 四、2008年经营状况 371
- 五、2009年发展规划 372

### 第四节 三联 374

- 一、企业概况 374

二、企业核心竞争力	376
三、2008年财务分析	376
四、2008年经营状况	381
五、2009年发展规划	381
第五节 顺电	383
一、企业概况	383
二、企业核心竞争力	384
三、合力金桥软件用呼叫中心打造顺电核心竞争力	386
四、顺电连锁的信息化建设发展历程	387

## 第五部分 行业发展趋势及战略

### 第十二章 家电连锁产业发展环境分析 392

#### 第一节 经济发展环境分析 392

- 一、2008年我国宏观经济发展分析 392
- 二、2008-2009年国内经济环境对其影响 415
- 三、2008-2009年国内投资环境对其影响 416

#### 第二节 政策法规环境分析 421

- 一、2008年家电连锁政策环境分析 421
- 二、2008年国内宏观政策对其影响 423
- 三、2008年行业产业政策对其影响 424

#### 第三节 社会发展环境分析 427

- 一、国内社会环境发展现状 427
- 二、2008年社会环境发展分析 428
- 三、2008年中国社会发展面临的主要矛盾和挑战 434
- 四、“十一五”期间我国经济社会环境分析 438
- 五、社会环境对于行业的影响分析 440

#### 第四节 相关产业对其影响分析 443

- 一、商业地产市场发展对其影响分析 443
- 二、电子产品销售渠道发展情况分析 445
- 三、其他销售渠道对行业的影响分析 446

### 第十三章 家电连锁行业发展趋势与策略 448

第一节 2009年中国社会发展的展望与对策建议	448
一、加大资金投入 确保社会经济发展	448
二、调整收入分配格局 刺激和扩大内需	448
三、破除城乡二元结构 社会发展进入新阶段	449
四、改善民生 推进社会体制改革	449
五、积极解决就业问题	450
六、充分发挥基层政府公共服务能力	450
七、创新社会建设和社会管理	451
第二节 中国家电行业发展趋势分析	451
一、“十一五”家电产业发展思路及目标	451
二、全球背景下我国家电市场的发展趋势	457
三、2009年中国家电行业新商业趋势预测	459
四、2009年国内家电市场前景分析	466
五、2010年我国家电出口情况预测	468
六、2010年全球白色家电市场增长情况	470
七、2010年我国家电产品能效标识情况	471
八、2008-2015年我国小家电市场竞合态势预测	473
第三节 中国家电连锁业发展趋势分析	474
一、2009-2012年中国家电连锁市场空间分析	474
二、2009-2012年家电连锁业发展趋势分析	476
三、2009-2012年我国家电连锁产业发展机遇及战略分析	478
四、未来中国家电连锁市场发展趋势	482
第四节 家电连锁国际化策略分析	484
一、国际化时机选择	484
二、国际化地点选择	485
三、国际化市场进入模式	485
四、国际化准备阶段应注意的问题	485
第十四章 中国家电连锁行业投资策略分析	488
第一节 2009年“家电下乡”投资机会分析	488
一、2009年“家电下乡”政策调整情况	488
二、2009年“家电下乡”扩展情况	489

三、2009年“家电下乡”发展进程情况	492
四、2009年“家电下乡”投资策略分析	493
第二节 中国家电连锁行业投资环境及风险分析	495
一、宏观经济波动风险及控制	495
二、家电连锁投资政策分析	500
三、家电连锁投资环境分析	506
四、家电产业供需风险及控制	512
第三节 家电连锁企业经营扩张风险及防范	513
一、偿还债务风险及防范	513
二、财务数据波动较大的风险及防范	515
三、存货减值的风险及防范	515
四、未来发展中资金短缺的风险及防范	516

## 图表目录

图表：2008年全球不同地区家电销售量比率分布	10
图表：2006-2008年8月欧美家电零售额增速	10
图表：2005-2008年8月美国家电消费者信心指数变化情况	12
图表：2003-2006年松下电器产业SPS战略业绩概览	16
图表：2004-2008年日本千亿级家电量贩5年业绩对比图	18
图表：96-104届家电及消费类电子产品、机电产品成交额及增速	25
图表：2004-2010我国农村每百户家电拥有量	25
图表：2008年我国家电连锁行业各品牌市场占有率统计表	26
图表：2008年我国家电连锁行业各品牌市场占有率比较	27
图表：家电连锁分类市场开店战略规划	60
图表：2008年1-7月上海市洗衣机等家电的产量	101
图表：2007年中国连锁百强前三名	138
图表：电子商务与连锁企业之间的整体网络构建过程	142
图表：2008年1-9月家电行业累计工业总产值增长情况	194
图表：2008年1-9月家用电器制造业主要产品产量	195
图表：2008年1-9月家用视听设备制造业主要产品产量	195
图表：2008年1-9月家电产业累计销售产值增长情况	196
图表：2008年1-9月家用电器行业出口交货值增长情况	197

图表：2008年1-9月家用电器主要产品出口 198

图表：2008年1-9月家用视听设备主要产品出口 198

图表：2008年1-9月家电不同规模企业工业增长情况 199

图表：2008年1-9月家用电器行业不同所有制企业工业增长情况 200

图表：2008年1-9月家用视听设备制造行业不同所有制企业工业增长情况 201

图表：2007年7月-2008年8月我国家电行业年累计利润、增速及毛利率 206

图表：2007年7月-2008年8月我国家电行业累计销售收入及增速 206

图表：2008年1-8月我国家电行业产量情况 207

图表：2006年-2011年预期中国小家电国内外需求量 207

图表：2006-2008上半年我国主要家电产品产量及同比增速 208

图表：2005年至2008年1-5月白色家电行业每月产量 208

图表：2008年09月空调销售量前十名型号价格变动分析 208

图表：2008年08月空调销售量前十名型号价格变动分析 209

图表：2008年1-8月彩电累计产量情况 209

图表：1999-2007年我国农村居民每百户拥有冰箱、洗衣机数量 210

图表：2005-2008年1-8月我国洗衣机、冰箱销量及相应出口占比 210

图表：2007年和2008年1-7月冰箱行业销量及增长 211

图表：近年我国各省市每百户家庭的冰箱保有量与可支配收入之间的关系 211

图表：2005-2008年1-8月我国冰箱单月冰箱销量 212

图表：1990-2007年冰箱普及率在50-90%之间增长较快 212

图表：2008年PC网民对家电卖场的关注比例 213

图表：2008年1-8月PDP彩电累计出口情况 223

图表：2008年1-8月LCD彩电累计出口情况 224

图表：2008年1-8月CRT彩电累计出口情况 224

图表：2006Q1-2008Q1年我国彩电销售额 224

图表：近年国内彩电市场占有率分 225

图表：2005-2008年1-8月我国冰箱压缩机累计出口情况 225

图表：2006-2010年冰箱内外需求量增速预期 226

图表：1998~2008财年百思买可比店面销售变动图 328

图表：2006-2007年CC电器销售结构变化表 336

图表：2008财年山田电机经营业绩一览 344

图表：1999-2007年日本山田电机店面数量变化 345

图表：1999-2008财年山田电机销售业绩变化	345
图表：2007-2008财年山田电机S&G费用结构表	345
图表：2007年与2008年上半年苏宁电器股份有限公司主营构成表	359
图表：2007年与2008年1-3季度苏宁电器股份有限公司流动资产表	360
图表：2007年与2008年1-3季度苏宁电器股份有限公司长期投资表	360
图表：2007年与2008年1-3季度苏宁电器股份有限公司固定资产表	361
图表：2007年与2008年1-3季度苏宁电器股份有限公司无形及其他资产表	361
图表：2007年与2008年1-3季度苏宁电器股份有限公司流动负债表	361
图表：2007年与2008年1-3季度苏宁电器股份有限公司长期负债表	361
图表：2007年与2008年1-3季度苏宁电器股份有限公司股东权益表	362
图表：2007年与2008年1-3季度苏宁电器股份有限公司主营业务收入表	362
图表：2007年与2008年1-3季度苏宁电器股份有限公司主营业务利润表	362
图表：2007年与2008年1-3季度苏宁电器股份有限公司营业利润表	362
图表：2007年与2008年1-3季度苏宁电器股份有限公司利润总额表	363
图表：2007年与2008年1-3季度苏宁电器股份有限公司净利润表	363
图表：2007年与2008年1-3季度苏宁电器股份有限公司每股指标表	363
图表：2007年与2008年1-3季度苏宁电器股份有限公司获利能力表	363
图表：2007年与2008年1-3季度苏宁电器股份有限公司经营能力表	364
图表：2007年与2008年1-3季度苏宁电器股份有限公司偿债能力表	364
图表：2007年与2008年1-3季度苏宁电器股份有限公司资本结构表	364
图表：2007年与2008年1-3季度苏宁电器股份有限公司发展能力表	364
图表：2007年与2008年1-3季度苏宁电器股份有限公司现金流量分析表	365
图表：近年苏宁在中国主要经济区域消费能力对比	365
图表：2007年与2008年上半年三联商社股份有限公司主营构成表	376
图表：2007年与2008年1-3季度三联商社股份有限公司流动资产表	376
图表：2007年与2008年1-3季度三联商社股份有限公司固定资产表	377
图表：2007年与2008年1-3季度三联商社股份有限公司无形及其他资产表	377
图表：2007年与2008年1-3季度三联商社股份有限公司流动负债表	377
图表：2007年与2008年1-3季度三联商社股份有限公司长期负债表	378
图表：2007年与2008年1-3季度三联商社股份有限公司股东权益表	378
图表：2007年与2008年1-3季度三联商社股份有限公司主营业务收入表	378
图表：2007年与2008年1-3季度三联商社股份有限公司主营业务利润表	378



图表：2007年与2008年1-3季度三联商社股份有限公司营业利润表	378
图表：2007年与2008年1-3季度三联商社股份有限公司利润总额表	379
图表：2007年与2008年1-3季度三联商社股份有限公司净利润表	379
图表：2007年与2008年1-3季度三联商社股份有限公司每股指标表	379
图表：2007年与2008年1-3季度三联商社股份有限公司获利能力表	379
图表：2007年与2008年1-3季度三联商社股份有限公司经营能力表	380
图表：2007年与2008年1-3季度三联商社股份有限公司偿债能力表	380
图表：2007年与2008年1-3季度三联商社股份有限公司资本结构表	380
图表：2007年与2008年1-3季度三联商社股份有限公司发展能力表	380
图表：2007年与2008年1-3季度三联商社股份有限公司现金流量分析表	381
图表：2003-2008年11月工业增加值增长率趋势图	393
图表：1999年8月-2008年10月社会消费品零售总额月度同比增长率	394
图表：2005-2008年11月固定资产投资与消费品零售对比趋势图	396
图表：1999年8月-2008年10月固定资产投资完成额月度累计同比增长率	396
图表：2008年1-11月出口总值与进口总值对比趋势图	397
图表：1999年8月-2008年10月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率	399
图表：2007年11月-2008年11月CPI与PPI趋势对比图	400
图表：1999年8月-2008年10月居民消费价格指数（2007年同月=100）	402
图表：2007年11月-2008年11月CPI与PPI趋势对比图	402
图表：1999年8月-2008年10月工业品出厂价格指数（2007年同月=100）	404
图表：2007年11月-2008年11月货币供应量月度同比增长率	405
图表：2007年与2008年新增人民币存款和贷款对比图	406
图表：2007年与2008年新增外汇存款和贷款对比图	406
图表：1999年8月-2008年10月货币供应量月度同比增长率	407
图表：2007年9月-2008年10月宏观经济景气指数	407
图表：2007年11月-2008年10月宏观经济景气指数预警信号图	408
图表：1992年10月-2008年10月宏观经济景气指数预警趋势图	409
图表：2007年9月-2008年10月消费者信心指数	410
图表：2008年10月商品零售价格分类指数	411
图表：2008年10月居民消费价格分类指数	411
图表：2008年10月及1-10月社会消费品零售总额	412
图表：2008年1-10月城镇固定资产投资情况	412

图表：2008年1-10月各行业城镇投资情况	413
图表：家电产品升级路径	481
图表：2008年我国“家电下乡”试点3省（山东、河南、四川）占推广后12省及全国农村人口比重	488
图表：2008年我国“家电下乡”彩电中标情况统计	490
图表：2008年我国“家电下乡”冷柜中标情况统计	490
图表：2007-2012年“家电下乡”推广到全国农村洗衣机普及率提升情况	491
图表：2007-2012年“家电下乡”推广到全国农村冰箱普及率提升情况	491
图表：2007-2012年11月我国“家电下乡”推广地区农村人口数量	492
图表：2008年9月全国家电用钢产量	507

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/41687.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。