

2024-2030年中国家电连锁 业行业前景展望与市场年度调研报告

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

《2024-2030年中国家电连锁业行业前景展望与市场年度调研报告》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/202310/416002.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

中国家电传统零售渠道主要分为百货商场、专业连锁店、大型超市、品牌专营或专卖店以及电器城等业态。在上述各种流通形态中，2000年开始，专业家电连锁凭借着家电销售领域的三大优势：价格较低，成本低、商业品牌的扩展性强，知名度高而迅速崛起。

2021年，绝大多数家电品类重拾增长，除彩电和空调外，各大品类的市场规模达到或超过疫情前水平。其中，彩电1390亿元，同比增长7.9%；空调1651亿元，同比增长2.2%；冰箱1042亿元，同比增长7.2%；洗衣机788亿元，同比增长7.1%；厨房电器1663亿元，同比增长5.0%；生活电器2277亿元，同比增长6.6%。2021年我国线上渠道零售额占整体家电市场的52.9%，连续两年占比超过50%。报告显示，彩电、洗衣机、生活家电等重要家电品类的线上渗透率已经突破50%，生活家电的线上贡献率更是接近八成，即使是电热水器这类需要上门安装的大家电，线上渠道比重也占到50%以上。我国家电零售市场线上市场主导、线下市场辅助的崭新格局已经显现。

2021年4月12日，苏宁易购零售云完成A轮融资，CPE及安达富基金参与投资。对于融资额度，苏宁方面暂未透露。

品牌是开启零售市场之门的钥匙，品牌经营不仅能为顾客提供价值，而且能为企业创造价值。连锁企业品牌是消费者对连锁企业产品和服务各种感性印象与理性认识的总和。国内大型家电零售连锁企业在国内市场上经营悠久，在百姓心目中也已形成了良好的品牌形象和企业形象，这无疑使其在竞争中拥有极大的优势。目前面对电子商务的迅猛发展，家电连锁业要想在新一轮的渠道变革中赢得主动就必须迎头赶上。网络零售将成为与实体店面并驾齐驱、相互协同的新渠道。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国家电连锁业行业前景展望与市场年度调研报告》共十一章。首先介绍了连锁经营的概念、模式、本质及原则等，接着分析了中国家电产业的现状，然后具体介绍了国际国内家电连锁业和家电连锁市场的运行情况。随后，报告对家电连锁业做了业态发展分析、市场竞争分析、并购案例分析、经营管理分析和国内外主要企业运营状况分析，最后分析了家电连锁业的未来发展趋势。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、财政部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国连锁经营协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对家电连锁业有个系统深入的了解、或者想投资家电连锁业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 连锁经营相关概述

1.1 连锁经营概念及内涵

1.1.1 连锁经营的概念

1.1.2 连锁经营的模式

1.1.3 连锁经营的本质

1.1.4 连锁经营的四个原则

1.2 连锁经营模式的定义及主要特点

1.2.1 直营连锁（Regular Chain简称RC）

1.2.2 特许连锁（Franchise Chain简称FC）

1.2.3 自由连锁（Voluntary Chain简称VC）

第二章 2021-2023年中国家电行业发展分析

2.1 中国家电行业发展概况

2.1.1 我国家电行业发展历程回顾

2.1.2 国家政策促进家电业的良性发展

2.1.3 我国家电产业销售渠道的演变与发展

2.2 2021-2023年中国家电行业发展分析

2.2.1 2020年我国家电行业运行状况解析

2.2.2 2021年我国家电行业运行状况解析

2.2.3 2022年我国家电行业运行情况解析

2.3 中国家电行业发展存在的问题

2.3.1 我国家电行业发展存在的主要问题

2.3.2 我国家电品牌发展面临的困难

2.3.3 我国家电行业营销中存在的盲点

2.4 中国家电行业发展的措施及策略建议

2.4.1 我国家电品牌发展战略分析

2.4.2 促进我国家电行业转型升级的政策措施

2.4.3 我国家电企业的主要营销策略

第三章 2021-2023年家电连锁行业分析

3.1 国际家电连锁业发展概况

3.1.1 世界家电连锁业发展的阶段特征

- 3.1.2 美国家电连锁业发展状况
- 3.1.3 日本家电连锁行业竞争激烈
- 3.1.4 英国家电连锁业积极应对经济寒流
- 3.1.5 韩国家电连锁业价格战升级
- 3.2 中国家电连锁行业发展概况
- 3.2.1 近十年国内家电连锁业的发展态势
- 3.2.2 中国家电连锁业现状分析
- 3.2.3 中国家电连锁业发展的驱动因素
- 3.2.4 我国家电连锁行业进入转型期
- 3.3 2021-2023年中国家电连锁业的发展
- 3.3.1 2019年中国家电连锁业扩张状况
- 3.3.2 2020年中国家电连锁业发展分析
- 3.3.3 2021年中国家电连锁业发展动态
- 3.4 中国家电连锁行业存在的问题
- 3.4.1 中国家电连锁业发展的主要瓶颈
- 3.4.2 中国家电连锁业面临的两大问题
- 3.4.3 家电连锁企业与厂商关系恶化
- 3.4.4 家电连锁业缺乏长期战略规化
- 3.5 中国家电连锁行业发展的对策
- 3.5.1 我国家电连锁业发展壮大的建议
- 3.5.2 促进我国家电连锁业发展的对策
- 3.5.3 家电连锁的业态融合策略

第四章 2021-2023年中国家电连锁市场分析

- 4.1 2021-2023年家电连锁市场发展分析
- 4.1.1 我国家电连锁市场发展概况
- 4.1.2 我国家电连锁市场格局分析
- 4.1.3 我国家电连锁企业发展模式面临全面分化
- 4.2 2021-2023年家电连锁三四级市场分析
- 4.2.1 我国家电连锁业正向三四级市场渗透
- 4.2.2 区域家电连锁企业期待合作共享三四级市场
- 4.2.3 家电连锁企业进军三四级市场面临的主要问题

4.3 2021-2023年家电连锁市场营销分析

4.3.1 我国家电连锁市场营销现状分析

4.3.2 家电连锁体验营销的意义及手法

4.3.3 家电连锁卖场新年营销含义及策略

4.3.4 中国家电连锁企业营销存在的不足

4.4 家电连锁市场存在的问题及策略

4.4.1 家电连锁的资金面临危机

4.4.2 家电连锁全面占领市场有待时日

4.4.3 家电连锁应积极挖掘新的利润来源

第五章 2021-2023年家电连锁的业态分析

5.1 家电连锁业态相关概述

5.1.1 普通店的概念

5.1.2 旗舰店的定义及条件

5.1.3 家电连锁主题店特征及定位

5.1.4 家电连锁“3C+”相关概念

5.2 旗舰店

5.2.1 家电连锁企业开设旗舰店的原因

5.2.2 中国家电旗舰店的特征

5.2.3 家电旗舰店赢得顾客的五大理由

5.2.4 家电旗舰店开设对厂商的影响

5.2.5 家电旗舰店建设需注意的事项

5.2.6 家电旗舰店的正确定位及发展方向

5.3 3C +

5.3.1 家电连锁拓展3C领域的优势

5.3.2 “3C融合”下家电连锁业态的发展

5.3.3 3C模式使家电连锁企业与PC企业双赢

5.3.4 家电连锁经营3C业务对IT业的影响

5.3.5 第五代3C+旗舰店模式助推家电连锁业态升级

5.4 家电连锁业态变化的主要方向

5.4.1 盈利模式的转变

5.4.2 连锁种类和规模的变化

5.4.3 终端推广模式概念的更新

第六章 2021-2023年家电连锁市场竞争分析

6.1 2021-2023年家电连锁市场竞争格局分析

6.1.1 家电连锁业步入寡头垄断时代

6.1.2 国内家电连锁企业形成三大阵营

6.1.3 家电连锁巨头争霸第三势力乘机崛起

6.2 2021-2023年家电连锁业竞争形势分析

6.2.1 家电连锁业加快竞争模式创新

6.2.2 家电连锁企业竞争焦点转向服务

6.2.3 家电连锁企业与制造商争夺终端控制权

6.2.4 “顺德家电”自建渠道避开市场竞争

6.3 家电连锁企业竞争对策分析

6.3.1 家电连锁业亟需提升“服务竞争力”

6.3.2 区域家电连锁商打造竞争力的策略分析

6.3.3 家电连锁零售商保持核心竞争力的对策

第七章 国内外家电连锁业并购重组案例分析

7.1 百思买并购五星

7.1.1 百思买并购五星

7.1.2 百思买并购五星的原因

7.1.3 并购给五星的快速发展提供契机

7.1.4 百思买五星实施双品牌策略

7.2 国美永乐合并

7.2.1 国美永乐合并进程

7.2.2 国美与永乐合并后的初步举措

7.2.3 国美永乐合并的影响分析

7.2.4 新国美八项经营策略

7.3 国美托管大中

7.3.1 国美收购大中的原因

7.3.2 国美委托第三方托管大中的意义

7.3.3 国美收购大中对苏宁的影响分析

- 7.3.4 国美托管大中的优势及前景
- 7.4 苏宁收购日本LAOX
 - 7.4.1 苏宁收购日本企业LAOX
 - 7.4.2 苏宁收购LAOX的动机
 - 7.4.3 中国家电连锁企业首次涉足国外市场
 - 7.4.4 苏宁再度斥资1600万增持LAOX股权
- 7.5 苏宁收购香港镭射
 - 7.5.1 苏宁宣布收购香港电器巨头镭射
 - 7.5.2 苏宁收购镭射的动机
 - 7.5.3 苏宁收购镭射是国际化战略的实质起步
 - 7.5.4 苏宁完成收购正式进驻香港
- 7.6 苏宁与国美并购案的总结及评述
 - 7.6.1 家电连锁业理性并购更为稳健持久
 - 7.6.2 国美两次并购案例的作用及经验分析
 - 7.6.3 苏宁收购LAOX案例的不足评述
 - 7.6.4 苏宁收购镭射案例显示企业迈入成熟扩张

第八章 家电连锁业的经营管理分析

- 8.1 家电连锁业的经营管理概况
 - 8.1.1 家电连锁业向集约化经营模式转型
 - 8.1.2 中日家电连锁企业经营管理的差异剖析
 - 8.1.3 中国家电连锁行业应选择规模最适化发展模式
- 8.2 家电连锁行业供应商分析
 - 8.2.1 供应商的分类与特点
 - 8.2.2 供应商评价选择指标体系构建
 - 8.2.3 供应商的跟踪动态评价
- 8.3 家电连锁行业的供应链管理分析
 - 8.3.1 供应链管理理论简述
 - 8.3.2 家电零售连锁行业供应链管理存在的主要问题
 - 8.3.3 家电零售连锁行业供应链管理的促进策略
- 8.4 家电连锁业经营扩张面临的主要风险及其规避措施
 - 8.4.1 财务风险及防范措施

8.4.2 业务经营风险及防范措施

8.4.3 其它经营风险及防范措施

第九章 2021-2023年国外主要家电连锁企业财务状况分析

9.1 百思买（BEST BUY）

9.1.1 企业发展概况

9.1.2 百思买的发展历程

9.1.3 2020财年百思买经营状况

9.1.4 2021财年百思买经营状况

9.1.5 2022财年百思买经营状况

9.1.6 百思买加速拓展中国市场

9.2 日本山田电机

9.2.1 企业发展概况

9.2.2 2020财年山田电机经营状况

9.2.3 2021财年山田电机经营状况

9.2.4 2022财年山田电机经营状况

9.3 日本荣电集团

9.3.1 企业发展概况

9.3.2 2020财年荣电集团经营状况

9.3.3 2021财年荣电集团经营状况

9.3.4 2022财年荣电集团经营状况

9.4 英国DSG国际公司

9.4.1 企业发展概况

9.4.2 2020财年DSG国际经营状况

9.4.3 2021财年DSG国际经营状况

9.4.4 2022财年DSG国际经营状况

9.5 日本小岛电气

9.5.1 企业发展概况

9.5.2 2020财年小岛电器经营状况

9.5.3 2021财年小岛电器经营状况

9.5.4 2022财年小岛电器经营状况

9.6 KESA电子公司

- 9.6.1 企业发展概况
- 9.6.2 2020财年Kesa电器经营状况
- 9.6.3 2021财年Kesa电器经营状况
- 9.6.4 2022财年Kesa电器经营状况

第十章 2020-2023年国内主要家电连锁企业财务状况分析

10.1 苏宁电器

- 10.1.1 企业发展概况
- 10.1.2 苏宁电器发展模式简析
- 10.1.3 苏宁电器积极推进新时期战略转型
- 10.1.4 2020年苏宁电器经营状况分析
- 10.1.5 2021年苏宁电器经营状况分析
- 10.1.6 2022年苏宁电器经营状况分析

10.2 国美电器

- 10.2.1 企业发展概况
- 10.2.2 国美电器采购模式分析
- 10.2.3 国美电器的营销特色
- 10.2.4 2020年国美电器经营状况分析
- 10.2.5 2021年国美电器经营状况分析
- 10.2.6 2022年国美电器经营状况分析

10.3 汇银家电

- 10.3.1 企业发展概况
- 10.3.2 汇银家电连锁发展经验借鉴
- 10.3.3 2020年汇银家电经营状况分析
- 10.3.4 2021年汇银家电经营状况分析
- 10.3.5 2022年汇银家电经营状况分析

10.4 顺电连锁

- 10.4.1 企业发展概况
- 10.4.2 顺电打造速度与健康并重的泛家电连锁
- 10.4.3 顺电公司开店速度明显加快
- 10.4.4 深圳顺电建成40亿元级家电配送中心

10.5 大商电器

- 10.5.1 企业发展概况
- 10.5.2 大商电器创新家电连锁企业发展模式
- 10.5.3 大商电器深耕河南市场成果丰硕

第十一章 对家电连锁业前景及趋势预测

- 11.1 家电行业未来发展分析
 - 11.1.1 我国家电行业未来发展格局
 - 11.1.2 我国家电业发展趋势分析
- 11.2 对家电连锁业发展展望
 - 11.2.1 对2024-2030年中国家电连锁行业预测分析
 - 11.2.2 未来十年中国家电连锁业发展形势展望
 - 11.2.3 中国家电连锁市场的三大趋势

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 家电品牌关注度排行
- 图表 大小家电搜索指数
- 图表 家电产品关注度排行
- 图表 TOP5大家电产品搜索指数
- 图表 TOP5小家电产品搜索指数
- 图表 空调品牌关注度排行
- 图表 TOP5空调品牌搜索指数
- 图表 空调匹数关注度
- 图表 网民检索的空调类型（变频&定频）
- 图表 电视机品牌关注度排行
- 图表 TOP5电视机品牌搜索指数
- 图表 电视机尺寸关注度排行
- 图表 电视机类型关注度
- 图表 液晶电视机品牌关注度排行

图表 热水器品牌关注度排行

图表 TOP5热水器品牌搜索指数

图表 热水器类型关注度

图表 太阳能热水器品牌关注度排行

图表 电冰箱品牌关注度排行

图表 TOP5电冰箱品牌搜索指数

图表 电冰箱类型关注度

图表 音响&家庭影院品牌关注度排行

图表 TOP5音响&家庭影院品牌搜索指数

图表 洗衣机品牌关注度排行

图表 TOP5洗衣机品牌搜索指数

图表 小家电品牌关注度排行

图表 小家电产品关注度排行

图表 豆浆机品牌关注度排行

图表 电磁炉品牌关注度排行

图表 微波炉品牌关注度排行

图表 油烟机品牌关注度排行

图表 燃气灶品牌关注度排行

图表 搜索贯穿家电购买与使用全过程

图表 家电网民关注信息指向

图表 家电网民关注信息排行

图表 家电网民省份分布

图表 家电网民兴趣爱好

图表 家电卖场关注度

图表 国美和苏宁搜索指数

图表 关注国美和苏宁产品的用户占比

图表 国美和苏宁网民Top20省份分布

图表 主要家电网购渠道搜索指数

图表 家电网购网民Top20省份分布

图表 四大网购渠道网民兴趣爱好

图表 供应链分类矩阵

图表 供应商的不同特点

图表 战略性供应商绩效评价指标体系

图表 对供应商供应绩效的评价

图表 Best Buy创业发展期的主要事件

图表 Best Buy历年经营绩效指标

图表 Best Buy高速扩张期的主要事件

图表 Best Buy整固提高期的主要事件

图表 2019-2020年百思买综合收益表

图表 2019-2020年百思买分部资料

图表 2019-2020年百思买收入分地区资料

图表 2020-2021年百思买综合收益表

图表 2020-2021年百思买分部资料

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/416002.html>