2024-2029年新零售时代中国电动工具行业发展趋势与特许经营模式报告

报告简介

特许经营是指特许经营权拥有者以合同约定的形式，允许被特许经营者有偿使用其名称、商标、专有技术、产品及运作管理经验等从事经营活动的商业经营模式。特许经营在成本与效益的衡量中，被认为是一种低成本高效率的流通方式。中国特许加盟市场发展活跃，成为实体连锁活力纷呈的板块。

未来，随着互联网和电子商务的普及，网络零售市场渠道将进一步下沉，呈现出向内陆地区、中小城市及县域加快渗透的趋势，中国特许加盟市场也将进一步发展。

随着新时代的发展，电动工具行业转型升级已经成为一股不可阻挡的趋势。而新零售时代的到来，则导致行业供应链逐渐下沉，越来越注重用户体验，发展特许经营成为提高用户体验的重要渠道。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海外办事机构、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国相关行业作了详尽深入的分析，是企业进行市场研究工作时不可或缺的重要参考资料，同时也可作为金融机构进行信贷分析、证券分析、投资分析等研究工作时的参考依据。

报告目录

第一部分 特许经营概况

第一章 特许经营的概念

第一节 特许经营概述

一、特许经营的定义

二、特许经营的特征分析

三、特许经营的优势概括

四、特许经营的发展史

五、特许经营中的特许者分析

第二节 特许经营的分类

一、按特许权授予方式分类

二、按特许人与受许人的身份分类

三、按特许的内容分类

第三节 特许经营与其他经营方式的区别

一、特许经营与连锁经营之间的区别

二、特许经营与代理及经销的区别

三、特许经营与直销之间的区别

四、特许经营与设立分公司之间的区别

第二章 2019-2023年世界部分国家或地区的特许经营分析

第一节 国际特许经营的模式及战略

一、全球特许经营发展概述

二、国际特许经营模式

三、实施国际特许经营的方法

四、国际特许经营的战略研究

五、国际特许经营的市场策略剖析

第二节 美国的特许经营

一、美国的特许经营发展史

二、美国特许经营50强情况

三、美国特许经营的发展趋势

四、美国特许经营的成功经验借鉴

第三节 英国的特许经营

一、英国的特许经营业发展回顾

二、英国对其特许经营业的监管

三、英国特许经营业的发展经验

四、英国快餐业特许经营市场分析

五、英国铁路特许经营实施效果差强人意

第四节 日本的特许经营

一、日本特许经营快速发展的前提条件

二、日本便利店在华特许经营战略浅析

三、解析日本特许连锁经营的契约体系

四、日本的特许经营法律制度分析

五、日本特许经营的新特征和存在的问题分析

第五节 其他国家或地区的特许经营特点

一、韩国

二、新加坡

三、法国

四、印度

五、西班牙

六、越南

七、智利

八、台湾

第三章 2019-2023年中国特许经营发展分析

第一节 2019-2023年中国特许经营发展状况

一、各地规范商业特许经营的法规

二、2019-2023年中国特许经营发展情况

三、2019-2023年中国特许经营发展态势

四、2019-2023年我国特许经营发展动态

第二节 中国特许经营连锁100强调查分析

一、运行状况

二、主要特点

三、成本压力

四、营销趋势

第三节 《商业特许经营管理条例》实施解读

一、中国特许经营迈入规范化轨道

二、商业特许经营管理条例的实施成效评析

三、政府在特许经营管理方面所做的努力

四、中国特许经营已形成一套独有的法律制度

第四节 中国特许经营发展存在的问题

一、国内特许经营发展中存在的问题

二、中国特许经营市场存在的问题

三、发展中国特许经营的挑战

四、中国特许经营发展亟待突破“瓶颈”

五、中国特许经营发展面临的挑战

第五节 促进中国特许经营发展的对策

一、中国特许经营发展壮大的途径

二、新形势下特许经营持续发展的思路

三、推动特许经营健康发展的对策

四、中国特许经营的竞争策略

五、特许经营者需转变市场观念

第四章 建材家居行业特许经营企业案例分析

第一节 广州尚品宅配家居股份公司

一、公司基本简介及发展历史

二、公司发展现状

三、公司特许门店的目标市场定位

四、公司连锁标准店模式的设计

五、公司特许经营管理的优势

六、公司特许经营管理的问题及建议

第二节 美克国际家居用品股份有限公司

一、公司基本简介及发展历史

二、公司发展现状

三、公司特许门店的目标市场定位

四、公司连锁标准店模式的设计

五、公司特许经营管理的优势

六、公司特许经营管理的问题及建议

第三节 东易日盛家居装饰集团股份有限公司

一、公司基本简介及发展历史

二、公司发展现状

三、公司特许门店的目标市场定位

四、公司连锁标准店模式的设计

五、公司特许经营管理的优势

六、公司特许经营管理的问题及建议

第四节 北京业之峰诺华装饰股份有限公司

一、公司基本简介及发展历史

二、公司发展现状

三、公司特许门店的目标市场定位

四、公司连锁标准店模式的设计

五、公司特许经营管理的优势

六、公司特许经营管理的问题及建议

第五节 北京元洲装饰有限责任公司

一、公司基本简介及发展历史

二、公司发展现状

三、公司特许门店的目标市场定位

四、公司连锁标准店模式的设计

五、公司特许经营管理的优势

六、公司特许经营管理的问题及建议

第二部分 行业发展状况

第五章 我国电动工具行业发展现状分析

第一节 我国电动工具行业发展分析

一、行业发展阶段

三、行业发展特点分析

第二节 2019-2023年我国电动工具行业发展现状

一、行业发展分析

二、行业企业发展分析

三、产品发展趋势预测

1、产品发展新动态

2、技术新动态

3、产品发展趋势预测

第三节 2019-2023年我国电动工具市场供需分析

一、我国行业供给情况

1、行业市场供给分析

2、行业供给影响因素

3、重点企业占有份额

二、我国行业需求情况

1、行业市场需求分析

2、行业需求影响因素

3、行业需求结构分析

第四节 我国电动工具市场价格走势分析

一、市场定价机制组成

二、市场价格影响因素

三、价格走势分析

第六章 2019-2023年我国电动工具行业产业链分析

第一节 电动工具行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 电动工具上游行业分析

一、上游行业结构

二、上游行业发展现状

三、2024-2029年电动工具上游行业发展趋势

四、上游供给对行业的影响

第三节 电动工具下游行业分析

一、下游行业分布

二、下游行业发展现状

三、2024-2029年电动工具下游行业发展趋势

四、下游需求对行业的影响

第三部分 行业竞争分析

第七章 中国电动工具行业竞争形势及策略

第一节 电动工具行业总体市场竞争状况分析

一、电动工具行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、电动工具行业企业间竞争格局分析

1、不同地域企业竞争格局

2、不同规模企业竞争格局

3、不同所有制企业竞争格局

三、电动工具行业集中度分析

1、市场集中度分析

2、企业集中度分析

3、区域集中度分析

四、电动工具行业SWOT分析

1、行业优势分析

2、行业劣势分析

3、行业机会分析

4、行业威胁分析

第二节 中国电动工具行业竞争格局综述

一、行业竞争程度

二、行业竞争格局

三、业未来竞争格局和特点

四、市场进入及竞争对手分析

第八章 中国电动工具行业重点品牌竞争格局（需根据中国建材家居网品牌大全做相应调整）

第一节 TCL-罗格朗

一、企业发展概况

二、企业产品结构

三、企业经销商分布情况

四、企业特许经营情况

1、企业特许经营概况

2、企业特许加盟细则

五、企业优势与劣势分析

第二节 施耐德

一、企业发展概况

二、企业产品结构

三、企业经销商分布情况

四、企业特许经营情况

1、企业特许经营概况

2、企业特许加盟细则

五、企业优势与劣势分析

第三节 西蒙

一、企业发展概况

二、企业产品结构

三、企业经销商分布情况

四、企业特许经营情况

1、企业特许经营概况

2、企业特许加盟细则

五、企业优势与劣势分析

第四节 西门子

一、企业发展概况

二、企业产品结构

三、企业经销商分布情况

四、企业特许经营情况

1、企业特许经营概况

2、企业特许加盟细则

五、企业优势与劣势分析

第五节 松下

一、企业发展概况

二、企业产品结构

三、企业经销商分布情况

四、企业特许经营情况

1、企业特许经营概况

2、企业特许加盟细则

五、企业优势与劣势分析

第六节 ABB电气

一、企业发展概况

二、企业产品结构

三、企业经销商分布情况

四、企业特许经营情况

1、企业特许经营概况

2、企业特许加盟细则

五、企业优势与劣势分析

第七节 日立

一、企业发展概况

二、企业产品结构

三、企业经销商分布情况

四、企业特许经营情况

1、企业特许经营概况

2、企业特许加盟细则

五、企业优势与劣势分析

第八节 霍尼韦尔-朗能

一、企业发展概况

二、企业产品结构

三、企业经销商分布情况

四、企业特许经营情况

1、企业特许经营概况

2、企业特许加盟细则

五、企业优势与劣势分析

第九节 天基电气

一、企业发展概况

二、企业产品结构

三、企业经销商分布情况

四、企业特许经营情况

1、企业特许经营概况

2、企业特许加盟细则

五、企业优势与劣势分析

第十节 正泰CHINT

一、企业发展概况

二、企业产品结构

三、企业经销商分布情况

四、企业特许经营情况

1、企业特许经营概况

2、企业特许加盟细则

五、企业优势与劣势分析

第四部分 市场全景调研

第九章 中国消费者对电动工具的偏好调查

第一节 电动工具产品目标客户群体调查

一、不同性别消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 电动工具产品的品牌市场调查

一、消费者对电动工具品牌认知度宏观调查

二、消费者对电动工具产品的品牌偏好调查

三、消费者对电动工具品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、电动工具品牌忠诚度调查

六、电动工具品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

第十章 中国电动工具互联网消费市场分析

第一节 电动工具互联网供求分析

一、近一年电动工具互联网供求情况

二、近一年电动工具互联网供求分析

三、2019-2023年电动工具十大品牌分析

第二节 电动工具互联网交易属性分析

一、电动工具互联网交易分类

二、电动工具互联网交易属性分析

第三节 电动工具互联网营销属性分析

一、电动工具互联网营销属性情况

二、电动工具互联网营销属性分析

第四节 电动工具价格带分析

一、电动工具价格带情况

二、电动工具价格带分析

第五节 电动工具互联网交易排行分析

一、电动工具互联网搜索排行榜

1、前十名电动工具热搜榜和上升榜(最近30天)

2、电动工具互联网搜索排行榜分析

二、电动工具互联网交易产品排行榜

1、前十名电动工具热搜榜和上升榜(最近30天)

2、电动工具互联网交易产品排行榜分析

三、电动工具互联网交易公司排行榜

1、前十名电动工具热搜榜和上升榜(最近30天)

2、电动工具互联网交易公司排行榜分析

四、电动工具互联网交易公司排行榜

1、前十名电动工具热搜榜和上升榜(最近30天)

2、电动工具互联网交易公司排行榜分析

第十一章 电动工具行业渠道分析

第一节 电动工具产品主流渠道形式

第二节 电动工具各类渠道要素对比

第三节 电动工具行业销售渠道变化趋势

第十二章 我国电动工具行业区域市场分析

第一节 电动工具市场销额区域结构分析

一、产品销额区域集中度分析

二、产品销额区域分布特点分析

三、产品销额区域分布变化分析

第二节 2019-2023年我国电动工具市场销额重点区域市场分析

一、东北地区市场分析

1、地区市场规模分析

2、重点省市分析

二、华北地区市场规模分析

1、地区市场规模分析

2、重点省市分析

三、华东地区市场规模分析

1、地区市场规模分析

2、重点省市分析

四、华中地区市场规模分析

1、地区市场规模分析

2、重点省市分析

五、华南地区市场规模分析

1、地区市场规模分析

2、重点省市分析

六、西北地区市场规模分析

1、地区市场规模分析

2、重点省市分析

七、西南地区市场规模分析

1、地区市场规模分析

2、重点省市分析

第五部分 发展前景展望

第十三章 2024-2029年我国电动工具行业前景及趋势预测

第一节 2024-2029年电动工具市场发展前景

一、2024-2029年电动工具市场发展潜力

二、2024-2029年电动工具市场发展前景展望

三、2024-2029年电动工具细分行业发展前景分析

第二节 2024-2029年电动工具市场发展趋势预测

一、2024-2029年电动工具行业发展趋势

二、2024-2029年电动工具市场规模预测

三、2024-2029年电动工具细分市场发展趋势预测

第三节 2024-2029年电动工具行业产销预测

一、2024-2029年电动工具行业产量预测

二、2024-2029年电动工具行业销量预测

三、2024-2029年电动工具行业产销平衡预测

第十四章 中国电动工具行业特许经营前景预测

第一节 中国电动工具行业特许经营前景展望

一、中国特许经营市场潜力巨大

二、中国特许经营未来前景可期

三、中国特许经营发展的机遇

第二节 中国电动工具行业特许经营发展趋势预测

一、2024-2029年中国特许经营发展预测分析

二、国内特许经营发展的趋势分析

三、中国特许经营发展的几大方向

第三节 中国电动工具行业特许经营具体发展表现

一、形式和行业领域的发展

二、竞争和管理的发展

三、经济形式的发展

第六部分 投资策略研究

第十五章 2024-2029年电动工具行业投资策略研究

第一节 电动工具行业投资特性分析

一、行业进入壁垒分析

二、行业盈利因素分析

三、行业盈利模式分析

第二节 2024-2029年电动工具行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 电动工具行业投资情况(可参考投融界网或其他网站数据)

一、2019-2023年总体投资结构

二、2019-2023年投资规模情况

三、2019-2023年投资增速情况

四、2019-2023年分地区投资分析

第四节 2024-2029年电动工具行业投资机会分析

一、国内重点区域投资机会

二、产业链投资机会

三、细分行业投资机会

第五节 2024-2029年电动工具行业投资风险及防范

一、原材料价格波动风险及防范

二、市场竞争风险及防范

三、汇率风险及防范

四、其他风险及防范

第六节 2024-2029年电动工具行业发展建议

一、行业未来发展方向

二、行业主要投资建议

1、抓住区域投资机会

2、把握投资的方向

3、确定投资渠道

第十六章 电动工具行业特许经营的投资策略分析

第一节 电动工具行业概况及机会

一、特许经营的投资概况

二、特许经营的投资机会

第二节 电动工具行业投资风险

一、特许经营中常见的投资误区

二、特许方和加盟方的风险

三、特许经营扩张中的风险

四、特许经营中潜伏的风险

五、特许经营面临的法律风险探究

第三节 电动工具行业投资建议

一、特许经营创业的考虑要素

二、特许经营模式的有效经营

三、把握特许经营的市场定位

四、特许经营投资战略总结

第四节 电动工具行业民间资本投资特许经营现状

一、中国民企积极试水特许经营

二、特许经营成民资首选投资对象

三、民间资本进入特许经营亟待扫清障碍

四、民间资本PPP项目的实践与风险探析

图表目录：

图表：电动工具产业链分析

图表：电动工具行业盈利影响因素

图表：电动工具发展相关规划

图表：电动工具行业竞争格局

图表：国际电动工具市场规模

图表：国际电动工具生命周期

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：2019-2023年中国电动工具市场规模

图表：2019-2023年我国电动工具需求情况

图表：2019-2023年我国电动工具主要细分市场结构图

图表：“十四五”期间中国第三产业增速预测

图表：“十四五”期间中国互联网行业增速预测

图表：“十四五”期间中国电动工具行业发展规模预测

图表：“十四五”期间中国电动工具行业发展趋势预测

图表：2024-2029年中国互联网经济整体规模

图表：2024-2029年我国电动工具主要细分市场结构趋势

图表：2024-2029年中国电动工具市场规模预测

图表：2019-2023年华东地区GDP增速

图表：2019-2023年华东地区市场规模

图表：2019-2023年华东地区行业相关政策

图表：2019-2023年华南地区GDP增速

图表：2019-2023年华南地区市场规模

图表：2019-2023年华南地区行业相关政策

图表：2019-2023年华北地区GDP增速

图表：2019-2023年华北地区市场规模

图表：2019-2023年华北地区行业相关政策

图表：2019-2023年华中地区GDP增速

图表：2019-2023年华中地区市场规模

图表：2019-2023年华中地区行业相关政策

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)　Emai：kf@51baogao.cn

本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20171013/93291.shtml

在线订购：点击这里