2014-2019年中国家电连锁
市场调研与发展前景分析报告

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

《2014-2019年中国家电连锁市场调研与发展前景分析报告》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/201404/103105.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

中国家电连锁作为一种较为先进的业态，其丰富的家电产品、低廉的价格以及独特的购物环境，使其发展极为迅速。目前，整个家电连锁行业市场形成了以国美、苏宁为首的两强争霸的格局。以国美、苏宁为首的连锁卖场几乎垄断一、二级市场，其中占有一级市场超过80%。2008年度，国美在收购永乐、大中后，在全国市场的网络数量达到1300家，覆盖全国200多个城市，在家电连锁业的地位遥遥领先其他品牌。苏宁2008年度一年开店接近200家，截止目前其门店数量增至约850家，覆盖全国190多个地级以上城市，销售规模年超过千亿元。过去3年间，这两家企业的复合增长率均在60%以上，在中国连锁百强排行榜中均处于前三名的位置。另外，被百思买收购的五星卖场数量也166家。济南三联卖场网络数量也近200家，重庆商社、武汉工贸网络数量都超过40家，连锁卖场门店总数约有2500家。

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。

2006-2008年间，家电连锁行业遭遇了以国美、苏宁、永乐为代表的家电连锁企业疯狂扩张和10多次的收购兼并，行业格局也由国美、苏宁、永乐、大中“四大天王”割据到“三国志”一统天下，最终形成了“美苏”双雄对峙的竞争格局。2006-2008年间，这两家企业的复合增长率均在60%以上，在中国连锁百强排行榜中均处于前三名的位置。

中国36家主要家电连锁企业，2010年销售总额超过2600亿元，门店总数超过4600家。2011年国美电器以1100亿元的销售规模，1737家的门店总数，位列中国家电连锁零售行业榜首。

种种迹象表明，当前及未来一段时间内全球经济都将处于动荡之中，这要求家电零售行业必须以最快的速度感知消费需求，并在第一时间为消费者设计、制造满足需求的产品和服务。在这种背景下，零售企业经营质量的提高不是依赖于规模扩张，而主要来源于商品经营能力和客户经营能力的提高。

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。

本行业报告主要依据国家统计局、国家发改委、国家商务部、国家海关总署、国家工业和信息化部、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国家电行业协会、国内外相关刊物的基础信息以及家电连锁行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于世界家电连锁行业整体发展大势，对中国家电连锁行业的发展情况、主要细分市场、区域市场、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来家电连锁行业发展的整体环境及发

展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了家电连锁行业今后的发展与投资策略，为家电连锁企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一部分 家电连锁行业发展分析
第一章 世界家电连锁产业发展分析 1
第一节 家电连锁产业发展形式分析 1
一、直营连锁 1
二、特许连锁 2
三、自由连锁 4
四、合作连锁 5
第二节 国外家电连锁产业发展情况分析 7
一、全球金融风暴下国外家电连锁企业发展 7
二、美国家电连锁产业发展分析 13
三、英国家电连锁产业发展分析 14
四、日本家电连锁产业发展分析 15
第二章 中国家电连锁产业发展分析 18
第一节 2012年中国家电连锁产业发展回顾 18
一、2012年中国家电连锁行业发展现状 18
二、2012年中国家电连锁企业增长趋缓 20
三、2012年我国家电连锁卖场格局分析 20
四、2012年推动家电连锁业发展的原因 22
第二节 2013年中国家电连锁产业发展分析 25
一、2013年家电连锁产业发展分析 25
二、2013年中国家电连锁行业格局变化预测 26
三、收入下降费用上涨 家电连锁高扩张遇拐点 35
四、销售下滑敲响家电连锁饱和警钟 39
第三节 中国家电连锁产业存在的问题 42
一、家电连锁企业大本营成空心状态 42
二、家电连锁企业同质化竞争激烈 42
三、销售下滑敲响家电连锁饱和警钟 43

四、资源浪费 家电连锁巨头陷入店增利减怪圈 45
五、家电连锁业人才匮乏 47
六、家电连锁业标准缺失 47
七、家电连锁业缺乏长期战略规划 48
第四节 2014-2019年我国家电连锁产业发展趋势 49
一、差异化经营成为必由之路 49
二、转向单店效益的提升 49
三、寻求主要的市场增长点 49
四、强调“功能和价值” 50
五、连锁业竞争升级 50
六、行业整合持续 51
第三章 中国家电连锁市场运行态势分析 52
第一节 2013年中国家电连锁市场概况 52
一、高端电器成家电连锁市场新卖点 52
二、家电连锁试水多元化经营 54
三、家电连锁五大巨头市场经营特色及战略透析 55
第二节 2013年中国家电连锁二三级市场发展分析 63
一、家电各级市场流通形式及厂商关系分析 63
二、家电连锁企业拓展二三级市场遇到的困难 64
三、家电连锁拓展二三级市场的策略 64
四、家电连锁体验营销的意义及手法 67
五、家电连锁卖场新年营销含义及策略 69
第三节 中国家电连锁市场存在的问题及策略分析 73
第四章 中国家电连锁主要业态发展分析 76
第一节 旗舰店 76
一、2013年家电旗舰店的发展状况 76
二、中国家电旗舰店的特征 82
三、家电旗舰店开设对厂商的影响 82
四、家电旗舰店的正确定位及发展方向 82
第二节 3C店 83
一、2013年家电连锁3C店发展状况 83
二、3C模式成家电连锁主要利润增长点 85

三、家电连锁拓展3C领域的优势 89
四、3C模式使家电连锁企业与PC企业双赢 90
五、家电连锁经营3C业务对IT业的影响 92
六、未来我国3C店发展预测 93
第五章 主要地区家电连锁市场分析 95
第一节 北京 95
一、2012年北京家电连锁市场的发展状况 95
二、2013年北京家电连锁旗舰店发展分析 96
三、2013年家电连锁企业进入北京市场的战略意义 98
四、家电连锁巨头在北京选址的策略比较 99
第二节 上海 101
一、2012年上海家电连锁市场发展回顾 101
二、2013年上海家电连锁市场发展状况 102
三、2013年上海家电连锁市场竞争分析 104
四、上海家电连锁门店布局情况分析 105
五、2013年期间上海家电市场分析 105
第三节 深圳 106
一、2012年深圳家电连锁市场发展回顾 106
二、2013年深圳家电连锁市场发展状况 109
三、2013年深圳家电连锁市场竞争分析 110
四、家电连锁给深圳家电及零售业带来的影响 112
五、2013年深圳家电市场销售情况 113
第四节 南京 115
一、2012年南京家电连锁市场发展回顾 115
二、2013年南京家电连锁市场发展状况 116
三、2013年南京家电连锁市场竞争分析 118
四、南京家电连锁企业会员制推行情况 119
第五节 成都 119
一、2012年成都家电连锁市场发展回顾 119
二、2013年成都家电连锁市场发展状况 122
三、2013年成都家电连锁市场竞争分析 125
四、2013年成都家电连锁旗舰店发展分析 126

第二部分 家电连锁相关行业发展分析
第六章 中国连锁经营行业发展分析 128
第一节 我国连锁经营业现状分析 128
一、2012年我国社会消费品零售现状分析 128
二、2012中国特许经营连锁百强发布 128
三、2012年外资连锁企业在华销售情况 136
四、中国连锁业在变革中强势发展 137
五、连锁经营巨头单店销售概况 141
六、我国连锁业人才缺口将进一步扩大 142
七、2013年我国连锁也发展情况预测 143
第二节 连锁经营与电子商务 143
一、中国电子商务市场现状分析 143
二、电子商务与连锁经营的结合之路 144
三、连锁经营与电子商务结合的手段 145
四、连锁经营解决电子商务物流难题 146
第三节 我国农村连锁经营的发展 147
一、农村连锁经营的特征 147
二、连锁药店开始占领农村市场 150
三、农资物流连锁经营蕴含巨大商机 152
四、特许连锁经营在农村市场应注意的问题 154
五、农村零售业实现连锁经营的措施 157
第四节 我国连锁经营的主要问题 160
一、我国连锁经营存在的主要问题分析 160
二、我国连锁经营发展中的弊病 162
三、制约我国连锁经营发展的因素 164
四、中国企业实施连锁的六大困惑 165
五、对我国连锁经营发展的思考 167
第五节 促进我国连锁经营发展的对策 169
一、连锁经营中的供应链管理模式研究 169
二、我国发展连锁经营的策略建议 172
三、加快发展我国连锁经营的方针 173
四、选择连锁经营模式的三大标准 174

五、中国特许连锁经营的发展性策略 176
六、我国连锁经营企业的“越位”对策 179
第七章 中国家电行业发展情况分析 185
第一节 2012年中国家电制造行业运行情况 185
一、生产增长情况 185
二、销售增长情况 188
三、企业经营情况 190
第二节 2013年中国家电市场发展状况分析 192
一、2013年我国家电行业整体发展概况 192
二、2013年网民对家电关注度调查分析 212
三、2013年中国家电市场品牌调查情况 213
四、2013年中国家电产业取得的主要成就 216
五、2013年中国家电制造品牌国际化进程情况 217
六、2013年家电出口减缓对国内外家电巨头的影响 219
七、中国三大家电产业群发展透析 224
第三节 2013年中国家电行业及市场发展分析 231
一、2013年家电行业累计完成工业总产值 231
二、2013年家电行业经营状况分析 232
三、2013年家电行业发展动态 233
四、2013年家电下乡情况分析 234
五、2013年家电政策力度超出预期 240
六、2013年我国家电行业发展预测 241
七、2013年城镇家电需求增长情况预测 243
第四节 2013年中国家电产业竞争情况分析 244
一、2013年家电渠道业竞争情况 244
二、2013年家电下乡品牌竞争情况 247
三、2013年家电服务竞争情况 247
四、2013年滚筒洗衣机市场竞争分析 248
五、2013年中国家电品牌在境外品牌竞争情况 251
六、2013年我国家电产业竞争态势预测 251
第五节 家电连锁企业的服务营销创新 253
一、家电连锁企业实施服务营销创新的必要性 253

二、家电连锁企业服务营销的现状及存在的问题 254
三、家电连锁企业的服务营销创新对策 255
第六节 家电连锁商赢利模式的改革 258
一、家电连锁商传统赢利模式遭遇挑战 258
二、赢利模式转变方向 258
三、赢利模式转变后的意义 260
四、提高赢利能力的措施 261
第三部分 家电连锁行业竞争格局分析
第八章 中国家电连锁市场竞争格局分析 263
第一节 2013年中国家电制造业与家电连锁的竞争分析 263
一、家电大品牌逐步脱离家电连锁行业 263
二、家电品牌店与家电连锁的博弈 264
三、2013年家电巨头走出连锁卖场开旗舰店 272
四、长虹打造“乐家易”进入家电连锁市场 272
五、2013年家电下乡或将引发家电渠道变革 273
六、2013年海外家电连锁巨头中国市场扩张计划悄然生变 275
第二节 2013年中国家电连锁业竞争存在的问题与策略 277
一、家电连锁竞争升级的重要性及策略 277
二、中国家电连锁业竞争正走向深入 280
三、苏宁家电提高单店经营质量的措施 281
四、家电连锁竞争的首要优势分析 283
五、家电连锁竞争的趋势 287
第三节 2014-2019年中国家电连锁业竞争趋势分析 288
第九章 国内外家电连锁业并购案例分析 291
第一节 百思买并购五星 291
一、百思买并购五星的原因 291
二、并购给五星的快速发展提供契机 292
三、百思买五星实施双品牌策略 294
四、百思买并购五星对中国家电连锁业的影响 295
五、百思买中国发展建议 298
第二节 国美收购易好家 301
一、中建材出售易好家的缘由 301

二、国美收购易好家的原因 301
第三节 国美永乐合并 302
一、国美永乐合并进程 302
二、国美永乐合并的影响分析 303
三、国美收购永乐事件的对家电业发展的影响 304
四、国美永乐合并后待解决的问题 305
五、新国美八项经营策略 308
第四节 国美托管大中 308
一、国美快速收购大中的原因 308
二、国美委托第三方托管大中的意义 310
三、国美收购大中对苏宁的影响分析 311
四、国美托管大中的优势及前景 312
第十章 世界著名家电连锁企业分析 317
第一节 百思买 317
一、企业概况 317
二、2012年经营状况 319
五、2013年发展战略 320
四、2013财年经营情况预测 323
第二节 电路城 323
一、企业概况 323
二、电路城破产清算 325
第三节 日本小岛电器 327
一、企业概况 327
二、2012年财务分析 327
三、2013年发展战略 327
第四节 日本山田电机 328
一、企业概况 328
二、2012年财务分析 329
三、2012年经营状况 331
四、2013年公司发展战略 331
五、山田电机发展策略探悉 333
第十一章 中国主要家电连锁企业分析 342

第一节 国美 342
一、企业概况 342
二、企业核心竞争力 342
三、2012年财务分析 342
四、2012年经营状况 343
五、2013年发展规划 345
第二节 苏宁 346
一、企业概况 346
二、企业核心竞争力 347
三、2012-2013年财务分析 351
四、2012-2013年经营状况 356
五、2013年发展规划 358
第三节 五星 360
一、企业概况 360
二、企业核心竞争力 360
三、2013年财务分析 362
四、2013年经营状况 362
五、五星电器面临新抉择难题 363
六、2013年发展规划 366
第四节 三联 368
一、企业概况 368
二、企业核心竞争力 369
三、2013年财务分析 370
四、2013年经营状况 374
五、2013年发展规划 375
第五节 顺电 378
一、企业概况 378
二、企业核心竞争力 380
三、合力金桥软件用呼叫中心打造顺电核心竞争力 381
四、顺电连锁的信息化建设发展历程 381
第四部分 家电连锁行业发展趋势及战略
第十二章 家电连锁产业发展环境分析 385

第一节 经济发展环境分析 385
一、2012年我国宏观经济发展分析 385
二、2013年国内经济环境对其影响 394
三、2013年国内投资环境对其影响 394
第二节 政策法规环境分析 398
一、2013年家电连锁政策环境分析 398
二、2013年国内宏观政策对其影响 399
三、2013年行业产业政策对其影响 400
四、2013年多项政策支持国内零售企业 403
五、五千家电连锁卖场亟待加将节能减排 406
第三节 社会发展环境分析 408
一、国内社会环境发展现状 408
二、2013年社会环境发展分析 409
三、2013年中国社会发展面临的主要矛盾和挑战 413
四、“十二五”期间我国经济社会环境分析 416
五、社会环境对于行业的影响分析 418
第四节 相关产业对其影响分析 420
一、商业地产市场发展对其影响分析 420
二、电子产品销售渠道发展情况分析 421
三、其他销售渠道对行业的影响分析 422
第十三章 2014-2019年家电连锁行业发展趋势 424
第一节 2014-2019年中国社会发展的展望与对策建议 424
一、加大资金投入 确保社会经济发展 424
二、调整收入分配格局 刺激和扩大内需 424
三、破除城乡二元结构 社会发展进入新阶段 425
四、改善民生 推进社会体制改革 425
五、积极解决就业问题 426
六、充分发挥基层政府公共服务能力 426
七、创新社会建设和社会管理 426
第二节 2014-2019年中国家电行业发展趋势分析 427
一、“十二五”家电产业发展思路及目标 427
二、全球背景下我国家电市场的发展趋势 431

三、2013年中国家电行业新商业趋势预测 433
四、2013年国内家电市场前景分析 438
五、2013年我国家电出口情况预测 440
六、2013年全球白色家电市场增长情况 442
七、2013年我国家电产品能效标识情况 442
八、2014-2019年我国小家电市场竞合态势预测 444
第三节 2014-2019年中国家电连锁业发展趋势分析 445
一、家电连锁产业发展环境与发展空间 445
二、2014-2019年中国家电连锁市场空间分析 447
三、2014-2019年家电连锁业发展趋势分析 447
四、2014-2019年我国家电连锁产业发展机遇及战略分析 450
五、2014-2019年中国家电连锁市场发展趋势 452
第十四章 2014-2019年家电连锁行业发展战略 455
第一节 家电连锁经营策略 455
第二节 中国家电连锁二三线城市家电市场现状及对策 459
第三节 我国家电连锁超市的价格策略 461
一、家电连锁超市价格策略的特点 461
二、家电连锁超市价格策略的具体表现 461
第四节 家电连锁国际化策略分析 463
一、国际化时机选择 463
二、国际化地点选择 463
三、国际化市场进入模式 464
四、国际化准备阶段应注意的问题 464
第五节 家电连锁企业营销体验化策略 466
一、我国家电连锁经营的现状及困境 466
二、体验营销的产生背景及内涵 466
三、家电连锁企业实施体验营销的策略要点 466
第十五章 2014-2019年中国家电连锁行业投资战略 470
第一节 2013年“家电下乡”投资机会分析 470
一、家电下乡政策激活农村市场 470
一、2013年“家电下乡”政策调整情况 470
二、2013年“家电下乡”扩展情况 471

三、2013年“家电下乡”发展进程情况 474
四、2013年“家电下乡”投资策略分析 475
第二节 2014-2019年中国家电连锁行业投资环境及风险分析 477
一、宏观经济波动风险及控制 477
二、家电连锁投资政策分析 481
三、家电连锁投资环境分析 485
四、家电产业供需风险及控制 490
第三节 2014-2019年家电连锁企业经营扩张风险及防范 491
一、偿还债务风险及防范 491
二、财务数据波动较大的风险及防范 492
三、存货减值的风险及防范 493
四、未来发展中资金短缺的风险及防范 493
图表目录
图表：2012年全球不同地区家电销售量比率分布 12
图表：2006-2012年欧美家电零售额增速 13
图表：2005-2012年美国家电消费者信心指数变化情况 14
图表：日本两大家电连锁巨头09财报对比表（一） 15
图表：日本两大家电连锁巨头09财报对比表（二） 16
图表：2003-2006年松下电器产业SPS战略业绩概览 17
图表：2004-2012年日本千亿级家电量贩5年业绩对比图 17
图表：96-104届家电及消费类电子产品、机电产品成交额及增速 19
图表：2004-2012我国农村每百户家电拥有量 20
图表：2012年我国家电连锁行业各品牌市场占有率统计表 21
图表：2012年我国家电连锁行业各品牌市场占有率比较 21
图表：中美日四大家电连锁实力对照表 30
图表：两大城市型家电连锁巨头2004年-2012年来自供应商收入变化表 36
图表：日本六大家电连锁巨头2004年-2012年来自供应商收入变化表 38
图表：家电连锁分类市场开店战略规划 65
图表：2012年上海市洗衣机等家电的产量 103
图表：2012中国特许经营连锁百强名单 131
图表：2012年中国连锁百强前三名 142
图表：电子商务与连锁企业之间的整体网络构建过程 145

图表：2012年家用电器制造行业累计工业总产值增长情况 186
图表：2012年家用电器制造行业累计工业总产值增长情况 186
图表：2012年家用电器制造业主要产品产量 187
图表：2012年家用电器制造业主要产品产量 187
图表：2012年家用视听设备制造业主要产品产量 187
图表：2012年家用视听设备制造业主要产品产量 187
图表：2012年家用电器制造行业累计销售产值增长情况 188
图表：2012年家用电器制造行业累计销售产值增长情况 188
图表：2012年家用电器行业出口交货值增长情况 189
图表：2012年家用电器行业出口交货值增长情况 189
图表：2012年家用视听设备制造业主要产品出口 190
图表：2012年家用视听设备制造业主要产品出口 190
图表：2012年家用电器制造行业不同规模企业工业增长情况 191
图表：2012年家用电器制造行业不同规模企业工业增长情况 191
图表：2012年家用电器行业不同所有制企业工业增长情况 191
图表：2012年家用电器行业不同所有制企业工业增长情况 191
图表：2012年家用视听设备制造行业不同所有制企业工业增长情况 192
图表：2012年家用视听设备制造行业不同所有制企业工业增长情况 192
图表：2007年-2012年我国家电行业年累计利润、增速及毛利率 196
图表：2007年-2012年我国家电行业累计销售收入及增速 196
图表：2012年我国家电行业产量情况 197
图表：2012年我国家电行业产量情况 197
图表：2006年-2012年预期中国小家电国内外需求量 197
图表：2006-2012年我国主要家电产品产量及同比增速 198
图表：2005年至2012年白色家电行业每月产量 198
图表：2012年空调销售量前十名型号价格变动分析 198
图表：2012年空调销售量前十名型号价格变动分析 199
图表：2012-2012年彩电累计产量情况 199
图表：1999-2007年我国农村居民每百户拥有冰箱、洗衣机数量 200
图表：2005-2012年我国洗衣机、冰箱销量及相应出口占比 200
图表：2007年和2012年冰箱行业销量及增长 201
图表：近年我国各省市每百户家庭的冰箱保有量与可支配收入之间的关系 201

图表：2005-2012年我国冰箱单月冰箱销量 202
图表：2012年3月部分家电畅销型号平均单价及其零售量占有率统计 206
图表：2012年4月全国部分大家电分城市规模主要品牌零售量统计 207
图表：2012年4月主部分家电畅销型号平均单价及其零售量占有率统计 208
图表：2012年5月部分家电畅销型号平均单价及其零售量占有率统计 209
图表：2012年全国部分大家电分城市规模主要品牌零售量统计 210
图表：2012年部分家电畅销型号平均单价及其零售量占有率统计 211
图表：2012年部分家电畅销型号平均单价及其零售量占有率统计 212
图表：2012年PC网民对家电卖场的关注比例 213
图表：2012年PDP 彩电累计出口情况 221
图表：2012年LCD彩电累计出口情况 222
图表：2012年CRT彩电累计出口情况 222
图表：2006年-2012年我国彩电销售额 222
图表：近年国内彩电市场占有率分 223
图表：2005-2012年我国冰箱压缩机累计出口情况 223
图表：2006-2012年冰箱内外需求量增速预期 224
图表：全国家电下乡各个省市彩电，冰箱，洗衣机销售情况 273
图表：1998～2012财年百思买可比店面销售变动图 320
图表：2000-2012财年电路城公司业绩变化表 325
图表：2012财年山田电机经营业绩一览 329
图表：1999-2007年日本山田电机店面数量变化 330
图表：1999-2012财年山田电机销售业绩变化 330
图表：2007-2012财年山田电机S&G费用结构表 330
图表：中外家电连锁企业经营现状 334
图表：2004-2012财年日本主要家电连锁企业销售额对比 334
图表：山田电机6大部门构成 336
图表：山田电机16家子公司 337
图表：2004-2012年国美门店数量增速情况 343
图表：2004-2012年国美营业额和净利润增长情况 344
图表：2007-2012年国美苏宁净利润对比 344
图表：2007-2012年国美苏宁营收对比 345
图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司主营构成表 351

图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司流动资产表 351
图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司长期投资表 352
图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司固定资产表 352
图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司无形及其他资产表 352
图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司流动负债表 352
图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司长期负债表 353
图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司股东权益表 353
图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司主营业务收入表 353
图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司主营业务利润表 353
图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司营业利润表 354
图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司利润总额表 354
图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司净利润表 354
图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司每股指标表 354
图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司获利能力表 355
图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司经营能力表 355
图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司偿债能力表 355
图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司资本结构表 355
图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司发展能力表 356
图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司现金流量分析表 356
图表：2009-2012年三联商社股份有限公司主营构成表 370
图表：2009-2012年三联商社股份有限公司流动资产表 370
图表：2009-2012年三联商社股份有限公司固定资产表 370
图表：2009-2012年三联商社股份有限公司无形及其他资产表 371
图表：2009-2012年三联商社股份有限公司流动负债表 371
图表：2009-2012年三联商社股份有限公司长期负债表 371
图表：2009-2012年三联商社股份有限公司股东权益表 371
图表：2009-2012年三联商社股份有限公司主营业务收入表 372
图表：2009-2012年三联商社股份有限公司主营业务利润表 372
图表：2009-2012年三联商社股份有限公司营业利润表 372
图表：2009-2012年三联商社股份有限公司利润总额表 372
图表：2009-2012年三联商社股份有限公司净利润表 372
图表：2009-2012年三联商社股份有限公司每股指标表 373

图表：2009-2012年三联商社股份有限公司获利能力表 373
图表：2009-2012年三联商社股份有限公司经营能力表 373
图表：2009-2012年三联商社股份有限公司偿债能力表 373
图表：2009-2012年三联商社股份有限公司资本结构表 374
图表：2009-2012年三联商社股份有限公司发展能力表 374
图表：2009-2012年三联商社股份有限公司现金流量分析表 374
图表：1998年—2012年国内生产总值季度累计同比增长率（%） 385
图表：1999年8月—2012年工业增加值月度同比增长率（%） 386
图表：1999年8月—2012年社会消费品零售总额月度同比增长率（%） 387
图表：1999年1-8月—2012年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%） 389
图表：1999年8月—2012年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%） 390
图表：1999年8月—2012年居民消费价格指数（上年同月=100） 391
图表：1999年8月—2012年工业品出厂价格指数（上年同月=100） 392
图表：1999年8月—2012年货币供应量月度同比增长率（%） 393
图表：家电产品升级路径 452
图表：2012年我国“家电下乡”试点3 省（山东、河南、四川）占推广后12 省及全国农村人口比重 471
图表：2012年我国“家电下乡”彩电中标情况统计 472
图表：2012年我国“家电下乡”冷柜中标情况统计 472
图表：2007-2012年“家电下乡”推广到全国农村洗衣机普及率提升情况 473
图表：2007-2012年“家电下乡”推广到全国农村冰箱普及率提升情况 473

详细请访问：http://www.cction.com/report/201404/103105.html