

2014-2019年中国农村家电 行业前景研究与投资潜力研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2014-2019年中国农村家电行业前景研究与投资潜力研究报告》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/P28941M42U.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

第一章 农村家电市场发展背景分析

1.1 农村经济状况

1.1.1 2011年我国农村经济运行状况分析

1.1.2 2012年国内农村经济发展浅析

1.1.3 透析农业农村经济展现的新特点

1.1.4 我国农业农村经济发展面临的不利因素

1.1.5 我国农业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 2010年重点农村政策落实情况和农村改革新进展

1.2.2 2011年我国农村政策落实情况和农村改革新进展

1.2.3 2012年国内农村重大政策实施情况

1.2.4 中央一号文件高度关注“三农”问题

1.3 农村消费市场解析

1.3.1 我国经济增长的潜力市场在农村

1.3.2 中国农村消费市场现状概述

1.3.3 中国农村市场消费面临的障碍

1.3.4 激活农村市场消费的发展措施

第二章 中国农村家电市场分析

2.1 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现状分析

2.1.3 近年来我国农村家电市场发展成绩综述

2.1.4 2012年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 农村家电市场售前售后服务分析

2.2.1 售后服务成开发农村家电市场的竞争焦点

2.2.2 我国农村家电市场售后服务存在的主要问题

2.2.3 家电下乡政策退出农村售后服务面临的挑战

- 2.2.4 农村市场售后模式浅析
- 2.2.5 开发农村家电市场还应该加强售前服务
- 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 规范政策退出的发展建议

第三章 农村家电消费分析

- 3.1 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 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 “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
- 4.2 2012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 2013年“家电下乡”市场分析
 - 4.3.1 2013年1-10月家电下乡销售状况
 - 4.3.2 2013年12月28省市启动新一轮家电下乡招标
 - 4.3.3 2013年12月底三省一市家电下乡政策结束
- 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 推广家电下乡的发展建议

第五章 主要地区农村家电市场分析

- 5.1 广东
 - 5.1.1 2010-2013年三季度广东农民收入状况
 - 5.1.2 2011年广东家电下乡市场状况
 - 5.1.3 2012年广东家电下乡市场状况
- 5.2 江苏
 - 5.2.1 2011年江苏省农民人均纯收入情况
 - 5.2.2 2012年江苏省家电下乡市场状况
 - 5.2.3 2013年1-12月江苏省家电下乡市场状况
- 5.3 浙江
 - 5.3.1 2012年浙江省农民人均纯收入情况
 - 5.3.2 2011年浙江部分地区家电下乡销售情况
 - 5.3.3 2012年浙江临海市家电下乡成绩骄人
 - 5.3.4 2013上半年台州市家电下乡位列浙江省第一
- 5.4 河南
 - 5.4.1 2011年河南省农民人均收入情况

- 5.4.2 2012年家电下乡销售情况
- 5.4.3 2013年1-10月家电下乡销售情况
- 5.4.4 2013年1-10月开封市家电下乡产品销售情况
- 5.5 山东
 - 5.5.1 2012年山东省农民人均纯收入情况
 - 5.5.2 2011年山东省家电下乡市场状况
 - 5.5.3 2012年山东省家电下乡市场状况
 - 5.5.4 2013年前三季度山东省家电下乡市场状况
- 5.6 其它地区
 - 5.6.1 安徽
 - 5.6.2 四川
 - 5.6.3 河北
 - 5.6.4 福建
 - 5.6.5 江西
 - 5.6.6 广西

第六章 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 2010年家电下乡彩电销售特征解析
 - 6.1.3 2011年“家电下乡”彩电中标情况
 - 6.1.4 2012年彩电下乡政策拉动效应减弱
 - 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 2012年家电下乡洗衣机市场状况
 - 6.2.3 国内农村洗衣机高端市场分析
 - 6.2.4 我国农村洗衣机市场竞争日益激烈
 - 6.2.5 洗衣机三四级市场发展前景看好
- 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 外资品牌拓展农村空调市场面临挑战
 - 6.4.4 我国农村空调市场发展前景广阔
- 6.5 手机
 - 6.5.1 我国农场手机市场发展概况
 - 6.5.2 农村手机互联网需求快速增长
 - 6.5.3 农村手机市场存在的主要问题
 - 6.5.4 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 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
- 7.2 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
- 7.4 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
- 8.2 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
- 8.3 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

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1 2004-2012年我国出台的中央一号文件
- 图表2 家电产品农村家庭普及率
- 图表3 主要家电产品百户保有量
- 图表4 农村消费者各类家电产品意向购买比例
- 图表5 2013年1-12月家电下乡销量及同比增速
- 图表6 2013年1-12月家电下乡销售额及同比增速
- 图表7 2009-2013年12月家电下乡销售均价变化
- 图表8 家电农村销售额占比变化
- 图表9 “家电下乡”各家电品种的农村市场销量占比
- 图表10 各家电品种的农村保有量（1985-2009年）
- 图表11 2010年12月家电下乡销售情况
- 图表12 2013年1-12月家电下乡销售情况
- 图表13 2009-2013年1-12月家电下乡主要产品占比（销售额）
- 图表14 2009-2013年1-12月家电下乡主要产品占比（销量）
- 图表15 2009-2013年1-12月农业大省家电下乡销售额占比
- 图表16 2012年广东分区域农村居民人均纯收入
- 图表17 2012年珠三角各市农村居民人均纯收入
- 图表18 2012年粤东各市农村居民人均纯收入
- 图表19 2012年西翼各市农村居民人均纯收入
- 图表20 2012年广东山区各市农村居民人均纯收入
- 图表21 2012年广东区域农村居民人均纯收入构成
- 图表22 2012年广东区域农村居民从业人员构成
- 图表23 2012年广东区域农村居民人均财产性收入
- 图表24 2012年广东省“家电下乡”销售情况表
- 图表25 截至2011年10月31日安徽省各市家电下乡产品销售情况表
- 图表26 家电下乡洗衣机产品的品牌销量份额
- 图表27 家电下乡洗衣机产品洗衣机分价格段销量份额
- 图表28 家电下乡洗衣机产品20大畅销型号
- 图表29 家电下乡洗衣机产品主要省份销量份额
- 图表30 家电下乡洗衣机产品山东、四川销量对比

图表31 家电下乡山东、四川各品牌洗衣机销量份额排名

图表32 农村市场获取电脑类信息渠道（总体）

图表33 农村市场获取电脑类信息渠道（分年龄段）

图表34 农村市场获取电脑类信息渠道（分学历）

图表35 搜集电脑类信息常去的网站

图表36 经常收看的央视频道（前10名）

图表37 经常收看的卫视频道（前10名）

图表38 经常收看的电视节目类型

图表39 受欢迎的电脑类报纸杂志

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/P28941M42U.html>