

2012-2016年中国家电连锁 行业现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国家电连锁行业现状分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/maoyi1206/N419847LWJ.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-06-11

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国家电连锁行业现状分析及投资前景研究报告》共十五章。首先介绍了全球家电连锁行业的概况，接着分析了中国家电连锁行业发展环境与现状，然后对中国家电连锁行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国家电连锁行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国家电连锁行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国家电连锁行业现状分析及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

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。

日前，中国连锁经营协会发布“2011中国连锁百强”榜，上榜的百家连锁企业销售规模达1.65万亿元，在统计口径有所收紧的情况下，国美电器以1100亿元的销售规模，1737家的门店总数，位列中国家电连锁零售行业榜首。

现在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？

第一章 世界家电连锁产业发展分析

第一节 家电连锁产业发展形式分析

一、直营连锁

二、特许连锁

三、自由连锁

四、合作连锁

第二节 国外家电连锁产业发展情况分析

一、全球金融风暴下国外家电连锁企业发展

- 二、美国家电连锁产业发展分析
- 三、英国家电连锁产业发展分析
- 四、日本家电连锁产业发展分析

第二章 中国家电连锁产业发展分析

第一节 2011年中国家电连锁产业发展回顾

- 一、2011年中国家电连锁行业发展现状
- 二、2011年中国家电连锁企业增长趋缓
- 三、2011年我国家电连锁卖场格局分析
- 四、2011年推动家电连锁业发展的原因

第二节 2012年中国家电连锁产业发展分析

- 一、2012年家电连锁产业发展分析
- 二、2012年中国家电连锁行业格局变化预测
- 三、收入下降费用上涨 家电连锁高扩张遇拐点
- 四、销售下滑敲响家电连锁饱和警钟

第三节 中国家电连锁产业存在的问题

- 一、家电连锁企业大本营成空心状态
- 二、家电连锁企业同质化竞争激烈
- 三、销售下滑敲响家电连锁饱和警钟
- 四、资源浪费 家电连锁巨头陷入店增利减怪圈
- 五、家电连锁业人才匮乏
- 六、家电连锁业标准缺失
- 七、家电连锁业缺乏长期战略规划

第四节 2012-2016年我国家电连锁产业发展趋势

- 一、差异化经营成为必由之路
- 二、转向单店效益的提升
- 三、寻求主要的市场增长点
- 四、强调“功能和价值”
- 五、连锁业竞争升级
- 六、行业整合持续

第三章 中国家电连锁市场运行态势分析

第一节 2012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 2012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

第三节 中国家电连锁市场存在的问题及策略分析

第四章 中国家电连锁主要业态发展分析

第一节 旗舰店

- 一、 2012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

第二节 3C店

- 一、 2012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
- 六、 未来我国3C店发展预测

第五章 主要地区家电连锁市场分析

第一节 北京

- 一、 2012年北京家电连锁市场的发展状况
- 二、 2012年北京家电连锁旗舰店发展分析
- 三、 2012年家电连锁企业进入北京市场的战略意义
- 四、 家电连锁巨头在北京选址的策略比较

第二节 南京

- 一、2012年南京家电连锁市场发展回顾
- 二、2012年南京家电连锁市场发展状况
- 三、2012年南京家电连锁市场竞争分析
- 四、南京家电连锁企业会员制推行情况

第三节 上海

- 一、2011年上海家电连锁市场发展回顾
- 二、2012年上海家电连锁市场发展状况
- 三、2012年上海家电连锁市场竞争分析
- 四、上海家电连锁门店布局情况分析
- 五、2012年期间上海家电市场分析

第四节 深圳

- 一、2007年深圳家电连锁市场发展回顾
- 二、2012年深圳家电连锁市场发展状况
- 三、2012年深圳家电连锁市场竞争分析
- 四、家电连锁给深圳家电及零售业带来的影响
- 五、2012年深圳家电市场销售情况

第五节 成都

- 一、2012年成都家电连锁市场发展回顾
- 二、2012年成都家电连锁市场发展状况
- 三、2012年成都家电连锁市场竞争分析
- 四、2012年成都家电连锁旗舰店发展分析

第六章 中国连锁经营行业发展分析

第一节 我国连锁经营业现状分析

- 一、2012年我国社会消费品零售现状分析
- 二、2012中国特许经营连锁百强发布
- 三、2012年外资连锁企业在华销售情况
- 四、中国连锁业在变革中强势发展
- 五、连锁经营巨头单店销售概况
- 六、我国连锁业人才缺口将进一步扩大
- 七、2012年我国连锁业发展情况预测

第二节 连锁经营与电子商务

- 一、中国电子商务市场现状分析
- 二、电子商务与连锁经营的结合之路
- 三、连锁经营与电子商务结合的手段
- 四、连锁经营解决电子商务物流难题

第三节 我国农村连锁经营的发展

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

第四节 我国连锁经营的主要问题

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

第五节 促进我国连锁经营发展的对策

- 一、连锁经营中的供应链管理模式研究
- 二、我国发展连锁经营的策略建议
- 三、加快发展我国连锁经营的方针
- 四、选择连锁经营模式的三大标准
- 五、中国特许连锁经营的发展性策略
- 六、我国连锁经营企业的“越位”对策

第七章 中国家电行业发展情况分析

第一节 2011年中国家电制造行业运行情况

- 一、生产增长情况
- 二、销售增长情况
- 三、企业经营情况

第二节 2012年中国家电市场发展状况分析

- 一、我国家电行业整体发展概况

- 二、网民对家电关注度调查分析
- 三、中国家电市场品牌调查情况
- 四、中国家电产业取得的主要成就
- 五、中国家电制造品牌国际化进程情况
- 六、家电出口减缓对国内外家电巨头的影响
- 七、中国三大家电产业群发展透析

第三节 2012年中国家电行业及市场发展分析

- 一、家电行业累计完成工业总产值
- 二、家电行业经营状况分析
- 三、家电行业发展动态
- 四、家电下乡情况分析
- 五、家电政策力度超出预期
- 六、我国家电行业发展预测
- 七、城镇家电需求增长情况预测

第四节 2012年中国家电产业竞争情况分析

- 一、家电渠道业竞争情况
- 二、家电下乡品牌竞争情况
- 三、家电服务竞争情况
- 四、滚筒洗衣机市场竞争分析
- 五、中国家电品牌在境外品牌竞争情况
- 六、我国家电产业竞争态势预测

第五节 家电连锁企业的服务营销创新

- 一、家电连锁企业实施服务营销创新的必要性
- 二、家电连锁企业服务营销的现状及存在的问题
- 三、家电连锁企业的服务营销创新对策

第六节 家电连锁商赢利模式的改革

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

第八章 中国家电连锁市场竞争格局分析

第一节 2012年中国家电制造业与家电连锁的竞争分析

- 一、家电大品牌逐步脱离家电连锁行业
- 二、家电品牌店与家电连锁的博弈
- 三、家电巨头走出连锁卖场开旗舰店
- 四、长虹打造“乐家易”进入家电连锁市场
- 五、家电下乡或将引发家电渠道变革
- 六、海外家电连锁巨头中国市场扩张计划悄然生变

第二节 2012年中国家电连锁业竞争存在的问题与策略

- 一、家电连锁竞争升级的重要性及策略
- 二、中国家电连锁业竞争正走向深入
- 三、苏宁家电提高单店经营质量的措施
- 四、家电连锁竞争的首要优势分析
- 五、家电连锁竞争的趋势

第三节 2012-2016年中国家电连锁业竞争趋势分析

第九章 国内外家电连锁业并购案例分析

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
- 五、百思买中国发展建议

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

第四节 国美托管大中

- 一、国美快速收购大中的原因
- 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分析
- 四、国美托管大中的优势及前景

第十章 世界著名家电连锁企业分析

第一节 百思买

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2012-2016年公司发展战略分析

第二节 电路城

- 一、企业概况
- 二、电路城破产清算

第三节 日本小岛电器

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2012-2016年公司发展战略分析

第四节 日本山田电机

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2012-2016年公司发展战略分析

第十一章 中国主要家电连锁企业分析

第一节 国美

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2012-2016年公司发展战略分析

第二节 苏宁

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2012-2016年公司发展战略分析

第三节 五星

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2012-2016年公司发展战略分析

第四节 三联

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2012-2016年公司发展战略分析

第五节 顺电

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2012-2016年公司发展战略分析

第十二章 家电连锁产业发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2012年政策法规环境分析

- 一、家电连锁政策环境分析
- 二、国内宏观政策对其影响
- 三、行业产业政策对其影响
- 四、多项政策支持国内零售企业
- 五、五千家电连锁卖场亟待加将节能减排

第三节 2012年社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、社会环境发展分析
- 三、中国社会发展面临的主要矛盾和挑战
- 四、“十二五”期间我国经济社会环境分析
- 五、社会环境对于行业的影响分析

第四节 相关产业对其影响分析

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

第十三章 2012-2016年家电连锁行业发展趋势

第一节 2012-2016年中国社会发展的展望与对策建议

- 一、加大资金投入 确保社会经济发展
- 二、调整收入分配格局 刺激和扩大内需
- 三、破除城乡二元结构 社会发展进入新阶段
- 四、改善民生 推进社会体制改革
- 五、积极解决就业问题
- 六、充分发挥基层政府公共服务能力
- 七、创新社会建设和社会管理

第二节 2012年中国家电行业发展趋势分析

- 一、“十二五”家电产业发展思路及目标
- 二、全球背景下我国家电市场的发展趋势
- 三、中国家电行业新商业趋势预测
- 四、国内家电市场前景分析
- 五、我国家电出口情况预测
- 六、全球白色家电市场增长情况
- 七、我国家电产品能效标识情况
- 八、2012-2016年我国小家电市场竞合态势预测

第三节 2012-2016年中国家电连锁业发展趋势分析

- 一、家电连锁产业发展环境与发展空间
- 二、2012-2016年中国家电连锁市场空间分析
- 三、2012-2016年家电连锁业发展趋势分析

四、2012-2016年我国家电连锁产业发展机遇及战略分析

五、2012-2016年中国家电连锁市场发展趋势

第十四章 2012-2016年家电连锁行业发展战略

第一节 家电连锁经营策略

第二节 中国家电连锁二三线城市家电市场现状及对策

第三节 我国家电连锁超市的价格策略

- 一、家电连锁超市价格策略的特点
- 二、家电连锁超市价格策略的具体表现

第四节 家电连锁国际化策略分析

- 一、国际化时机选择
- 二、国际化地点选择
- 三、国际化市场进入模式
- 四、国际化准备阶段应注意的问题

第五节 家电连锁企业营销体验化策略

- 一、我国家电连锁经营的现状及困境
- 二、体验营销的产生背景及内涵
- 三、家电连锁企业实施体验营销的策略要点

第十五章 2012-2016年中国家电连锁行业投资战略

第一节 2012年“家电下乡”投资机会分析

- 一、家电下乡 政策激活农村市场
 - 一、2012年“家电下乡”政策调整情况
 - 二、2012年“家电下乡”扩展情况
 - 三、2012年“家电下乡”发展进程情况
 - 四、2012年“家电下乡”投资策略分析

第二节 2012-2016年中国家电连锁行业投资环境及风险分析

- 一、宏观经济波动风险及控制
- 二、家电连锁投资政策分析
- 三、家电连锁投资环境分析
- 四、家电产业供需风险及控制

第三节 2012-2016年家电连锁企业经营扩张风险及防范

- 一、偿还债务风险及防范
- 二、财务数据波动较大的风险及防范
- 三、存货减值的风险及防范
- 四、未来发展中资金短缺的风险及防范

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/maoyi1206/N419847LWJ.html>