

# 2025-2031年中国家电连锁 市场动态监测与投资策略优化报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

## 报告报价

《2025-2031年中国家电连锁市场动态监测与投资策略优化报告》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.bosidata.com/report/N51984LRML.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2026-05-14

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

报告说明: 《2025-2031年中国家电连锁市场动态监测与投资策略优化报告》由权威行业研究机构博思数据精心编制,全面剖析了中国家电连锁市场的行业现状、竞争格局、市场趋势及未来投资机会等多个维度。本报告旨在为投资者、企业决策者及行业分析师提供精准的市场洞察和投资建议,规避市场风险,全面掌握行业动态。

第一章连锁经营相关概述第一节 连锁经营概念及内涵一、连锁经营的概念二、连锁经营的模式三、连锁经营的本质四、连锁经营的四个原则第二节 连锁经营模式的定义及主要特点一、直营连锁(Regular Chain简称RC)二、特许连锁(Franchise Chain简称FC)三、自由连锁(Voluntary Chain简称VC)第二章2020-2024年中国家电行业发展分析第一节 中国家电行业发展概况一、我国家电行业发展历程回顾二、国家政策促进家电业的良性发展三、我国家电产业销售渠道的演变与发展第二节 2020-2024年中国家电行业发展分析第三节 中国家电行业发展存在的问题一、我国家电行业发展存在的主要问题二、我国家电品牌发展面临的困难三、我国家电行业营销中存在的盲点第四节 中国家电行业发展的措施及策略建议一、我国家电品牌发展战略分析二、促进我国家电行业转型升级的政策措施三、我国家电企业的主要营销策略第三章2020-2024年家电连锁行业分析第一节 全球主要区域家电连锁市场发展现状一、北美家电连锁行业市场概况二、亚太家电连锁行业市场概况三、欧盟家电连锁行业市场概况第二节 中国家电连锁行业发展概况一、国内家电连锁业的发展态势二、中国家电连锁业现状分析三、中国家电连锁业发展的驱动因素四、我国家电连锁行业进入转型期第三节 2020-2024年中国家电连锁业的发展第四节 中国家电连锁行业存在的问题一、中国家电连锁业发展的主要瓶颈二、中国家电连锁业面临的两大问题三、家电连锁企业与厂商关系恶化四、家电连锁业缺乏长期战略规化第五节 中国家电连锁行业发展的对策一、我国家电连锁业发展壮大的建议二、促进我国家电连锁业发展的对策三、家电连锁的业态融合策略第四章2020-2024年中国家电连锁市场分析第一节 2020-2024年家电连锁市场发展分析一、我国家电连锁市场发展概况二、我国家电连锁市场格局分析三、我国家电连锁企业发展模式面临全面分化第二节 2020-2024年家电连锁市场营销分析一、我国家电连锁市场营销现状分析二、家电连锁体验营销的意义及手法三、家电连锁卖场新年营销含义及策略四、中国家电连锁企业营销存在的不足第三节 家电连锁市场存在的问题及策略第五章2020-2024年家电连锁的业态分析第一节 家电连锁业态相关概述一、普通店的概念二、旗舰店的定义及条件三、家电连锁主题店特征及定位四、家电连锁“3C+”相关概念第二节 旗舰店一、家电连锁企业开设旗舰店的原因二、中国家电旗舰店的特征三、家电旗舰店赢得顾客的五大理由四、家电旗舰店开设对厂商的影响五、家电旗舰店建设需注意的事项六、家电旗舰店的正确定位及发展方向第三节 3C+一、家电连锁拓

展3C领域的优势二、“3C融合”下家电连锁业态的发展三、3C模式使家电连锁企业与PC企业双赢四、家电连锁经营3C业务对IT业的影响五、第五代3C+旗舰店模式助推家电连锁业态升级

第四节 家电连锁业态变化的主要方向一、盈利模式的转变二、连锁种类和规模的变化三、终端推广模式概念的更新

第六章 2020-2024年家电连锁市场竞争分析

第一节 2020-2024年家电连锁市场竞争格局分析一、家电连锁业步入寡头垄断时代二、国内家电连锁企业形成三大阵营三、家电连锁巨头争霸第三势力乘机崛起

第二节 2020-2024年家电连锁业竞争形势分析一、家电连锁业加快竞争模式创新二、家电连锁企业竞争焦点转向服务三、家电连锁企业与制造商争夺终端控制权

第三节 家电连锁企业竞争对策分析一、家电连锁业亟需提升“服务竞争力”二、区域家电连锁商打造竞争力的策略分析三、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

第一节 百思买并购五星一、百思买并购五星二、百思买并购五星的原因三、并购给五星的快速发展提供契机四、百思买五星实施双品牌策略

第二节 国美永乐合并一、国美永乐合并进程二、国美与永乐合并后的初步举措三、国美永乐合并的影响分析四、新国美八项经营策略

第三节 国美托管大中一、国美收购大中的原因二、国美委托第三方托管大中的意义三、国美收购大中对苏宁的影响分析四、国美托管大中的优势及前景

第四节 苏宁收购日本LAOX一、苏宁收购日本企业LAOX二、苏宁收购LAOX的动机三、中国家电连锁企业首次涉足国外市场四、苏宁再度斥资1600万增持LAOX股权

第五节 苏宁收购香港镭射一、苏宁宣布收购香港电器巨头镭射二、苏宁收购镭射的动机三、苏宁收购镭射是国际化战略的实质起步四、苏宁完成收购正式进驻香港

第六节 苏宁与国美并购案的总结及评述一、家电连锁业理性并购更为稳健持久二、国美两次并购案例的作用及经验分析三、苏宁收购LAOX案例的不足评述四、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

第一节 家电连锁业的经营管理概况一、家电连锁业向集约化经营模式转型二、中日家电连锁企业经营管理的差异剖析三、中国家电连锁行业应选择规模最优化发展模式

第二节 家电连锁行业供应商分析一、供应商的分类与特点二、供应商评价选择指标体系构建三、供应商的跟踪动态评价

第三节 家电连锁行业的供应链管理分析一、供应链管理理论简述二、家电零售连锁行业供应链管理存在的主要问题三、家电零售连锁行业供应链管理的促进策略

第四节 家电连锁业经营扩张面临的主要风险及其规避措施一、财务风险及防范措施二、业务经营风险及防范措施三、其它经营风险及防范措施

第九章 国外主要家电连锁企业财务状况分析

第一节 百思买(BEST BUY)一、企业发展概况二、企业经营状况

第二节 日本山田电机一、企业发展概况二、企业经营状况

第三节 日本荣电集团一、企业发展概况二、企业经营状况

第四节 英国DSG国际公司一、企业发展概况二、企业经营状况

第五节 日本小岛电气一、企业发展概况二、企业经营状况

第六节 KESA电子公司一、企业发展概况二、企业经营状况

第十章 国内主要家电连锁企业财务状况分析

第一节 苏宁电器一、企业发展概况二、发展

模式简析三、积极推进新时期战略转型第二节 国美电器一、企业发展概况二、国美电器采购模式分析三、国美电器的营销特色第三节 汇银家电一、企业发展概况二、汇银家电连锁发展经验借鉴三、经营状况分析第十一章家电连锁业前景及趋势预测第一节 家电行业未来发展分析一、我国家电行业未来发展格局二、我国家电业发展趋势分析第二节 家电连锁业发展展望一、2025-2031年中国家电连锁行业预测分析二、中国家电连锁业发展形势展望三、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 空调品牌关注度排行图表 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 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 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更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/N51984LRML.html>