



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国家电连锁业市场运行态势与发展趋势询报告

一、调研说明

《2009-2012年中国家电连锁业市场运行态势与发展趋势询报告》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/98253.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年世界家电连锁业运行状况

第一节 2008-2009年世界家电连锁业发展概况

一、国际家电连锁业不同发展阶段的特征

二、美国家电连锁业的特征

三、日本家电连锁行业发展状况

四、德国家电连锁市场概况

第二节 2008-2009年世界主要企业运营情况

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

第三节 2009-2012年世界家电连锁业发展趋势

第二章 2008-2009年中国家电连锁业运行环境

第一节 2008-2009年中国宏观经济环境

一、中国GDP

二、城乡居民家庭人均可支配收入

三、恩格尔系数

第二节 2008-2009年中国家电连锁业运行政策环境

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》

第三节 2008-2009年中国家电连锁业运行社会环境

第三章 2008-2009年中国家电连锁业运行形势

第一节 2008-2009年中国家电连锁行业综述

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

四、家电连锁企业利润来源的发展阶段

第二节 2008-2009年中国家电连锁行业存在的问题发行

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发行

一、家电连锁业的发展对策

二、家电连锁的业态融合策略

第四章 2008-2009年中国家电连锁市场运行态势

第一节 2008-2009年中国家电连锁市场发展概况

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

一、家电各级市场流通形式及厂商关系

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

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

第五章 近年来中国家电连锁业并购案例探讨

第一节 百思买并购五星

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

第二节 国美收购易好家

- 一、中建材出售易好家的缘由
- 二、国美收购易好家的原因

第三节 国美永乐合并

- 一、国美永乐合并进程
- 二、国美永乐合并的影响
- 三、国美永乐合并后待解决的问题
- 四、新国美八项经营策略
- 五、新国美发展目标

第四节 国美托管大中

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

第六章 2008-2009年中国家电连锁的业态

第一节 2008-2009年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

第一节 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格局

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、家电连锁企业南京市场竞争状况
- 二、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
- 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年中国家电连锁产业市场竞争格局

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 2008-2009年中国家电连锁及主要家电公司关键性财务

第一节 苏宁电器股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况
- 三、2008-2009年企业竞争优势
- 四、企业未来发展战略与规划

第二节 三联商社股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况
- 三、2008-2009年企业竞争优势
- 四、企业未来发展战略与规划

第三节 国美电器

- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况
- 三、2008-2009年企业竞争优势
- 四、企业未来发展战略与规划

第四节 五星

- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况
- 三、2008-2009年企业竞争优势
- 四、企业未来发展战略与规划

第五节 顺电

- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况
- 三、2008-2009年企业竞争优势
- 四、企业未来发展战略与规划

第十章 2008-2009年中国家电行业运行走势综述

第一节 2008-2009年中国家电产业市场解析

- 一、中国家电产业发展阶段
- 二、中国家电制造向世界强国靠拢
- 三、中国家电市场的竞争格局
- 四、家电消费市场向农村及海外转移
- 五、家电企业向农村市场转移
- 六、中低端消费群体成家电市场主体

第二节 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

第三节 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

第十一章 2009-2012年中国家电连锁业发展前景预测

第一节 2009-2012年中国家电行业发展前景

- 一、“十一五”家电产业发展思路及目标

二、中国家电市场前景

三、未来家电产品发展趋势

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

三、未来中国家电连锁市场发展趋势

第三节 2009-2012年中国家电连锁业盈利预测

第十二章 2009-2012年中国家电连锁业投资机会与风险

第一节 2009-2012年中国家电连锁业投资环境

第二节 2009-2012年中国家电连锁业投资机会

一、家电下线给我们带来的新商机

二、家电连锁投资风向瞄准小家电

第三节 2009-2012年中国家电连锁业投资风险

一、市场竞争风险

二、政策性风险

三、进入退出风险

第四节 专家建议

图表目录：

图表：中国GDP

图表：城乡居民家庭人均可支配收入

图表：恩格尔系数

图表：2006-2008年苏宁电器股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2006-2008年苏宁电器股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2006-2008年苏宁电器股份有限公司利润率走势图

图表：2006-2008年苏宁电器股份有限公司成长能力指标表

图表：2006-2008年苏宁电器股份有限公司经营能力指标表

图表：2006-2008年苏宁电器股份有限公司盈利能力指标表

图表：2006-2008年苏宁电器股份有限公司偿债能力指标表

图表：2006-2008年三联商社股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2006-2008年三联商社股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2006-2008年三联商社股份有限公司利润率走势图

图表：2006-2008年三联商社股份有限公司成长能力指标表

图表：2006-2008年三联商社股份有限公司经营能力指标表

图表：2006-2008年三联商社股份有限公司盈利能力指标表

图表：2006-2008年三联商社股份有限公司偿债能力指标表

图表：2009-2012年中国家电连锁业盈利预测

图表：2009-2012年中国家电连锁业发展展望

略…………

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/98253.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。