

# 2015-2020年中国农村家电 行业深度研究与市场运营趋势报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2015-2020年中国农村家电行业深度研究与市场运营趋势报告》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.abaogao.com/b/xiaojiadian/774128RBEP.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

随着农村经济的飞速发展，农民生活水平的普遍提高，在“家电下乡”、“以旧换新”两大政策的推动下，农村家庭对家电种类和数量的需求越来越大。

2012年，全国（不包括山东、河南、四川、青岛）家电下乡产品销售7991.3万台，实现销售额2145.2亿元，按可比口径计算，同比分别增长22.6%和18.8%。2013年农村彩电市场亮眼，零售总量2174万台，占整个彩电市场的50.1%。

当前国内家电业对于未来农村市场的商业机会与发展空间，已经达成了高度共识，即一定要到农村市场，一定要面向农村市场开发特色产品、促销手段和服务，一定要抓住在农村分销市场占据8成以上份额的区域家电连锁商的网络资源，建立深度的战略合作关系。

最具代表性的，便是以索尼、夏普、三星、大金为代表的外资企业，已经纷纷展开了面向中国农村市场的产品研发和市场扩张计划。而对于众多的中国家电制造商而言，其农村扩张计划早在10年前便陆续拉开，不过自2009年以来在“家电下乡”、“以旧换新”等政策的刺激下，家电制造商们的农村拓展计划才从“区域试点、局部试水、阶段性促销”转向了“全国化、规模化、中长期发展规划”。

农村市场的需求普及将是未来国内家电行业增长的重要驱动力。随着农村生活水平的显著提升，家电产品价格的进一步下降和品质的显著提升，以及越来越多专业化、规范化的农村电器连锁店的出现和完善，未来10年甚至更长的时间，中国家电市场的竞争将从城市全面转向农村，甚至还会出现“以农村传导城市”的产品研发新趋势。

智研数据研究中心发布的《2015-2020年中国农村家电行业深度研究与市场运营趋势报告》共八章。首先介绍了农村地区的经济、政策、市场消费状况，然后分析了中国农村家电市场现状及其消费状况，接着对“家电下乡”政策及市场进行了全面解析。随后，报告对主要地区农村家电市场、主要家电产品市场、农村家电市场流通渠道及营销做出了细致分析。最后，报告对农村家电市场的竞争及前景趋势做了深入剖析。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、智研数据研究中心、中国家用电器协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对农村家电产业有个系统深入的了解、或者想投资农村家电行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

### 第一章 农村家电市场发展背景分析

#### 1.1 2012-2014年农村经济状况

##### 1.1.1 2012年我国农村经济运行状况

- 1.1.2 2013年我国农村经济运行状况
- 1.1.3 2014年我国农村经济运行态势
- 1.1.4 科技促进我国农村经济稳定发展
- 1.1.5 我国农村经济建设存在的不足及对策
- 1.1.6 我国农村经济的发展建议
- 1.2 国家农业政策及执行情况
  - 1.2.1 重点农村政策落实情况和农村改革新进展回顾
  - 1.2.2 2012年我国农村政策落实情况和农村改革进展
  - 1.2.3 2013年重点农村政策落实情况和农村改革新进展
  - 1.2.4 中央一号文件高度关注“三农”问题
- 1.3 2012-2014年农村消费市场解析
  - 1.3.1 农村消费市场特征
  - 1.3.2 农村消费市场扩大有利于增加内需
  - 1.3.3 制约我国农村消费市场发展的因素
  - 1.3.4 促进农村消费市场发展的措施

## 第二章 2012-2014年中国农村家电市场分析

- 2.1 2012-2014年中国农村家电市场现状分析
  - 2.1.1 中国农村家电市场发展概况
  - 2.1.2 农村小家电市场发展状况分析
  - 2.1.3 我国农村家电市场发展成绩综述
  - 2.1.4 我国农村家电市场表现较城市抢眼
  - 2.1.5 外资品牌家电开发农村市场面临机遇
- 2.2 2012-2014年农村家电市场售前售后服务分析
  - 2.2.1 农村家电市场售后服务发展现状
  - 2.2.2 售后服务成开发农村家电市场的竞争焦点
  - 2.2.3 农村家电售后服务市场存在的主要问题
  - 2.2.4 家电下乡政策退出农村售后服务面临的挑战
  - 2.2.5 农村市场售后模式浅析
  - 2.2.6 完善农村家电售后服务的措施
  - 2.2.7 开发农村家电市场还应加强售前服务

- 2.3 中国农村家电市场面临的挑战及建议
  - 2.3.1 市场透支问题如何解决
  - 2.3.2 农村市场竞争或更加激烈
  - 2.3.3 小品牌将面临生死考验
  - 2.3.4 农村小家电市场推广面临阻碍
  - 2.3.5 规范政策退出的发展建议
  - 2.3.6 中小企业开拓农村家电市场的对策

### 第三章 2012-2014年农村家电消费分析

- 3.1 2012-2014年家电消费状况调查
  - 3.1.1 我国农村家电产品普及状况
  - 3.1.2 农村市场家电产品的保有情况
  - 3.1.3 农村家电产品的购置时间
  - 3.1.4 农村消费者的家电购买需求
  - 3.1.5 农村市场消费的特点分析
- 3.2 2012-2014年影响农村家电消费的主要因素
  - 3.2.1 农民收入增长慢影响其消费能力
  - 3.2.2 农村市场有效供给不足影响消费
  - 3.2.3 农村家电消费环境挫伤消费积极性
- 3.3 提升农村家电消费的对策及建议
  - 3.3.1 政策支持
  - 3.3.2 组织支持
  - 3.3.3 制度支持

### 第四章 2012-2014年“家电下乡”政策及市场分析

- 4.1 “家电下乡”政策介绍
  - 4.1.1 家电下乡的概念
  - 4.1.2 政策的出台背景
  - 4.1.3 实施家电下乡的重大意义
  - 4.1.4 推广家电下乡的实施步骤

- 4.1.5 涉足下乡的企业所必备的条件
- 4.1.6 “家电下乡”政策退出对企业的影响分析
- 4.2 2010年“家电下乡”市场分析
  - 4.2.1 家电下乡总体销售状况
  - 4.2.2 家电下乡销售农村市场占比
  - 4.2.3 细分产品销售情况及占比
  - 4.2.4 区域销售情况及占比
- 4.3 2011-2013年“家电下乡”市场分析
  - 4.3.1 2011年家电下乡销售状况
  - 4.3.2 2011年11月28省市启动新一轮家电下乡招标
  - 4.3.3 2011年11月底三省一市家电下乡政策结束
  - 4.3.4 2012年我国家电下乡发展状况
  - 4.3.5 2013年我国家电下乡发展动向
- 4.4 “家电下乡”推广面临的问题及发展建议
  - 4.4.1 家电下乡推广面临的制约因素
  - 4.4.2 实施“家电下乡”应防范几大忧患
  - 4.4.3 实施“家电下乡”存在的问题及对策
  - 4.4.4 推广家电下乡的发展建议

## 第五章 2012-2014年主要地区农村家电市场分析

- 5.1 广东
  - 5.1.1 广东省农民收入状况
  - 5.1.2 广东省家电下乡市场特点
  - 5.1.3 广东省家电下乡市场现状
- 5.2 江苏
  - 5.2.1 江苏省农民人均纯收入情况
  - 5.2.3 江苏省家电下乡销售特征
  - 5.2.4 江苏省家电下乡销售现状
- 5.3 浙江
  - 5.3.1 浙江省农民人均纯收入情况
  - 5.3.3 浙江临海市家电下乡成绩骄人

- 5.3.4 温州市家电下乡“双轨制”运行情况
- 5.3.5 浙江嘉兴掀起家电下乡销售热潮
- 5.4 河南
  - 5.4.1 河南省农民人均收入情况
  - 5.4.2 河南省家电下乡市场回顾
  - 5.4.3 河南省家电下乡产品销售分析
  - 5.4.4 河南省开封市家电下乡运行状况
- 5.5 山东
  - 5.5.1 山东省农民人均纯收入情况
  - 5.5.2 山东省家电下乡运行特点
  - 5.5.3 山东省家电下乡市场状况分析
  - 5.5.4 山东省部分地区家电下乡市场状况
- 5.6 其它地区
  - 5.6.1 四川
  - 5.6.2 新疆
  - 5.6.3 安徽
  - 5.6.4 河北
  - 5.6.5 福建
  - 5.6.6 江西
  - 5.6.7 广西

## 第六章 2012-2014年主要家电产品农村市场分析

- 6.1 电视机
  - 6.1.1 农村居民购买彩电的消费心理
  - 6.1.2 “家电下乡”彩电中标情况
  - 6.1.3 我国彩电下乡市场概况
  - 6.1.4 家电下乡对彩电业快速发展的拉动作用
  - 6.1.5 家电下乡政策到期加剧彩电市场调整
  - 6.1.6 平板电视农村市场发展潜力巨大
- 6.2 洗衣机
  - 6.2.1 我国农村洗衣机市场消费特点

- 6.2.2 家电下乡洗衣机市场状况
- 6.2.3 大品牌洗衣机农村市场日渐走俏
- 6.2.4 我国农村洗衣机市场竞争日益激烈
- 6.2.5 国内农村洗衣机高端市场分析
- 6.3 冰箱（冰柜）
  - 6.3.1 我国农村冰箱消费大幅攀升
  - 6.3.2 冰箱下乡三四级市场发展分析
  - 6.3.3 农村冰箱市场打响服务升级战
  - 6.3.4 农村冰箱市场将迎来新一轮洗牌
  - 6.3.5 拓展农村冰箱市场的策略措施
- 6.4 空调
  - 6.4.1 农村市场成空调企业新竞争点
  - 6.4.2 本土空调品牌在农村市场优势明显
  - 6.4.3 我国空调下乡市场分析
  - 6.4.4 外资品牌拓展农村空调市场面临挑战
  - 6.4.5 我国农村空调市场发展前景广阔
- 6.5 手机
  - 6.5.1 我国农村手机市场发展概况
  - 6.5.2 农村手机互联网需求快速增长
  - 6.5.3 我国农村市场手机普及率高
  - 6.5.4 农村手机市场存在的主要问题
  - 6.5.5 国内农村手机市场营销思路解析
- 6.6 电脑
  - 6.6.1 电脑下乡市场状况分析
  - 6.6.2 农村市场电脑消费分析
  - 6.6.3 我国农村电脑市场不断发展壮大
  - 6.6.4 农村电脑市场面临的主要问题
  - 6.6.5 拓展农村电脑市场的对策措施

## 第七章 2012-2014年农村家电市场流通渠道及营销策略分析

### 7.1 农村家电市场渠道建设发展状况



- 7.1.1 “家电下乡”诱使销售渠道再次变革
- 7.1.2 家电商加速渠道建设步伐
- 7.1.3 地方家电渠道商联盟开拓农村市场
- 7.1.4 重视利用农村供销社的重要途径
- 7.1.5 农村家电市场自建渠道的发展
- 7.1.6 渗透农村家电市场的连锁模式
- 7.2 农村家电销售渠道面临的问题及建议
  - 7.2.1 农村市场销售渠道存在的问题
  - 7.2.2 应当重视发展家电连锁加盟
  - 7.2.3 需创建复合型市场渠道
- 7.3 销售模式案例分析
  - 7.3.1 汇银家电开拓农村家电市场案例分析
  - 7.3.2 “顺德家电”开拓农村市场模式剖析
  - 7.3.3 日日顺拓展农村市场模式剖析
  - 7.3.4 值家电打造新型销售模式浅析
  - 7.3.5 万利达创新农村销售模式案例解析
  - 7.3.6 飞龙家电推出多方达模式
- 7.4 家电企业营销策略分析
  - 7.4.1 农村家电市场的营销思路
  - 7.4.2 家电企业农村市场的差异化策略
  - 7.4.3 开发农村市场的4C营销策略
  - 7.4.4 农村家电市场的广告策略

## 第八章 农村家电市场竞争及前景分析

- 8.1 农村家电市场竞争格局分析
  - 8.1.1 我国农村家电市场品牌竞争格局
  - 8.1.2 产能过剩加速农村家电市场调整
  - 8.1.3 农村家电市场过度竞争隐忧渐显
  - 8.1.4 农村中高端家电市场竞争激烈
  - 8.1.5 中外家电企业农村市场竞争升温
  - 8.1.6 农村家电市场争夺日趋白热化

- 8.2 外资企业在中国农村家电市场的竞争形势
  - 8.2.1 农村市场外资品牌现状阐述
  - 8.2.2 农村市场对于外资企业仍然重要
  - 8.2.3 渠道建设成外资拓展农村市场最大掣肘
  - 8.2.4 洋品牌拓展农村市场警惕盲目冒进
  - 8.2.5 外资企业开拓农村家电市场面临尴尬局面
- 8.3 农村家电市场前景趋势分析
  - 8.3.1 中国国内农村家电市场前景乐观
  - 8.3.2 中国农村家电市场消费潜力巨大
  - 8.3.3 农村家电中高端市场未来展望
  - 8.3.4 电网升级将激发农村家电消费升级
  - 8.3.5 我国家电下乡销量增长潜力仍存

附录：

附录一：《全国农业和农村经济发展第十二个五年规划》

## 图表目录

- 图表 2004-2012年我国出台的中央一号文件
- 图表 家电产品农村家庭普及率
- 图表 主要家电产品百户保有量
- 图表 农村消费者各类家电产品意向购买比例
- 图表 家电农村销售额占比变化
- 图表 “家电下乡”各家电品种的农村市场销量占比
- 图表 各家电品种的农村保有量
- 图表 家电下乡主要产品占比（销售额）
- 图表 家电下乡主要产品占比（销量）
- 图表 农业大省家电下乡销售额占比
- 图表 家电下乡月度销量及同比增速
- 图表 家电下乡月度销售额及同比增速
- 图表 家电下乡累计销量及其增速
- 图表 家电下乡累计销售额及其增速

- 图表 家电下乡销售均价变化
- 图表 广东农村居民家庭四大项收入增长情况
- 图表 广东农村居民家庭八大类消费支出情况
- 图表 广东省“家电下乡”销售情况表
- 图表 家电下乡洗衣机产品的品牌销量份额
- 图表 家电下乡洗衣机产品洗衣机分价格段销量份额
- 图表 家电下乡洗衣机产品20大畅销型号
- 图表 家电下乡洗衣机产品主要省份销量份额
- 图表 家电下乡洗衣机产品山东、四川销量对比
- 图表 家电下乡山东、四川各品牌洗衣机销量份额排名
- 图表 农村市场获取电脑类信息渠道（总体）
- 图表 农村市场获取电脑类信息渠道（分年龄段）
- 图表 农村市场获取电脑类信息渠道（分学历）
- 图表 搜集电脑类信息常去的网站
- 图表 经常收看的央视频道（前10名）
- 图表 经常收看的卫视频道（前10名）
- 图表 经常收看的电视节目类型
- 图表 受欢迎的电脑类报纸杂志

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/774128RBEP.html>