

# 2009-2010年中国家电连锁 业市场研究及投资趋势研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2009-2010年中国家电连锁业市场研究及投资趋势研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200905/17961.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

### 第一章 2008-2009年中国家电连锁业运行环境分析

#### 一、2008-2009年中国经济发展环境分析

（一）2009年第一季度中国宏观经济运行情况

（二）全球金融危机对中国产业格局影响

（三）中国应对金融危机的措施

#### 二、2008-2009年中国家电连锁业运行政策环境分析

（一）《连锁店经营管理规范意见》

（二）《家电专业店经营规范》

（三）《零售商供应商公平交易管理办法》

#### 三、2008-2009年中国家电连锁业运行社会环境分析

### 第二章 2008-2009年全球家电连锁业运行状况分析

#### 一、2008-2009年全球家电连锁业发展概况

（一）国际家电连锁业不同发展阶段特征

（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

#### 二、全球主要企业分析

（一）百思买（Best Buy）

（二）电路城（Circuit City）

（三）日本山田电机

（四）日本小岛电气

#### 三、2009-2012年全球家电连锁业发展趋势分析

### 第三章 2008-2009年中国家电连锁业运行形势分析

#### 一、2008-2009年中国家电连锁行业综述

（一）家电连锁行业发展的三个阶段

（二）推动家电连锁业发展的原因

（三）中国家电连锁业的扩张及影响

（四）家电连锁企业利润来源的发展阶段分析

#### 二、2008-2009年中国家电连锁行业存在的问题及

（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

### 三、2008-2009年中国家电连锁行业的发展策略发行

(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 2008-2009年中国家电连锁市场运行态势分析

### 一、2008-2009年中国家电连锁市场发展概况

(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分析

### 二、2008-2009年中国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

### 三、2008-2009年中国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

### 四、2008-2009年中国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 近年来中国家电连锁业并购案例探讨分析

### 一、百思买并购五星

(一) 百思买并购五星的原因

(二) 并购给五星的快速发展提供契机

(三) 百思买五星实施双品牌策略

(四) 百思买并购五星对中国家电连锁业的影响

## 二、国美收购易好家

(一) 中建材出售易好家的缘由

(二) 国美收购易好家的原因

## 三、国美永乐合并

(一) 国美永乐合并进程

(二) 国美永乐合并的影响分析

(三) 国美永乐合并后待解决的问题

(四) 新国美八项经营策略

(五) 新国美发展目标

## 四、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

## 第六章 2008-2009年中国家电连锁的业态分析

### 一、2008-2009年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

### 一、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

### 三、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

## 第七章 2008-2009年中国主要地区家电连锁市场格局分析

### 一、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

### 二、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

### 三、深圳

(一) 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

### 四、南京

(一) 家电连锁企业南京市场竞争状况

(二) 南京家电连锁企业推行会员制

### 五、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

### 六、其他地区

(一) 东莞家电连锁企业创新营销

(二) 天津家电连锁企业开店状况

(三) 苏宁在广州市场开店状况及发展重点

## 第八章 2008-2009年中国家电连锁产业市场竞争格局分析

### 一、2008-2009年中国家电连锁竞争概况

(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

### 二、2008-2009年中国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

### 三、2008-2009年中国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

## 第九章 中国家电连锁及主要家电公司分析

### 一、苏宁电器股份有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业财务分析

### 二、三联商社股份有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业财务分析

### 三、国美电器

- (一) 企业基本概况分析
- (二) 企业经营状况分析

### 四、五星

- (一) 企业基本概况分析
- (二) 企业经营状况分析

### 五、顺电

- (一) 企业基本概况分析
- (二) 企业经营状况分析

## 第十章 2008-2009年中国家电行业运行走势综述

### 一、2008-2009年中国家电产业市场分析

- (一) 中国家电产业发展阶段分析
- (二) 中国家电制造向全球强国靠拢
- (三) 中国家电市场的竞争格局
- (四) 家电消费市场向农村及海外转移
- (五) 家电企业向农村市场转移

(六) 中低端消费群体成家电市场主体

## 二、2008-2009年中国家电行业的主要问题分析

(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

## 三、2008-2009年中国家电市场营销策略分析

(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

## 第十一章 2009-2012年中国家电连锁业发展及投资分析

### 一、2009-2012年中国家电行业发展前景分析

(一) “十一五”家电产业发展思路及目标

(二) 中国家电市场前景分析

(三) 未来家电产品发展趋势

### 二、2009-2012年中国家电连锁业发展展望分析

(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

### 三、2009-2012年中国家电连锁业投资分析

(一) 中国家电连锁业投资环境分析

(二) 中国家电连锁业投资机会分析

(三) 中国家电连锁业投资风险分析

## 图表目录 (部分) :

图表：2007-2009年国内生产总值实际增长率 (当季)

图表：2007-2009年三大产业增加值增长率 (累计)

图表：2007-2009年工业增加值增长率 (当月)

图表：2007-2009年城镇投资和房地产开发投资增速反弹

图表：2007-2009年社会消费品零售总额增长率

图表：2007-2009年居民消费价格指数与工业品出厂价格指数走势图

图表：2007-2009年进出口总值增长走势图

图表：2007-2009年货币供应量增长走势图

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200905/17961.html>