

# 2020-2025年中国家电行业市场前景预测及投资战略研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国家电行业市场前景预测及投资战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/501930.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

我国家电行业逐渐进入行业发展的后期，行业集中度水平已经较高，除极个别小家电产品以外，家电行业CR8总体都在中高寡占型以上的水平（CR8>75%），规模效应体现明显，我们认为行业格局优化仍有空间。

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家电交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

### 第一部分家电行业发展分析

#### 第一章世界家电产业发展分析

##### 第一节 家电产业发展形式分析

一、直营连锁

二、特许连锁

三、自由连锁

四、合作连锁

##### 第二节国外家电产业发展情况分析

一、全球金融风暴下国外家电企业发展

二、美国家电产业发展分析

三、英国家电产业发展分析

四、日本家电产业发展分析

### 第二章中国家电所属行业发展分析

#### 第一节 2019年中国家电产业发展回顾

一、2019年中国家电行业发展现状

二、2019年中国家电企业增长趋缓

三、2019年我国家电卖场格局分析

四、2019年推动家电业发展的原因

#### 第二节2019年中国家电产业发展分析

一、2019年家电产业发展分析

二、2019年中国家电行业格局变化预测

三、收入下降费用上涨家电高扩张遇拐点

#### 四、销售下滑敲响家电饱和警钟

##### 第三节中国家电产业存在的问题

- 一、家电企业大本营成空心状态
- 二、家电企业同质化竞争激烈
- 三、销售下滑敲响家电饱和警钟
- 四、资源浪费家电巨头陷入店增利减怪圈
- 五、家电业人才匮乏
- 六、家电业标准缺失
- 七、家电业缺乏长期战略规划

##### 第四节2020-2025年我国家电产业发展趋势

- 一、差异化经营成为必由之路
- 二、转向单店效益的提升
- 三、寻求主要的市场增长点
- 四、强调“功能和价值”
- 五、连锁业竞争升级
- 六、行业整合持续

### 第三章中国家电所属行业市场运行态势分析

#### 第一节 2019年中国家电市场概况

- 一、高端电器成家电市场新卖点
- 二、家电试水多元化经营
- 三、家电五大巨头市场经营特色及战略透析

#### 第二节2019年中国家电二三级市场发展分析

- 一、家电各级市场流通形式及厂商关系分析
- 二、家电企业拓展二三级市场遇到的困难
- 三、家电拓展二三级市场的策略
- 四、家电体验营销的意义及手法
- 五、家电卖场新年营销含义及策略

#### 第三节中国家电市场存在的问题及策略分析

### 第四章中国家电主要业态发展分析

#### 第一节 旗舰店

- 一、2019年家电旗舰店的发展状况
- 二、中国家电旗舰店的特征
- 三、家电旗舰店开设对厂商的影响

## 四、家电旗舰店的正确定位及发展方向

### 第二节3C店

- 一、2019年家电3C店发展状况
- 二、3C模式成家电主要利润增长点
- 三、家电拓展3C领域的优势
- 四、3C模式使家电企业与PC企业双赢
- 五、家电经营3C业务对IT业的影响
- 六、未来我国3C店发展预测

## 第五章主要地区家电市场分析

### 第一节 北京

- 一、2019年北京家电市场的发展状况
- 二、2019年北京家电旗舰店发展分析
- 三、2019年家电企业进入北京市场的战略意义
- 四、家电巨头在北京选址的策略比较

### 第二节上海

- 一、2019年上海家电市场发展回顾
- 二、2019年上海家电市场发展状况
- 三、2019年上海家电市场竞争分析
- 四、上海家电门店布局情况分析
- 五、2019年期间上海家电市场分析

### 第三节深圳

- 一、2019年深圳家电市场发展回顾
- 二、2019年深圳家电市场发展状况
- 三、2019年深圳家电市场竞争分析
- 四、家电给深圳家电及零售业带来的影响
- 五、2019年深圳家电市场销售情况

### 第四节南京

- 一、2019年南京家电市场发展回顾
- 二、2019年南京家电市场发展状况
- 三、2019年南京家电市场竞争分析
- 四、南京家电企业会员制推行情况

### 第五节成都

- 一、2019年成都家电市场发展回顾
- 二、2019年成都家电市场发展状况

三、2019年成都家电市场竞争分析

四、2019年成都家电旗舰店发展分析

第二部分家电所属行业发展分析

第六章中国连锁经营行业发展分析

第一节 我国连锁经营业现状分析

一、2019年我国社会消费品零售现状分析

二、2013中国特许经营连锁百强发布

三、2019年外资连锁企业在华销售情况

四、中国连锁业在变革中强势发展

五、连锁经营巨头单店销售概况

六、我国连锁业人才缺口将进一步扩大

七、2019年我国连锁业发展情况预测

第二节 连锁经营与电子商务

一、中国电子商务市场现状分析

二、电子商务与连锁经营的结合之路

三、连锁经营与电子商务结合的手段

四、连锁经营解决电子商务物流难题

第三节 我国农村连锁经营的发展

一、农村连锁经营的特征

二、连锁药店开始占领农村市场

三、农资物流连锁经营蕴含巨大商机

四、特许连锁经营在农村市场应注意的问题

五、农村零售业实现连锁经营的措施

第四节 我国连锁经营的主要问题

一、我国连锁经营存在的主要问题分析

二、我国连锁经营发展中的弊病

三、制约我国连锁经营发展的因素

四、中国企业实施连锁的六大困惑

五、对我国连锁经营发展的思考

第五节 促进我国连锁经营发展的对策

一、连锁经营中的供应链管理研究

二、我国发展连锁经营的策略建议

三、加快发展我国连锁经营的方针

四、选择连锁经营模式的三大标准

五、中国特许连锁经营的发展性策略

六、我国连锁经营企业的“越位”对策

## 第七章中国家电所属行业发展情况分析

### 第一节 2019年中国家电制造所属行业运行情况

一、生产增长情况

二、销售增长情况

三、企业经营情况

### 第二节 2019年中国家电所属市场发展状况分析

一、2019年我国家电行业整体发展概况

二、2019年网民对家电关注度调查分析

三、2019年中国家电市场品牌调查情况

四、2019年中国家电产业取得的主要成就

五、2019年中国家电制造品牌国际化进程情况

六、2019年家电出口减缓对国内外家电巨头的影响

七、中国三大家电产业群发展透析

### 第三节 2019年中国家电所属行业及市场发展分析

一、2019年家电所属行业累计完成工业总产值

二、2019年家电所属行业经营状况分析

三、2019年家电所属行业发展动态

四、2019年家电下乡情况分析

五、2019年家电政策力度超出预期

六、2019年我国家电行业发展预测

七、2019年城镇家电需求增长情况预测

### 第四节 2019年中国家电所属产业竞争情况分析

一、2019年家电渠道业竞争情况

二、2019年家电下乡品牌竞争情况

三、2019年家电服务竞争情况

四、2019年滚筒洗衣机市场竞争分析

五、2019年中国家电品牌在境外品牌竞争情况

六、2019年我国家电产业竞争态势预测

### 第五节 家电企业的服务营销创新

一、家电企业实施服务营销创新的必要性

二、家电企业服务营销的现状及其存在的问题

三、家电企业的服务营销创新对策

## 第六节家电商赢利模式的改革

- 一、家电商传统赢利模式遭遇挑战
- 二、赢利模式转变方向
- 三、赢利模式转变后的意义
- 四、提高赢利能力的措施

## 第三部分家电所属行业竞争格局分析

### 第八章中国家电市场竞争格局分析

#### 第一节 2019年中国家电制造业与家电的竞争分析

- 一、家电大品牌逐步脱离家电行业
- 二、家电品牌店与家电的博弈
- 三、2019年家电巨头走出连锁卖场开旗舰店
- 四、长虹打造“乐家易”进入家电市场
- 五、2019年家电下乡或将引发家电渠道变革
- 六、2019年海外家电巨头中国市场扩张计划悄然生变

#### 第二节2019年中国家电业竞争存在的问题与策略

- 一、家电竞争升级的重要性及策略
- 二、中国家电业竞争正走向深入
- 三、苏宁家电提高单店经营质量的措施
- 四、家电竞争的首要优势分析
- 五、家电竞争的趋势

#### 第三节2020-2025年中国家电业竞争趋势分析

## 第九章国内外家电业并购案例分析

### 第一节 百思买

- 一、企业概况
- 二、经营状况
- 五、发展战略
- 四、经营情况预测

### 第二节电路城

- 一、企业概况
- 二、经营状况
- 五、发展战略
- 四、经营情况预测

### 第三节日本小岛电器



一、企业概况

二、经营状况

五、发展战略

四、经营情况预测

第四节日本山田电机

一、企业概况

二、经营状况

五、发展战略

四、经营情况预测

第十章世界著名家电企业分析

第一节 百思买

一、企业概况

二、经营状况

五、发展战略

四、经营情况预测

第二节 电路城

一、企业概况

二、电路城破产清算

第三节 日本小岛电器

一、企业概况

二、财务分析

三、发展战略

第四节 日本山田电机

一、企业概况

二、财务分析

三、经营状况

四、公司发展战略

五、山田电机发展策略探悉

第十一章中国主要家电企业分析

第一节 国美

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、财务分析

#### 四、经营状况

#### 五、发展规划

#### 第二节苏宁

##### 一、企业概况

##### 二、企业核心竞争力

##### 三、财务分析

##### 四、经营状况

##### 五、发展规划

#### 第三节五星

##### 一、企业概况

##### 二、企业核心竞争力

##### 三、财务分析

##### 四、经营状况

##### 五、发展规划

#### 第四节三联

##### 一、企业概况

##### 二、企业核心竞争力

##### 三、财务分析

##### 四、经营状况

##### 五、发展规划

#### 第五节顺电

##### 一、企业概况

##### 二、企业核心竞争力

##### 三、财务分析

##### 四、经营状况

##### 五、发展规划

### 第四部分家电行业发展趋势及战略

#### 第十二章家电产业发展环境分析

##### 第一节 经济发展环境分析

###### 一、2019年我国宏观经济发展分析

###### 二、2019年国内经济环境对其影响

###### 三、2019年国内投资环境对其影响

##### 第二节政策法规环境分析

###### 一、2019年家电政策环境分析

- 二、2019年国内宏观政策对其影响
- 三、2019年行业产业政策对其影响
- 四、2019年多项政策支持国内零售企业
- 五、五千家电卖场亟待加将节能减排

### 第三节社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2019年社会环境发展分析
- 三、2019年中国社会发展面临的主要矛盾和挑战
- 四、“十三五”期间我国经济社会环境分析
- 五、社会环境对于行业的影响分析

### 第四节相关产业对其影响分析

- 一、商业地产市场发展对其影响分析
- 二、电子产品销售渠道发展情况分析
- 三、其他销售渠道对行业的影响分析

## 第十三章2020-2025年家电行业发展趋势

### 第一节 2020-2025年中国社会发展的展望与对策建议

- 一、加大资金投入确保社会经济发展
- 二、调整收入分配格局刺激和扩大内需
- 三、破除城乡二元结构社会发展进入新阶段
- 四、改善民生推进社会体制改革
- 五、积极解决就业问题
- 六、充分发挥基层政府公共服务能力
- 七、创新社会建设和社会管理

### 第二节2020-2025年中国家电行业发展趋势分析

- 一、“十三五”家电产业发展思路及目标
- 二、全球背景下我国家电市场的发展趋势
- 三、2019年中国家电行业新商业趋势预测
- 四、2019年国内家电市场前景分析
- 五、2019年我国家电出口情况预测
- 六、2019年全球白色家电市场增长情况
- 七、2019年我国家电产品能效标识情况
- 八、2020-2025年我国小家电市场竞合态势预测

### 第三节2020-2025年中国家电业发展趋势分析

- 一、家电产业发展环境与发展空间

- 二、2020-2025年中国家电市场空间分析
- 三、2020-2025年家电业发展趋势分析
- 四、2020-2025年我国家电产业发展机遇及战略分析
- 五、2020-2025年中国家电市场发展趋势

## 第十四章2020-2025年家电行业发展战略

### 第一节 家电经营策略

#### 第二节中国家电二三线城市家电市场现状及对策

#### 第三节我国家电超市的价格策略

- 一、家电超市价格策略的特点
- 二、家电超市价格策略的具体表现

#### 第四节家电国际化策略分析

- 一、国际化时机选择
- 二、国际化地点选择
- 三、国际化市场进入模式
- 四、国际化准备阶段应注意的问题

#### 第五节家电企业营销体验化策略

- 一、我国家电经营的现状及困境
- 二、体验营销的产生背景及内涵
- 三、家电企业实施体验营销的策略要点

## 第十五章2020-2025年中国家电行业投资战略

### 第一节 2020-2025年中国家电行业投资环境及风险分析

- 一、宏观经济波动风险及控制
- 二、家电投资政策分析
- 三、家电投资环境分析
- 四、家电产业供需风险及控制

### 第二节2020-2025年家电企业经营扩张风险及防范

- 一、偿还债务风险及防范
- 二、财务数据波动较大的风险及防范
- 三、存货减值的风险及防范
- 四、未来发展中资金短缺的风险及防范

## 图表目录：

图表2019年全球不同地区家电销售量比率分布

图表2015-2019年欧美家电零售额增速

图表2015-2019年美国家电消费者信心指数变化情况

图表日本两大家电巨头09财报对比表（一）

图表日本两大家电巨头09财报对比表（二）

图表松下电器产业SPS战略业绩概览

图表2015-2019年日本千亿级家电量贩5年业绩对比图

图表家电及消费类电子产品、机电产品成交额及增速

图表2015-2019年我国农村每百户家电拥有量

图表2019年我国家电行业各品牌市场占有率统计表

图表2019年我国家电行业各品牌市场占有率比较

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/501930.html>