

2022-2028年中国家电连锁 行业发展趋势与投资战略报告

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

《2022-2028年中国家电连锁行业发展趋势与投资战略报告》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/202110/242080.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

我国经济近年来一直保持较快的增长，但是增长速度已经趋缓，我国经济现阶段呈现的突出阶段性特征表现在“三期叠加”即增长速度换挡期、结构调整阵痛期、以往刺激经济政策消化期，三期叠加使我国经济下行压力较大。居民消费水平与整体宏观经济状况密切相关，如果我国宏观经济不景气，则会对零售行业带来不利的影响，进而影响公司的运营。

在家电销售的渠道分布上，线下向来是其主力渠道，全国连锁渠道、地方连锁渠道、百货、超市、乡镇零售店等场景构成了整个线下市场。

目前我国家电连锁业内经营主体数量众多，整个行业属于完全竞争行业。全国性家电连锁企业主要布局国内一二线城市，但近年来，为应对互联网电商对家电实体零售店造成的影响，这些企业也纷纷推出线上业务平台；品牌家电制造商为了建立了稳固的渠道网络，纷纷自建销售渠道，但品牌制造商自建的销售渠道一般是以错位经营为主，以避免经销商加盟店的产品与品牌制造商直营店的产品形成冲突。

家电连锁行业由于行业的产品标准化程度更高被电商分流更为彻底，倒逼行业实现了较快的出清和集中度提升。从当前整体家电渠道份额来看，凭借双线融合布局优势，苏宁在家电渠道中的份额持续领先，2018年达到22%左右，京东的家电渠道份额为14%，天猫为9%。虽然家电渠道类行业完成集中度提升的速度较快，当前渠道集中度已至较高水平，然而对于家电连锁行业而言，低线城市仍然存在广大的增量市场，当前以更适应低线城市的门店形态、运作方式，先发布局低线城市的家电渠道类企业，有望进一步提升市场地位，而苏宁易购基于自身线上线下融合优势，正以苏宁易购直营店与零售云加盟门店的方式快速拓展市场，市场份额提升速率或将显著提升。2018年苏宁易购在国内家电零售企业中市占率 中企顾问网发布的《2022-2028年中国家电连锁行业发展趋势与投资战略报告》共十五章。首先介绍了中国家电连锁行业市场发展环境、家电连锁整体运行态势等，接着分析了中国家电连锁行业市场运行的现状，然后介绍了家电连锁市场竞争格局。随后，报告对家电连锁做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国家电连锁行业发展趋势与投资预测。您若想对家电连锁产业有个系统的了解或者想投资中国家电连锁行业，本报告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：

第一章世界家电连锁产业发展分析

第一节家电连锁产业发展形式分析

一、直营连锁

二、特许连锁

三、自由连锁

四、合作连锁

第二节国外家电连锁产业发展情况分析

一、全球金融风暴下国外家电连锁企业发展

二、美国家电连锁产业发展分析

三、英国家电连锁产业发展分析

四、日本家电连锁产业发展分析

第二章中国家电连锁产业发展分析

第一节2019年中国家电连锁产业发展回顾

一、2019年中国家电连锁行业发展现状

二、2019年中国家电连锁企业增长趋缓

三、2019年我国家电连锁卖场格局分析

四、2019年推动家电连锁业发展的原因

第二节2019年中国家电连锁产业发展分析

一、2019年家电连锁产业发展分析

二、2019年中国家电连锁行业格局变化预测

三、收入下降费用上涨家电连锁高扩张遇拐点

四、销售下滑敲响家电连锁饱和警钟

第三节中国家电连锁产业存在的问题

一、家电连锁企业大本营成空心状态

二、家电连锁企业同质化竞争激烈

三、销售下滑敲响家电连锁饱和警钟

四、资源浪费家电连锁巨头陷入店增利减怪圈

五、家电连锁业人才匮乏

六、家电连锁业标准缺失

七、家电连锁业缺乏长期战略规划

第四节2022-2028年我国家电连锁产业发展趋势

- 一、差异化经营成为必由之路
- 二、转向单店效益的提升
- 三、寻求主要的市场增长点
- 四、强调“功能和价值”
- 五、连锁业竞争升级
- 六、行业整合持续

第三章中国家电连锁所属行业市场运行态势分析

第一节2019年中国家电连锁市场概况

- 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2019年中国家电连锁二三级市场发展分析

- 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
- 四、家电连锁体验营销的意义及手法
- 五、家电连锁卖场新年营销含义及策略

第三节中国家电连锁市场存在的问题及策略分析

第四章中国家电连锁主要业态发展分析

第一节旗舰店

- 一、2019年家电旗舰店的发展状况
- 二、中国家电旗舰店的特征
- 三、家电旗舰店开设对厂商的影响
- 四、家电旗舰店的正确定位及发展方向

第二节3C店

- 一、2019年家电连锁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

六、未来我国3C店发展预测

第五章主要地区家电连锁市场分析

第一节北京

一、2019年北京家电连锁市场的发展状况

二、2019年北京家电连锁旗舰店发展分析

三、2019年家电连锁企业进入北京市场的战略意义

四、家电连锁巨头在北京选址的策略比较

第二节上海

一、2019年上海家电连锁市场发展回顾

二、2019年上海家电连锁市场发展状况

三、2019年上海家电连锁市场竞争分析

四、上海家电连锁门店布局情况分析

第三节深圳

一、2019年深圳家电连锁市场发展回顾

二、2019年深圳家电连锁市场发展状况

三、2019年深圳家电连锁市场竞争分析

四、家电连锁给深圳家电及零售业带来的影响

第四节南京

一、2019年南京家电连锁市场发展回顾

二、2019年南京家电连锁市场发展状况

三、2019年南京家电连锁市场竞争分析

四、南京家电连锁企业会员制推行情况

第五节成都

一、2019年成都家电连锁市场发展回顾

二、2019年成都家电连锁市场发展状况

三、2019年成都家电连锁市场竞争分析

四、2019年成都家电连锁旗舰店发展分析

第六章中国连锁经营行业发展分析

第一节我国连锁经营业现状分析

- 一、2019年我国社会消费品零售现状分析
- 二、2018中国特许经营连锁百强发布
- 三、2019年外资连锁企业在华销售情况
- 四、中国连锁业在变革中强势发展
- 五、连锁经营巨头单店销售概况
- 六、我国连锁业人才缺口将进一步扩大
- 七、2019年我国连锁业发展情况预测

第二节 连锁经营与电子商务

- 一、中国电子商务市场现状分析
- 二、电子商务与连锁经营的结合之路
- 三、连锁经营与电子商务结合的手段
- 四、连锁经营解决电子商务物流难题

第三节 我国农村连锁经营的发展

- 一、农村连锁经营的特征
- 二、连锁药店开始占领农村市场
- 三、农资物流连锁经营蕴含巨大商机
- 四、特许连锁经营在农村市场应注意的问题
- 五、农村零售业实现连锁经营的措施

第四节 我国连锁经营的主要问题

- 一、我国连锁经营存在的主要问题分析
- 二、我国连锁经营发展中的弊病
- 三、制约我国连锁经营发展的因素
- 四、中国企业实施连锁的六大困惑
- 五、对我国连锁经营发展的思考

第五节 促进我国连锁经营发展的对策

- 一、连锁经营中的供应链管理研究
- 二、我国发展连锁经营的策略建议
- 三、加快发展我国连锁经营的方针
- 四、选择连锁经营模式的三大标准
- 五、中国特许连锁经营的发展性策略
- 六、我国连锁经营企业的“越位”对策

第七章中国家电所属行业发展情况分析

第一节2019年中国家电制造所属行业运行情况

一、生产增长情况

二、销售增长情况

三、企业经营情况

第二节2019年中国家电所属行业市场发展状况分析

一、2019年我国家电行业整体发展概况

二、2019年网民对家电关注度调查分析

三、2019年中国家电市场品牌调查情况

四、2019年中国家电产业取得的主要成就

五、2019年中国家电制造品牌国际化进程情况

六、2019年家电出口减缓对国内外家电巨头的影响

七、中国三大家电产业群发展透析

第三节2019年中国家电所属行业及市场发展分析

一、2019年家电行业累计完成工业总产值

二、2019年家电行业经营状况分析

三、2019年家电行业发展动态

四、2019年家电下乡情况分析

五、2019年家电政策力度超出预期

六、2019年我国家电行业发展预测

七、2019年城镇家电需求增长情况预测

第四节2019年中国家电产业竞争情况分析

一、2019年家电渠道业竞争情况

二、2019年家电下乡品牌竞争情况

三、2019年家电服务竞争情况

四、2019年滚筒洗衣机市场竞争分析

五、2019年中国家电品牌在境外品牌竞争情况

六、2019年我国家电产业竞争态势预测

第五节家电连锁企业的服务营销创新

一、家电连锁企业实施服务营销创新的必要性

二、家电连锁企业服务营销的现状及存在的问题

三、家电连锁企业的服务营销创新对策

第六节家电连锁商赢利模式的改革

- 一、家电连锁商传统赢利模式遭遇挑战
- 二、赢利模式转变方向
- 三、赢利模式转变后的意义
- 四、提高赢利能力的措施

第八章中国家电连锁市场竞争格局分析

第一节2019年中国家电制造业与家电连锁的竞争分析

- 一、家电大品牌逐步脱离家电连锁行业
- 二、家电品牌店与家电连锁的博弈
- 三、2019年家电巨头走出连锁卖场开旗舰店
- 四、长虹打造“乐家易”进入家电连锁市场
- 五、2019年家电下乡或将引发家电渠道变革
- 六、2019年海外家电连锁巨头中国市场扩张计划悄然生变

第二节2019年中国家电连锁业竞争存在的问题与策略

- 一、家电连锁竞争升级的重要性及策略
- 二、中国家电连锁业竞争正走向深入
- 三、苏宁家电提高单店经营质量的措施
- 四、家电连锁竞争的首要优势分析
- 五、家电连锁竞争的趋势

第三节2022-2028年中国家电连锁业竞争趋势分析

第九章国内外家电连锁业并购案例分析

第一节百思买

- 一、企业概况
- 二、企业核心竞争力
- 三、财务分析
- 四、企业经营状况
- 五、发展规划

第二节电路城

- 一、企业概况
- 二、企业核心竞争力

三、财务分析

四、企业经营状况

五、发展规划

第三节日本小岛电器

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、财务分析

四、企业经营状况

五、发展规划

第四节日本山田电机

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、财务分析

四、企业经营状况

五、发展规划

第十章世界著名家电连锁企业分析

第一节百思买

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、财务分析

四、企业经营状况

五、发展规划

第二节电路城

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、财务分析

四、企业经营状况

五、发展规划

第三节日本小岛电器

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、财务分析

四、企业经营状况

五、发展规划

第四节日本山田电机

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、财务分析

四、企业经营状况

五、发展规划

第十一章中国主要家电连锁企业分析

第一节国美

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、财务分析

四、企业经营状况

五、发展规划

第二节苏宁

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、财务分析

四、企业经营状况

苏宁易购是国内最大的线上+线下的家电渠道商。19Q1线上GMV达541.2亿(+36.1%)，自营GMV379.1亿(+40.9%)，平台GMV162.15亿(+26.1%)，线下GMV达328.02亿(+10.97%)。近来并购整合家乐福中国、万达百货、迪亚天天等，丰富商品供应链体系。加快大快消类目的跨越式发展，获取优质物业资源。2019年第一季度苏宁易购GMV增长情况

五、发展规划

第三节五星

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、财务分析

四、企业经营状况

五、发展规划

第四节三联

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、财务分析

四、企业经营状况

五、发展规划

第十二章家电连锁产业发展环境分析

第一节经济发展环境分析

一、2019年我国宏观经济发展分析

二、2019年国内经济环境对其影响

三、2019年国内投资环境对其影响

第二节政策法规环境分析

一、2019年家电连锁政策环境分析

二、2019年国内宏观政策对其影响

三、2019年行业产业政策对其影响

四、2019年多项政策支持国内零售企业

五、五千家电连锁卖场亟待加将节能减排

第三节社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2019年社会环境发展分析

三、2019年中国社会发展面临的主要矛盾和挑战

四、“十三五”期间我国经济社会环境分析

五、社会环境对于行业的影响分析

第四节相关产业对其影响分析

一、商业地产市场发展对其影响分析

二、电子产品销售渠道发展情况分析

三、其他销售渠道对行业的影响分析

第十三章2022-2028年家电连锁行业发展趋势

第一节2022-2028年中国社会发展的展望与对策建议

- 一、加大资金投入
- 二、调整收入分配格局
- 三、破除城乡二元结构
- 四、改善民生
- 五、积极解决就业问题
- 六、充分发挥基层政府公共服务能力
- 七、创新社会建设和社会管理

第二节2022-2028年中国家电行业发展趋势分析

- 一、“十三五”家电产业发展思路及目标
- 二、全球背景下我国家电市场的发展趋势
- 三、2019年中国家电行业新商业趋势预测
- 四、2019年国内家电市场前景分析
- 五、2019年我国家电出口情况预测
- 六、2019年全球白色家电市场增长情况
- 七、2019年我国家电产品能效标识情况
- 八、2022-2028年我国小家电市场竞合态势预测

第三节2022-2028年中国家电连锁业发展趋势分析

- 一、家电连锁产业发展环境与发展空间
- 二、2022-2028年中国家电连锁市场空间分析
- 三、2022-2028年家电连锁业发展趋势分析
- 四、2022-2028年我国家电连锁产业发展机遇及战略分析
- 五、2022-2028年中国家电连锁市场发展趋势

第十四章2022-2028年家电连锁行业发展战略

第一节家电连锁经营策略

第二节中国家电连锁二三线城市家电市场现状及对策

第三节我国家电连锁超市的价格策略

- 一、家电连锁超市价格策略的特点
- 二、家电连锁超市价格策略的具体表现

第四节家电连锁国际化策略分析

- 一、国际化时机选择
- 二、国际化地点选择

三、国际化市场进入模式

四、国际化准备阶段应注意的问题

第五节家电连锁企业营销体验化策略

一、我国家电连锁经营的现状及困境

二、体验营销的产生背景及内涵

三、家电连锁企业实施体验营销的策略要点

第十五章2022-2028年中国家电连锁行业投资战略

第一节2022-2028年中国家电连锁行业投资环境及风险分析

一、宏观经济波动风险及控制

二、家电连锁投资政策分析

三、家电连锁投资环境分析

四、家电产业供需风险及控制

第二节2022-2028年家电连锁企业经营扩张风险及防范

一、偿还债务风险及防范

二、财务数据波动较大的风险及防范

三、存货减值的风险及防范

四、未来发展中资金短缺的风险及防范

图表目录：

图表：2019年全球不同地区家电销售量比率分布

图表：2015-2019年欧美家电零售额增速

图表：2015-2019年美国家电消费者信心指数变化情况

图表：日本两大家电连锁巨头09财报对比表（一）

图表：日本两大家电连锁巨头09财报对比表（二）

图表：2015-2019年松下电器产业SPS战略业绩概览

图表：2015-2019年日本千亿级家电量贩5年业绩对比图

图表：2015-2019年我国农村每百户家电拥有量

图表：2019年我国家电连锁行业各品牌市场占有率统计表

图表：2019年我国家电连锁行业各品牌市场占有率比较

图表：中美日四大家电连锁实力对照表

图表：家电连锁分类市场开店战略规划

图表：2019年上海市洗衣机等家电的产量

图表：2019中国特许经营连锁百强名单

图表：2019年中国连锁百强前三名

图表：电子商务与连锁企业之间的整体网络构建过程

图表：2019年家用电器制造行业累计工业总产值增长情况

图表：2019年家用电器制造业主要产品产量

图表：2019年家用视听设备制造业主要产品产量

图表：2019年家用电器制造行业累计销售产值增长情况

图表：2019年家用电器行业出口交货值增长情况

图表：2019年家用视听设备制造业主要产品出口

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202110/242080.html>