

# 2009-2012年中国家电连锁 产业运行态势及投资前景预测报告

## 报告目录及图表目录

# 一、报告报价

《2009-2012年中国家电连锁产业运行态势及投资前景预测分析报告》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.chinairr.org/report/R09/R0902/200907/06-23458.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

### 第一章 2008-2009年世界家电连锁产业运行状况分析

#### 第一节 2008-2009年世界家电连锁产业发展格局

一、世界家电连锁产业发展分析

二、世界家电连锁兼并重组分析

三、世界家电连锁产业发展特点

#### 第二节 2008-2009年世界主要国家家电连锁产业分析

一、美国家电连锁成功的实证分析

二、日本家电连锁行业发展状况

三、德国家电连锁市场概况

#### 第三节 2009-2012年世界家电连锁产业发展趋势分析

### 第二章 2008-2009年中国家电行业运行综述

#### 第一节 2008-2009年中国家电产业概况

一、中国家电产业发展回顾

二、中国家电产业取得的主要成就

三、中国家电制造向世界强国靠拢

四、中国三大家电产业群发展透析

#### 第二节 2008-2009年中国家电市场分析

一、2008年家电主要产品市场状况

二、中国家电市场的竞争格局

三、家电消费市场向农村及海外转移

四、家电企业向农村市场转移

五、中低端消费群体成家电市场主体

#### 第三节 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

#### 第四节 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

## 第三章 2008-2009年中国家电连锁产业运行环境分析

### 第一节 2008-2009年中国家电连锁产业政策分析

- 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》

### 第二节 2008-2009年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、中国经济受金融危机影响分析
- 三、工业发展形势分析

### 第三节 2008-2009年中国家电连锁产业社会环境分析

## 第四章 2008-2009年中国家电连锁行业运行形势分析

### 第一节 2008-2009年中国家电连锁行业发展概况

- 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

### 第二节 2008-2009年中国家电连锁行业存在的问题

- 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

- 一、家电连锁业的发展对策
- 二、家电连锁的业态融合策略

## 第五章 2008-2009年中国家电连锁市场运行动态分析

### 第一节 2008-2009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 2008-2009年中国家电连锁二三级市场分析

##### 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

#### 第三节 2008-2009年中国家电连锁市场营销分析

##### 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

## 第六章 2008-2009年中国家电连锁的业态分析

### 第一节 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

### 第二节 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运行格局分析

### 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、苏宁与国美争夺南京市场矛盾激化
- 二、家电连锁企业南京市场竞争状况
- 三、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手法
- 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年中国家电连锁市场竞争格局分析

## 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 近年来家电连锁业并购案例及国外主要家电连锁企业运行分析

### 第一节 近年来家电连锁并购案例分析

- 一、国美托管大中
- 二、百思买并购五星
- 三、国美收购易好家
- 四、国美永乐合并

### 第二节 2008-2009年国外主要家电连锁企业分析

- 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

## 第十章 2008-2009年中国家电连锁产业优势企业竞争力分析

### 第一节 苏宁电器股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司主要数据指标分析
- 三、公司竞争力分析

#### 四、公司未来发展战略分析

### 第二节 三联商社股份有限公司

#### 一、公司概况

#### 二、公司主要数据指标分析

#### 三、公司竞争力分析

#### 四、公司未来发展战略分析

### 第三节 国美电器

#### 一、公司概况

#### 二、2008-2009年公司经营状况分析

#### 三、公司竞争力分析

### 第四节 五星

#### 一、公司概况

#### 二、2008-2009年公司经营状况分析

#### 三、公司竞争力分析

### 第五节 顺电

#### 一、公司概况

#### 二、2008-2009年公司经营状况分析

#### 三、公司竞争力分析

### 第六节 略。。。。。。。。。

## 第十一章 2009-2012年中国家电连锁业前景预测分析

### 第一节2009-2012年中国家电行业发展趋势分析

#### 一、&ldquo;十一五&rdquo;家电产业发展思路及目标

#### 二、未来家电产品发展趋势

#### 三、家电市场需求预测分析

### 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分析

#### 三、未来中国家电连锁市场发展趋势

### 第三节2009-2012年中国家电连锁业市场盈利预测分析

## 第十二章 2009-2012年中国家电连锁产业投资机会与风险分析



## 第一节2009-2012年中国家电连锁产业投资环境分析

### 一、宏观经济预测分析

### 二、金融危机影响分析

## 第二节2009-2012年中国家电连锁产业投资机会分析

## 第三节2009-2012年中国家电连锁产业投资风险分析

### 一、市场竞争风险

### 二、政策风险

### 三、进入退出风险

## 第四节 专家投资建议

### 图表名称：部分

图表 中国主要家用电器产量

图表 中国主要家电产品出口量

图表 2007年1-5月国内音响市场销量对比

图表 2007年1-5月中国主要音响品牌市场零售量比较

图表 2007年1-4月中国空调零售额与上年同比变化幅度

图表 2006年洗衣机不同类型产品市场占有率

图表 2005年5月全国重点大型零售企业洗衣机销售情况

图表 2006-2007年主要家电产品产量

图表 2006-2007年中国家电业产值及销售收入

图表 2006-2007年家用电力器具行业应收帐款情况

图表 2006-2007年家用电动器具的产成品存货占用资金情况

图表 2002-2007年家用电器出口额、进口额

图表 2001-2007年家电行业分季度出口额

图表 2006-2007年部分家电产品出口量

图表 2006-2007年出口额超过10亿美元的家电产品

图表 2001-2007年冰箱压缩机净进口量

图表 2001-2007年空调压缩机净进口量

图表 2006-2007年中国家电出口变化情况

图表 2006-2007年中国家电进口变化情况

图表 2007年1-12月累计中国家电出口地区分布

图表 2007年1-12月累计中国家电出口产品结构情况

图表 2007年主要家用电器产品产量

图表 2007年主要家用电器产品出口量

图表 2007年主要家用电器产品进口量

图表 2007年国内空调高、中、低端产品市场份额情况

图表 2007年部分家电连锁企业经营情况

图表 2008年上半年家电连锁企业经营情况统计表

图表 家电连锁业发展门店分布表

图表 国美在部分城市门店数

图表 家电连锁企业分类市场开店具体战略规划

图表 2005年北京家电门店分布图

图表 家电产品销售淡旺季情况

图表 Best Buy创业发展期的主要事件

图表 Best Buy财年经营绩效指标

图表 美国上市的连锁家电零售商财年主要指标对比

图表 Best Buy高速扩张期的主要事件

图表 Best Buy整固提高期的主要事件

图表 美国录像机的销售额及占家用品的比重

图表 Best Buy经营结构的变化

图表 Best Buy经营结构的变化

图表 Best Buy不同时期推行的店铺概念

图表 Circuit City的主要购并活动和业务变迁

图表 2007年国美门店总数、总营业面积及每平方米销售额较上年变化状况

图表 2004-2009年第1季度苏宁电器股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表 2004-2009年第1季度苏宁电器股份有限公司净利润增长趋势图

图表 2004-2009年第1季度苏宁电器股份有限公司利润率走势图

图表 2004-2009年第1季度苏宁电器股份有限公司盈利能力指标表

图表 2004-2009年第1季度苏宁电器股份有限公司偿债能力指标表

图表 2004-2009年第1季度苏宁电器股份有限公司成长能力指标表

图表 2004-2009年第1季度苏宁电器股份有限公司经营能力指标表

图表 2004-2009年第1季度三联商社股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表 2004-2009年第1季度三联商社股份有限公司净利润增长趋势图

图表 2004-2009年第1季度三联商社股份有限公司利润率走势图

图表 2004-2009年第1季度三联商社股份有限公司盈利能力指标表

图表 2004-2009年第1季度三联商社股份有限公司偿债能力指标表

图表 2004-2009年第1季度三联商社股份有限公司成长能力指标表

图表 2004-2009年第1季度三联商社股份有限公司经营能力指标表

图表 2009-2012年中国家电连锁业发展展望

图表 2009-2012年中国家电连锁业市场盈利预测分析

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0902/200907/06-23458.html>