

# 2021-2027年中国家电流通 市场分析与投资前景评估报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2021-2027年中国家电流通市场分析与投资前景评估报告》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.abaogao.com/b/xiaojiadian/l58532HM2S.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国家电流通市场分析与投资前景评估报告》共七章。首先介绍了家电流通行业市场发展环境、家电流通整体运行态势等，接着分析了家电流通行业市场运行的现状，然后介绍了家电流通市场竞争格局。随后，报告对家电流通做了重点企业经营状况分析，最后分析了家电流通行业发展趋势与投资预测。您若想对家电流通产业有个系统的了解或者想投资家电流通行业，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1章 家电流通行业发展综述

#### 1.1 家电流通行业概述

##### 1.1.1 家电流通行业的定义

##### 1.1.2 家电流通行业的特征

##### 1.1.3 家电流通的重要意义

#### 1.2 家电流通行业价值链分析

##### 1.2.1 家电流通行业价值链

##### 1.2.2 价值链的生产商分析

##### 1.2.3 价值链的流通企业分析

##### 1.2.4 价值链的消费者分析

##### 1.2.5 价值链各参与者关系分析

#### 1.3 家电流通行业发展环境分析

##### 1.3.1 行业政策环境分析

###### (1) 促进消费政策

###### (2) 家电政策展望

##### 1.3.2 行业经济环境分析

###### (1) GDP增长情况

###### (2) 居民收入情况

###### (3) 居民消费支出

### 1.3.3 行业社会环境分析

- (1) 货比三家的消费心理
- (2) 新的消费方式的出现

## 第2章中国家电行业发展现状分析

### 2.1 家电行业产销规模分析

#### 2.1.1 家电行业发展历程

#### 2.1.2 家电行业生产情况

- (1) 空调产量分析
- (2) 冰箱产量分析
- (3) 大家电生产情况
- (4) 小家电生产情况

#### 2.1.3 家电行业销售情况

- (1) 空调销量分析
- (2) 冰箱销量分析
- (3) 洗衣机销量分析
- (4) 液晶电视销量分析

#### 2.1.4 家电行业库存情况

- (1) 空调库存分析
- (2) 冰箱库存分析
- (3) 洗衣机库存分析

#### 2.1.5 家电行业经营效益

#### 2.1.6 家电行业出口分析

- (1) 空调出口分析
- (2) 冰箱出口分析
- (3) 洗衣机出口分析
- (4) 液晶电视出口分析

#### 2.1.7 后政策时代家电行业发展趋势

- (1) 液晶电视产品结构升级
- (2) 洗衣机产品结构升级
- (3) 家电行业前景预测

### 2.2 智能家电产销规模分析

- 2.2.1 智能家电生产情况
- 2.2.2 智能家电销售情况
- 2.2.3 智能家电前景预测
- 2.3 家电行业竞争格局分析
  - 2.3.1 行业市场品牌格局
    - (1) 白色家电品牌竞争
    - (2) 黑色家电品牌竞争
    - (3) 厨房家电品牌竞争
    - (4) 小家电品牌竞争
  - 2.3.2 国外品牌在华竞争
  - 2.3.3 家电行业竞争强度
    - (1) 供应商议价能力
    - (2) 经销商议价能力
    - (3) 潜在进入者威胁
    - (4) 行业内竞争
    - (5) 替代产品威胁
- 2.4 家电行业流通渠道分析
  - 2.4.1 家电流通渠道变迁
    - (1) 传统渠道时代
    - (2) 厂商自建渠道
    - (3) 家电连锁时代
  - 2.4.2 直供分销模式
    - (1) 直供分销定义
    - (2) 直供分销优劣势
    - (3) 直供分销控制关键
  - 2.4.3 区域总代理模式
    - (1) 区域总代理定义
    - (2) 区域总代理优劣势
    - (3) 区域总代理控制关键
  - 2.4.4 区域多家代理模式
    - (1) 区域多家代理定义
    - (2) 区域多家代理优劣势

### (3) 区域多家代理控制关键

## 第3章中国家电流通行业商业模式分析

### 3.1 家电厂商自营专卖店模式分析

#### 3.1.1 自营专卖店模式优劣势

#### 3.1.2 自营专卖店模式规模分析

#### 3.1.3 自营专卖店模式战略布局

##### (1) 一二线城市布局

##### (2) 三四线城市布局

#### 3.1.4 线城市以专卖店为核心

##### (1) 家电渠道下沉面临的难点

##### (2) 三四级城市专卖店的功能

##### (3) 三四级市场专卖店的营销

#### 3.1.5 厂商自营专卖店盈利模式

#### 3.1.6 自营专卖店模式发展前景

### 3.2 家电流通企业主要商业模式分析

#### 3.2.1 流通企业联营发展模式分析

##### (1) 流通企业联营模式简介

##### (2) 联营模式的优劣势

##### (3) 联营模式生存路径

##### (4) 家电联营盈利模式

##### (5) 联营模式各方博弈

##### (6) 联营模式发展前景

#### 3.2.2 流通企业自营发展模式分析

##### (1) 流通企业自营模式简介

##### (2) 流通企业自营模式的优劣势

##### (3) 流通企业自营模式生存路径

##### (4) 百思买国内外成败经验总结

##### (5) 百货企业自营家电模式分析

##### (6) 流通企业自营模式发展前景

#### 3.2.3 流通企业非家电经营策略分析

##### (1) 家电连锁“非家电”模式定义

- (2) 日本家电连锁“非家电”发展
- (3) 美国家电连锁“非家电”发展
- (4) 家电连锁“非家电”盈利模式分析
- (5) 家电连锁“非家电”模式发展前景

### 3.3 家电流通行业电子商务模式分析

#### 3.3.1 家电行业电子商务发展现状

#### 3.3.2 家电电子商务模式的优劣势

#### 3.3.3 家电电子商务模式的分类

(1) B2C模式

(2) C2C模式

#### 3.3.4 家电电子商务模式典型案例

(1) 京东商城

(2) 淘宝电器

(3) 苏宁易购

(4) 库巴网

(5) 品牌家电网

#### 3.3.5 家电电子商务的盈利模式

(1) B2C模式下的盈利模式

(2) C2C模式下的盈利模式

#### 3.3.6 家电电子商务模式发展前景

### 3.4 家电流通家装家电模式分析

#### 3.4.1 家装家电模式定义

#### 3.4.2 家装家电市场需求分析

#### 3.4.3 家装家电模式发展现状

#### 3.4.4 家装家电盈利模式分析

#### 3.4.5 家装家电模式发展前景

### 3.5 家电流通行业混合商业模式分析

#### 3.5.1 流通企业联营与自营模式

(1) 两种模式相互渗透运作

(2) 两种模式运营成本分析

#### 3.5.2 厂商专卖店与零售代理模式

(1) 两种模式相互渗透运作

(2) 两种模式运营成本分析

### 3.5.3 流通企业卖场与电子商务模式

(1) 两种模式相互渗透运作

(2) 两种模式运营成本分析

### 3.5.4 厂商专卖店与电子商务模式

(1) 两种模式相互渗透运作

(2) 两种模式运营成本分析

## 第4章家电流通企业核心能力及发展战略分析

### 4.1 新环境下流通职能的定位分析

#### 4.1.1 价值链中角色性态的转化

(1) 制造商的转化

(2) 流通企业与制造商

(3) 流通企业之间

(4) 消费者需求变化

#### 4.1.2 新价值链中流通企业的定位

### 4.2 家电流通企业核心能力分析

#### 4.2.1 终端建设能力

#### 4.2.2 网络管理能力

#### 4.2.3 与供应商谈判的能力

#### 4.2.4 物流与配送系统

#### 4.2.5 品牌资源

#### 4.2.6 服务体系

#### 4.2.7 信息系统

### 4.3 家电流通企业发展战略分析

#### 4.3.1 企业远景及目标

#### 4.3.2 企业的资源战略

(1) 网络资源

(2) 管理资源

(3) 资金资源

(4) 人力资源

(5) 外购资源



#### 4.3.3 企业的业务战略

(1) 业务地理维度

(2) 垂直整合维度

(3) 产品市场维度

#### 4.3.4 企业的组织战略

### 第5章国外家电流通行业商业模式分析

#### 5.1 美国国家电流通行业商业模式分析

##### 5.1.1 美国国家电流通总体概况

##### 5.1.2 家电连锁模式

(1) BestBuy

(2) CircuitCity

(3) 两者成败得失分析

##### 5.1.3 超市卖场模式

#### 5.2 日本家电流通行业商业模式分析

##### 5.2.1 日本家电流通总体概况

##### 5.2.2 日本家电流通渠道变迁

(1) 垂直统合渠道阶段

(2) 对抗性合作渠道阶段

(3) 合作伙伴关系的渠道阶段

(4) 家电零售虚拟企业与社区店阶段

##### 5.2.3 大型家电商场模式

##### 5.2.4 家电专营店模式

##### 5.2.5 超市和百货公司模式

##### 5.2.6 家电网上直销模式

#### 5.3 德国家电流通行业商业模式分析

##### 5.3.1 德国家电流通总体概况

##### 5.3.2 家电销售品牌商店模式

##### 5.3.3 综合商场或超市模式

##### 5.3.4 电器专卖店模式

### 第6章家电流通行业竞争企业经营分析

## 6.1 家电流通企业经营分析

### 6.1.1 国美电器控股有限公司

- (1) 企业发展简介
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业发展战略分析

### 6.1.2 苏宁云商集团股份有限公司

- (1) 企业发展简介
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业发展战略分析

### 6.1.3 深圳市顺电连锁股份有限公司

- (1) 企业发展简介
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业发展战略分析

### 6.1.4 江苏五星电器有限公司

- (1) 企业发展简介
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业发展战略分析

### 6.1.5 万得城电器公司

### 6.1.6 山田电机（中国）投资有限公司

- (1) 企业发展简介
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业发展战略分析

### 6.1.7 汇银家电（控股）有限公司

- (1) 企业发展简介
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业发展战略分析

### 6.1.8 武汉工贸有限公司五金交电分公司

- (1) 企业发展简介
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业发展战略分析

### 6.1.9 浙江百诚集团股份有限公司

- (1) 企业发展简介

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业发展战略分析

#### 6.1.10 浙江中亮电器有限公司

(1) 企业发展简介

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业发展战略分析

### 6.2 家电制造企业经营分析

#### 6.2.1 珠海格力电器股份有限公司

(1) 企业发展简介

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业发展战略分析

#### 6.2.2 广东美的电器股份有限公司

(1) 企业发展简介

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业发展战略分析

#### 6.2.3 青岛海尔股份有限公司

(1) 企业发展简介

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业发展战略分析

#### 6.2.4 青岛海信电器股份有限公司

(1) 企业发展简介

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业发展战略分析

#### 6.2.5 浙江苏泊尔股份有限公司

(1) 企业发展简介

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业发展战略分析

## 第7章 家电流通行业发展趋势及投资机会分析

### 7.1 家电流通行业发展趋势分析

#### 7.1.1 外资流通企业抢滩中国市场

#### 7.1.2 企业兼并整合成将持续上演

- 7.1.3 渠道下沉三四线城市成必然
- 7.1.4 改善供应商关系着眼合作共赢
- 7.1.5 卖场泛家电化产品线创新
- 7.1.6 家电流通战场蔓延至网络
- 7.1.7 多种商业模式结合发展
- 7.2 家电流通行业投资机会剖析
  - 7.2.1 家电流通行业投资机会
  - 7.2.2 家电流通行业投资特性
    - (1) 行业进入壁垒
    - (2) 行业投资风险
    - (3) 行业盈利因素
  - 7.2.3 家电流通行业风风险
    - (1) 行业政策风险
    - (2) 行业经济风险
    - (3) 行业供需风险
    - (4) 行业竞争风险
    - (5) 企业管理风险
  - 7.2.4 家电流通行业投资建议
- 7.3 家电流通行业融资分析
  - 7.3.1 家电流通行业资金需求
  - 7.3.2 家电流通行业融资渠道
    - (1) 银行承兑
    - (2) 抵押贷款
    - (3) 厂家提前供货
    - (4) 下游代理商提前打款
    - (5) 经销商提前打款
    - (6) 内部融资渠道
    - (7) 家电流通行业融资动向
  - 7.3.3 家电流通行业融资建议

部分图表目录：

图表1：2015-2019年中国GDP年增长率走势图（单位：%）

图表2：2015-2019年中国城乡居民人均收入与人均GDP增长情况（单位：元，%）

图表3：2015-2019年社会消费品零售总额及其增速变化趋势图（单位：亿元，%）

图表4：2015-2019年中国网络购物市场交易规模及预测（单位：亿元，%）

图表5：中国电子商务市场各商品市场份额（单位：%）

图表6：2015-2019年家用空调内销率（单位：万台，%）

图表7：2015-2019年家用空调产量情况（单位：万台，%）

图表8：2015-2019年中国冰箱产量及增长（单位：万台，%）

图表9：中国部分大家电产量增长（单位：%）

图表10：中国空调产能在全球占比（单位：%）

图表11：中国部分小家电产量增长（单位：%）

图表12：国内与发电国家小家电拥有量对比（单位：件）

图表13：2015-2019年空调内销量及增长（单位：万台，%）

图表14：2015-2019年冰箱内销量及增长（单位：万台，%）

图表15：2015-2019年洗衣机销量及增长（单位：万台，%）

图表16：2015-2019年液晶电视内销量及增长（单位：万台，%）

图表17：2015-2019年空调库存量及增长（单位：万台，%）

图表18：2015-2019年冰箱库存量及增长（单位：万台，%）

图表19：2015-2019年冰箱库销比走势图（单位：%）

图表20：2015-2019年洗衣机库存量及增长（单位：万台，%）

图表21：2015-2019年洗衣机库销比走势图（单位：%）

图表22：2015-2019年家用行业主营业务收入及增长（单位：亿元，%）

图表23：2015-2019年家用行业净利润及增长（单位：亿元，%）

图表24：2015-2019年中国空调出口量及增长（单位：万台，%）

图表25：2015-2019年中国冰箱出口量及增长（单位：万台，%）

图表26：2015-2019年中国洗衣机出口量及增长（单位：万台，%）

图表27：2015-2019年中国洗衣机出口量及增长（单位：万台，%）

图表28：个尺寸液晶电视平均售价（单位：元）

图表29：2015-2019年洗衣机各类型渗透率（单位：%）

图表30：2015-2019年年家电工业增长预期（单位：亿元）

图表31：2015-2019年智能家电产量趋势（单位：万台）

图表32：2015-2019年智能家电销售量趋势（单位：万台）

图表33：2021-2027年智能家电销售量前景预测（单位：万台）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/l58532HM2S.html>