# 2022-2028年中国家用电器 行业发展趋势与行业前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司 www.cction.com

# 一、报告报价

《2022-2028年中国家用电器行业发展趋势与行业前景预测报告》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.cction.com/report/202203/274388.html

报告价格:纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人: 李经理

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

家用电器(HEA)主要指在家庭及类似场所中使用的各种电器和电子器具。又称民用电器、日用电器。家用电器使人们从繁重、琐碎、费时的家务劳动中解放出来,为人类创造了更为舒适优美、更有利于身心健康的生活和工作环境,提供了丰富多彩的文化娱乐条件,已成为现代家庭生活的必需品。 随着网购的普及以及专业电商在物流、配送、安装、售后等环节的服务优化,越来越多的家电制造企业跨界与专业电商进行战略合作,推出线上线下相结合的销售模式促进产品销量。2019年3月,海尔集团与京东签署战略合作协议,借助与京东家电专卖店的直供合作实现4~6线市场的渠道下沉。伴随着家电企业线上布局进程的加快,2019年家电行业线上销售规模已经达到了38.7%。2017-2019年家电行业线上线下销售占比数据来源:公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国家用电器行业发展趋势与行业前景预测报告》共十四章。首先介绍了家用电器行业市场发展环境、家用电器整体运行态势等,接着分析了家用电器行业市场运行的现状,然后介绍了家用电器市场竞争格局。随后,报告对家用电器做了重点企业经营状况分析,最后分析了家用电器行业发展趋势与投资预测。您若想对家用电器产业有个系统的了解或者想投资家用电器行业,本报告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:

第一章家用电器行业发展综述

- 1.1家用电器行业定义及分类
- 1.1.1行业定义
- 1.1.2行业主要产品分类
- 1.1.3行业主要商业模式
- 1.2家用电器行业特征分析
- 1.2.1产业链分析
- 1.2.2家用电器行业在国民经济中的地位
- 1.2.3家用电器行业生命周期分析
- (1) 行业生命周期理论基础

- (2) 家用电器行业生命周期
- 1.3最近3-5年中国家用电器行业经济指标分析
- 1.3.1赢利性
- 1.3.2成长速度
- 1.3.3附加值的提升空间
- 1.3.4进入壁垒/退出机制
- 1.3.5风险性
- 1.3.6行业周期
- 1.3.7竞争激烈程度指标
- 1.3.8行业及其主要子行业成熟度分析

# 第二章家用电器行业运行环境分析

- 2.1家用电器行业政治法律环境分析
- 2.1.1行业管理体制分析
- 2.1.2行业主要法律法规
- 2.1.3行业相关发展规划
- 2.2家用电器行业经济环境分析
- 2.2.1国际宏观经济形势分析
- 2.2.2国内宏观经济形势分析
- 2.2.3产业宏观经济环境分析
- 2.3家用电器行业社会环境分析
- 2.3.1家用电器产业社会环境
- 2.3.2社会环境对行业的影响
- 2.3.3家用电器产业发展对社会发展的影响
- 2.4家用电器行业技术环境分析
- 2.4.1家用电器技术分析
- 2.4.2家用电器技术发展水平
- 2.4.3行业主要技术发展趋势

## 第三章我国家用电器所属行业运行分析

- 3.1我国家用电器行业发展状况分析
- 3.1.1我国家用电器行业发展阶段

- 3.1.2我国家用电器行业发展总体概况
- 3.1.3我国家用电器行业发展特点分析
- 3.22015-2019年家用电器行业发展现状

中国家电行业在经历了高速增长期后,产品普及率较高,市场已由增量市场转为存量市场。 过去十年中国家电产业高速增长,将2018年家电行业国内市场销售规模推高至8211亿元;2019 年,受到国内经济增速放缓、持续走低的结婚率与出生率等因素的影响,我国家电行业面临 内需不足的问题,销售规模出现了下滑的现象,2019年家电行业国内销售规模为8032亿元, 同比下降2.18%。2016-2019年家电行业国内市场销售规模数据来源:公开资料整理

- 3.2.12015-2019年我国家用电器行业市场规模
- 3.2.22015-2019年我国家用电器行业发展分析
- 3.2.32015-2019年中国家用电器企业发展分析
- 3.3区域市场分析
- 3.3.1区域市场分布总体情况
- 3.3.22015-2019年重点省市市场分析
- 3.4家用电器细分产品/服务市场分析
- 3.4.1细分产品/服务特色
- 3.4.22015-2019年细分产品/服务市场规模及增速
- 3.4.3重点细分产品/服务市场前景预测
- 3.5家用电器产品/服务价格分析
- 3.5.12015-2019年家用电器价格走势
- 3.5.2影响家用电器价格的关键因素分析
- (1)成本
- (2)供需情况
- (3)关联产品
- (4)其他
- 3.5.32022-2028年家用电器产品/服务价格变化趋势
- 3.5.4主要家用电器企业价位及价格策略

第四章我国家用电器所属行业整体运行指标分析

- 4.12015-2019年中国家用电器所属行业总体规模分析
- 4.1.1企业数量结构分析
- 4.1.2人员规模状况分析

- 4.1.3所属行业资产规模分析
- 4.1.4行业市场规模分析
- 4.22015-2019年中国家用电器所属行业产销情况分析
- 4.2.1我国家用电器所属行业工业总产值
- 4.2.2我国家用电器所属行业工业销售产值
- 4.2.3我国家用电器所属行业产销率
- 4.32015-2019年中国家用电器所属行业财务指标总体分析
- 4.3.1所属行业盈利能力分析
- 4.3.2所属行业偿债能力分析
- 4.3.3行业营运能力分析
- 4.3.4行业发展能力分析

# 第五章我国家用电器行业供需形势分析

- 5.1家用电器行业供给分析
- 5.1.12015-2019年家用电器行业供给分析
- 5.1.22022-2028年家用电器行业供给变化趋势
- 5.1.3家用电器行业区域供给分析
- 5.22015-2019年我国家用电器行业需求情况
- 5.2.1家用电器行业需求市场
- 5.2.2家用电器行业客户结构
- 5.2.3家用电器行业需求的地区差异
- 5.3家用电器市场应用及需求预测
- 5.3.1家用电器应用市场总体需求分析
- (1)家用电器应用市场需求特征
- (2)家用电器应用市场需求总规模
- 5.3.22022-2028年家用电器行业领域需求量预测
- (1) 2022-2028年家用电器行业领域需求产品/服务功能预测
- (2) 2022-2028年家用电器行业领域需求产品/服务市场格局预测
- 5.3.3重点行业家用电器产品/服务需求分析预测

#### 第六章家用电器行业产业结构分析

6.1家用电器产业结构分析

- 6.1.1市场细分充分程度分析
- 6.1.2各细分市场领先企业排名
- 6.1.3各细分市场占总市场的结构比例
- 6.1.4领先企业的结构分析(所有制结构)
- 6.2产业价值链条的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析
- 6.2.1产业价值链条的构成
- 6.2.2产业链条的竞争优势与劣势分析
- 6.3产业结构发展预测
- 6.3.1产业结构调整指导政策分析
- 6.3.2产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 6.3.3中国家用电器行业参与国际竞争的战略市场定位
- 6.3.4产业结构调整方向分析

### 第七章我国家用电器行业产业链分析

- 7.1家用电器行业产业链分析
- 7.1.1产业链结构分析
- 7.1.2主要环节的增值空间
- 7.1.3与上下游行业之间的关联性
- 7.2家用电器上游行业分析
- 7.2.1家用电器产品成本构成
- 7.2.22015-2019年上游行业发展现状
- 7.2.32022-2028年上游行业发展趋势
- 7.2.4上游供给对家用电器行业的影响
- 7.3家用电器下游行业分析
- 7.3.1家用电器下游行业分布
- 7.3.22015-2019年下游行业发展现状
- 7.3.32022-2028年下游行业发展趋势
- 7.3.4下游需求对家用电器行业的影响

#### 第八章我国家用电器行业渠道分析及策略

- 8.1家用电器行业渠道分析
- 8.1.1渠道形式及对比

- 8.1.2各类渠道对家用电器行业的影响
- 8.1.3主要家用电器企业渠道策略研究
- 8.1.4各区域主要代理商情况
- 8.2家用电器行业用户分析
- 8.2.1用户认知程度分析
- 8.2.2用户需求特点分析
- 8.2.3用户购买途径分析
- 8.3家用电器行业营销策略分析
- 8.3.1中国家用电器营销概况
- 8.3.2家用电器营销策略探讨
- 8.3.3家用电器营销发展趋势

# 第九章我国家用电器行业竞争形势及策略

- 9.1行业总体市场竞争状况分析
- 9.1.1家用电器行业竞争结构分析
- (1) 现有企业间竞争
- (2)潜在进入者分析
- (3)替代品威胁分析
- (4)供应商议价能力
- (5)客户议价能力
- (6)竞争结构特点总结
- 9.1.2家用电器行业企业间竞争格局分析
- 9.1.3家用电器行业集中度分析
- 9.1.4家用电器行业SWOT分析
- 9.2中国家用电器行业竞争格局综述
- 9.2.1家用电器行业竞争概况
- (1) 中国家用电器行业竞争格局
- (2) 家用电器行业未来竞争格局和特点
- (3) 家用电器市场进入及竞争对手分析
- 9.2.2中国家用电器行业竞争力分析
- (1) 我国家用电器行业竞争力剖析
- (2) 我国家用电器企业市场竞争的优势

### (3) 国内家用电器企业竞争能力提升途径

# 9.2.3家用电器市场竞争策略分析

# 第十章家用电器行业领先企业经营形势分析

- 10.1海尔集团公司
- 10.1.1企业概况
- 10.1.2企业优势分析
- 10.1.3产品/服务特色
- 10.1.4公司经营状况
- 10.1.5公司发展规划
- 10.2美的集团有限公司
- 10.2.1企业概况
- 10.2.2企业优势分析
- 10.2.3产品/服务特色
- 10.2.4公司经营状况
- 10.2.5公司发展规划
- 10.3珠海格力电器股份有限公司
- 10.3.1企业概况
- 10.3.2企业优势分析
- 10.3.3产品/服务特色
- 10.3.4公司经营状况
- 10.3.5公司发展规划
- 10.4广东格兰仕集团有限公司
- 10.4.1企业概况
- 10.4.2企业优势分析
- 10.4.3产品/服务特色
- 10.4.4公司经营状况
- 10.4.5公司发展规划
- 10.5广东美的集团 (芜湖)制冷设备有限公司
- 10.5.1企业概况
- 10.5.2企业优势分析
- 10.5.3产品/服务特色

#### 10.5.4公司经营状况

## 10.5.5公司发展规划

## 第十一章2022-2028年家用电器行业投资前景

- 11.12022-2028年家用电器市场发展前景
- 11.1.12022-2028年家用电器市场发展潜力
- 11.1.22022-2028年家用电器市场发展前景展望
- 11.1.32022-2028年家用电器细分行业发展前景分析
- 11.22022-2028年家用电器市场发展趋势预测
- 11.2.12022-2028年家用电器行业发展趋势
- 11.2.22022-2028年家用电器市场规模预测
- 11.2.32022-2028年家用电器行业应用趋势预测
- 11.2.42022-2028年细分市场发展趋势预测
- 11.32022-2028年中国家用电器行业供需预测
- 11.3.12022-2028年中国家用电器行业供给预测
- 11.3.22022-2028年中国家用电器行业需求预测
- 11.3.32022-2028年中国家用电器供需平衡预测
- 11.4影响企业生产与经营的关键趋势
- 11.4.1市场整合成长趋势
- 11.4.2需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 11.4.3企业区域市场拓展的趋势
- 11.4.4科研开发趋势及替代技术进展
- 11.4.5影响企业销售与服务方式的关键趋势

#### 第十二章2022-2028年家用电器行业投资机会与风险

- 12.1家用电器行业投融资情况
- 12.1.1行业资金渠道分析
- 12.1.2固定资产投资分析
- 12.1.3兼并重组情况分析
- 12.22022-2028年家用电器行业投资机会
- 12.2.1产业链投资机会
- 12.2.2细分市场投资机会

- 12.2.3重点区域投资机会
- 12.32022-2028年家用电器行业投资风险及防范
- 12.3.1政策风险及防范
- 12.3.2技术风险及防范
- 12.3.3供求风险及防范
- 12.3.4宏观经济波动风险及防范
- 12.3.5关联产业风险及防范
- 12.3.6产品结构风险及防范
- 12.3.7其他风险及防范

# 第十三章家用电器行业投资战略研究

- 13.1家用电器行业发展战略研究
- 13.1.1战略综合规划
- 13.1.2技术开发战略
- 13.1.3业务组合战略
- 13.1.4区域战略规划
- 13.1.5产业战略规划
- 13.1.6营销品牌战略
- 13.1.7竞争战略规划
- 13.2对我国家用电器品牌的战略思考
- 13.2.1家用电器品牌的重要性
- 13.2.2家用电器实施品牌战略的意义
- 13.2.3家用电器企业品牌的现状分析
- 13.2.4我国家用电器企业的品牌战略
- 13.2.5家用电器品牌战略管理的策略
- 13.3家用电器经营策略分析
- 13.3.1家用电器市场细分策略
- 13.3.2家用电器市场创新策略
- 13.3.3品牌定位与品类规划
- 13.3.4家用电器新产品差异化战略
- 13.4家用电器行业投资战略研究
- 13.4.12019年家用电器行业投资战略

- 13.4.22022-2028年家用电器行业投资战略
- 13.4.32022-2028年细分行业投资战略

# 第十四章研究结论及投资建议()

- 14.1家用电器行业研究结论
- 14.2家用电器行业投资价值评估
- 14.3家用电器行业投资建议
- 14.3.1行业发展策略建议
- 14.3.2行业投资方向建议
- 14.3.3行业投资方式建议()

详细请访问:http://www.cction.com/report/202203/274388.html