

2017-2022年中国家电连锁产业竞争现状及投资价值分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国家电连锁产业竞争现状及投资价值分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/287694287694.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

业不仅在经营质量上出现差异，在发展路线上也存在分歧。2014年智能家电概念全面爆发，智能手机的广泛普及催生了智慧生活时代的到来。传统家电企业面对网络时代的冲击，纷纷开辟网络渠道。

一、家电连锁经营业态

(一)连锁经营定义。连锁经营这一零售业态，最早出现在19世纪60年代。1859年，美国的乔治吉尔曼和亨廷顿·哈特雷特创办了太平洋大美国茶叶公司，这家公司便是连锁零售企业的雏形。后来，这种经营模式得到美国其他企业的效仿，1979年，美国连锁经营所取得的销售额已占到美国整个零售业市场销售总额的33.5%。

连锁经营指的是使用统一品牌，在流通领域过程中，经营相同种类的产品及提供同质的服务，为了实现规模经济效益，在一个核心的企业或者说是总部的领导下，采取规范化管理的组织形式和经营方式。连锁企业的成功得益于通过该方式扩大销售和增加毛利，从而比独立企业拥有更多的价格优势。而采用这种现代化经营方式进行管理组织形成的企业，就可以称之为连锁零售企业。

(二)家电连锁零售业态分析。家电连锁零售企业是以经营家电为主，同时还涉及到3C(通讯，数码，电脑)等产品的连锁企业。其注重整体连锁经营，采用了广布门店、分散销售以及商品的组合经营。随着市场竞争的加剧以及门店的不断扩张，家电连锁企业的经营范围将不断扩大。

二、家电连锁零售企业的特征

家电连锁零售企业自出现至今，连锁经营的模式取得了前所未有的辉煌。发展后期连锁经营模式曾一度被大家所质疑，但最近两年，连锁经营对经济发展提供重要支撑并展现出巨大的活力，也因此再次引起大家的广泛关注，甚至有学者提出，“连锁”本身就是一种创新，这说明家电连锁零售企业有着自己独特的优势。家电连锁零售企业采用统一的企业形象，例如统一的门店装潢，统一的员工形象等。本文在总结前人对家电连锁零售企业研究的基础上，对传统零售企业以及连锁零售业的运行模式及他们的优缺点进行了对比(如表1所示)。通过对比，我们可以看出家电连锁零售业态拥有以下特征：

(一)经营规模化。通过门店的不断扩张，可以有效地增加产品的销售量，扩大品牌知名度，控制最终市场。在激烈的市场竞争环境下，企业间的竞争不仅是门店数量规模上的竞争，还是门店质量和门店扩张速度上的竞争。连锁企业由于采用统一管理，标准化以及专业化的运营模式，可以快速地复制出一家家门店，迅速占领并瓜分市场。

(二)管理统一，标准化。连锁经营的本质就在于其经营活动的标准化和统一化，这也是其实现规模效益的前提以及实现资源优化配置的保障。家电连锁零售企业的特点可以用“八个统一”来概括：统一品牌、统一质量、统一价格、统一决策、统一培训、统一标准、统一配送、统一服务。这种多店铺的统一和标准化运营有利于企业降低运营成本，取得规模化经济，并且有利于企业形象的统一和品牌的塑造。

(三)品牌效应。家电连锁零售企业在市场竞争中，不断形成具有自身特点的品牌竞争优势。这种品牌优势一旦获得，就会随着连锁门店的不断增加，不断增强企业的品牌效应。通过品牌认知顾客对家电连锁零售企业提供的商品和服务质量从陌生到熟悉，接着认可，进而产生兴趣和购买意愿。

三、家电连锁零售企业现状分析从20世纪80年代的产能不足到现在的生产过剩，家电市场零售额的增速也在放缓。但2007年出台的“家电下乡”以及“节能补贴”等国家政策，促进了农村家电市场的快速发展。2014年中国智能电视销量的前三强是海尔、创维与TCL，销量分别是800万、650万与630万台。由于大型的家电企业的推动了市场发展，使得家电市场整体呈现出平稳上升趋势。互联网催生的全渠道时代已经到来，家电连锁零售企业必须接受时代的挑战，积极布局线上渠道，最大化的进行资源和渠道整合。通过多种渠道的协调并用，为消费者提供个性化的产品和服务。

中国报告网发布的《2017-2022年中国家电连锁产业竞争现状及投资价值分析报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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\REPORTDIRECTORY

第一章连锁经营相关概述

1.1连锁经营概念及内涵

1.1.1连锁经营的概念

1.1.2连锁经营的模式

1.1.3连锁经营的本质

1.1.4连锁经营的四个原则

1.2连锁经营模式的定义及主要特点

1.2.1直营连锁 (RegularChain简称RC)

1.2.2特许连锁 (FranchiseChain简称FC)

1.2.3自由连锁 (VoluntaryChain简称VC)

第二章中国家电行业发展分析

2.1中国家电行业发展概况

2.1.1我国家电行业发展历程回顾

2.1.2国家政策促进家电业的良性发展

2.1.3我国家电产业销售渠道的演变与发展

2.2中国家电行业发展分析

2.2.1我国家电行业运行状况解析

2.2.2我国家电行业运行状况解析

2.2.3上半年我国家电行业运行分析

2.3中国家电行业发展存在的问题

2.3.1我国家电行业发展存在的主要问题

2.3.2我国家电品牌发展面临的困难

2.3.3我国家电行业营销中存在的盲点

2.4中国家电行业发展的措施及策略建议

2.4.1我国家电品牌发展战略分析

2.4.2促进我国家电行业转型升级的政策措施

2.4.3我国家电企业的主要营销策略

第三章家电连锁行业分析

3.1国际家电连锁业发展概况

3.1.1世界家电连锁业发展的阶段特征

- 3.1.2美国家电连锁业发展状况
- 3.1.3日本家电连锁行业竞争激烈
- 3.1.4英国家电连锁业积极应对经济寒流
- 3.1.5韩国家电连锁业价格战升级
- 3.2中国家电连锁行业发展概况
 - 3.2.1近十年国内家电连锁业的发展态势
 - 3.2.2中国家电连锁业现状分析
 - 3.2.3中国家电连锁业发展的驱动因素
 - 3.2.4我国家电连锁行业进入转型期
- 3.3中国家电连锁业的发展
 - 3.3.1中国家电连锁业扩张状况
 - 3.3.2中国家电连锁业发展分析
 - 3.3.3中国家电连锁业发展动态
- 3.4中国家电连锁行业存在的问题
 - 3.4.1中国家电连锁业发展的主要瓶颈
 - 3.4.2中国家电连锁业面临的两大问题
 - 3.4.3家电连锁企业与厂商关系恶化
 - 3.4.4家电连锁业缺乏长期战略规化
- 3.5中国家电连锁行业发展的对策
 - 3.5.1我国家电连锁业发展壮大的建议
 - 3.5.2促进我国家电连锁业发展的对策
 - 3.5.3家电连锁的业态融合策略

第四章中国家电连锁市场分析

- 4.1家电连锁市场发展分析
 - 4.1.1我国家电连锁市场发展概况
 - 4.1.2我国家电连锁市场格局分析
 - 4.1.3我国家电连锁企业发展模式面临全面分化
- 4.2家电连锁三四级市场分析
 - 4.2.1我国家电连锁业正向三四级市场渗透
 - 4.2.2区域家电连锁企业期待合作共享三四级市场
 - 4.2.3家电连锁企业进军三四级市场面临的主要问题
- 4.3家电连锁市场营销分析
 - 4.3.1我国家电连锁市场营销现状分析
 - 4.3.2家电连锁体验营销的意义及手法

4.3.3家电连锁卖场新年营销含义及策略

4.3.4中国家电连锁企业营销存在的不足

4.4家电连锁市场存在的问题及策略

4.4.1家电连锁的资金面临危机

4.4.2家电连锁全面占领市场有待时日

4.4.3家电连锁应积极挖掘新的利润来源

第五章家电连锁的业态分析

5.1家电连锁业态相关概述

5.1.1普通店的概念

5.1.2旗舰店的定义及条件

5.1.3家电连锁主题店特征及定位

5.1.4家电连锁“3C+”相关概念

5.2旗舰店

5.2.1家电连锁企业开设旗舰店的原因

5.2.2中国家电旗舰店的特征

5.2.3家电旗舰店赢得顾客的五大理由

5.2.4家电旗舰店开设对厂商的影响

5.2.5家电旗舰店建设需注意的事项

5.2.6家电旗舰店的正确定位及发展方向

5.33C +

5.3.1家电连锁拓展3C领域的优势

5.3.2“3C融合”下家电连锁业态的发展

5.3.33C模式使家电连锁企业与PC企业双赢

5.3.4家电连锁经营3C业务对IT业的影响

5.3.5第五代3C+旗舰店模式助推家电连锁业态升级

5.4家电连锁业态变化的主要方向

5.4.1盈利模式的转变

5.4.2连锁种类和规模的变化

5.4.3终端推广模式概念的更新

第六章家电连锁市场竞争分析

6.1家电连锁市场竞争格局分析

6.1.1家电连锁业步入寡头垄断时代

6.1.2国内家电连锁企业形成三大阵营

- 6.1.3 家电连锁巨头争霸第三势力乘机崛起
- 6.2 家电连锁业竞争形势分析
 - 6.2.1 家电连锁业加快竞争模式创新
 - 6.2.2 家电连锁企业竞争焦点转向服务
 - 6.2.3 家电连锁企业与制造商争夺终端控制权
 - 6.2.4 “顺德家电”自建渠道避开市场竞争
- 6.3 家电连锁企业竞争对策分析
 - 6.3.1 家电连锁业亟需提升“服务竞争力”
 - 6.3.2 区域家电连锁商打造竞争力的策略分析
 - 6.3.3 家电连锁零售商保持核心竞争力的对策

第七章国内外家电连锁业并购重组案例分析

- 7.1 百思买并购五星
 - 7.1.1 百思买并购五星
 - 7.1.2 百思买并购五星的原因
 - 7.1.3 并购给五星的快速发展提供契机
 - 7.1.4 百思买五星实施双品牌策略
- 7.2 国美永乐合并
 - 7.2.1 国美永乐合并进程
 - 7.2.2 国美与永乐合并后的初步举措
 - 7.2.3 国美永乐合并的影响分析
 - 7.2.4 新国美八项经营策略
- 7.3 国美托管大中
 - 7.3.1 国美收购大中的原因
 - 7.3.2 国美委托第三方托管大中的意义
 - 7.3.3 国美收购大中对苏宁的影响分析
 - 7.3.4 国美托管大中的优势及前景
- 7.4 苏宁收购日本LAOX
 - 7.4.1 苏宁收购日本企业LAOX
 - 7.4.2 苏宁收购LAOX的动机
 - 7.4.3 中国家电连锁企业首次涉足国外市场
 - 7.4.4 苏宁再度斥资1600万增持LAOX股权
- 7.5 苏宁收购香港镭射
 - 7.5.1 苏宁宣布收购香港电器巨头镭射
 - 7.5.2 苏宁收购镭射的动机

7.5.3苏宁收购镭射是国际化战略的实质起步

7.5.4苏宁完成收购正式进驻香港

7.6苏宁与国美并购案的总结及评述

7.6.1家电连锁业理性并购更为稳健持久

7.6.2国美两次并购案例的作用及经验分析

7.6.3苏宁收购LAOX案例的不足评述

7.6.4苏宁收购镭射案例显示企业迈入成熟扩张

第八章家电连锁业的经营管理分析

8.1家电连锁业的经营管理概况

8.1.1家电连锁业向集约化经营模式转型

8.1.2中日家电连锁企业经营管理的差异剖析

8.1.3中国家电连锁行业应选择规模最适化发展模式

8.2家电连锁行业供应商分析

8.2.1供应商的分类与特点

8.2.2供应商评价选择指标体系构建

8.2.3供应商的跟踪动态评价

8.3家电连锁行业的供应链管理分析

8.3.1供应链管理理论简述

8.3.2家电零售连锁行业供应链管理存在的主要问题

8.3.3家电零售连锁行业供应链管理的促进策略

8.4家电连锁业经营扩张面临的主要风险及其规避措施

8.4.1财务风险及防范措施

8.4.2业务经营风险及防范措施

8.4.3其它经营风险及防范措施

第九章国外主要家电连锁企业财务状况分析

9.1百思买 (BESTBUY)

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

9.2日本山田电机

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

9.3日本荣电集团

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

9.4英国DSG国际公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

9.5日本小岛电气

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

9.6KESA电子公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十章国内主要家电连锁企业财务状况分析

10.1苏宁电器

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.2国美电器

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.3汇银家电

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

10.4 顺电连锁

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

10.5 大商电器

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第十一章 中国对家电连锁业前景及趋势预测

11.1 家电行业未来发展分析

11.1.1 我国家电行业未来发展格局

11.1.2 我国家电业发展趋势分析

11.2 中国对家电连锁业发展展望

11.2.1 中国对中国家电连锁行业预测分析

11.2.2 未来十年中国家电连锁业发展形势展望

11.2.3 中国家电连锁市场的三大趋势

图表目录\CHARTDIRECTORY

图表家电品牌关注度排行

图表大小家电搜索指数

图表家电产品关注度排行

图表TOP5大家电产品搜索指数

图表TOP5小家电产品搜索指数

图表空调品牌关注度排行

图表TOP5空调品牌搜索指数

图表空调匹数关注度

图表网民检索的空调类型（变频&定频）

图表电视机品牌关注度排行

图表TOP5电视机品牌搜索指数

图表电视机尺寸关注度排行

图表电视机类型关注度

图表液晶电视机品牌关注度排行

图表热水器品牌关注度排行

图表TOP5热水器品牌搜索指数

图表热水器类型关注度

图表太阳能热水器品牌关注度排行

图表电冰箱品牌关注度排行

图表TOP5电冰箱品牌搜索指数

图表电冰箱类型关注度

图表音响&家庭影院品牌关注度排行

图表TOP5音响&家庭影院品牌搜索指数

图表洗衣机品牌关注度排行

图表TOP5洗衣机品牌搜索指数

图表小家电品牌关注度排行

图表小家电产品关注度排行

图表豆浆机品牌关注度排行

图表电磁炉品牌关注度排行

(GYZJY)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/287694287694.html>