

2021年中国家电连锁市场分析报告- 市场深度分析与投资前景研究

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《2021年中国家电连锁市场分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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/530895530895.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

随着人们生活水平的不断提高以及消费结构升级，我国家电消费量迅速增长，其零售渠道也发生了较大变化，家电连锁凭借着服务便利等优势逐渐代替传统的百货店和专卖店。比如，家电连锁品牌数量较多，可以满足消费者一站式购物的需求，并且提供送货、安装、维修和保养等各方面的服务。

2016-2020年上半年我国家电行业零售额统计情况 数据来源：公开资料整理

一、供应商的议价能力

我国家电连锁行业的供应商主要是各个家电生产厂家。许多家电连锁经营者凭借巨大的销售规模，可以直接向家电厂家采购家电，尤其是以国美和苏宁为代表的少数家电连锁企业在全国范围内迅速大量开店，家电销售规模迅速增长，已经成为一二级市场的主要家电销售渠道。因此，在家电业已经成为买方市场、产品同质化严重、市场竞争激烈的背景下，我国家电行业对销售渠道的依赖越来越大；而国美和苏宁等家电企业凭借巨大的采购规模和对销售渠道的控制，拥有很强的讨价还价能力。因此，我国家电连锁行业整体供应商议价能力较弱。

2013-2019年苏宁易购门店数量及增长情况 数据来源：企业财报

2013-2019年国美门店数量及增长情况 数据来源：企业财报

二、购买者的议价能力

家电连锁行业作为家电产业链的下游市场，在提供给消费者家电的同时还提供各种服务。目前，我国家电连锁所提供给消费者的产品类别差别不大，往往同一种产品在其他连锁都能买到，而在服务内容方面也是大同小异。我国家电连锁行业所提供的服务基本上都是产品咨询、送货、安装、维修保养、延保服务等，很少有自己独特的服务；在服务的效率、质量等顾客评价上也差别不大，没有形成自己的特色服务品牌。这导致顾客感觉在哪家企业购买家电都没有差别，对家电连锁企业的忠诚度不高；顾客更在意的是哪家连锁企业卖的产品价格更优惠。因此，我国家电连锁行业的购买者拥有较强的议价能力。

三、新进入者的威胁

家电连锁行业的特点是覆盖范围广、销售渠道宽、产品种类丰富等，尤其是全国性的连锁企业，凭借数量众多的连锁店、物流配送中心、送货安装维修服务队伍，已经形成了一定的规模经济。而这种规模经济对于新进入者来说是一种进入壁垒。新进入者要想进入家电连锁行业也必须形成这种规模经济，否则家电销售的利润水平会比现有家电连锁企业低，在竞争对手压低销售价格时会面临亏损直至破产。以国美降价为例，2000年国美向北京市场推出了2000台厦华29英寸彩电，售价为1980元，比彩电峰会的最低限价低了580元，再比如一些家电批发大户（例如国美，苏宁），他们凭借规模优势，拿到批发价很低，只挣一、二个毛利，但年终可以根据销量从厂家拿回不菲的返利，这也被称为厂价倒挂。因此，我国家电连锁行业新进入者替代威胁较小。

四、替代品的威胁

随着电子商务的蓬勃发展，家电连锁销售渠道也正遭受到新兴网络销售渠道的冲击。京东商城、世纪电器网、淘宝网、当当网等纷纷开始进行家电网络销售，这些第三方网购平台凭借平台的开放性和庞大的用户群取得了很好的销售业绩。与此同时，一大批家电生产企业也建立了网上销售平台，海信网上商城、TCL网上商城、创维铭店网、格兰仕官方直销网、海尔商城等纷纷上线。大多数自建网络销售平台的家电生产企业也同时利用第三方B2C平台销售自己的产品，比如TCL也同时在淘宝、京东、当当等平台上销售产品。

而且，近几年家电线上销售占比不断提高，2020年上半年，中国家电电商渠道占比突破50%，线上家电渗透率突破50%，线上零售额为1913亿元，同比增长7.23%。

2020年上半年中国各零售业态家电零售额占比情况 数据来源：公开资料整理

2016年H1-2020年H1中国家电产品网上零售增长情况 数据来源：公开资料整理

五、同业竞争者的竞争程度

目前，我国家电连锁行业形成了全国性家电连锁企业和地方连锁企业并存的局面，其中全国性家电连锁企业以苏宁和国美为代表。在全国家电消费迅速增长的大背景下，苏宁和国美依靠上市公司融资和低价策略不断在全国增开新店，迅速成长为中国最大的两家全国性连锁企业。不过，在一些二三线城市中，有一些地方性的连锁企业不愿失去自己的市场，仍然在顽强抗争，比如武汉工贸家电、大连大商电器、浙江百诚、重庆商社等。这些企业以省会城市为中心，在各县市实现广泛的覆盖，占据着相当大的市场份额。但随着苏宁和国美连锁网络的进一步拓展，二三线城市竞争必将进一步加剧，这些地方连锁企业面临着被兼并的危险。

2019年我国家电线下市场分渠道份额情况(按零售额) 数据来源：公开资料整理

综上所述，通过对家电连锁行业五力模型的分析可以看出，目前国内家电企业在各方面的问题需要解决，比如购买者议价能力较强，替代品的威胁较大等。因此，我国家电连锁行业可以实施服务差异化来提高企业竞争力，努力开拓三四线市场。

我国家电连锁行业发展策略 数据来源：公开资料整理（WYD）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国家电连锁市场分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国家电连锁行业发展概述

第一节 家电连锁行业发展情况概述

- 一、家电连锁行业相关定义
- 二、家电连锁行业基本情况介绍
- 三、家电连锁行业发展特点分析
- 四、家电连锁行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、家电连锁行业需求主体分析

第二节 中国家电连锁行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、家电连锁行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国家电连锁行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国家电连锁行业生命周期分析

- 一、家电连锁行业生命周期理论概述
- 二、家电连锁行业所属的生命周期分析

第四节 家电连锁行业经济指标分析

- 一、家电连锁行业的赢利性分析
- 二、家电连锁行业的经济周期分析
- 三、家电连锁行业附加值的提升空间分析

第五节 中国家电连锁行业进入壁垒分析

- 一、家电连锁行业资金壁垒分析
- 二、家电连锁行业技术壁垒分析
- 三、家电连锁行业人才壁垒分析
- 四、家电连锁行业品牌壁垒分析
- 五、家电连锁行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球家电连锁行业市场发展现状分析

第一节 全球家电连锁行业发展历程回顾

第二节 全球家电连锁行业市场区域分布情况

第三节 亚洲家电连锁行业地区市场分析

- 一、亚洲家电连锁行业市场现状分析
- 二、亚洲家电连锁行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲家电连锁行业市场前景分析

第四节 北美家电连锁行业地区市场分析

- 一、北美家电连锁行业市场现状分析
- 二、北美家电连锁行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美家电连锁行业市场前景分析

第五节 欧洲家电连锁行业地区市场分析

- 一、欧洲家电连锁行业市场现状分析
- 二、欧洲家电连锁行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲家电连锁行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界家电连锁行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球家电连锁行业市场规模预测

第三章 中国家电连锁产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品家电连锁总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国家电连锁行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国家电连锁产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国家电连锁行业运行情况

第一节 中国家电连锁行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国家电连锁行业市场规模分析

第三节 中国家电连锁行业供应情况分析

第四节 中国家电连锁行业需求情况分析

第五节 我国家电连锁行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国家电连锁行业供需平衡分析

第七节 中国家电连锁行业发展趋势分析

第五章 中国家电连锁所属行业运行数据监测

第一节 中国家电连锁所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国家电连锁所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节 中国家电连锁所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国家电连锁市场格局分析

第一节 中国家电连锁行业竞争现状分析

- 一、中国家电连锁行业竞争情况分析
- 二、中国家电连锁行业主要品牌分析

第二节 中国家电连锁行业集中度分析

- 一、中国家电连锁行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国家电连锁行业市场集中度分析

第三节 中国家电连锁行业存在的问题

第四节 中国家电连锁行业解决问题的策略分析

第五节 中国家电连锁行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国家电连锁行业需求特点与动态分析

第一节 中国家电连锁行业消费市场动态情况

第二节 中国家电连锁行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 家电连锁行业成本结构分析

第四节 家电连锁行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国家电连锁行业价格现状分析

第六节 中国家电连锁行业平均价格走势预测

一、中国家电连锁行业价格影响因素

二、中国家电连锁行业平均价格走势预测

三、中国家电连锁行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国家电连锁行业区域市场现状分析

第一节 中国家电连锁行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区家电连锁市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区家电连锁市场规模分析

四、华东地区家电连锁市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区家电连锁市场规模分析

四、华中地区家电连锁市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区家电连锁市场规模分析

四、华南地区家电连锁市场规模预测

第九章 2017-2020年中国家电连锁行业竞争情况

第一节 中国家电连锁行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国家电连锁行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国家电连锁行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 家电连锁行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国家电连锁行业发展前景分析与预测

第一节 中国家电连锁行业未来发展前景分析

一、家电连锁行业国内投资环境分析

二、中国家电连锁行业市场机会分析

三、中国家电连锁行业投资增速预测

第二节 中国家电连锁行业未来发展趋势预测

第三节 中国家电连锁行业市场发展预测

一、中国家电连锁行业市场规模预测

二、中国家电连锁行业市场规模增速预测

三、中国家电连锁行业产值规模预测

四、中国家电连锁行业产值增速预测

五、中国家电连锁行业供需情况预测

第四节 中国家电连锁行业盈利走势预测

一、中国家电连锁行业毛利润同比增速预测

二、中国家电连锁行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国家电连锁行业投资风险与营销分析

第一节 家电连锁行业投资风险分析

一、家电连锁行业政策风险分析

二、家电连锁行业技术风险分析

三、家电连锁行业竞争风险

四、家电连锁行业其他风险分析

第二节 家电连锁行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国家电连锁行业发展战略及规划建议

第一节 中国家电连锁行业品牌战略分析

- 一、家电连锁企业品牌的重要性
- 二、家电连锁企业实施品牌战略的意义
- 三、家电连锁企业品牌的现状分析
- 四、家电连锁企业的品牌战略
- 五、家电连锁品牌战略管理的策略

第二节 中国家电连锁行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国家电连锁行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 家电连锁行业竞争力提升策略

- 一、家电连锁行业产品差异性策略
- 二、家电连锁行业个性化服务策略
- 三、家电连锁行业的促销宣传策略
- 四、家电连锁行业信息智能化策略
- 五、家电连锁行业品牌化建设策略
- 六、家电连锁行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国家电连锁行业发展策略及投资建议

第一节 中国家电连锁行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国家电连锁行业营销渠道策略

一、家电连锁行业渠道选择策略

二、家电连锁行业营销策略

第三节 中国家电连锁行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国家电连锁行业重点投资区域分析

二、中国家电连锁行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/530895530895.html>