

2007-2008年中国家电连锁业研究发展分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2007-2008年中国家电连锁业研究发展分析报告》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：<https://www.chyxx.com/research/200805/A209887655820265.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

第一章、连锁经营相关概述

第一节、连锁经营概念及内涵

一、连锁经营的概念

二、连锁经营的模式

三、连锁经营的本质

四、连锁经营的四个原则

第二节、连锁经营三类形式的定义及主要特点

一、直营连锁（Regular Chain简称RC）

二、特许连锁（Franchise Chain简称FC）

三、自由连锁（Voluntary Chain简称VC）

第二章、中国家电行业综述

第一节、家电产业概况

一、中国家电产业发展回顾

二、中国家电产业发展阶段分析

三、中国家电产业取得的主要成就

四、中国家电制造向世界强国靠拢

五、中国三大家电产业群发展透析

第二节、家电市场分析

一、2007年1-5月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、2005-2007年家电业发展分析

一、2005年中国家电行业总体运行状况分析

二、2006年国内主要家电企业发展状况

三、2007年中国家电产业盘点

第四节、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

第五节、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、家电连锁行业
- 第一节、国际家电连锁业概况
 - 一、国际家电连锁业不同发展阶段的特征
 - 二、美国家电连锁业的特征分析
 - 三、日本家电连锁行业发展状况
 - 四、德国家电连锁市场概况
- 第二节、中国家电连锁行业的发展
 - 一、家电连锁行业发展的三个阶段
 - 二、中国家电连锁行业发展概况
 - 三、推动家电连锁业发展的原因
 - 四、中国家电连锁业的扩张及影响
 - 五、家电连锁企业利润来源的发展阶段分析
- 第三节、2005-2007年中国家电连锁业发展分析
 - 一、2005年家电连锁业的发展变化
 - 二、2006年家电连锁扩张势头不减
 - 三、2007年家电连锁企业竞争升级
- 第四节、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
- 第五节、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
- 第四章、中国家电连锁市场
- 第一节、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、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、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、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

第五章、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

第六章、中国主要地区家电连锁市场的发展

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、2006年上半年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、2005年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、2006年东莞家电连锁企业创新营销手法

二、2007年天津家电连锁企业开店状况

三、2008年苏宁在广州市场开店状况及发展重点

第七章、家电连锁市场竞争分析

第一节、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、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、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

第八章、家电连锁业并购案例分析

第一节、百思买并购五星

一、2006年5月百思买并购五星

二、百思买并购五星的原因

三、并购给五星的快速发展提供契机

四、百思买五星实施双品牌策略

五、百思买并购五星对中国家电连锁业的影响

第二节、国美收购易好家

一、2005年8月国美并购易好家

二、中建材出售易好家的缘由

三、国美收购易好家的原因

第三节、国美永乐合并

一、国美永乐合并进程

二、2006年11月国美与永乐合并后的初步举措

三、国美永乐合并的影响分析

四、国美永乐合并后待解决的问题

五、新国美八项经营策略

六、2008-2010年新国美发展目标

第四节、国美托管大中

一、国美收购大中的原因

二、国美委托第三方托管大中的意义

三、国美收购大中对苏宁的影响分析

四、国美托管大中的优势及前景

第九章、国外主要企业

第一节、百思买 (Best Buy)

一、百思买简介

二、百思买的发展历程

三、Best Buy不断调整策略适应市场变化

四、百思买的定制化商店战略简析

五、百思买探索在中国的经营模式

第二节、电路城 (Circuit City)

一、Circuit City简介

二、Circuit City发展历程

三、Circuit City市场地位下降的原因

四、Circuit City的市场再造行动简析

第三节、其他国外家电连锁企业

一、日本山田电机

二、日本小岛电气

第十章、国内主要企业

第一节、国美电器

一、公司简介

二、2006年国美经营状况分析

三、2007年1-6月国美经营状况分析

四、国美采购模式分析

五、国美转变竞争模式关注消费者

六、国美的市场销售策略及存在的问题

七、国美实行低价策略的原因及成功之处

第二节、苏宁电器

一、公司简介

二、2006年1-12月苏宁电器经营状况分析

三、2007年1-6月苏宁电器经营状况分析

四、2007年7-9月苏宁电器经营状况分析

五、苏宁物流模式改革效率大幅提升

六、苏宁打造信息化专业化营销模式

第三节、五星

一、公司简介

二、2006-2007年五星电器的发展变化

三、五星电器营销策略分析

四、未来五星电器市场发展重点及方向

第四节、三联家电

一、公司简介

二、三联家电信息化建设取得的成绩

三、三联家电经营中的失误剖析

四、三联二三级市场开拓进程及策略

五、三联家电应对激烈竞争的策略

第五节、顺电

一、顺电简介

二、顺电的信息化建设发展历程

- 三、顺电在广州采用收缩战线策略
- 四、2008年顺电实施省外扩张计划首选苏州

第十一章、家电连锁业前景及趋势

第一节、家电行业发展前景及趋势

- 一、“十一五”家电产业发展思路及目标
- 二、2008年中国家电市场前景分析
- 三、未来家电产品发展趋势

第二节、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

附录

附录一：《连锁店经营管理规范意见》

附录二：《家电专业店经营规范》

附录三：《零售商供应商公平交易管理办法》

图表目录：

图表1 中国主要家用电器产量

图表2 中国主要家电产品出口量

图表3 2007年1-5月国内音响市场销量对比

图表4 2007年1-5月中国主要音响品牌市场零售量比较

图表5 2007年1-4月中国空调零售额与上年同比变化幅度

图表6 2006年洗衣机不同类型产品市场占有率

图表7 2005年5月全国重点大型零售企业洗衣机销售情况

图表8 2004-2005年主要家电产品产量

图表9 2004-2005年中国家电业产值及销售收入

图表10 2004-2005年家用电力器具行业应收帐款情况

图表11 2004-2005年家用电动器具的产成品存货占用资金情况

图表12 2002-2005年家用电器出口额、进口额

图表13 2001-2005年家电行业分季度出口额

图表14 2004-2005年部分家电产品出口量

图表15 2004-2005年出口额超过10亿美元的家电产品

图表16 2001-2005年冰箱压缩机净进口量

图表17 2001-2005年空调压缩机净进口量

图表18 2004-2005年中国家电出口变化情况

图表19 2004-2005年中国家电进口变化情况

- 图表20 2005年1-12月累计中国家电出口地区分布
- 图表21 2005年1-12月累计中国家电出口产品结构情况
- 图表22 2005年主要家用电器产品产量
- 图表23 2005年主要家用电器产品出口量
- 图表24 2005年主要家用电器产品进口量
- 图表25 2007年国内空调高、中、低端产品市场份额情况
- 图表26 2005年部分家电连锁企业经营情况
- 图表27 2006年上半年家电连锁企业经营情况统计表
- 图表28 家电连锁业发展门店分布表
- 图表29 国美在部分城市门店数
- 图表30 家电连锁企业分类市场开店具体战略规划
- 图表31 2005年北京家电门店分布图
- 图表32 家电产品销售淡旺季情况
- 图表33 Best Buy创业发展期的主要事件
- 图表34 Best Buy财年经营绩效指标
- 图表35 美国上市的连锁家电零售商财年主要指标对比
- 图表36 Best Buy高速扩张期的主要事件
- 图表37 Best Buy整固提高期的主要事件
- 图表38 美国录像机的销售额及占家用品的比重
- 图表39 Best Buy经营结构的变化
- 图表40 Best Buy经营结构的变化
- 图表41 1997-2005年Best Buy经营结构的变化
- 图表42 1994-2005年Best Buy美国店铺面积一览表
- 图表43 Best Buy不同时期推行的店铺概念
- 图表44 Circuit City的主要购并活动和业务变迁
- 图表45 2006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46 2006年1-12月苏宁电器主要利润指标
- 图表47 2006年1-12月苏宁电器非经常性损益项目及金额
- 图表48 2004-2006年苏宁电器主要会计数据
- 图表49 2004-2006年苏宁电器主要财务指标
- 图表50 2006年1-12月苏宁电器净资产收益率及每股收益
- 图表51 2006年1-12月苏宁电器主营业务分行业情况
- 图表52 2006年1-12月苏宁电器主营业务分产品情况
- 图表53 2006年1-12月苏宁电器主营业务分地区情况
- 图表54 2006年1-12月苏宁电器占主营业务收入或主营业务利润10%以上主要产品情况

图表55 2007年1-6月苏宁电器主要会计数据及财务指标

图表56 2007年1-6月苏宁电器非经常性损益项目金额

图表57 2007年1-6月苏宁电器主要费用情况

图表58 2007年1-6月苏宁电器主营业务分行业情况

图表59 2007年1-6月苏宁电器主营业务分产品情况

图表60 2007年1-6月苏宁电器主营业务分地区情况

图表61 2007年1-6月苏宁电器占主营业务收入或主营业务利润10%以上的主要产品情况

图表62 2007年7-9月苏宁电器主要会计数据及财务指标

图表63 2007年1-9月苏宁电器非经常性损益项目及金额

图表64 2007年7-9月苏宁电器主要费用情况

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/200805/A209887655820265.html>