

2017-2022年中国家电市场深度调查及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国家电市场深度调查及投资方向研究报告》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/303510.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

报告目录：

第一章 2014-2016年国外家电行业发展分析

1.1 2014-2016年世界家电产业发展综述

1.1.1 行业发展现状

1.1.2 行业组织建设

1.1.3 欧盟政策动态

1.1.4 欧洲市场需求

1.1.5 智能家电趋势

1.2 2014-2016年日本家电行业发展状况

1.2.1 产业发展回顾

1.2.2 行业发展现状

1.2.3 市场推广现状

1.2.4 细分产品市场

1.2.5 行业发展动态

1.3 2014-2016年阿根廷家电行业发展状况

1.3.1 行业发展回顾

1.3.2 行业发展现状

1.3.3 细分市场政策

1.4 2014-2016年印度家电行业发展状况

1.4.1 行业发展回顾

1.4.2 行业发展现状

1.4.3 市场结构分析

1.4.4 行业能效标准

1.4.5 细分产品市场

1.5 2014-2016年其他国家家电行业发展状况

1.5.1 美国

1.5.2 韩国

1.5.3 巴西

第二章 2014-2016年家电行业发展环境分析

2.1 2014-2016年国内外宏观经济环境分析

2.1.1 2016年世界经济现状

2.1.2 2014年中国经济发展状况

2.1.3 2015年中国经济发展分析

2.1.4 2016年中国经济发展现状

2.2 2014-2016年社会人口环境分析

2.2.1 人口老龄化

据统计，2015年60岁及以上人口达到2.22亿，占总人口的16.15%。预计到2020年，老年人口达到2.48亿，老龄化水平达到17.17%，其中80岁以上老年人口将达到3067万人；2025年，六十岁以上人口将达到3亿，成为超老年型国家。考虑到70年代末，计划生育工作力度的加大，预计到2040我国人口老龄化进程达到顶峰，之后，老龄化进程进入减速期。

2007-2020年中国60岁以上人口数量及比重

2.2.2 “单独二胎”

2.2.3 节能环保政策

2.2.4 城镇化发展

在人口总量在不断增加的同时，我国城镇化的步伐也在不断加快。2001-2010年城市化水平明显加速，十年间城市化率从36%上升至50%左右，高于世界银行公布的2009年中等收入国家城市化水平（48%），与美国20年代、日本50-60年代的城市化水平相当。2015年末，中国大陆总人口137462万人，城镇常住人口77116万人，城镇化率为56.10%，比上年提高1.33个百分点。

2010-2015年中国城镇化率

2.3 2014-2016年行业技术环境分析

2.3.1 云计算

2.3.2 物联网技术

2.3.3 行业节能技术

第三章 2014-2016年中国家电行业发展分析

3.1 家电行业基本概述

3.1.1 产业相关内涵

3.1.2 行业统计标准

3.1.3 家电行业产业链

3.1.4 行业发展历程

3.2 中国家电市场结构分析

3.2.1 进退出壁垒分析

- 3.2.2 上游供应商分析
- 3.2.3 下游渠道商分析
- 3.2.4 潜在竞争者进入
- 3.2.5 替代品威胁
- 3.2.6 现有竞争者
- 3.3 中国家电行业区域分布状况
 - 3.3.1 产业集群优势
 - 3.3.2 区域分布格局
 - 3.3.3 区域规模分布
- 3.4 2014-2016年中国家电行业发展规模
 - 3.4.1 行业经营规模
 - 3.4.2 行业盈利状况
 - 3.4.3 行业运营能力
 - 3.4.4 行业运行特点
 - 3.4.5 行业发展态势
- 3.5 2014-2016年中国家电行业进出口分析
 - 3.5.1 2014年家电行业进出口分析
 - 3.5.2 2015年家电行业进出口分析
 - 3.5.3 2016年家电行业进出口分析

第四章 中国家用电力器具制造行业财务状况

- 4.1 中国家用电力器具制造行业经济规模
 - 4.1.1 2014-2016年家用电力器具制造业销售规模
 - 4.1.2 2014-2016年家用电力器具制造业利润规模
 - 4.1.3 2014-2016年家用电力器具制造业资产规模
- 4.2 中国家用电力器具制造行业盈利能力指标分析
 - 4.2.1 2014-2016年家用电力器具制造业亏损面
 - 4.2.2 2014-2016年家用电力器具制造业销售毛利率
 - 4.2.3 2014-2016年家用电力器具制造业成本费用利润率
 - 4.2.4 2014-2016年家用电力器具制造业销售利润率
- 4.3 中国家用电力器具制造行业营运能力指标分析
 - 4.3.1 2014-2016年家用电力器具制造业应收账款周转率
 - 4.3.2 2014-2016年家用电力器具制造业流动资产周转率
 - 4.3.3 2014-2016年家用电力器具制造业总资产周转率
- 4.4 中国家用电力器具制造行业偿债能力指标分析

4.4.1 2014-2016年家用电力器具制造业资产负债率

4.4.2 2014-2016年家用电力器具制造业利息保障倍数

4.5 中国家用电力器具制造行业财务状况综合评价

4.5.1 家用电力器具制造业财务状况综合评价

4.5.2 影响家用电力器具制造业财务状况的经济因素分析

第五章 2014-2016年中国家电产品产量数据分析

5.1 2014-2016年全国及主要省份彩色电视机产量分析

5.1.1 2014年全国及主要省份彩色电视机产量分析

5.1.2 2015年全国及主要省份彩色电视机产量分析

5.1.3 2016年全国及主要省份彩色电视机产量分析

5.2 2014-2016年全国及主要省份家用电冰箱产量分析

5.2.1 2014年全国及主要省份家用电冰箱产量分析

5.2.2 2015年全国及主要省份家用电冰箱产量分析

5.2.3 2016年全国及主要省份家用电冰箱产量分析

5.3 2014-2016年全国及主要省份家用洗衣机产量分析

5.3.1 2014年全国及主要省份家用洗衣机产量分析

5.3.2 2015年全国及主要省份家用洗衣机产量分析

5.3.3 2016年全国及主要省份家用洗衣机产量分析

5.4 2014-2016年全国及主要省份房间空气调节器产量分析

5.4.1 2014年全国及主要省份房间空气调节器产量分析

5.4.2 2015年全国及主要省份房间空气调节器产量分析

5.4.3 2016年全国及主要省份房间空气调节器产量分析

5.5 2014-2016年全国及主要省份电饭锅产量分析

5.5.1 2014年全国及主要省份电饭锅产量分析

5.5.2 2015年全国及主要省份电饭锅产量分析

5.5.3 2016年全国及主要省份电饭锅产量分析

5.6 2014-2016年全国及主要省份微波炉产量分析

5.6.1 2014年全国及主要省份微波炉产量分析

5.6.2 2015年全国及主要省份微波炉产量分析

5.6.3 2016年全国及主要省份微波炉产量分析

5.7 2014-2016年全国及主要省份家用吸排油烟机产量分析

5.7.1 2014年全国及主要省份家用吸排油烟机产量分析

5.7.2 2015年全国及主要省份家用吸排油烟机产量分析

5.7.3 2016年全国及主要省份家用吸排油烟机产量分析

5.8 2014-2016年全国及主要省份家用电热水器产量分析

5.8.1 2014年全国及主要省份家用电热水器产量分析

5.8.2 2015年全国及主要省份家用电热水器产量分析

5.8.3 2016年全国及主要省份家用电热水器产量分析

5.9 2014-2016年全国及主要省份家用电风扇产量分析

5.9.1 2014年全国及主要省份家用电风扇产量分析

5.9.2 2015年全国及主要省份家用电风扇产量分析

5.9.3 2016年全国及主要省份家用电风扇产量分析

第六章 2014-2016年中国黑色家电行业发展分析

6.1 2014-2016年黑色家电发展概述

6.1.1 2014年黑色家电行业发展分析

6.1.2 2015年黑色家电行业发展分析

6.1.3 2016年黑色家电行业发展现状

6.1.4 黑色家电行业发展态势分析

6.2 2014-2016年黑色家电行业财务状况分析

6.2.1 黑色家电行业经营效益

6.2.2 黑电行业财务状况分析

6.2.3 黑电行业盈利状况分析

6.2.4 黑电行业竞争态势分析

6.3 2014-2016年中国电视机细分市场分析

6.3.1 液晶电视

6.3.2 智能电视

6.3.3 4K电视

6.3.4 OLED电视

6.3.5 激光电视

6.4 2014-2016年中国电视机市场发展规模

6.4.1 全球市场规模

6.4.2 中国市场特征

6.4.3 中国市场规模

6.4.4 电商平台格局

6.4.5 行业影响因素

6.5 2014-2016年中国电视机市场需求分析

6.5.1 电视观看需求

6.5.2 网络视频需求

6.5.3 4K电视市场需求

6.6 中国黑色家电行业发展趋势及前景

6.6.1 客厅经济

6.6.2 智能家居

6.6.3 互联网+

第七章 2014-2016年中国白色家电行业发展分析

7.1 2014-2016年中国白色家电行业财务状况分析

7.1.1 经营效益分析

7.1.2 财务状况分析

7.1.3 盈利状况分析

7.1.4 市场发展特点

7.1.5 电商平台格局

7.1.6 行业发展趋势

7.2 2014-2016年中国冰箱市场发展分析

7.2.1 市场规模分析

7.2.2 市场发展特点

7.2.3 市场结构分析

7.2.4 电商平台分析

7.3 2014-2016年中国空调市场发展分析

7.3.1 市场规模分析

7.3.2 行业发展特点

7.3.3 行业竞争格局

7.3.4 电商平台分析

7.4 2014-2016年中国洗衣机市场发展分析

7.4.1 市场发展概述

7.4.2 市场规模状况

7.4.3 市场发展特点

7.4.4 电商平台分析

第八章 2014-2016年中国小家电行业发展分析

8.1 2014-2016年中国小家电行业发展综述

8.1.1 行业基本概述

8.1.2 行业现状分析

8.1.3 专项补贴情况

8.1.4 行业发展动向

8.1.5 行业面临形势

8.2 2014-2016年中国小家电市场发展状况

8.2.1 市场规模状况

8.2.2 市场逐渐细分

8.2.3 用户需求分析

8.2.4 在线市场高涨

8.2.5 市场发展趋向

8.3 中国小家电行业未来发展趋势及前景

8.3.1 推动因素分析

8.3.2 行业发展趋势

8.3.3 行业前景展望

第九章 2014-2016年中国传统小家电行业细分市场分析

9.1 2014-2016年中国电热水器行业发展分析

9.1.1 产业集群简析

9.1.2 行业标准分析

9.1.3 行业市场格局

9.1.4 市场竞争分析

9.1.5 市场销售状况

9.1.6 发展趋势分析

9.1.7 转型升级方向

9.2 2014-2016年中国吸油烟机行业发展分析

9.2.1 行业现状分析

9.2.2 市场运行情况

9.2.3 市场结构分析

9.2.4 细分产品解析

9.2.5 产品转型升级

9.3 2014-2016年中国微波炉行业发展分析

9.3.1 行业整体概述

9.3.2 行业产销情况

9.3.3 行业集中度分析

9.3.4 市场结构分析

9.3.5 行业标准情况

9.3.6 行业发展前景

9.4 2014-2016年中国电磁炉行业发展分析

9.4.1 行业总体情况

9.4.2 品牌发展格局

9.4.3 市场结构分析

9.4.4 电商平台格局

9.4.5 技术创新分析

9.4.6 出口市场分析

9.5 2014-2016年中国电压力锅行业发展分析

9.5.1 行业基本概述

9.5.2 行业发展现状

9.5.3 市场结构分析

9.5.4 电商平台格局

9.5.5 技术标准现状

9.5.6 产业发展趋势

9.6 2014-2016年中国电饭煲行业发展分析

9.6.1 市场发展概述

9.6.2 市场结构分析

9.6.3 市场产销情况

9.6.4 电商平台格局

9.6.5 产品发展趋势

9.6.6 行业发展潜力

9.7 2014-2016年中国豆浆机行业发展分析

9.7.1 国际标准发展

9.7.2 市场结构分析

9.7.3 行业销量分析

9.7.4 电商平台格局

9.7.5 渠道现状分析

9.7.6 未来发展方向

9.8 2014-2016年饮水机行业发展分析

9.8.1 行业生产状况

9.8.2 行业能效国标

9.8.3 市场结构分析

9.8.4 市场变革方向

9.8.5 未来发展方向

第十章 2014-2016年中国新兴小家电行业细分市场分析

10.1 2014-2016年净水器市场分析

10.1.1 发展现状分析

10.1.2 市场产销规模

10.1.3 市场竞争分析

10.1.4 行业标准现状

10.1.5 制约因素及对策

10.1.6 行业发展方向

10.1.7 市场发展前景

10.2 2014-2016年直饮机市场分析

10.2.1 市场发展现状

10.2.2 行业基本特征

10.2.3 行业格局现状

10.2.4 行业存在不足

10.2.5 市场潜力巨大

10.3 2014-2016年空气净化器市场分析

10.3.1 外部发展环境

10.3.2 市场规模分析

10.3.3 竞争格局分析

10.3.4 用户行为分析

10.3.5 市场结构分析

10.3.6 行业发展对策

10.3.7 未来发展前景

10.4 2014-2016年吸尘器市场分析

10.4.1 行业生产规模

10.4.2 市场销售规模

10.4.3 市场品牌格局

10.4.4 市场结构分析

10.4.5 细分产品市场

10.4.6 行业面临的问题

10.4.7 行业发展趋势

10.5 2014-2016年婴幼儿家电市场分析

10.5.1 市场发展概况

10.5.2 网购市场优势

10.5.3 细分产品市场

10.5.4 存在问题分析

10.5.5 市场空间广阔

第十一章 2014-2016年中国家电市场竞争分析

11.1 2014-2016年中国家电市场竞争现状分析

11.1.1 竞争格局分析

11.1.2 市场竞争特征

11.1.3 电商竞争现状

11.1.4 在线市场竞争

11.2 2014-2016年中国部分家电细分市场竞争对手分析

11.2.1 厨房电器市场

11.2.2 生活家电市场

11.2.3 微波炉市场

11.2.4 电风扇市场

11.3 中国家电连锁企业竞争结构分析

11.3.1 行业内的竞争

11.3.2 新进入者威胁

11.3.3 替代品的威胁

11.3.4 供应商议价能力

11.3.5 购买者议价能力

11.4 中国家电企业提高竞争力对策

11.4.1 技术创新策略

11.4.2 产品差异化策略

11.4.3 品牌竞争力策略

第十二章 2014-2016年中国家电市场营销分析

12.1 2014-2016年中国家电行业营销发展现状

12.1.1 品牌娱乐营销

12.1.2 多元化营销

12.1.3 大数据营销

12.1.4 数字营销

12.1.5 网络营销

12.2 2014-2016年中国部分家电细分市场营销分析

12.2.1 厨房家电市场

12.2.2 电磁炉市场

12.2.3 电压力锅市场

12.2.4 母婴家电电商

12.2.5 家电定制市场

12.3 中国家电行业营销问题及策略建议

12.3.1 行业营销问题

12.3.2 企业营销问题

12.3.3 营销定位策略

12.3.4 包销定制策略

12.3.5 体验营销策略

12.3.6 会员营销策略

第十三章 2014-2016年中国家电行业销售渠道模式分析

13.1 中国家电行业电商渠道发展

13.1.1 电商渠道现状

13.1.2 电商主体分析

13.1.3 电商渠道模式

13.1.4 O2O电商模式

13.2 2014-2016年中国家电销售渠道变革分析

13.2.1 渠道变革现状

13.2.2 渠道变革案例

13.2.3 渠道下沉趋势

13.2.4 全渠道模式

13.2.5 渠道新模式

13.3 2014-2016年中国部分细分市场销售渠道分析

13.3.1 厨卫电器市场

13.3.2 净水器市场

13.3.3 电磁炉市场

13.3.4 电压力锅市场

13.4 中国家电行业销售渠道未来发展前景

13.4.1 渠道发展方向

13.4.2 渠道未来格局

13.4.3 渠道未来前景

第十四章 2014-2016年中国家电行业盈利模式分析

14.1 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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
 - 14.3.4 电热水器

第十五章 2014-2016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 企业发展概况
 - 15.1.2 经营效益分析
 - 15.1.3 业务经营分析
 - 15.1.4 财务状况分析
 - 15.1.5 未来前景展望
- 15.2 珠海格力电器股份有限公司
 - 15.2.1 企业发展概况
 - 15.2.2 经营效益分析
 - 15.2.3 业务经营分析
 - 15.2.4 财务状况分析
 - 15.2.5 未来前景展望
- 15.3 美的集团股份有限公司
 - 15.3.1 企业发展概况
 - 15.3.2 经营效益分析
 - 15.3.3 业务经营分析
 - 15.3.4 财务状况分析

15.3.5 未来前景展望

15.4 TCL集团股份有限公司

15.4.1 企业发展概况

15.4.2 经营效益分析

15.4.3 财务状况分析

15.4.4 未来前景展望

15.5 康佳集团股份有限公司

15.5.1 企业发展概况

15.5.2 经营效益分析

15.5.3 业务经营分析

15.5.4 财务状况分析

15.5.5 未来前景展望

15.6 合肥美菱股份有限公司

15.6.1 企业发展概况

15.6.2 经营效益分析

15.6.3 业务经营分析

15.6.4 财务状况分析

15.6.5 未来前景展望

15.7 海信科龙电器股份有限公司

15.7.1 企业发展概况

15.7.2 经营效益分析

15.7.3 业务经营分析

15.7.4 财务状况分析

15.7.5 未来前景展望

15.8 华帝股份有限公司

15.8.1 企业发展概况

15.8.2 经营效益分析

15.8.3 业务经营分析

15.8.4 财务状况分析

15.8.5 未来前景展望

15.9 浙江苏泊尔股份有限公司

15.9.1 企业发展概况

15.9.2 经营效益分析

15.9.3 业务经营分析

15.9.4 财务状况分析

15.9.5 未来前景展望

15.10 广东万和新电气股份有限公司

15.10.1 企业发展概况

15.10.2 经营效益分析

15.10.3 业务经营分析

15.10.4 财务状况分析

15.10.5 未来前景展望

15.11 上市公司财务比较分析

15.11.1 盈利能力分析

15.11.2 成长能力分析

15.11.3 营运能力分析

15.11.4 偿债能力分析

第十六章 2017-2022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

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

16.2 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 2017-2022年中国家电行业发展预测

16.3.1 中国家用电力器具制造行业发展因素分析

16.3.2 2017-2022年中国家用电力器具制造行业收入预测

16.3.3 2017-2022年中国家用电力器具制造行业利润预测

部分图表目录：

图表1 中国大家电消费者购买意愿

图表2 家电品牌消费者关注度

图表3 网络媒体对于线上购买人群影响

图表4 消费者获取信息的主要渠道

图表5 2009-2012年阿根廷家电产品生产状况

图表6 印度新能效标准

图表7 2014-2016年印度市场空调规模年度走势

图表8 2013-2014印度市场平板电视出货量占比

图表9 2006-2016年全球出口增速情况

图表10 2014年进出口增速与贸易差额

图表11 2015年国内生产总值季度增长情况

图表12 2015年规模以上工业企业增加值月度增速情况

图表13 2015年固定资产投资（不含农户）月度增速情况

图表14 2015年社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表15 2015年全国居民消费价格涨跌幅度

图表16 2016年规模以上工业增加值同比增长速度

图表17 2014-2016年固定资产投资同比增速

图表18 2014-2016年全国房地产开发投资同比增速

图表19 2014-2016年社会消费品零售总额同比增速

图表20 城镇居民每百户耐用品保有量一览

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/303510.html>