

# 2013-2017年中国家电连锁 行业市场监测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](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2013-2017年中国家电连锁行业市场监测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/maoyi1302/D571988QV2.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】2013-02-28

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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

## 报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国家电连锁行业市场监测及投资前景研究报告》共十五章。首先介绍了中国家电连锁行业的概念，接着分析了中国家电连锁行业发展环境，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《2013-2017年中国家电连锁行业市场监测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。

目前中国的家电零售市场的规模突破10000亿元。国美、苏宁两家连锁在全国的门店加起来虽然突破2000家，但所占的市场份额仍不到20%。这么大的市场，如果就靠两家来做，那是难以承受这个市场的销售、服务这么大的压力的，中国家电连锁企业不可能垄断整个家电市场，这就为其他家电连锁企业提供了广阔的发展空间。

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%。

## 第一章 连锁经营业相关概述

### 第一节 连锁经营概念及内涵

#### 一、连锁经营特点

#### 二、连锁经营的模式

#### 三、连锁经营的本质

#### 四、连锁经营的四个原则

### 第二节 连锁经营模式的定义及主要特点

#### 一、直营连锁（Regular Chain简称RC）

#### 二、特许连锁（Franchise Chain简称FC）

#### 三、自由连锁（Voluntary Chain简称VC）

### 第三节 连锁经营发展

#### 一、连锁经营体系

二、连锁经营的技术集成

三、连锁经营的管理控制

第四节 连锁经营获资本青睐的8大商规

一、市场前景

二、盈利模式

三、运营团队

四、连锁模式

五、业绩指标

六、市场地位

七、扩张能力

八、管控能力

第二章 2013年中国家电产业整体运行态势分析

第一节 2013年中国家电产业运行总况

一、中国家电产业的复苏与升级

二、中国家电产业波动性分析

三、国家政策促进家电业的良性发展

四、中国三大家电产业群发展机制与模式比较

五、中国家电产业销售渠道的演变与发展

六、中国家电产业发展需求态势

第二节 近几年中国家电产业数据监测（电视、冰箱、空调、手机、电脑）

一、2007-2013年中国家电产业运营经济指标分析

二、2007-2013年中国家电产业部分产品产量分析

三、2006-2013年中国家电产业部分产品进出口数据分析

第三节 2013年中国家电网络市场运行解析

一、家电搜索指数

二、家电品牌关注度分析

三、家电产品分析

四、家电网民分析

五、家电销售渠道分析

第四节 2013年中国家电行业发展存在的问题

一、中国家电产业国际化的四大瓶颈

- 二、中国家电品牌发展面临的困难
- 三、中国家电行业营销中存在的盲点
- 四、中国家电产业对外贸易问题探讨
- 第五节 中国家电行业发展的措施及策略建议
- 一、中国家电品牌发展战略分析
- 二、促进中国家电行业转型升级的政策措施
- 三、中国家电企业的主要营销策略

### 第三章 2013年中国家电连锁运行环境分析

#### 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、2013年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节 2013年中国家电连锁政策分析

- 一、家电业新规要点解读（以旧换新、家电下乡）
- 二、《连锁店经营管理规范意见》
- 三、《家电专业店经营规范》
- 四、《零售商供应商公平交易管理办法》
- 五、相关产业政策影响分析

#### 第三节 2013年中国家电连锁社会环境分析

- 一、居民消费观念
- 二、人们生活品质的提高
- 三、住房条件明显改观
- 四、80后结婚潮催火家电市场

### 第四章 2013年中国家电连锁业运营态势分析

#### 第一节 2013年国际家电连锁业运行总况

- 一、世界家电连锁业发展的阶段特征
- 二、美国家电连锁业发展状况
- 三、日本家电连锁行业竞争激烈
- 四、英国家电连锁业积极应对经济寒流
- 五、韩国家电连锁业价格战升级

## 第二节 2013年中国家电连锁行业现状综述

- 一、近十年国内家电连锁业发展演进
- 二、中国家电连锁业开启2.0时代
- 三、中国家电连锁业发展的驱动因素
- 四、中国家电连锁行业进入转型期
- 五、中国家电连锁商经营模式转变
- 六、中国家电连锁二三线城市家电市场现状

## 第三节 2013年中国家电连锁业动态聚焦

- 一、家电连锁抢滩电子商务
- 二、家电连锁紧密携手运营商合作日益紧密
- 三、家电连锁渠道商主推明码实价

## 第四节 2013年中国家电连锁业热点问题探讨

- 一、中国家电连锁业发展的主要瓶颈
- 二、中国家电连锁业面临的两大问题
- 三、家电连锁企业与厂商关系恶化
- 四、家电连锁业缺乏长期战略规化

## 第五节 中国家电连锁行业发展的对策

- 一、中国家电连锁业发展壮大的建议
- 二、促进中国家电连锁业发展的对策
- 三、家电连锁的业态融合策略

## 第五章 2013年中国家电连锁业市场深度剖析

### 第一节 2013年中国家电连锁市场综述

- 一、市场需求呈多元化 家电连锁领跑优势明显
- 二、中国家电连锁市场格局分析
- 三、中国家电连锁企业发展模式面临全面分化
- 四、中国家电连锁首次涉足海外市场

### 第二节 2013年家电连锁三四级市场分析

- 一、中国家电连锁业正向三四级市场渗透
- 二、中国家电连锁两大巨头发力三四级市场
- 三、区域家电连锁企业期待合作共享三四级市场
- 四、家电连锁企业进军三四级市场面临的主要问题

### 第三节 2013年中国家电连锁市场营销解析

- 一、中国家电连锁市场营销现状分析
- 二、家电连锁体验营销的意义及手法
- 三、家电连锁卖场新年营销含义及策略
- 四、中国家电连锁企业营销存在的不足

### 第四节 2013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、家电连锁利润获取不当
- 三、家电连锁全面占领市场有待时日
- 四、家电连锁应积极挖掘新的利润来源

## 第六章 2013年中国家电连锁的业态分析

### 第一节 家电连锁业态阐述

- 一、普通店
- 二、旗舰店的定义及条件
- 三、家电连锁主题店特征及定位
- 四、家电连锁“3C+”发展

### 第二节 旗舰店

- 一、家电连锁企业开设旗舰店的原因
- 二、中国家电旗舰店的特征
- 三、家电旗舰店赢得顾客的五大理由
- 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
- 七、苏宁发布首份家电旗舰店行业标准

### 第三节 3C

- 一、家电连锁拓展3C领域的优势
- 二、“3C融合”下家电连锁业态的发展
- 三、3C模式使家电连锁企业与PC企业双赢
- 四、家电连锁经营3C业务对IT业的影响
- 五、第五代3C+旗舰店模式助推家电连锁业态升级

### 第四节 家电连锁业态变化的主要方向

- 一、盈利模式的转变
- 二、连锁种类和规模的变化
- 三、终端推广模式概念的更新

## 第七章 2013年中国主要地区家电连锁市场的发展分析

### 第一节 北京

- 一、北京家电连锁门店的数量情况
- 二、北京家电连锁的销售情况
- 三、北京家电连锁卖场的消费信贷情况
- 四、北京家电连锁行业迎来开店高峰期

### 第二节 上海

- 一、上海家电连锁的市场渠道
- 二、上海家电连锁市郊区域竞争加剧
- 三、世博带动上海家电连锁市场销售
- 四、欧洲最大家电连锁超市在上海开店

### 第三节 深圳

- 一、深圳家电连锁市场经营出现变革
- 二、深圳家电连锁企业开始进军北京
- 三、深圳有望成为家电连锁业升级转型的特区

### 第四节 广州

- 一、广州家电连锁经营的市场综述
- 二、广州家电连锁企业发展存在的瓶颈
- 三、广州家电连锁企业的发展对策

### 第五节 其他地区

- 一、武汉家电连锁市场的发展环境
- 二、武汉家电连锁异业联盟的发展方式
- 三、安徽家电连锁的发展布局
- 四、江西南昌家电连锁市场的发展

## 第八章 2013年中国家电连锁市场竞争新格局透析

### 第一节 2013年中国家电连锁市场竞争总况

- 一、家电连锁业步入寡头垄断时代



二、国内家电连锁企业形成三大阵营

三、家电连锁巨头争霸第三势力乘机崛起

第二节 2013年国内外家电连锁巨头竞争分析

一、外资家电连锁联手产业链，威胁国内格局

二、新整合时期中国家电连锁巨头的战略博弈

三、家电连锁巨头做圈地运动

四、家电连锁巨头转战互联网

第三节 2013年中国家电连锁业竞争形势分析

一、家电连锁业加快竞争模式创新

二、家电连锁企业竞争焦点转向服务

三、家电连锁企业与制造商争夺终端控制权

四、“顺德家电”自建渠道避开市场竞争

第四节 2013-2016年中国家电连锁企业竞争对策分析

一、家电连锁业亟需提升“服务竞争力”

二、区域家电连锁商打造竞争力的策略分析

三、家电连锁零售商保持核心竞争力的对策

第九章 国内外家电连锁业并购重组案例分析

第一节 百思买并购五星

一、百思买并购五星

二、百思买并购五星的原因

三、并购给五星的快速发展提供契机

四、百思买五星实施双品牌策略

第二节 国美永乐合并

一、国美永乐合并进程

二、国美与永乐合并后的初步举措

三、国美永乐合并的影响分析

四、新国美八项经营策略

第三节 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分析

#### 四、国美托管大中的优势及前景

#### 第四节 苏宁收购日本LAOX

- 一、苏宁宣布收购日本企业LAOX
- 二、苏宁收购LAOX的动机
- 三、中国家电连锁企业首次涉足国外市场
- 四、苏宁再度斥资1600万增持LAOX股权

#### 第五节 苏宁收购香港镭射

- 一、苏宁宣布收购香港电器巨头镭射
- 二、苏宁收购镭射的动机
- 三、苏宁收购镭射是国际化战略的实质起步
- 四、月苏宁完成收购正式进驻香港

#### 第六节 苏宁与国美并购案的总结及评述

- 一、家电连锁业理性并购更为稳健持久
- 二、国美两次并购案例的作用及经验分析
- 三、苏宁收购LAOX案例的不足评述
- 四、苏宁收购镭射案例显示企业迈入成熟扩张

### 第十章 2013年中国家电连锁业的经营管理研究

#### 第一节 家电连锁业的经营管理概况

- 一、家电连锁业向集约化经营模式转型
- 二、中日家电连锁企业经营管理的差异剖析
- 三、中国家电连锁行业应选择规模最适化发展模式

#### 第二节 家电连锁行业供应商分析

- 一、供应商的分类与特点
- 二、供应商评价选择指标体系构建
- 三、供应商的跟踪动态评价

#### 第三节 家电连锁行业的供应链管理分析

- 一、供应链管理理论简述
- 二、家电零售连锁行业供应链管理存在的主要问题
- 三、家电零售连锁行业供应链管理的促进策略

#### 第四节 家电连锁业经营扩张面临的主要风险及其规避措施

- 一、财务风险及防范措施

二、业务经营风险及防范措施

三、其它经营风险及防范措施

## 第十一章 2013年国外家电连锁巨头企业运营状况分析

### 第一节 百思买 (BEST BUY)

一、百思买概况

二、百思买的发展历程

三、Best Buy不断调整策略适应市场变化

四、百思买的定制化商店战略简析

五、百思买探索在中国的经营模式

六、百思买悲情退出 外资家电连锁品牌敲警钟

### 第二节 电路城 (Circuit City)

一、Circuit City简介

二、Circuit City发展历程

三、Circuit City市场地位下降的原因

四、Circuit City的市场再造行动简析

### 第三节 日本山田电机

一、公司概况

二、山田电机经营状况

三、山田电机抢滩中国家电销售市场

四、企业发展战略分析

### 第四节 日本荣电集团

一、公司概况

二、荣电集团经营状况

三、2010年荣电集团以环境经营为主线

四、企业发展战略分析

### 第五节 英国DSG国际公司

一、公司概况

二、DSG国际经营及发展战略

### 第六节 日本小岛电气

一、公司概况

二、小岛电器经营及发展战略

## 第七节 KESA电子公司

### 一、公司概况

### 二、Kesa电器经营及发展战略

## 第十二章 2013年中国家电连锁巨头企业运营财务状况分析

### 第一节 苏宁电器（002024）

#### 一、公司概况

#### 二、苏宁电器发展模式简析

#### 三、苏宁电器积极推进新时期战略转型

#### 四、企业运营财务指标分析

### 第二节 国美电器

#### 一、公司概况

#### 二、国美电器采购模式分析

#### 三、国美电器的营销特色

#### 四、国美电器经营状况分析

### 第三节 顺电连锁

#### 一、公司概况

#### 二、顺电打造速度与健康并重的泛家电连锁

#### 三、顺电公司开店速度明显加快

#### 四、深圳顺电建成40亿元级家电配送中心

### 第四节 汇银家电

#### 一、公司概况

#### 二、汇银家电成功登陆香港主板市场

#### 三、汇银家电连锁发展经验借鉴

### 第五节 大商电器

#### 一、公司概况

#### 二、大商电器创新家电连锁企业发展模式

#### 三、大商电器深耕河南市场成果丰硕

## 第十三章 2013-2017年中国家电连锁业前景预测

### 第一节 2013-2017年中国家电产业前景预测

#### 一、中国家电行业未来发展格局

- 二、中国家电业发展趋势分析
- 三、中国家电市场品牌发展预测
- 四、&ldquo;十二五&rdquo;家电产业发展思路及目标

## 第二节 2013-2017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、中国家电连锁市场的三大趋势
- 三、2013-2017年中国家电连锁行业预测分析

## 第十四章 2013-2017年中国家电连锁行业投资战略研究

### 第一节 2013年中国家电连锁投资概况

- 一、家电连锁投资环境
- 二、百货和家电连锁仍是投资亮点

### 第二节 2013年中国家电连锁行业投资周期分析

- 一、经济周期
- 二、增长性与波动性
- 三、成熟度分析

### 第三节 2013-2017年中国家电连锁行业投资机会分析

- 一、家电连锁投资潜力分析
- 二、家电连锁投资吸引力分析

### 第四节 2013-2017年中国家电连锁行业投资风险预警

- 一、市场运营机制风险
- 二、市场竞争风险
- 三、金融风险
- 四、进退入壁垒

### 第五节 专家投资建议

## 第十五章 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：（部分）

图表：2005-2013年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010.09-2013.09中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2013年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2013年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2013年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010-2013年我国工业增加值增速统计

图表：2005-2013年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2013年我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：2005-2013年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2013年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2013年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2010-2013年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：2010-2013年我国总人口数量增长趋势图

图表：2013年人口数量及其构成

图表：2013年家电行业搜索指数

图表：2013年家电品牌关注度排行

图表：2013年大小家电搜索指数

图表：2013年家电产品关注度排行

图表：2013年TOP5大家电产品搜索指数

图表：2013年TOP5小家电产品搜索指数

图表：2013年空调品牌关注度排行

图表：2013年TOP5空调品牌搜索指数

图表：2013年空调匹数关注度

图表：2013年网民检索的空调类型（变频&定频）

图表：2013年电视机品牌关注度排行

图表：2013年TOP5电视机品牌搜索指数

图表：2013年电视机尺寸关注度排行

图表：2013年电视机类型关注度

图表：2013年液晶电视品牌关注度排行

图表：2013年热水器品牌关注度排行

图表：2013年TOP5热水器品牌搜索指数

图表：2013年热水器类型关注度

图表：2013年太阳能热水器品牌关注度排行

图表：2013年电冰箱品牌关注度排行

图表：2013年TOP5电冰箱品牌搜索指数

图表：2013年电冰箱类型关注度

图表：2013年音响&家庭影院品牌关注度排行

图表：2013年TOP5音响&家庭影院品牌搜索指数

图表：2013年洗衣机品牌关注度排行

图表：2013年TOP5洗衣机品牌搜索指数

图表：2013年小家电品牌关注度排行

图表：2013年小家电产品关注度排行

图表：2013年豆浆机品牌关注度排行

图表：2013年电磁炉品牌关注度排行

图表：2013年微波炉品牌关注度排行

图表：2013年油烟机品牌关注度排行

图表：2013年燃气灶品牌关注度排行

图表：2013年搜索贯穿家电购买与使用全过程

图表：2013年家电网民关注信息指向

图表：2013年家电网民关注信息排行

图表：2013年家电网民搜索周期

图表：2013年家电网民省份分布

图表：2013年家电网民兴趣爱好

图表：2013年家电卖场关注度

图表：2013年国美和苏宁搜索指数

图表：2013年关注国美和苏宁产品的用户占比  
图表：2013年国美和苏宁网民Top20省份分布  
图表：2013年主要家电网购渠道搜索指数  
图表：2013年家电网购网民Top20省份分布  
图表：2013年四大网购渠道网民兴趣爱好  
图表：供应链分类矩阵  
图表：供应商的不同特点  
图表：战略性供应商绩效评价指标体系  
图表：对供应商供应绩效的评价  
图表：2013-2017年洗衣机发展趋势预测  
图表：2013-2017年冰箱发展趋势预测  
图表：2013-2017年液晶电视发展趋势预测  
图表：2013-2017年中国电视市场品牌预测排行榜  
图表：2013-2017年中国空调市场品牌预测排行榜  
图表：2013-2017年中国洗衣机市场品牌预测排行榜  
图表：2013-2017年中国家电行业产品销售规模预测  
图表：略&hellip;&hellip;  
更多图表见报告正文

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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/maoyi1302/D571988QV2.html>