

2017-2022年中国家电连锁市场发展现状及运行态势预测报告

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年中国家电连锁市场发展现状及运行态势预测报告》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/288114288114.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

在连锁家电市场上，苏宁、国美等连锁家电零售商曾经取得过辉煌的战绩，近年来随着中国经济的发展和结构深化，连锁家电零售业规模更大，逐步建立标准、统一行业门槛。但是“互联网+”时代的电子商务技术深刻应用于各大零售业，传统连锁家电零售业面临的冲击是前所未有的。以苏宁、国美等为代表的连锁家电零售商果断摒弃原先单纯的线下实体店交易模式，引入了O2O这种线上线下经营模式。

1 连锁家电零售业O2O经营模式概述

1.1 O2O商业模式的定义

张波2014年在机械工业出版社出版的《O2O移动互联网时代的商业革命》一书中认为O2O商业模式是处在现代的网络时代，在消费性市场通过线上的网络市场与线下的实体市场互动的一种全新的商业模式，即O2O商业模式是一种线上线下的新型商业模式。

1.2 连锁家电零售业O2O经营模式定义

连锁家电零售业O2O经营模式是指随着我国进入“互联网+”时代，互联网技术与信息化平台对连锁家电零售商的大规模渗透，以传统模式为基础，通过互联网技术的介入和信息技术的不断升级，从而发展成为一种线上线下互动融合的经营模式，并使连锁家电零售企业带来更多利润。

图：2013-2016家电国内市场份额图

数据来源：公开资料，中国报告网整理

2 连锁家电零售业O2O经营模式特点

2.1 结合本地市场状况

基于线上线下互动的经营模式这一条件下，不能忽视发挥本地市场的关联性，使连锁家电零售业O2O经营模式实现本地化、立足本地实际情况，才能比单纯的互联网店更具优势从而脱颖而出。此状况形成也是基于传统的实体连锁家电零售业市场注重的“集市效应”，消费者的购物频次和购买习惯与地缘距离有着密切的联系。

2.2 让消费者感受到极致的互动体验

在“互联网+”时代，消费者的消费方式以及消费观念都发生了较大的变化，所追求的消费体验变得更加的定制化，传统连锁家电零售企业原先简单的线下营销模式已经无法满足消费者的多元化需要。所以当代连锁家电零售业经营模式从单向、被动的传播方式逐渐过渡到互动式的双向传播方式转变成为了时代趋势，在这个过程中，消费者处在了商业链条的中心位置。锁家电零售业O2O经营模式让消费者随时随地都可以浏览商品从而产生交易，苏宁、国美等连锁家电零售企业还为消费者提供在线上对到线下实体店进行消费的评价，使消费者可以尽情地分享真实的线下购物体验，并得到定制化的服务。

2.3通过大数据和定位服务开拓利润增长点

传统连锁家电零售业在融合电子商务的过程中，可以提供简单在线展示家电产品信息、支付、粗略数据分析等基础功能，但是实体的连锁店面较难对消费者的消费行为等数据进行全面、有效采集和科学分析，这使得定位服务技术应运而生，它通过移动互联网技术对消费者进行定位，在获得消费者的实际位置信息后把附近的连锁家电零售企业的信息有针对性推送给消费者。通过此项定位服务技术，连锁家电零售业O2O经营模式充分利用定位服务技术提供的数据收集和分析功能为连锁家电零售企业的发展提供强大的数据支撑，大数据和定位服务技术已经成为未来各大连锁家电零售企业O2O经营模式的核心竞争力和利润增长点，是锁家电零售业长远发展的重要技术。

3连锁家电零售业O2O经营模式存在的问题分析

3.1连锁家电零售业O2O经营模式有待优化和完善

连锁家电零售业O2O经营模式目前还处于开创初期，这种模式能否在“互联网+”这一高速动态环境中适应时代的发展，不断的完善和调整是必须的。如何将实体店多种资源和线上运营相结合，并做好零售服务工作，需连锁家电零售业进一步完善经营形态和利润增长点。此外和纯电商企业相比较，连锁家电零售业O2O经营模式主要凭借产品的进货价和销售价之间的差额来获得利润，并通过开放网络互动平台吸引消费者进行消费从而获利，虽说通过线上线下互补来产生增值服务使消费者获得便捷的消费体验，但是纯电商企业能够为消费者提供经济的价格、便捷的物流等特征，也使得纯电商企业未来的发展前景不容小视，所以连锁家电零售业O2O经营模式的进一步优化和完善才能使其在“互联网+”时代符合行业的发展趋势。

。

3.2需持续不断调整组织结构

处在“互联网+”时代中的连锁家电零售业，基于O2O的经营模式的连锁家电零售业在发展的过程当中必然会迎接更多新的商业业态的挑战，对连锁家电零售业O2O经营模式进行动态化调整组织结构，才能增强企业的核心竞争能力，才能在激烈的商业竞争中脱颖而出。

无论是矩阵式、事业部制、直线制、职能制，各有优势，连锁家电零售企业只有选择适合自身发展的组织结构，并在发展过程中根据新商业业态和新市场竞争格局，持续不断对组织结构进行调整和完善，才能整合连锁家电企业的线上线下资源，提高管理效率，最终让消费者体验到购物的便捷和乐趣，最终才能让连锁家电零售业O2O经营模式获得成功。

3.3丰富渠道内容

随着移动智能通信中端的逐渐普及，微信、微博、网络社区等网络社交平台极大影响着人们的消费习惯。

如何将网络社交平台融入连锁家电零售业O2O经营模式中，是连锁家电零售企业经营者要重点考虑的问题。

家电用品属于耐用型产品、产品技术含量高，品牌种类繁多，网络销售平台不可避免出现消费者的负面评论，这在一定程度上影响消费者对连锁家电零售企业的担忧和不信任，通过网络渠道将顾客对产品较为正面的信息展现在消费者面前，获得消费者的信任和喜爱，从而引发购买欲望，这是十分必要的。所以家电零售业O2O模式应全方位、多角度、深发掘社交网络平台，开展有效的营销活动，为客户和连锁家电零售企业架设沟通桥梁，为线上线下的渠道融合提供强有力的舆论支持。

3.4构建一体化的物流体系

由于连锁家店零售企业的销售产品基本是以大件耐用品为主，因而企业能长远发展的关键因素之一是高效便捷的物流配送，具体可以从以下几方面着手：第一，逐步向构建健全自营物流体系过渡，并辐射全国。目前部分连锁家电零售企业在使用O2O模式时，还停留在依托第三方物流企业服务的基础之上，这样的物流体系既耗费成本又难以对第三方物流服务质量进行控制，而构建自营的物流体系就能有效解决这个问题。

第二，加强物流信息化建设。在“互联网+”时代，将物流信息网络化可以及时获得连锁家电零售企业销售的产品的动态信息，有助于连锁家电零售企业对产品进行总体的规划和调度

，也可以让消费者随时了解订单产品的运送情况，增加消费者的美好购物体验。

中国报告网发布的《2017-2022年中国家电连锁市场发展现状及运行态势预测报告》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。

第一章：家电连锁行业发展综述

1.1 家电连锁行业界定

1.1.1 家电连锁行业界定

1.1.2 IT连锁行业界定

1.1.3 家电连锁行业关联性

1.2 家电连锁行业概览

1.2.1 中国家电销售渠道分析

1.2.2 中国家电销售格局分析

1.2.3 家电连锁与IT连锁行业比较分析

（1）家电连锁与IT连锁行业基本特征比较分析

（2）家电连锁与IT连锁行业竞争程度比较分析

（3）家电连锁与IT连锁行业配套及服务比较分析

（4）家电连锁与IT连锁行业效益指标比较分析

第二章：家电连锁行业市场环境发展分析

2.1 家电连锁行业政策环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 家电连锁行业发展政策

2.1.3 家电连锁行业发展规划

2.2 家电连锁行业经济环境分析

2.2.1GDP增长情况

2.2.2经济走势预测

2.2.3宏观经济与家电行业相关性

2.3家电连锁行业商业环境分析

2.3.1中国不同城市商业发展环境分析

(1) 一线城市商业发展环境分析

1) 北京商业发展环境分析

2) 上海商业发展环境分析

3) 广州商业发展环境分析

4) 深圳商业发展环境分析

(2) 二、三线城市商业发展环境分析

1) 青岛商业发展环境分析

2) 武汉商业发展环境分析

3) 长沙商业发展环境分析

4) 成都商业发展环境分析

5) 南宁商业发展环境分析

2.3.2中国居民收入水平与消费环境分析

(1) 居民收入水平分析

(2) 居民消费能力分析

(3) 居民消费结构分析

(4) 居民消费信心分析

2.4家电连锁行业人力资源环境分析

2.4.1中国连锁企业人力资源情况分析

2.4.2中国连锁企业人力资源存在的问题分析

2.4.3中国连锁企业人力资源吸引员工因素分析

2.4.4中国连锁企业绩效考核情况分析

2.4.5中国连锁企业绩效考核沟通与管理分析

第三章：家电连锁行业发展分析

3.1中国家电行业发展分析

3.1.1中国大型家电行业发展分析

(1) 中国电视行业发展分析

1) 中国电视行业市场规模分析

2) 中国电视行业竞争状况分析

3) 中国电视行业细分产品分析

- 4) 中国电视行业发展趋势分析
 - (2) 中国冰箱行业发展分析
 - 1) 中国冰箱行业市场规模分析
 - 2) 中国冰箱行业竞争状况分析
 - 3) 中国冰箱行业发展趋势分析
 - (3) 中国洗衣机行业发展分析
 - 1) 中国洗衣机行业市场规模分析
 - 2) 中国洗衣机行业竞争状况分析
 - 3) 中国洗衣机行业发展趋势分析
- 3.1.2 中国小家电行业发展分析
 - (1) 中国小家电行业市场规模分析
 - (2) 中国小家电行业竞争状况分析
 - (3) 中国小家电行业产品市场分析
 - (4) 中国小家电行业发展趋势分析
- 3.2 家电连锁行业发展分析
 - 3.2.1 国际家电连锁行业发展分析
 - (1) 美日家电连锁行业市场规模分析
 - 1) 美国家电连锁行业市场规模
 - 2) 日本家电连锁行业市场规模
 - 3) 美日家电连锁行业市场集中度分析
 - (2) 美日家电连锁行业销售品类分析
 - 1) 美国家电连锁行业销售品类
 - 2) 日本家电连锁行业销售品类
 - (3) 美日德家电连锁行业发展的借鉴作用
 - 1) 家电连锁零售模式是发展主旋律
 - 2) 家电连锁市场集中度仍有提高空间
 - 3) 家电连锁经营品类向数码IT产品倾斜
 - 3.2.2 中国家电连锁行业发展分析
 - (1) 中国家电连锁行业生命周期分析
 - (2) 中国家电连锁行业发展现状
 - 1) 中国家电连锁行业市场规模分析
 - 2) 中国家电连锁企业门店数量分析
 - 3) 中国家电连锁企业竞争格局分析
 - (3) 中国家电连锁行业盈利模式分析
 - 1) 中外家电连锁行业经营模式比较分析

- 2) 中国家电连锁行业盈利模式发展分析
- 3) 中国家电连锁行业盈利模式前景展望

第四章：IT连锁行业发展分析

4.1中国IT产业发展分析

- 4.1.1中国IT连锁行业市场规模
- 4.1.2中国IT产品零售市场竞争格局
- 4.1.3中国IT产品零售模式分析
- 4.1.4IT产品品牌调研分析
- 4.1.5IT产品消费调研分析
 - (1) 消费者基本信息分析
 - (2) IT产品购买渠道分析
 - (3) 消费者对IT产品渠道的选择
 - (4) 消费者对IT产品渠道选择指标调研
 - (5) 消费者对IT产品渠道满意度调研

4.2中国IT连锁行业发展分析

- 4.2.1国际IT连锁行业发展与比较分析
 - (1) 国际IT连锁行业发展现状分析
 - (2) 中外IT连锁行业发展比较分析
 - (3) 中外IT连锁典型企业发展比较分析
 - (4) 国际IT连锁行业发展的经验借鉴
- 4.2.2中国IT连锁行业发展现状与格局分析
 - (1) 中国IT中间分销商发展现状与格局分析
 - 1) 中国IT中间分销商市场规模分析
 - 2) 中国IT中间分销商市场集中度分析
 - 3) 中国IT上游厂商与中间分销商比较分析
 - (2) 中国IT连锁终端零售商发展现状与格局分析
 - 1) 中国IT终端零售商市场规模分析
 - 2) 中国IT终端零售商市场集中度分析
- 4.2.3中国IT连锁行业盈利模式分析
 - (1) 中外IT连锁行业经营模式比较分析
 - (2) 中国IT连锁行业盈利模式发展分析
- 4.2.4中国主要IT连锁典型销售场所分析
 - (1) E世界数码商城
 - (2) 中关村科贸电子城

- (3) 广州天河电脑城
- (4) 上海太平洋数码广场
- (5) 深圳华强北赛博数码广场

第五章：家电连锁企业分析

5.1 家电连锁企业整体情况

5.1.1 行业影响力较大的企业

5.1.2 IT零售40强

5.2 家电连锁企业个案分析

5.2.1 宏图三胞高科技术有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

5.2.2 苏宁电器股份有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

5.2.3 国美电器控股有限公司经营情况分析

(一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

5.2.4 北京京东世纪贸易有限公司经营情况分析

(1) 公司发展简况分析

(2) 企业主营业态分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

5.2.5 深圳市顺电连锁股份有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

5.2.6汇银家电（控股）有限公司经营情况分析

（一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

5.2.7浙江百诚集团股份有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

5.2.8江苏五星电器有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

5.2.9三联商社股份有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

5.2.10美承经济信息（集团）公司经营情况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

5.2.11北京中恒驿站数码信息技术有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

5.2.12高鸿恒昌科技有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

5.2.13上海新蛋电子商务有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

5.2.14山东亿维信息科技有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

5.2.15广州东方四海科技有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

5.2.16北京神州天海科技有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

5.2.17北京远东基业科技有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

5.2.18北京康悦天虹数码科技发展有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

5.2.19北京金谷瑞景商贸有限责任公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

5.2.20北京雨辰视美科技有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

5.2.21上海朋杨科技有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

5.2.22广州嘉璐电子有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

5.2.23天津通友新技术产业有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

5.2.24上海和雍贸易有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

5.2.25深圳金兰达实业有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

5.2.26北京连邦软件股份有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

5.2.27广西顶佳计算机信息有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

5.2.28广州爱联科技有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

5.2.29广州正道科技有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

5.2.30成都道洋电脑超市有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

5.2.31湖南新浪潮电脑有限责任公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

5.2.32上海逸明恒业数码技术有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

5.2.33北京数码探梦科技发展有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

5.2.34浙江水木华力科技发展有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

5.2.35北京鸿日东方数码科技有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

5.2.36广州惠海信息科技有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

5.2.37腾创科技（北京）有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

5.2.38沈阳阳光北联数码科技有限公司经营情况分析

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第六章：家电连锁行业发展趋势及前景预测

6.1家电连锁业发展趋势及前景预测

6.1.1家电连锁行业发展推动因素分析

- （1）经济总量增长对家电市场规模影响
- （2）居民收入增长对家电市场规模影响
- （3）城市化进程对家电产品普及率影响
- （4）房地产调控对家电产品销售影响
- （5）家电市场政策对家电产品影响

6.1.2家电连锁业发展趋势分析

6.1.3家电连锁业发展前景预测

6.2IT连锁业发展趋势及前景预测

6.2.1IT连锁行业发展推动因素分析

- (1) 中国IT产品需求空间对IT连锁行业发展影响
- (2) 中国中小企业规模对IT连锁行业发展影响
- (3) 网民规模以及互联网普及对IT连锁行业的影响

6.2.2IT连锁业发展趋势分析

6.2.3IT连锁业发展前景展望

6.3家电连锁行业发展风险及建议

6.3.1家电零售业风险分析

6.3.2IT数码产品零售业风险分析

6.3.3家电连锁行业发展建议

图表目录

图表1：IT连锁主要业态分析

图表2：家电连锁行业关联性总结分析

图表3：家电数码销售渠道对比分析

图表4：家电数码销售渠道市场占比分析（单位：%）

图表5：家电连锁与IT连锁行业基本特征比较分析

图表6：家电连锁与IT连锁行业竞争程度比较分析

图表7：家电连锁与IT连锁行业配套及服务比较分析

图表8：家电连锁与IT连锁行业效益指标比较分析

图表9：《关于加快我国家用电器行业自主品牌建设的指导意见》对小家电行业的压力

图表10：我国家电下乡行业进程及对小家电行业的影响分析

图表11：《关于加快中国家用电器行业转型升级的指导意见》的内容及对小家电行业的影响分析

图表12：节能产品惠民工程内容及对小家电行业的影响分析

图表13：小家电补贴政策内容及对小家电行业的影响分析

图表14：《中国家用电器工业“十二五”发展规划的建议》主要指标

图表15：以来中国GDP增长趋势图（单位：%）

图表16：中国GDP增速与家电行业总收入增速对比图（单位：%）

图表17：“十一五”时期北京商业服务业发展分析

图表18：北京市“十二五”时期商业发展主要预期指标

图表19：北京市“十二五”时期商业发展重点

图表20：上海市商业发展主要指标（单位：亿元，亿美元，个）

图表21：以来上海市第三产业增加值占GDP的比重变化趋势（单位：%）

图表22：广州市社会消费品零售总额增长情况（单位：亿元，%）

图表23：限额以上批发和零售业细分产品增长情况（单位：%）

图表24：深圳市商业发展环境主要指标情况（单位：亿元，%）

（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/288114288114.html>