2010-2015年中国家电连锁
行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2010-2015年中国家电连锁行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告》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/201003/35693.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

第一部分 行业发展分析 11
第一章 2009-2010年世界家电连锁产业运行分析 11
第一节 2009-2010年家电连锁产业发展形式透析 11
一、直营连锁 11
二、特许连锁 11
三、自由连锁 12
第二节 2009-2010年国外家电连锁产业发展情况分析 12
一、全球金融风暴下国外家电连锁企业发展 12
（一） 家电连锁产业链持续整合集中度不断提升 13
（二）连锁巨头看好网购市场 13
二、美国家电连锁产业发展分析 14
（一）美国消费电子连锁巨头——“不务正业”过严冬 14
（二）美国第二大电器连锁卖场“电路城”申请破产 15
（三）美国HHGregg抢夺电路城资源 16
三、日本家电连锁产业发展分析 16
（一）清仓特卖店盛行 日本家电连锁业闹起门店“革命” 16
（二）日本家电连锁霸主陷危机 18
第二章 2009-2010年中国家电连锁产业发展分析 19
第一节 2009年中国家电连锁产业发展回顾 19
一、家电连锁行业运行特点分析 19
二、2009年中国家电连锁企业增长趋缓 21
三、2009年我国家电连锁卖场格局分析 21
四、2009年推动家电连锁业发展的原因 22
五、2009年黄光裕事件后家电连锁的发展 25
六、2009年岁末家电连锁行业发展分析 27
第二节 2009年中国家电连锁产业发展分析 27
一、年家电连锁业角逐有望见结局 27
二、中国家电连锁行业格局变化预测 28
（一） 下半年家电连锁业或将重演并购潮 28
（二）家电连锁业零供关系：分工合作是大势所趋 30

三、收入下降费用上涨 家电连锁高扩张遇拐点 32
四、销售下滑敲响家电连锁饱和警钟 33
第三节 2009-2010年中国家电连锁产业存在的问题 35
一、家电连锁企业同质化竞争激烈 35
二、销售下滑敲响家电连锁饱和警钟 36
三、资源浪费 家电连锁巨头陷入店增利减怪圈 38
四、家电连锁业人才匮乏 41
第四节 未来我国家电连锁产业发展趋势 42
一、差异化经营成为必由之路 42
二、转向单店效益的提升 43
三、寻求主要的市场增长点 43
四、强调“功能和价值” 43
六、行业整合持续 44
第三章 2009-2010年中国家电连锁市场运行态势分析 45
第一节 2009-2010年中国家电连锁市场综述 45
一、高端电器成家电连锁市场新卖点 45
二、家电连锁试水多元化经营 46
三、家电连锁五大巨头市场经营特色及战略透析 47
第二节 2009-2010年中国家电连锁二三级市场运行分析 55
一、家电各级市场流通形式及厂商关系分析 55
二、家电连锁企业拓展二三级市场遇到的困难 57
三、家电连锁拓展二三级市场的策略 57
四、家电连锁体验营销的意义及手法 60
第三节 2009-2010年中国家电连锁市场存在的问题及策略分析 62
第四章 2009-2010年中国家电连锁主要业态运行分析 67
第一节 旗舰店 67
一、年家电旗舰店的发展状况 67
二、中国家电旗舰店的特征 67
三、家电旗舰店开设对厂商的影响 68
四、家电旗舰店的正确定位及发展方向 68
第二节 C店 68
一、家电连锁3C店发展状况 69

二、3C模式成家电连锁主要利润增长点 69
三、3C产品在不同市场现状不一 69
四、家电下乡中3C产品发展受阻 70
第五章 2009-2010年中国部分地区家电连锁市场运行探析 71
第一节 北京 71
一、2009年北京家电连锁市场综述 71
二、2009年北京家电连锁旗舰店发展分析 72
三、家电连锁企业进入北京市场的战略意义 72
四、家电连锁巨头在北京选址的策略比较 73
第二节 上海 73
一、上海家电连锁三“巨头”加速市郊“圈地” 73
二、上海家电连锁市场渠道解析 74
三、2009年上海家电连锁市场竞争分析 75
四、上海家电连锁门店布局情况分析 76
五、年元旦期间上海家电市场供需两旺 76
第三节 深圳 77
一、深圳可做家电连锁业转型特区 77
二、深圳家电连锁新军顺电进军北京 78
三、深圳家电连锁零售业仍三足鼎立 78
四、家电连锁给深圳家电及零售业带来的影响 79
五、年元旦期间深圳家电市场销售情况 79
第四节 南京 80
一、南京家电连锁业大跃进 80
二、四家电连锁南京斗法演绎火爆行情 80
三、南京:家电连锁忙打"升级战" 81
四、南京家电连锁企业会员制推行情况 81
第五节 成都 82
一、成都家电卖场平板“热”动 82
二、成都家电连备战十一黄金周 82
三、成都四大家电连锁巨头共谱新篇 83
第二部分 相关行业发展分析 86
第六章 2009-2010年中国连锁经营整体运行形势分析 86

第一节2009-2010年中国连锁经营业现状分析 86
一、2009年我国社会消费品零售现状分析 86
二、2008中国特许经营连锁百强发布 86
三、2009年外资连锁企业在华销售稳步提升 87
四、中国连锁业在变革中强势发展 87
五、连锁经营巨头单店销售概况 88
六、我国连锁业人才缺口将进一步扩大 88
七、我国连锁业发展情况预测 89
第二节 2009-2010年中国连锁经营与电子商务分析 90
一、中国电子商务市场现状分析 90
二、电子商务与连锁经营的结合之路 90
第三节 2009-2010年中国农村连锁经营的发展分析 94
一、农村连锁经营的特征 94
二、连锁药店开始占领农村市场 95
三、农资物流连锁经营蕴含巨大商机 97
四、特许连锁经营在农村市场应注意的问题 97
五、农村零售业实现连锁经营的措施 100
第四节 2009-2010年中国连锁经营的主要问题 102
一、我国连锁经营存在的主要问题分析 102
二、我国连锁经营发展中的弊病 103
三、制约我国连锁经营发展的因素 105
四、中国企业实施连锁的六大困惑 108
五、对我国连锁经营发展的思考 109
第五节 2009-2010年促进我国连锁经营发展的对策 111
一、连锁经营中的供应链管理模式研究 111
二、我国发展连锁经营的策略建议 112
三、加快发展我国连锁经营的方针 113
四、选择连锁经营模式的三大标准 115
五、中国特许连锁经营的发展性策略 117
六、我国连锁经营企业的“越位”对策 119
第七章 2009-2010年中国家电行业运行态势分析 126
第一节 2009-2010年中国家电制造行业运行情况 126

一、生产增长情况 126
二、销售增长情况 126
三、企业经营情况 127
第二节 2009-2010年中国家电市场深度剖析 127
一、网民对家电关注度调查分析 128
二、中国家电市场品牌调查情况 128
三、家电产业取得的主要成就 130
四、中国家电制造品牌国际化进程情况 133
五、家电出口减缓对国内外家电巨头的影响 133
七、中国四大家电产业群发展透析 134
第三节 2009年中国家电行业及市场运行新形势 142
一、截至09年9月底家电下乡累计销售额61.78亿元 142
二、09年家电政策力度超出预期 143
三、09年我国家电行业发展预测 143
四、09年城镇家电需求增长情况预测 144
第四节 2009-2010年中国家电产业竞争情况分析 145
一、家电渠道业竞争情况 145
二、家电下乡品牌竞争情况 147
三、家电服务竞争情况 148
四、滚筒洗衣机市场竞争分析 149
五、中国家电品牌在境外品牌竞争情况 151
六、年我国家电产业竞争态势预测 152
第五节 2009-2010年中国家电连锁企业的服务营销创新 157
一、家电连锁企业实施服务营销创新的必要性 157
二、家电连锁企业服务营销的现状及存在的问题 158
三、家电连锁企业的服务营销创新对策 160
第六节 2009-2010年中国家电连锁商赢利模式的改革 163
一、家电连锁商传统赢利模式遭遇挑战 163
二、赢利模式转变方向 166
三、赢利模式转变后的意义 166
四、提高赢利能力的措施 167
第三部分 行业竞争格局分析 169

第八章 2009-2010年中国家电连锁市场竞争格局分析 169
第一节 2009-2010年中国家电制造业竞争分析 169
一、家电大品牌逐步脱离家电连锁行业 169
二、家电品牌店与家电连锁的博弈 170
三、家电巨头走出连锁卖场开旗舰店 171
四、长虹打造“乐家易”进入家电连锁市场 171
五、年家电下乡或将引发家电渠道变革 172
六、年海外家电连锁巨头中国市场扩张计划悄然生变 173
第二节 2009-2010年中国家电连锁业竞争存在的问题与策略 175
一、家电连锁竞争升级的重要性及策略 175
二、中国家电连锁业竞争正走向深入 176
三、苏宁家电提高单店经营质量的措施 178
五、家电连锁竞争的趋势 179
第三节 2010-2015年中国家电连锁业竞争趋势分析 180
第九章 2009-2010年国内外家电连锁业并购案例解析 182
第一节 百思买并购五星 182
一、百思买并购五星的原因 182
二、并购给五星的快速发展提供契机 182
三、百思买五星实施双品牌策略 183
四、百思买并购五星对中国家电连锁业的影响 184
五、百思买中国发展建议 184
第二节 国美收购易好家 185
一、中建材出售易好家的缘由 185
二、国美收购易好家的原因 186
第三节 国美永乐合并 186
一、国美永乐合并进程 186
二、国美永乐合并的影响分析 187
三、国美收购永乐事件的对家电业发展的影响 187
四、国美永乐合并后待解决的问题 188
五、新国美八项经营策略 188
第四节 国美托管大中 190
一、国美快速收购大中的原因 191

二、国美委托第三方托管大中的意义 191
三、国美收购大中对苏宁的影响分析 192
四、国美托管大中的优势及前景 193
第十章 2009-2010年世界著名家电连锁企业分析 194
第一节 百思买 194
一、企业概况 194
二、2009-2010年经营状况 194
三、企业发展战略分析 195
四、企业发展前景预测分析 195
第二节 电路城 196
一、企业概况 196
二、2009年电路城破产清算 196
第三节 日本小岛电器 196
一、企业概况 196
二、2009-2010年企业经营状况 197
三、未来企业发展战略 197
第四节 日本山田电机 197
一、企业概况 197
二、 2009年经营状况 198
三、公司发展战略 198
四、山田电机发展策略探析 199
第十一章 2009-2010年中国主要家电连锁企业分析 200
第一节 国美电器 200
一、企业基本概况分析 200
二、企业经营状况分析 201
三、企业核心竞争力分析 201
四、未来企业发展规划分析 201
第二节 苏宁电器 201
一、企业基本概况分析 202
二、企业经营状况分析 202
三、企业核心竞争力分析 203
四、未来企业发展规划分析 203

第三节 五星 203
一、企业基本概况分析 203
二、企业经营状况分析 204
三、企业核心竞争力分析 204
四、未来企业发展规划分析 204
五、五星电器面临新抉择难题 205
第四节 三联 206
一、企业基本概况分析 206
二、企业经营状况分析 208
三、企业核心竞争力分析 208
四、未来企业发展规划分析 208
第五节 顺电 209
一、企业基本概况分析 209
二、企业经营状况分析 209
三、企业核心竞争力分析 210
四、未来企业发展规划分析 210
五、合力金桥软件用呼叫中心打造顺电核心竞争力 211
六、顺电连锁的信息化建设发展历程 211
第四部分 行业发展趋势及战略 213
第十二章 2009-2010年中国家电连锁产业运行环境解析 213
第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析 213
第二节 2009-2010年中国家电连锁政策法规环境分析 222
第三节 2009-2010年中国家电连锁社会环境分析 226
第四节 2009-2010年中国家电连锁相关产业对其影响分析 230
第十三章 2010-2015年中国家电连锁行业发展趋势 235
第一节 2010-2015年中国社会发展的展望与对策建议 235
第二节 2010-2015年中国家电行业发展趋势分析 238
第三节 2010-2015年中国家电连锁业发展趋势分析 247
第十四章 2010-2015年中国家电连锁行业发展战略 252
第一节 2010-2015年中国家电连锁经营策略 252
第二节 2010-2015年中国家电连锁二三线城市家电市场策略 255
第三节 2010-2015年中国家电连锁超市的价格策略 258

第四节 2010-2015年中国家电连锁国际化策略分析 260
第五节2010-2015年中国家电连锁企业营销体验化策略 263
第十五章 2010-2015年中国家电连锁行业投资战略分析 268
第一节 2010-2015年中国“家电下乡”投资机会分析 268
第二节 2010-2015年中国中国家电连锁行业投资环境及风险分析 271
第三节 2010-2015年中国家电连锁企业经营扩张风险及防范 275

图表 1 2009年上半年家电行业收索指数 126
图表 2 2009年上半年家电品牌关注度排行 127
图表 3 2009年上半年主要家电品牌关注度走势 127
图表 4 2009年8月第三周滚筒洗衣机最受用户关注TOP10产品 147
图表 5 2009年8月第三周波轮洗衣机最受用户关注TOP10产品 148
图表 6 2009年8月第三周洗衣机用户最关注TOP10产品品牌分布 148
图表 7 2004年~2009年深圳市顺电连锁股份有限公司营业收入增长趋势 207
图表 8 2003-2009年中国GDP总量及增长趋势图 210
图表 9 2009-2010年上半年各产业GDP总量对比图 211
图表 10 2009年上半年重要宏观经济数据统计表 211
图表 11 2009年上半年主要宏观经济经济数据 212
图表 12 2009-2010年中国各季度GDP增长率统计表 214
图表 13 2009-2010年各月中国价格指数统计表 214
图表 14 2009-2010年6月中国价格指数月度走势图 215
图表 15 2009-2010年5月中国主要消费品CPI月度走势图 216
图表 16 2003-2009年我国农村人均纯收入增长趋势图 217
图表 17 2003-2009年我国城镇居民可支配收入增长趋势图 217
图表 18 1978-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图 218
图表 19公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证 279
图表 20公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书 280
图表 21公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证 281

详细请访问：http://www.cction.com/report/201003/35693.html