2015-2020年中国家电流通行业商业模式与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

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）山西发放38亿补贴
（3）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 美国家电流通行业商业模式分析
5.1.1 美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）主要经济指标
（3）销售网点布局
（4）经营优劣势分析
（5）最新发展动向
6.1.2 苏宁云商集团股份有限公司
（1）企业发展简介
（2）主要经济指标
（3）盈利能力分析
（4）运营能力分析
（5）偿债能力分析
（6）发展能力分析
（7）企业产品结构
（8）销售网点布局
（9）经营优劣势分析
（10）最新发展动向
6.1.3 深圳市顺电连锁股份有限公司
（1）企业发展简介
（2）企业合作伙伴分析

（3）销售网点布局
（4）经营优劣势分析
（5）最新发展动向
6.1.4 江苏五星电器有限公司
（1）企业发展简介
（2）企业经营情况
（3）销售网点布局
（4）经营优劣势分析
（5）最新发展动向
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）企业经营模式
（3）销售网点布局
（4）经营优劣势分析
（5）最新动向分析
6.1.7 汇银家电（控股）有限公司
（1）企业发展简介
（2）主要经济指标
（3）销售网点布局
（4）经营优劣势分析
（5）最新发展动向
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）企业经营情况
（3）销售网点布局
（4）经营优劣势分析
6.1.9 浙江百诚集团股份有限公司
（1）企业发展简介
（2）企业经营情况
（3）销售网点布局
（4）经营优劣势分析
（5）最新发展动向
6.1.10 浙江中亮电器有限公司
（1）企业发展简介
（2）企业经营情况
（3）销售网点布局
（4）经营优劣势分析
6.1.11 银川新华百货东桥电器有限公司
（1）企业发展简介
（2）企业经营情况
（3）销售网点布局
（4）经营优劣势分析
（5）最新发展动向
6.1.12 文峰大世界连锁发展股份有限公司
（1）企业发展简介
（2）主要经济指标
（3）盈利能力分析
（4）运营能力分析
（5）偿债能力分析
（6）发展能力分析
（7）企业业态结构
（8）销售网点布局
（9）经营优劣势分析
（10）最新发展动向
6.1.13 安徽国生电器有限责任公司
（1）企业发展简介
（2）企业经营情况
（3）销售网点布局

（4）经营优劣势分析
6.1.14 东莞市时尚电器有限公司
（1）企业发展简介
（2）企业经营情况
（3）销售网点布局
（4）经营优劣势分析
（5）最新发展动向
6.1.15 河南家裕生活电器有限公司
（1）企业发展简介
（2）企业经营模式
（3）销售网点布局
（4）经营优劣势分析
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）主要经济指标
（3）盈利能力分析
（4）运营能力分析
（5）偿债能力分析
（6）发展能力分析
（7）企业产品结构
（8）销售模式及网点布局
（9）经营优劣势分析
（10）投资兼并与重组
（11）最新发展动向
6.2.2 广东美的电器股份有限公司
（1）企业发展简介
（2）主要经济指标
（3）盈利能力分析
（4）运营能力分析
（5）偿债能力分析
（6）发展能力分析
（7）企业产品结构
（8）销售模式及网点布局
（9）经营优劣势分析
（10）最新发展动向
6.2.3 青岛海尔股份有限公司
（1）企业发展简介
（2）主要经济指标
（3）盈利能力分析
（4）运营能力分析
（5）偿债能力分析
（6）发展能力分析
（7）企业产品结构
（8）销售模式及网点布局
（9）经营优劣势分析
（10）最新发展动向
6.2.4 青岛海信电器股份有限公司
（1）企业发展简介
（2）主要经济指标
（3）盈利能力分析
（4）运营能力分析
（5）偿债能力分析
（6）发展能力分析
（7）销售模式及网点布局
（8）经营优劣势分析
（9）最新发展动向
6.2.5 浙江苏泊尔股份有限公司
（1）企业发展简介

（2）主要经济指标
（3）盈利能力分析
（4）运营能力分析
（5）偿债能力分析
（6）发展能力分析
（7）企业产品结构
（8）销售模式及网点布局
（9）经营优劣势分析
（10）最新发展动向
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

图表目录

图表1：2005-2013年中国GDP年增长率走势图（单位：%）
图表2：2008-2013年中国城乡居民人均收入与人均GDP增长情况（单位：元，%）
图表3：2007-2013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4：2008-2016年中国网络购物市场交易规模及预测（单位：亿元，%）
图表5：2013年中国电子商务市场各商品市场份额（单位：%）
图表6：2012-2013年家用空调内销率（单位：万台，%）
图表7：2012-2013年家用空调产量情况（单位：万台，%）
图表8：2012-2013年中国冰箱产量及增长（单位：万台，%）
图表9：2013年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11：2013年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13：2012-2013年空调内销量及增长（单位：万台，%）
图表14：2012-2013年冰箱内销量及增长（单位：万台，%）
图表15：2012-2013年洗衣机销量及增长（单位：万台，%）
图表16：2012-2013年液晶电视内销量及增长（单位：万台，%）
图表17：2012-2013年空调库存量及增长（单位：万台，%）
图表18：2012-2013年冰箱库存量及增长（单位：万台，%）
图表19：2010-2013年冰箱库销比走势图（单位：%）
图表20：2012-2013年洗衣机库存量及增长（单位：万台，%）
图表21：2010-2013年洗衣机库销比走势图（单位：%）
图表22：2009-2013年家用行业主营业务收入及增长（单位：亿元，%）
图表23：2009-2013年家用行业净利润及增长（单位：亿元，%）
图表24：2012-2013年中国空调出口量及增长（单位：万台，%）
图表25：2012-2013年中国冰箱出口量及增长（单位：万台，%）
图表26：2012-2013年中国洗衣机出口量及增长（单位：万台，%）
图表27：2012-2013年中国液晶电视出口量及增长（单位：万台，%）
图表28：2013年个尺寸液晶电视平均售价（单位：元）
图表29：2012-2013年洗衣机各类型渗透率（单位：%）
图表30：2007-2015年家电工业增长预期（单位：亿元）
图表31：2012-2013年智能家电产量趋势（单位：万台）
图表32：2012-2013年智能家电销售量趋势（单位：万台）
图表33：2015-2020年智能家电销售量前景预测（单位：万台）
图表34：中国分类型家电行业品牌格局
图表35：2013年空调品牌销量市场份额分布（单位：%）
图表36：2013年冰箱品牌销量市场份额分布（单位：%）
图表37：2013年洗衣机品牌销量市场份额分布（单位：%）
图表38：2013年LED液晶电视品牌销量市场份额分布（单位：%）
图表39：2013年欧式抽油烟机品牌市场份额分布（单位：%）
图表40：直供分销模式通路图
图表41：区域总代理模式通路图
图表42：区域多家代理模式通路图
图表43：厂商自营专卖店业绩提升模型图
图表44：2013年中国B2C购物网站交易规模市场份额（单位：%）
图表45：2013年中国自主消费为主B2C购物网站交易规模市场份额（单位：%）
图表46：苏宁、国美发展战略概览
图表47：价值营造系统
图表48：BestBuy第一阶段发展历程
图表49：BestBuy第二阶段发展历程
图表50：CircuitCity第一阶段发展历程
图表51：CircuitCity第二阶段发展历程
图表52：CircuitCity第三阶段发展历程
图表53：CircuitCity第四阶段发展历程
图表54：以前BestBuy与CircuitCity收入增长情况（单位：万美元，亿美元）
图表55：1991以来BestBuy与CircuitCity收入增长情况（单位：亿美元）
图表56：1991年以来BestBuy与CircuitCity店面增长情况（单位：亿美元）
图表57：国美电器控股有限公司基本信息表
图表58：2010-2013年国美电器集团主要经济指标分析（单位：万元）
图表59：2008-2013年国美电器集团门店数量（单位：家）
图表60：国美电器集团经营优劣势分析
图表61：苏宁云商集团股份有限公司基本信息表
图表62：2013年苏宁云商集团股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图
图表63：2010-2013年苏宁云商集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表64：2010-2013年苏宁云商集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表65：2010-2013年苏宁云商集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表66：2010-2013年苏宁云商集团股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表67：2010-2013年苏宁云商集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表68：2013年苏宁云商集团股份有限公司主营业务分产品情况表（单位：万元，%）
图表69：2013年苏宁云商集团股份有限公司主营业务分产品情况表（单位：%）
图表70：2013年苏宁云商集团股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）

图表71：2013年苏宁云商集团股份有限公司主营业务营业收入地区分布
图表72：苏宁云商集团股份有限公司经营优劣势分析
图表73：深圳市顺电连锁股份有限公司基本信息表
图表74：深圳市顺电连锁股份有限公司经营优劣势分析
图表75：江苏五星电器有限公司基本信息表
图表76：江苏五星电器有限公司经营优劣势分析
图表77：山田电机（中国）投资有限公司基本信息表
图表78：山田电机（中国）投资有限公司经营优劣势分析
图表79：汇银家电（控股）有限公司基本信息表
图表80：2010-2013年汇银家电（控股）有限公司主要经济指标分析（单位：万元，%）
图表81：汇银家电（控股）有限公司经营优劣势
图表82：武汉工贸有限公司五金交电分公司基本信息表
图表83：武汉工贸有限公司五金交电分公司经营优劣势分析
图表84：浙江百诚集团股份有限公司基本信息表
图表85：浙江百诚集团股份有限公司组织架构
图表86：浙江百诚集团股份有限公司经营优劣势分析
图表87：浙江中亮电器有限公司基本信息表
图表88：浙江中亮电器有限公司经营优劣势分析
图表89：银川新华百货东桥电器有限公司基本信息表
图表90：银川新华百货东桥电器有限公司经营优劣势分析
图表91：文峰大世界连锁发展股份有限公司基本信息表
图表92：文峰大世界连锁发展股份有限公司组织架构图
图表93：2013年文峰大世界连锁发展股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图
图表94：2010-2013年文峰大世界连锁发展股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表95：2010-2013年文峰大世界连锁发展股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表96：2010-2013年文峰大世界连锁发展股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表97：2010-2013年文峰大世界连锁发展股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表98：2010-2013年文峰大世界连锁发展股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表99：2013年文峰大世界连锁发展股份有限公司主营业务分行业情况表（单位：万元，%）
图表100：2013年文峰大世界连锁发展股份有限公司主营业态结构（单位：%）
图表101：2013年文峰大世界连锁发展股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）
图表102：2013年文峰大世界连锁发展股份有限公司主营业务地区分布（单位：%）
图表103：文峰大世界连锁发展股份有限公司经营优劣势分析
图表104：安徽国生电器有限责任公司基本信息表
图表105：安徽国生电器有限责任公司经营优劣势分析
图表106：东莞市时尚电器有限公司基本信息表
图表107：东莞市时尚电器有限公司网点分布
图表108：东莞市时尚电器有限公司经营优劣势分析
图表109：河南家裕生活电器有限公司基本信息表
图表110：河南家裕生活电器有限公司经营优劣势分析
图表111：珠海格力电器股份有限公司基本信息表
图表112：2013年珠海格力电器股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图
图表113：2010-2013年珠海格力电器股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表114：2010-2013年珠海格力电器股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表115：2010-2013年珠海格力电器股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表116：2010-2013年珠海格力电器股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表117：2010-2013年珠海格力电器股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表118：2013年珠海格力电器股份有限公司主营业务分产品情况表（单位：万元，%）
图表119：2013年珠海格力电器股份有限公司产品结构（单位：%）
图表120：2013年珠海格力电器股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：亿元，%）

……略

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！