

2021年中国家电连锁市场分析报告- 市场规模现状与发展趋势分析

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-市场规模现状与发展趋势分析》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/536972536972.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

随着我国经济水平不断提升，居民生活收入不断提高，家庭基础应用到的系列小家电逐渐走进寻常家庭中。根据数据显示，2019年家电行业营收1.53万亿元，由于2020年初因疫情的冲击，1-6月,全国家用电器行业营业收入6265.1亿元,同比下降15.3%。

2016-2020年1-6月家电行业营收情况 数据来源：公开资料整理

一、优势分析

（1）品牌认知

品牌是开启零售市场之门的钥匙，品牌经营不仅能为顾客提供价值，而且能为企业创造价值。连锁企业品牌是消费者对连锁企业产品和服务各种感性印象与理性认识的总和。国内大型家电零售连锁企业在国内市场上经营悠久，在百姓心目中也已形成了良好的品牌形象和企业形象，这无疑使其在竞争中拥有极大的优势。

（2）店面资源

目前，国美和苏宁是我国家电零售连锁行业中两大巨头。在全国范围内有许多家门店，这些门店不仅仅在销售方面给家电零售商们带来巨额利润，在宣传方面也起到很好的效果。根据数据显示，2019年苏宁在全国门店数量达到8216家；国美门店数量则达到2602家。

2013-2019年苏宁门店数量情况 数据来源：公开资料整理

2015-2019年国美门店数量情况 数据来源：公开资料整理

（3）消费者认可程度

多年的经营给企业带来了一大批忠实的顾客，这些顾客多年在国内家电零售连锁企业享受到优质的服务，今后购买家电会将国内的家电零售连锁企业作为首选。

（4）规模经济

家电零售连锁业高速扩张实质上是连锁业作为一种经济业态的胜利。家电零售连锁企业的出现提高了销售额，对采购价格、管理费用、运输物流成本等方面都将有所降低。与消费者利益息息相关的零售价格的降低，将有利于吸引大量的顾客。

（5）便利性

消费者在家电零售连锁企业中可以迅速找到自己想要的商品，而且还可以享受到优质专业的服务，如有关产品的知识以及使用注意事项等，在专业零售连锁企业都可以获得满意的答案。

二、劣势分析

（1）产品与服务差异化

产品与服务在满足了消费者最基本需求的同时应具有鲜明个性，这是一个品牌得以存在的基础，也是产品与服务提高知名度的基础。如果供应商进行产品差异化设计，个性突出的品牌将更容易为目标客户群体所接受。例如苏宁电器的“至真至诚”服务；国美电器的“无微不至，无所不在”服务等等。但是绝大多数国内企业只是停留在宣传上，其实际行动远远不

够。

（2）性价比低

消费者购买产品都追求最适合的质量和最低的价格，以获得最优的性价比。目前国内连锁业与外资连锁业在这方面差距甚大。由于我国家电零售连锁行业起步晚，应该要更加重视成本的降低和服务质量的提高。

（3）供应商战略联盟

零售商之间的竞争，正在快速演变为以各自核心供应商为后盾的企业链之间的竞争。没有企业产业链的散兵游勇将很快被淘汰，国外的零售商都拥有合作供应商的支持。而国内家电零售连锁业与各自供应商之间的关系矛盾重重，经常“兵戎相见”。这直接影响着国内家电零售连锁业的销售能力与核心竞争力。

（4）物流等后勤工作

各大家电零售连锁业不论是实行外包还是自建物流公司，普遍存在物流送货时间比较长，搬运工人“野蛮搬运”等现象。最后将造成顾客不满从而引发各种投诉，降低了顾客满意度。

三、 机遇分析

（1）政策的扶持

随着我国经济的不断发展，家电行业也得到了飞速的发展。由于我国的家电产品一直以来缺乏核心技术，产品同质化严重，持续不断的价格战形成的恶性循环严重损害了市场的持续发展。针对这种局面，国家相关部门一直在积极制定有关的政策法规以提高行业门槛，约束和指导企业的生产制造活动。

家电零售连锁行业相关政策法规

发行时间

发行单位

政策法规名称

主要内容

2008年

国家发改委

《贯彻落实国发7号文件精神促进服务业加快发展》

“大力培育服务行业领军企业和知名品牌。大力促进服务业规模化、网络化、品牌化经营，形成一批拥有自主知识产权和知名品牌、具有较强竞争力的服务业龙头企业。”加强对服务业宏观引导、深化体制改革、加大支持力度、创造有利环境，实现服务业加快发展的具体要求。

2006年

中华人民共和国商务部

《零售商促销行为管理办法》

贯彻实施《办法》工作涉及面广，政策性强，工作要求高。各地商务主管部门要会同发展改革委（价格）、公安、税务、工商等部门，根据《办法》有关规定，结合本地实际，制定切实可行的实施细则，建立规范促销的长效机制，营造健康和谐的消费环境，促进市场的繁荣和稳定；各地有关部门要建立联席会议工作机制，及时通报有关信息，掌握了解促销现状，分析解决存在问题；要对本地区零售企业贯彻执行《办法》情况进行检查，检查可采取敦请企业自查自纠、听取有关企业、协会、消费者意见以及部门联合抽查等方式进行。对检查中发现的事关社会公共安全的重大事项，要及时向当地政府报告。对不认真自查自纠，消费者和其他经营者反应强烈的不规范促销商业零售企业，要责令其限期整改；对有令不行、有禁不止的，要依法予以处罚。

2005年

商务部

《整治商业零售企业不规范促销行为专项行动工作实施方案》

（一）统一思想，狠抓实效。零售商促销活动与人民群众日常生活息息相关，各地、各有关部门要充分认识打击不规范促销专项行动工作的重要性、长期性、艰巨性和复杂性，要从实践“三个代表”重要思想、构建社会主义和谐社会的高度，把此次专项行动作为改善消费环境，维护社会稳定，推动经济发展工作的重要内容，狠抓落实，要见成效。（二）加强协作，密切配合。在开展专项整治工作过程中，各地、各部门要从大局出发，各司其职、各负其责，通力合作、密切配合。各地要加强专项行动的信息沟通与交流，结合《办法》的有关规定逐步建立协调管理、监督机制。（三）加强舆论宣传，建立投诉处理机制。各地、各部门要以“规范商家促销，保障百姓权益”为主题，通过广播、电视、报刊、网络等媒体大力宣传法律法规、《办法》及有关规定，宣传整治情况，及时曝光查处的违法案件，跟踪报道大案要案；大力弘扬诚实守信的商业道德，倡导明码实价，诚信兴商，营造消费者放心的良好购物环境。

2005年

商务部、公安部、税务总局、工商总局等

《零售商与供应商进货交易管理办法》

《办法》明令禁止了零售商的六种显失公平行为和两种妨碍竞争行为。《办法》规定，零售商与供应商签订特定商品的供货合同，双方就商品的特定规格、型号、款式等达成一致后，零售商不得拒绝接收该商品，但具有可归责于供应商的事由，以及经供应商同意、零售商负责承担由此产生的损失的除外；零售商不得对供应商直接向消费者、其他经营者销售商品的价格予以限制，不得对供应商向其他零售商供货或提供销售服务予以限制等。此外，《办法》还明令禁止了供应商的三种显失公平、妨碍竞争的行为，规定：供应商供货时，不得强行搭售零售商未订购的商品；不得以低于成本的价格向零售商出售商品，不得限制零售商销售其他供应商的商品。数据来源：公开资料整理

（2）消费升级为产业发展带来机遇

近几年家电连锁下乡政策开垦了农村这片曾被掩藏的广阔市场，让农村家电保有量提高的同时，也提高了农村居民对家电产品的消费认知度。由于农村居民开始追求品牌化、功能多元化、更节能、更时尚的家电产品，因此农村家电市场具有一定增长空间。

（3）新兴产业为家电市场提供新“蓝海”

在消费升级驱动下，除了传统大家电产品结构调整明显外，新兴产业是今后家电连锁业另一增长点。根据数据统计，2020年上半年销售额增幅最高的产品品类为空气炸锅，销售额增幅达271%。

2020年H1销售额增幅最高产品品类 数据来源：公开资料整理

四、威胁分析

（1）上游供应商开始自建渠道

随着行业的发展，家电市场进入了完全的买方市场，家电厂商与零售商的合作也不再是利益共同体，而是开始走向矛盾双方。连锁渠道之间各种各样的促销战、价格战，严重扰乱了厂商的销售战略。

（2）国际家电零售企业的打压

随着我国加入WTO后，零售连锁行业将对外全面开放。一大批实力雄厚的国际家电零售连锁企业的进入将会对我国家电零售连锁企业有着重大冲击。在未来3到5年内，中国家电零售业60%甚至80%市场将为外资占据。国际资本正在影响着我国家电零售连锁业的营销决策，国美正在引进国际策略投资者，百思买则在无声之中入主国内家电零售连锁四强的五星电器，这都促使我国家电连锁商开始思考在营销战略如何升级创新。

（3）替代品的出现

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，近几年家电线上销售占比不断提高。根据数据统计，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%。（TJL）

2020年上半年我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

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-市场规模现状与发展趋势分析》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分析
- 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/536972536972.html>