

2020-2025年中国家电行业发展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年中国家电行业发展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/channel/xiaojiadian/642885.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

在疫情影响下，家电行业整体表现不佳，状态低迷。截止2020年上半年，我国家电国内市场零售额累计3365.2亿元，同比增长率为-18.4%。其实不只是由于疫情的影响，在2019年家电行业就遭遇了瓶颈，国内家电零售规模8032亿元，同比增长-2.2%。从销售渠道来看，2020年上半年苏宁占比23.9%，位列第一，其次京东17.2%、天猫10.3%、国美5.2%、五星电器1.2%分别位列二至五名。

2017-2020年6月全国家电市场零售额规模变动情况

2020年上半年全国渠道商零售额占比统计

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

1.1 传统家电行业概述

1.1.1 产业相关定义

1.1.2 行业统计标准

1.1.3 家电行业产业链

1.1.4 行业发展历程

1.1.5 行业运行特点

1.1.6 行业发展态势

1.1.7 消费升级路径

1.2 智能家电行业定义与分类

1.2.1 智能家电的定义简述

1.2.2 智能与传统家电区别

1.2.3 智能家电特点与功能

1.2.4 智能家电产品的分类

第二章 2015-2019年国外家电行业发展分析

2.1 2015-2019年世界家电产业发展综述

2.1.1 全球产量分析

2.1.2 企业竞争格局

2.1.3 品牌竞争排名

2.2 2015-2019年日本家电行业发展状况

2.2.1 产业发展历程

2.2.2 企业发展困境

2.2.3 企业转型现状

2.3 2015-2019年欧洲家电行业发展状况

2.3.1 市场发展现状

2.3.2 产品消费理念

2.3.3 企业发展现状

2.4 2015-2019年其他国家家电行业发展状况

2.4.1 印度

2.4.2 韩国

2.4.3 美国

第三章 2015-2019年家电行业发展环境分析

3.1 政策环境

3.1.1 家电能效细则

3.1.2 智能家电政策

3.1.3 智能制造政策

3.1.4 “互联网+”政策

3.2 经济环境

3.2.1 宏观经济运行

3.2.2 工业运行情况

3.2.3 房地产的发展

3.2.4 宏观经济趋势

3.3 社会环境

3.3.1 居民收入水平

3.3.2 人口老龄化

3.3.3 二胎政策助力

3.3.4 节能环保政策

3.3.5 城镇化发展

3.4 技术环境

3.4.1 云计算

3.4.2 物联网技术

3.4.3 行业节能技术

第四章 2015-2019年中国家电行业发展综合分析

4.1 中国家电市场结构分析

4.1.1 进退出壁垒分析

4.1.2 上游供应商分析

4.1.3 下游渠道商分析

近年来，互联网的普及催生消费习惯的变化，线上市场的重要性不断提高。不同寻常的2020年，中国电商在探索中进行模式创新，为探寻中国经济的下一个发展高度而不断努力。全国家用电器信息中心数据显示，2020年上半年全国家电线上渠道销售规模为1523.5亿元，同比增长3.7%。线上市场的规模占比进一步提高至45.3%，较去年同期增长9.7个百分点。

2020年上半年全国家用电器线上与线下市场份额变化

4.1.4 潜在竞争者进入

4.1.5 替代品威胁

4.1.6 现有竞争者

4.2 中国家电行业区域分布状况

4.2.1 产业集群优势

4.2.2 区域分布格局

4.2.3 区域规模分布

4.3 2015-2019年中国家电行业发展规模

4.3.1 市场发展形势

4.3.2 主营业务收入

4.3.3 品牌集中度

4.3.4 市场竞争格局

4.3.5 产品价格分析

4.3.6 产品质量升级

4.3.7 海外并购现状

4.4 中国家电行业未来发展建议

4.4.1 融合破界理念

4.4.2 提高创新能力

4.4.3 加速智能制造

4.4.4 注重绿色环保

第五章 2015-2019年中国智能家电发展综合分析

5.1 2015-2019年中国智能家电市场发展综述

5.1.1 市场渗透率

5.1.2 消费群体分析

5.1.3 发展存在的问题

5.1.4 相关扶持政策

5.2 2015-2019年中国智能家电市场发展态势

5.2.1 智能产品研发

5.2.2 互联网企业入局

5.2.3 重构盈利模式

5.3 2015-2019年智能家电背景下传统家电企业转型分析

5.3.1 企业转型背景

5.3.2 企业转型现状

5.3.3 转型创新路径

第六章 2015-2019年中国家电网购市场发展综合分析

6.1 2015-2019年中国家电网购发展环境分析

6.1.1 社会零售总额

6.1.2 网购规模分析

6.1.3 网络购物特点

6.2 2015-2019年家电网购市场发展综述

6.2.1 家电网购规模分析

6.2.2 网购平台竞争格局

6.2.3 产品品牌市场竞争

6.2.4 家电网购用户分析

6.2.5 家电网购区域发展

6.3 2015-2019年中国家电网购市场发展态势分析

6.3.1 产品消费需求转变

6.3.2 农村市场模式创新

6.3.3 家电网购服务升级

第七章 2017-2019年中国家电产品产量数据分析

7.1 2017-2019年全国空调产量分析

7.1.1 2017-2019年全国房间空气调节器产量趋势

7.1.2 2017年全国房间空气调节器产量情况

7.1.3 2018年全国房间空气调节器产量情况

7.1.4 2019年全国房间空气调节器产量情况

7.1.5 2019年房间空气调节器产量分布情况

7.2 2017-2019年全国彩色电视机产量分析

7.2.1 2017-2019年全国彩色电视机产量趋势

7.2.2 2017年全国彩色电视机产量情况

7.2.3 2019年全国彩色电视机产量情况

7.2.4 2019年全国彩色电视机产量情况

7.2.5 2019年彩色电视机产量分布情况

7.3 2017-2019年全国家用电冰箱产量分析

7.3.1 2017-2019年全国家用电冰箱产量趋势

7.3.2 2017年全国家用电冰箱产量情况

7.3.3 2018年全国家用电冰箱产量情况

7.3.4 2019年全国家用电冰箱产量情况

7.3.5 2019年家用电冰箱产量分布情况

7.4 2017-2019年全国家用洗衣机产量分析

7.4.1 2017-2019年全国家用洗衣机产量趋势

7.4.2 2017年全国家用洗衣机产量情况

7.4.3 2018年全国家用洗衣机产量情况

7.4.4 2019年全国家用洗衣机产量情况

7.4.5 2019年家用洗衣机产量分布情况

第八章 2015-2019年中国白色家电行业发展分析

8.1 2015-2019年中国白色家电行业财务状况分析

8.1.1 市场发展特点

8.1.2 营业收入分析

8.1.3 整体出货量

8.1.4 出口规模分析

8.1.5 国际化进程

8.1.6 行业发展趋势

8.2 2015-2019年中国冰箱市场发展分析

8.2.1 冰箱市场规模

8.2.2 品牌市场占有率

8.2.3 冰箱消费需求

8.2.4 产品功能升级

8.2.5 销售渠道融合

8.2.6 售后增值服务

8.3 2015-2019年中国空调市场发展分析

8.3.1 市场发展现状

8.3.2 空调产销规模

8.3.3 销售环节分析

8.3.4 产品结构调整

8.3.5 产品市场份额

8.3.6 未来发展趋势

8.4 2015-2019年中国洗衣机市场发展分析

8.4.1 市场规模分析

8.4.2 市场价格分析

8.4.3 市场份额分析

8.4.4 市场前景分析

第九章 2015-2019年中国黑色家电行业发展分析

9.1 2015-2019年黑色家电发展概述

9.1.1 市场竞争格局

9.1.2 企业市场份额

9.1.3 龙头企业布局

9.2 2015-2019年黑色家电行业财务状况分析

9.2.1 主营收入规模

9.2.2 预收账款规模

9.2.3 企业存货规模

9.2.4 行业的毛利率

9.2.5 行业期间费用

9.2.6 行业盈利能力

9.3 2015-2019年中国电视机细分市场分析

9.3.1 4K电视

9.3.2 液晶电视

9.3.3 智能电视

9.3.4 激光电视

9.3.5 OLED电视

9.4 2015-2019年中国电视机市场发展规模

9.4.1 全球市场规模

9.4.2 主营业务收入

9.4.3 市场价格分析

9.4.4 市场运行环境

9.4.5 市场发展亮点

9.4.6 行业影响因素

9.5 2015-2019年中国电视机市场需求分析

9.5.1 电视观看需求

9.5.2 网络视频需求

9.5.3 4K电视市场需求

9.6 中国黑色家电行业发展趋势及前景

9.6.1 客厅经济

9.6.2 智能家居

9.6.3 互联网+

第十章 2015-2019年中国小家电行业发展分析

10.1 2015-2019年中国小家电行业发展综述

10.1.1 市场发展现状

10.1.2 行业规模分析

10.1.3 专项补贴情况

10.1.4 行业发展动向

10.1.5 行业面临形势

10.1.6 市场发展机会

10.2 2015-2019年中国小家电市场财务状况分析

10.2.1 主营收入规模

10.2.2 预收账款规模

10.2.3 企业存货规模

10.2.4 行业毛利水平

10.2.5 行业期间费用

10.3 2015-2019年中国传统小家电市场发展分析

10.3.1 电热水器

10.3.2 电压力锅

10.3.3 电饭煲

10.3.4 电风扇

10.4 2015-2019年中国新兴小家电市场发展分析

10.4.1 个护家电

10.4.2 养生壶

10.4.3 破壁机

10.4.4 空气净化器

10.5 中国小家电行业未来发展趋势及前景

10.5.1 推动因素分析

10.5.2 行业发展趋势

10.5.3 行业前景展望

第十一章 2015-2019年中国厨电市场发展分析

11.1 2015-2019年中国厨电市场发展综述

11.1.1 市场活力分析

11.1.2 市场发展态势

- 11.1.3 竞争格局分析
- 11.1.4 市场发展新动力
- 11.1.5 市场发展环境
- 11.2 2015-2019年中国吸油烟机市场发展分析
 - 11.2.1 消费趋势转变
 - 11.2.2 市场产量分析
 - 11.2.3 产品结构升级
 - 11.2.4 市场竞争格局
- 11.3 2015-2019年中国洗碗机市场分析
 - 11.3.1 市场销量分析
 - 11.3.2 品牌竞争格局
 - 11.3.3 市场发展趋势
- 11.4 2015-2019年中国电烤箱市场发展分析
 - 11.4.1 市场规模分析
 - 11.4.2 产品质量分析
 - 11.4.3 市场品牌竞争
- 11.5 2015-2019年中国其他厨电市场发展分析
 - 11.5.1 微波炉
 - 11.5.2 电饭煲
- 第十二章 2015-2019年中国家电服务业发展分析
 - 12.1 家电延保服务市场发展综述
 - 12.1.1 行业发展基本状况
 - 12.1.2 售后服务途径
 - 12.1.3 存在的问题及原因
 - 12.1.4 对策及政策建议
 - 12.2 中国家电服务业市场发展现状
 - 12.2.1 市场规模分析
 - 12.2.2 行业贡献度分析
 - 12.2.3 企业规模划分
 - 12.2.4 行业集中度
 - 12.2.5 收入结构分析
 - 12.2.6 投入产出分析
 - 12.2.7 利润率分析
 - 12.3 中国家电服务行业现代化程度
 - 12.3.1 行业连锁化水平

12.3.2 行业信息化程度

12.3.3 行业集成化发展

12.3.4 行业品牌化经营

第十三章 2015-2019年中国家电市场营销分析

13.1 2015-2019年中国家电行业营销发展现状

13.1.1 数字营销

13.1.2 网络营销

13.1.3 大数据营销

13.1.4 多元化营销

13.1.5 品牌娱乐营销

13.2 中国网络环境下家电行业营销策略分析

13.2.1 销售渠道发展现状

13.2.2 网购渠道比较优势

13.2.3 营销结构存在问题

13.2.4 营销路径优化措施

13.3 中国家电企业品牌营销策略分析

13.3.1 价格营销策略

13.3.2 广告营销策略

13.3.3 渠道营销策略

13.4 中国家电行业营销问题及策略建议

13.4.1 行业营销问题

13.4.2 企业营销问题

13.4.3 营销定位策略

13.4.4 包销定制策略

13.4.5 体验营销策略

13.4.6 会员营销策略

第十四章 2015-2019年中国家电行业盈利模式分析

14.1 2015-2019年中国家电行业传统盈利模式分析

14.1.1 品牌盈利模式

14.1.2 低价盈利模式

14.1.3 速度盈利模式

14.1.4 渠道领先模式

14.1.5 区域领先模式

14.2 2015-2019年中国家电行业盈利模式变革分析

14.2.1 零售盈利模式

14.2.2 内容盈利模式

14.2.3 服务盈利模式

14.2.4 售后盈利模式

14.2.5 模式变革案例

14.3 2015-2019年中国部分家电细分市场盈利模式分析

14.3.1 黑色家电

14.3.2 白色家电

14.3.3 厨房电器

第十五章 2015-2019年中国家电行业重点企业财务状况

15.1 青岛海尔股份有限公司

15.1.1 企业发展简况分析

15.1.2 企业经营情况分析

15.1.3 企业经营优劣势分析

15.2 珠海格力电器股份有限公司

15.2.1 企业发展简况分析

15.2.2 企业经营情况分析

15.2.3 企业经营优劣势分析

15.3 美的集团股份有限公司

15.3.1 企业发展简况分析

15.3.2 企业经营情况分析

15.3.3 企业经营优劣势分析

15.4 TCL集团股份有限公司

15.4.1 企业发展简况分析

15.4.2 企业经营情况分析

15.4.3 企业经营优劣势分析

15.5 康佳集团股份有限公司

15.5.1 企业发展简况分析

15.5.2 企业经营情况分析

15.5.3 企业经营优劣势分析

15.6 合肥美菱股份有限公司

15.6.1 企业发展简况分析

15.6.2 企业经营情况分析

15.6.3 企业经营优劣势分析

15.7 海信科龙电器股份有限公司

15.7.1 企业发展简况分析

15.7.2 企业经营情况分析

15.7.3 企业经营优劣势分析

15.8 华帝股份有限公司

15.8.1 企业发展简况分析

15.8.2 企业经营情况分析

15.8.3 企业经营优劣势分析

15.9 浙江苏泊尔股份有限公司

15.9.1 企业发展简况分析

15.9.2 企业经营情况分析

15.9.3 企业经营优劣势分析

15.10 广东万和新电气股份有限公司

15.10.1 企业发展简况分析

15.10.2 企业经营情况分析

15.10.3 企业经营优劣势分析

第十六章 2020-2025年中国家电行业投资分析及前景预测

16.1 中国家电行业的投资潜力分析

16.1.1 产品细分市场（AKLZH）

16.1.2 智能家电市场

16.1.3 母婴家电市场

16.1.4 老年家电市场

16.1.5 健康家电市场

16.1.6 售后服务市场

16.2 中国家电行业发展趋势及前景分析

16.2.1 产品发展方向

16.2.2 产业发展趋势

16.2.3 行业前景展望

16.3 2020-2025年中国家电制造行业预测分析

16.3.1 行业发展因素

16.3.2 行业收入预测

图表目录：

图表 家电各品类细分市场产品生产周期判断

图表 白电、厨电、小家电的消费升级路径

图表 消费升级的演绎逻辑

图表 家电细分领域消费升级方向

图表 2015-2019年中美人均可支配收入规模

图表 2015-2019年中国主要城市人均收入规模

图表 2015-2019年中国城乡居民家庭人均收入规模

图表 2015-2019年国内生产总值及其增长速度

图表 2015-2019年三次产业增加值占全国生产总值比重

图表 2015-2019年全部工业增加值及其增速

图表 2015-2019年工业增加值月度增速

图表 2015-2019年每月商品房销售面积

图表 2015-2019年每月商品房销售额

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/xiaojiadian/642885.html>