

2020-2026年中国家用电器 行业市场运营态势与发展全景评估报告

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

《2020-2026年中国家用电器行业市场运营态势与发展全景评估报告》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/V81894DC4P.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

我国人口占比中，一、二线城市人口占比约是25%，三、四线城市人口占比约53%，三、四线城市的人口是一、二线城市的一倍以上。从人口基数看到，三、四线城市在消费总体量上要远大于一、二线城市，结合三、四线收入增长以及城镇化等因素，我们认为三、四线城市消费爆发已具备很好的经济基础，并且三、四线在市场容量将是一、二线城市市场的一倍以上。一至四线家电市场占比

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国家用电器行业市场运营态势与发展全景评估报告》共十八章。首先介绍了家用电器相关概念及发展环境，接着分析了中国家用电器规模及消费需求，然后对中国家用电器市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国家用电器面临的机遇及发展前景。您若想对中国家用电器有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 家电行业相关概述1

第一节 家电行业定义1

第二节 家电行业产品知识1家用电器安全使用年限 空调 洗衣机 冰箱 彩电 抽油烟机

8~10年 8年 12~16年 8~10年 8~15年 电热水器 电饭煲 微波炉 吸尘器 电筒剃须刀 8

年 10年 10年 8年 4年 家用电器更新量 家电下乡 彩电销量 冰箱销量 空调销量 洗衣机

销量 2009年 7949050 11750770 3801720 5529774 2010年 19857275 23828730 7942910

9531492 2011年 26244660 24225840 13122330 11103510 2012年 20824440 19222560

14416920 8009400 - 彩电更新量 冰箱更新量 空调更新量 洗衣机更新量 2013年

1192358 0 0 0 2014年 4965854 587539 190086 276489 2015年 10888280 2954052

967403 1306041 2016年 16238960 7135756 2607897 3090854 2017年 16533635 12298443

5228207 5354738 2019年 12838222 16035889 7533075 6910940 2019年 7782218 16429334

8322806 7113522 2020年 3394677 13812656 7610218 5929265

第三节 家电行业分类情况2

第二章 2019年家用电器行业运行环境分析3

第一节 2019年国内外社会经济发展状况3

- 一、总体数据3
 - 二、规模以上工业增加值6
 - 三、固定资产投资7
 - 四、社会消费品零售总额12
 - 五、进出口贸易15
 - 六、物价水平21
 - 七、居民收入24
 - 八、货币供应26
 - 九、全球经济总体运行概况26
 - 十、美国经济31
 - 十一、日本经济32
 - 十二、欧元区经济34
- ### 第二节 国家经济政策35
- ### 第三节 家用电器行业政策36

第三章 全球家用电器行业发展分析38

第一节 2016-2019年全球家用电器市场运行情况38

- 一、全球家用电器市场分析38
 - 二、全球家用电器市场需求状况38
 - 三、全球家用电器市场价格变化情况38
 - 四、全球家用电器市场发展趋势38
- ### 第二节 2016-2019年全球部分地区家用电器市场分析39
- 一、美国家用电器市场分析39
 - 二、欧盟家用电器市场分析40
 - 三、韩国家用电器市场分析40
 - 四、日本家用电器市场分析41

第四章 中国家用电器行业发展现状分析42

第一节 2016-2019年家用电器行业发展现状42

- 一、家用电器行业发展概况42

二、家用电器行业生产分析	44
三、家用电器行业消费分析	45
第二节 2016-2019年家用电器企业发展分析	46
一、家用电器企业发展动态分析	46
二、家用电器企业自身发展分析	47
三、家用电器企业发展规划分析	48
第三节 2016-2019年家用电器行业经济运行分析	49
一、2016-2019年家用电器行业产值分析	49
二、2016-2019年家用电器行业效益分析	53
三、2016-2019年家用电器行业投资分析	53
四、2016-2019年家用电器行业出口分析	54
第四节 2016-2019年家用电器市场发展分析	55
一、2019年家用电器市场分析	55
二、2019年家用电器市场变化分析	57
三、2019年家用电器市场走势分析	62
四、2020-2026年家用电器市场发展趋势分析	63
第五节 家用电器行业面临的挑战及发展建议	67
一、家用电器行业发展面临的难题	67
二、家用电器行业发展建议	67
第五章 中国家用电器消费市场分析	69
第一节 2016-2019年家用电器消费者特征分析	69
一、性别结构分析	69
二、年龄结构分析	70
三、学历结构分析	70
四、收入结构分析	71
第二节 2016-2019年家用电器消费市场区域分布	72
第三节 家用电器市场消费特点	72
第四节 家用电器消费市场新趋势	73
第五节 2016-2019年家用电器行业消费市场新政策	74
第六章 中国家用电器行业市场营销战略分析	76

第一节 家用电器企业营销分析76

一、家用电器市场营销现状76

二、家用电器品牌成功因素分析77

三、家用电器企业营销战略研究78

第二节 家用电器营销渠道分析79

一、家用电器销售渠道构成79

二、家用电器营销渠道策略分析80

第三节 家用电器行业营销策略分析80

一、连锁经营的“集中一点”策略80

二、连锁经营的促销策略81

三、连锁经营的渠道策略81

四、连锁经营物流配送与管理实施策略82

第四节 家用电器企业成功营销策略分析84

一、专卖店营销策略分析84

二、广告营销策略分析87

三、体育营销策略分析87

四、电子商务营销策略分析89

五、主题营销策略分析91

六、整体家居营销策略分析92

七、路演营销策略分析93

第七章 中国家用电器行业发展分析95

第一节 2016-2019年家用电器制造行业总体规模分析95

一、2016-2019年家用电器制造企业数量结构分析95

二、2016-2019年家用电器制造行业生产规模分析96

第二节 2016-2019年家用电器制造行业产销分析97

一、2016-2019年家用电器制造行业产成品情况总体分析97

二、2016-2019年家用电器制造行业产品销售收入总体分析98

第三节 2016-2019年家用电器制造行业盈利能力分析99

一、家用电器制造行业销售利润率99

二、家用电器制造行业成本费用利润率100

三、家用电器制造行业亏损面100

第四节 2016-2019年家用电器制造行业偿债能力分析101

一、家用电器制造行业资产负债比率101

二、家用电器制造行业利息保障倍数102

第五节 2016-2019年家用电器制造行业营运能力分析103

一、家用电器制造行业应收账款周转率103

二、家用电器制造行业总资产周转率104

第六节 2016-2019年家用电器制造行业发展能力分析105

一、家用电器制造行业总资产增长率105

二、家用电器制造行业利润总额增长率106

三、家用电器制造行业主营业务收入增长率106

第八章 2019年大家电行业发展分析107

第一节 2016-2019年大家电市场发展分析107

一、大家电市场发展分析107

二、大家电市场发展有利因素分析108

三、大家电市场消费特点分析109

第二节 2016-2019年大家电出口状况分析109

一、大家电出口数量及金额分析109

二、大家电主要出口市场分析110

第三节 2016-2019年大家电行业存在的问题及对策111

一、大家电产品问题分析111

二、大家电行业存在的问题111

三、大家电外销市场问题分析112

四、大家电行业品牌策略分析112

五、提高大家电市场竞争力策略分析112

第九章 2016-2019年小家电行业发展分析113

第一节 2016-2019年小家电市场发展分析113

一、小家电市场发展分析113

二、小家电市场发展有利因素分析115

三、小家电市场消费特点分析115

第二节 2016-2019年小家电出口状况分析116

- 一、小家电出口数量及金额分析116
- 二、小家电主要出口市场分析118
- 第三节 2016-2019年小家电行业存在的问题及对策118
 - 一、小家电产品问题分析118
 - 二、小家电行业存在的问题119
 - 三、小家电外销市场问题分析119
 - 四、小家电行业品牌策略分析119
 - 五、提高小家电市场竞争力策略分析120

第十章 中国家用电器行业竞争格局分析121

- 第一节 2016-2019年中国家用电器行业竞争结构分析121
 - 一、家电行业领导者121
 - 二、家电行业挑战者121
 - 三、家电行业追随者121
- 第二节 2016-2019年中国家用电器行业竞争格局分析122
 - 一、区域竞争情况122
 - 二、品牌竞争情况122
 - 三、家电行业核心技术发展趋势123
- 第三节 2020-2026年中国家电行业竞争格局变化趋势124

第十一章 细分产业竞争格局分析127

- 第一节 大家电行业竞争格局分析127
 - 一、2016-2019年大家电行业竞争结构分析127
 - 二、2016-2019年大家电行业竞争格局分析129
- 第二节 小家电行业竞争格局分析129
 - 一、2016-2019年小家电行业竞争结构分析129
 - 二、2016-2019年小家电行业竞争格局分析130
- 第三节 细分行业竞争环境分析131

第十二章 优势企业发展分析132

- 第一节 广东美的集团132
 - 一、企业简介132

二、经营状况134

三、发展策略137

第二节 珠海格力电器股份有限公司139

一、企业简介139

二、经营状况142

三、企业经营动态145

四、发展策略147

第三节 青岛海尔股份有限公司147

一、企业简介147

二、经营状况148

三、企业经营动态154

四、发展策略155

第四节 TCL集团股份有限公司156

一、企业简介156

二、经营状况157

三、企业经营动态163

四、发展策略164

第五节 广东格兰仕集团有限公司165

一、企业简介165

二、经营状况166

三、发展策略168

第六节 四川长虹电器股份有限公司170

一、企业简介170

二、经营状况171

三、企业经营动态174

四、发展策略174

第十三章 2020-2026年中国家电行业发展趋势分析200

第一节 家电行业调整过渡在所难免200

第二节 家电行业智能战略发展趋势：云端为主流201

第三节 “铝代铜”或成家电行业发展趋势201

第十四章 2020-2026年中国家电行业发展预测203

第一节 中国家电行业发展特点203

第二节 中国家电行业市场结构及竞争力格局趋势205

第三节 2020-2026年家电行业发展预测206

第十五章 2020-2026年中国家用电器行业发展规划207

第一节 家用电器行业“十三五”规划解析207

一、家用电器行业“十三五”规划建设207

二、家用电器行业“十三五”规划解析231

第二节 地方性家用电器产业振兴规划234

第三节 家电企业发展规划趋势234

第十六章 2020-2026年中国家用电器行业发展机遇235

第一节 家用电器智能化发展前景235

第二节 家用电器产业节能环保分析236

第三节 家用电器产业进出口政策244

第十七章 2020-2026年中国家用电器行业投资分析245

第一节 家用电器行业市场投资分析245

一、家用电器市场投资现状245

二、家用电器投资机会分析245

三、对家用电器投资分析245

第二节 2020-2026年家用电器投资风险分析246

一、2020-2026年家用电器市场风险预测246

二、2020-2026年家用电器政策风险预测246

三、2020-2026年家用电器经营风险预测247

四、2020-2026年家用电器竞争风险预测247

五、2020-2026年家用电器其他风险预测248

第三节 2020-2026年家用电器投资战略分析249

一、家用电器投资策略分析249

二、家用电器细分市场投资策略分析250

三、对家用电器的投资建议250

第十八章 中国家用电器行业发展战略研究252()

第一节 市场策略分析252

一、家用电器价格策略分析252

二、家用电器渠道策略分析256

第二节 销售策略分析257

一、媒介选择策略分析257

二、产品定位策略分析261

三、企业宣传策略分析262

第三节 对我国家电品牌的战略思考266

一、企业品牌的重要性266

二、家电实施品牌战略的意义268

三、家电企业品牌的现状分析270

四、我国家电企业的品牌战略272

五、家电品牌战略管理的策略275

第四节 家用电器企业经营管理策略277

一、成本控制策略277

二、定价策略278

三、竞争策略282

四、并购重组策略282

五、营销策略283

六、人力资源284

七、财务管理285

第五节 家电行业发展战略研究286

一、战略综合规划286

二、技术开发战略294

三、业务组合战略301

四、区域战略规划304

五、产业战略规划314

六、营销品牌战略316

七、竞争战略规划317

图表目录：

图表：2016-2019年家用电器行业产值50

图表：2016-2019年家用电器行业产销率50

图表：2016-2019年国内空调产量51

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/V81894DC4P.html>