

2021-2027年中国家电连锁 经营市场深度分析与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国家电连锁经营市场深度分析与投资战略研究报告》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/202102/205361.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

中企顾问网发布的《2021-2027年中国家电连锁经营市场深度分析与投资战略研究报告》共十五章。首先介绍了家电连锁经营相关概念及发展环境，接着分析了中国家电连锁经营规模及消费需求，然后对中国家电连锁经营市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国家电连锁经营面临的机遇及发展前景。您若想对中国家电连锁经营有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章连锁经营业相关概述

第一节连锁经营概念及内涵

一、连锁经营特点

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

第二节连锁经营模式的定义及主要特点

一、直营连锁（RegularChain简称RC）

二、特许连锁（FranchiseChain简称FC）

三、自由连锁（VoluntaryChain简称VC）

第三节连锁经营发展

一、连锁经营体系

二、连锁经营的技术集成

三、连锁经营的管理控制

第四节连锁经营获资本青睐的8大商规

一、市场前景

二、盈利模式

三、运营团队

四、连锁模式

- 五、业绩指标
- 六、市场地位
- 七、扩张能力
- 八、管控能力

第二章2016-2019年中国家电产业整体运行态势分析

第一节2016-2019年中国家电产业运行总况

- 一、中国家电产业的复苏与升级
- 二、中国家电产业波动性分析
- 三、国家政策促进家电业的良性发展
- 四、中国三大家电产业群发展机制与模式比较
- 五、中国家电产业销售渠道的演变与发展
- 六、中国家电产业发展需求态势

第二节2016-2019年中国家电产业数据监测（电视、冰箱、空调、手机、电脑）

- 一、2016-2019年中国家电产业运营经济指标分析
- 二、2016-2019年中国家电产业部分产品产量分析
- 三、2016-2019年中国家电产业部分产品进出口数据分析

第三节2016-2019年中国家电网络市场运行解析

- 一、家电搜索指数
- 二、家电品牌关注度分析
- 三、家电产品分析
- 四、家电网民分析
- 五、家电销售渠道分析

第四节2016-2019年中国家电行业发展存在的问题

- 一、中国家电产业国际化的四大瓶颈
- 二、中国家电品牌发展面临的困难
- 三、中国家电行业营销中存在的盲点
- 四、中国家电产业对外贸易问题探讨

第五节中国家电行业发展的措施及策略建议

- 一、中国家电品牌发展战略分析
- 二、促进中国家电行业转型升级的政策措施
- 三、中国家电企业的主要营销策略

第三章2016-2019年中国家电连锁运行环境分析

第一节2016-2019年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、消费价格指数CPI、PPI
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况
- 七、财政收支状况
- 八、中国汇率调整（人民币升值）
- 九、存贷款基准利率调整情况
- 十、存款准备金率调整情况
- 十一、社会消费品零售总额
- 十二、对外贸易&进出口

第二节2016-2019年中国家电连锁政策分析

- 一、家电业新规要点解读（以旧换新、家电下乡）
- 二、《连锁店经营管理规范意见》
- 三、《家电专业店经营规范》
- 四、《零售商供应商公平交易管理办法》
- 五、相关产业政策影响分析

第三节2016-2019年中国家电连锁社会环境分析

- 一、居民消费观念
- 二、人们生活品质的提高
- 三、住房条件明显改观
- 四、80后结婚潮催火家电市场

第四章2016-2019年中国家电连锁业运营态势分析

第一节2016-2019年国际家电连锁业运行总况

- 一、世界家电连锁业发展的阶段特征
- 二、美国家电连锁业发展状况
- 三、日本家电连锁行业竞争激烈

四、英国家电连锁业积极应对经济寒流

五、韩国家电连锁业价格战升级

第二节2016-2019年中国家电连锁行业现状综述

一、近十年国内家电连锁业发展演进

二、中国家电连锁业开启2.0时代

三、中国家电连锁业发展的驱动因素

四、中国家电连锁行业进入转型期

五、中国家电连锁商经营模式转变

六、中国家电连锁二三线城市家电市场现状

第三节2016-2019年中国家电连锁业动态聚焦

一、家电连锁抢滩电子商务

二、家电连锁紧密携手运营商合作日益紧密

三、家电连锁渠道商主推明码实价

第四节2016-2019年中国家电连锁业热点问题探讨

一、中国家电连锁业发展的主要瓶颈

二、中国家电连锁业面临的两大问题

三、家电连锁企业与厂商关系恶化

四、家电连锁业缺乏长期战略规化

第五节中国家电连锁行业发展的对策

一、中国家电连锁业发展壮大的建议

二、促进中国家电连锁业发展的对策

三、家电连锁的业态融合策略

第五章2016-2019年中国家电连锁业市场深度剖析

第一节2016-2019年中国家电连锁市场综述

一、市场需求呈多元化家电连锁领跑优势明显

二、中国家电连锁市场格局分析

三、中国家电连锁企业发展模式面临全面分化

四、中国家电连锁首次涉足海外市场

第二节2016-2019年家电连锁三四级市场分析

一、中国家电连锁业正向三四级市场渗透

二、2019年中国家电连锁两大巨头发力三四级市场

三、区域家电连锁企业期待合作共享三四级市场

四、家电连锁企业进军三四级市场面临的主要问题

第三节2016-2019年中国家电连锁市场营销解析

一、中国家电连锁市场营销现状分析

二、家电连锁体验营销的意义及手法

三、家电连锁卖场新年营销含义及策略

四、中国家电连锁企业营销存在的不足

第四节2016-2019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、家电连锁利润获取不当

三、家电连锁全面占领市场有待时日

四、家电连锁应积极挖掘新的利润来源

第六章2016-2019年中国家电连锁的业态分析

第一节家电连锁业态阐述

一、普通店

二、旗舰店的定义及条件

三、家电连锁主题店特征及定位

四、家电连锁“3C+”发展

第二节旗舰店

一、家电连锁企业开设旗舰店的原因

二、中国家电旗舰店的特征

三、家电旗舰店赢得顾客的五大理由

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

七、苏宁发布首份家电旗舰店行业标准

第三节3C +

一、家电连锁拓展3C领域的优势

二、“3C融合”下家电连锁业态的发展

三、3C模式使家电连锁企业与PC企业双赢

四、家电连锁经营3C业务对IT业的影响

五、第五代3C+旗舰店模式助推家电连锁业态升级

第四节家电连锁业态变化的主要方向

- 一、盈利模式的转变
- 二、连锁种类和规模的变化
- 三、终端推广模式概念的更新

第七章2016-2019年中国主要地区家电连锁市场的发展分析

第一节北京

- 一、北京家电连锁门店的数量情况
- 二、北京家电连锁的销售情况
- 三、北京家电连锁卖场的消费信贷情况
- 四、北京家电连锁行业迎来开店高峰期

第二节上海

- 一、上海家电连锁的市场渠道
- 二、上海家电连锁市郊区域竞争加剧
- 三、世博带动上海家电连锁市场销售
- 四、欧洲最大家电连锁超市在上海开店

第三节深圳

- 一、深圳家电连锁市场经营出现变革
- 二、深圳家电连锁企业开始进军北京
- 三、深圳有望成为家电连锁业升级转型的特区

第四节广州

- 一、广州家电连锁经营的市场综述
- 二、广州家电连锁企业发展存在的瓶颈
- 三、广州家电连锁企业的发展对策

第五节其他地区

- 一、武汉家电连锁市场的发展环境
- 二、武汉家电连锁异业联盟的发展方式
- 三、安徽家电连锁的发展布局
- 四、江西南昌家电连锁市场的发展

第八章2016-2019年中国家电连锁市场竞争新格局透析

第一节2016-2019年中国家电连锁市场竞争总况

- 一、家电连锁业步入寡头垄断时代
- 二、国内家电连锁企业形成三大阵营
- 三、家电连锁巨头争霸第三势力乘机崛起

第二节2016-2019年国内外家电连锁巨头竞争分析

- 一、外资家电连锁联手产业链，威胁国内格局
- 二、新整合时期中国家电连锁巨头的战略博弈
- 三、家电连锁巨头做圈地运动
- 四、家电连锁巨头转战互联网

第三节2016-2019年中国家电连锁业竞争形势分析

- 一、家电连锁业加快竞争模式创新
- 二、家电连锁企业竞争焦点转向服务
- 三、家电连锁企业与制造商争夺终端控制权
- 四、“顺德家电”自建渠道避开市场竞争

第四节2021-2027年中国家电连锁企业竞争对策分析

- 一、家电连锁业亟需提升“服务竞争力”
- 二、区域家电连锁商打造竞争力的策略分析
- 三、家电连锁零售商保持核心竞争力的对策

第九章国内外家电连锁业并购重组案例分析

第一节百思买并购五星

- 一、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

第二节国美永乐合并

- 一、国美永乐合并进程
- 二、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、新国美八项经营策略

第三节国美托管大中

- 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

第四节苏宁收购日本LAOX

一、苏宁宣布收购日本企业LAOX

二、苏宁收购LAOX的动机

三、中国家电连锁企业首次涉足国外市场

四、苏宁再度斥资1600万增持LAOX股权

第五节苏宁收购香港镭射

一、苏宁宣布收购香港电器巨头镭射

二、苏宁收购镭射的动机

三、苏宁收购镭射是国际化战略的实质起步

四、月苏宁完成收购正式进驻香港

第六节苏宁与国美并购案的总结及评述

一、家电连锁业理性并购更为稳健持久

二、国美两次并购案例的作用及经验分析

三、苏宁收购LAOX案例的不足评述

四、苏宁收购镭射案例显示企业迈入成熟扩张

第十章2016-2019年中国家电连锁业的经营管理研究

第一节家电连锁业的经营管理概况

一、家电连锁业向集约化经营模式转型

二、中日家电连锁企业经营管理的差异剖析

三、中国家电连锁行业应选择规模最适化发展模式

第二节家电连锁行业供应商分析

一、供应商的分类与特点

二、供应商评价选择指标体系构建

三、供应商的跟踪动态评价

第三节家电连锁行业的供应链管理分析

一、供应链管理理论简述

二、家电零售连锁行业供应链管理存在的主要问题

三、家电零售连锁行业供应链管理的促进策略

第四节家电连锁业经营扩张面临的主要风险及其规避措施

- 一、财务风险及防范措施
- 二、业务经营风险及防范措施
- 三、其它经营风险及防范措施

第十一章2016-2019年国外家电连锁巨头企业运营状况分析

第一节百思买（BESTBUY）

- 一、百思买概况
- 二、百思买的发展历程
- 三、BestBuy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
- 六、百思买悲情退出外资家电连锁品牌敲警钟

第二节电路城（CircuitCity）

- 一、CircuitCity简介
- 二、CircuitCity发展历程
- 三、CircuitCity市场地位下降的原因
- 四、CircuitCity的市场再造行动简析

第三节日本山田电机

- 一、公司概况
- 二、山田电机经营状况
- 三、山田电机抢滩中国家电销售市场
- 四、企业发展战略分析

第四节日本荣电集团

- 一、公司概况
- 二、荣电集团经营状况
- 三、荣电集团以环境经营为主线
- 四、企业发展战略分析

第五节英国DSG国际公司

- 一、公司概况
- 二、DSG国际经营及发展战略

第六节日本小岛电气

一、公司概况

二、小岛电器经营及发展战略

第七节KESA电子公司

一、公司概况

二、Kesa电器经营及发展战略

第十二章2016-2019年中国家电连锁巨头企业运营财务状况分析

第一节苏宁电器

一、公司概况

二、苏宁电器发展模式简析

三、苏宁电器积极推进新时期战略转型

四、企业运营财务指标分析

第二节国美电器

一、公司概况

二、国美电器采购模式分析

三、国美电器的营销特色

四、国美电器经营状况分析

第三节顺电连锁

一、公司概况

二、顺电打造速度与健康并重的泛家电连锁

三、顺电公司开店速度明显加快

四、深圳顺电建成40亿元级家电配送中心

第四节汇银家电

一、公司概况

二、汇银家电成功登陆香港主板市场

三、汇银家电连锁发展经验借鉴

第五节大商电器

一、公司概况

二、大商电器创新家电连锁企业发展模式

三、大商电器深耕河南市场成果丰硕

第十三章2021-2027年中国家电连锁业前景预测

第一节2021-2027年中国家电产业前景预测

- 一、中国家电行业未来发展格局
- 二、中国家电业发展趋势分析
- 三、中国家电市场品牌发展预测
- 四、“十三五”家电产业发展思路及目标

第二节2021-2027年中国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、中国家电连锁市场的三大趋势
- 三、2021-2027年中国家电连锁行业预测分析

第十四章2021-2027年中国家电连锁行业投资战略研究

第一节2016-2019年中国家电连锁投资概况

- 一、家电连锁投资环境
- 二、百货和家电连锁仍是投资亮点

第二节2016-2019年中国家电连锁行业投资周期分析

- 一、经济周期
- 二、增长性与波动性
- 三、成熟度分析

第三节2021-2027年中国家电连锁行业投资机会分析

- 一、家电连锁投资潜力分析
- 二、家电连锁投资吸引力分析

第四节2021-2027年中国家电连锁行业投资风险预警

- 一、市场运营机制风险
- 二、市场竞争风险
- 三、金融风险
- 四、进退入壁垒

第五节投资建议

第十五章家电连锁企业管理策略建议（）

第一节市场策略分析

- 一、家电连锁价格策略分析
- 二、家电连锁渠道策略分析

第二节销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节对我国家电连锁品牌的战略思考

一、家电连锁实施品牌战略的意义

二、家电连锁企业品牌的现状分析

三、我国家电连锁企业的品牌战略

四、家电连锁品牌战略管理的策略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202102/205361.html>