

# 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](http://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年我国连锁业发展情况预测 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其存在的问题 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&mdash;2012年国内生产总值季度累计同比增长率（%） 385

图表：1999年8月&mdash;2012年工业增加值月度同比增长率（%） 386

图表：1999年8月&mdash;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&mdash;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&mdash;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&mdash;2012年居民消费价格指数（上年同月=100） 391

图表：1999年8月&mdash;2012年工业品出厂价格指数（上年同月=100） 392

图表：1999年8月&mdash;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&ldquo;家电下乡&rdquo;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&ldquo;家电下乡&rdquo;彩电中标情况统计 472

图表：2012年我国&ldquo;家电下乡&rdquo;冷柜中标情况统计 472

图表：2007-2012年&ldquo;家电下乡&rdquo;推广到全国农村洗衣机普及率提升情况 473

图表：2007-2012年&ldquo;家电下乡&rdquo;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>