



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年家电连锁市场运行 态势及投资战略咨询报告

一、调研说明

《2012-2016年家电连锁市场运行态势及投资战略咨询报告》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/204982.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。

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？

艾凯咨询集团发布的《2012-2016年家电连锁市场运行态势及投资战略咨询报告》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。

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。

报告目录

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

通过《2012-2016年家电连锁市场运行态势及投资战略咨询报告》，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、销售网络和企业的发展提供科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/204982.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。