

# 2022-2028年中国互联网+ 家电流通行业发展趋势与投资战略咨询报告

## 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

《2022-2028年中国互联网+家电流通行业发展趋势与投资战略咨询报告》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/202205/292063.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

中企顾问网发布的《2022-2028年中国互联网+家电流通行业发展趋势与投资战略咨询报告》共七章。首先介绍了互联网+家电流通行业市场发展环境、互联网+家电流通整体运行态势等，接着分析了互联网+家电流通行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+家电流通市场竞争格局。随后，报告对互联网+家电流通做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网+家电流通行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+家电流通产业有个系统的了解或者想投资互联网+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：

### 第一章 互联网+家电流通行业发展综述

#### 1.1 互联网+家电流通行业概述

##### 1.1.1 互联网+家电流通行业的定义

##### 1.1.2 互联网+家电流通行业的特征

##### 1.1.3 互联网+家电流通的重要意义

#### 1.2 互联网+家电流通行业价值链分析

##### 1.2.1 互联网+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 互联网+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

## 第二章 中国家电行业发展现状分析

### 2.1 家电所属行业产销规模分析

#### 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 家电所属行业销售情况

(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 家电所属行业出口分析

(1) 空调所属行业出口分析

(2) 冰箱所属行业出口分析

(3) 洗衣机所属行业出口分析

(4) 液晶电视所属行业出口分析

#### 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 智能家电所属行业产销规模分析

### 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 互联网+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

### 第三章 中国互联网+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 一二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 互联网+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&ldquo;非家电&rdquo;模式定义
- (2) 日本家电连锁&ldquo;非家电&rdquo;发展
- (3) 美国家电连锁&ldquo;非家电&rdquo;发展
- (4) 家电连锁&ldquo;非家电&rdquo;盈利模式分析
- (5) 家电连锁&ldquo;非家电&rdquo;模式发展前景

### 3.3 互联网+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

(5) 品牌家电

#### 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 互联网+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 互联网+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

## 第四章 互联网+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 互联网+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 互联网+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

### 第五章 国外互联网+家电流通行业商业模式分析

#### 5.1 美国互联网+家电流通行业商业模式分析

##### 5.1.1 美国互联网+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 日本互联网+家电流通行业商业模式分析

##### 5.2.1 日本互联网+家电流通总体概况

##### 5.2.2 日本互联网+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 德国互联网+家电流通行业商业模式分析

##### 5.3.1 德国互联网+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

## 第六章 互联网+家电流通行业竞争企业经营分析

### 6.1 互联网+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

## 第七章 互联网+家电流通行业发展趋势及投资机会分析

### 7.1 互联网+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 互联网+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 互联网+家电流通行业投资机会剖析
  - 7.2.1 互联网+家电流通行业投资机会
  - 7.2.2 互联网+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 互联网+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 互联网+家电流通行业投资建议
- 7.3 互联网+家电流通行业融资分析
  - 7.3.1 互联网+家电流通行业资金需求
  - 7.3.2 互联网+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) 互联网+家电流通行业融资动向
  - 7.3.3 互联网+家电流通行业融资建议

图表目录

图表 1：2019年中国GDP年增长率走势图（单位：%）  
图表 2：2019年中国城乡居民人均收入与人均GDP增长情况（单位：元，%）  
图表 3：2019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 6：2019年家用空调内销率（单位：万台，%）  
图表 7：2019年家用空调产量情况（单位：万台，%）  
图表 8：2019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 13：2019年空调内销量及增长（单位：万台，%）  
图表 14：2019年冰箱内销量及增长（单位：万台，%）  
图表 15：2019年洗衣机销量及增长（单位：万台，%）  
图表 16：2019年液晶电视内销量及增长（单位：万台，%）  
图表 17：2019年空调库存量及增长（单位：万台，%）  
图表 18：2019年冰箱库存量及增长（单位：万台，%）  
图表 19：2019年冰箱库销比走势图（单位：%）  
图表 20：2019年洗衣机库存量及增长（单位：万台，%）  
更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/292063.html>