

2023-2029年中国农村家电 行业发展态势与投资前景分析报告

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

《2023-2029年中国农村家电行业发展态势与投资前景分析报告》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/202308/398952.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。

4.1.2 政策的出台背景 4.1.3 实施家电下乡的重大意义 4.1.4 推广家电下乡的
实施步骤 4.1.5 涉足下乡的企业所必备的条件 4.1.6 “家电下乡”政策
退出对企业的影响分析 4.2 “家电下乡”市场分析 4.2.1 家电下乡总体
销售状况 4.2.2 家电下乡销售农村市场占比 4.2.3 细分产品销售情况及占比
4.2.4 区域销售情况及占比 4.3 “家电下乡”市场分析 4.3.1 家电
下乡销售状况 4.3.2 28省市启动新一轮家电下乡招标 4.3.3 底三省一市家电下乡政
策结束 4.3.4 我国家电下乡发展状况 4.3.5 我国家电下乡发展动向
4.4 “家电下乡”推广面临的问题及发展建议 4.4.1 家电下乡推广面临
的制约因素 4.4.2 实施“家电下乡”应防范几大忧患 4.4.3 实施“
家电下乡”存在的问题及对策 4.4.4 推广家电下乡的发展建议 第五章 主
要地区农村家电市场分析 5.1 广东 5.1.1 广东省农民收入状况 5.1.2 广东省
家电下乡市场特点 5.1.3 广东省家电下乡市场现状 5.2 江苏 5.2.1 江苏省农
民人均纯收入情况 5.2.3 江苏省家电下乡销售特征 5.2.4 江苏省家电下乡销售现状
5.3 浙江 5.3.1 浙江省农民人均纯收入情况 5.3.3 浙江临海市家电下乡成绩
骄人 5.3.4 温州市家电下乡“双轨制”运行情况 5.3.5 浙江嘉兴掀起家
电下乡销售热潮 5.4 河南 5.4.1 河南省农民人均收入情况 5.4.2 河南省家电
下乡市场回顾 5.4.3 河南省家电下乡产品销售分析 5.4.4 河南省开封市家电下乡运
行状况 5.5 山东 5.5.1 山东省农民人均纯收入情况 5.5.2 山东省家电下乡运
行特点 5.5.3 山东省家电下乡市场状况分析 5.5.4 山东省部分地区家电下乡市场状
况 5.6 其它地区 5.6.1 四川 5.6.2 新疆 5.6.3 安徽 5.6.4 河北
5.6.5 福建 5.6.6 江西 5.6.7 广西 第六章 主要家电产品农村市场分析
6.1 电视机 6.1.1 农村居民购买彩电的消费心理 6.1.2 “家电下
乡”彩电中标情况 6.1.3 我国彩电下乡市场概况 6.1.4 家电下乡对彩电业快
速发展的拉动作用 6.1.5 家电下乡政策到期加剧彩电市场调整 6.1.6 平板电视农村
市场发展潜力巨大 6.2 洗衣机 6.2.1 我国农村洗衣机市场消费特点 6.2.2 家
电下乡洗衣机市场状况 6.2.3 大品牌洗衣机农村市场日渐走俏 6.2.4 我国农村洗衣
机市场竞争日益激烈 6.2.5 国内农村洗衣机高端市场分析 6.3 冰箱（冰柜）
6.3.1 我国农村冰箱消费大幅攀升 6.3.2 冰箱下乡三四级市场发展分析 6.3.3 
农村冰箱市场打响服务升级战 6.3.4 农村冰箱市场将迎来新一轮洗牌 6.3.5 拓展农
村冰箱市场的策略措施 6.4 空调 6.4.1 农村市场成空调企业新竞争点 6.4.2 
本土空调品牌在农村市场优势明显 6.4.3 我国空调下乡市场分析 6.4.4 外资品牌拓
展农村空调市场面临挑战 6.4.5 我国农村空调市场趋势预测广阔 6.5 手机

6.5.1 我国农村手机市场发展概况 6.5.2 农村手机互联网需求快速增长 6.5.3 我国农村市场手机普及率高 6.5.4 农村手机市场存在的主要问题 6.5.5 国内农村手机市场营销思路解析 6.6 电脑 6.6.1 电脑下乡市场状况分析 6.6.2 农村市场电脑消费分析 6.6.3 我国农村电脑市场不断发展壮大 6.6.4 农村电脑市场面临的主要问题 6.6.5 拓展农村电脑市场的对策措施 第七章 农村家电市场流通渠道及营销策略分析 7.1 农村家电市场渠道建设发展状况 7.1.1 “家电下乡”诱使销售渠道再次变革 7.1.2 家电商加速渠道建设步伐 7.1.3 地方家电渠道商联盟开拓农村市场 7.1.4 重视利用农村供销社的重要途径 7.1.5 农村家电市场自建渠道的发展 7.1.6 渗透农村家电市场的连锁模式 7.2 农村家电销售渠道面临的问题及建议 7.2.1 农村市场销售渠道存在的问题 7.2.2 应当重视发展家电连锁加盟 7.2.3 需创建复合型市场渠道 7.3 销售模式案例分析 7.3.1 汇银家电开拓农村家电市场案例分析 7.3.2 “顺德家电”开拓农村市场模式剖析 7.3.3 日日顺拓展农村市场模式剖析 7.3.4 值家电打造新型销售模式浅析 7.3.5 万利达创新农村销售模式案例解析 7.3.6 飞龙家电推出多方达模式 7.4 家电企业营销策略分析 7.4.1 农村家电市场的营销思路 7.4.2 家电企业农村市场的差异化策略 7.4.3 开发农村市场的4C营销策略 7.4.4 农村家电市场的广告策略 第八章 农村家电市场竞争及前景分析 8.1 农村家电市场竞争格局分析 8.1.1 我国农村家电市场品牌竞争格局 8.1.2 产能过剩加速农村家电市场调整 8.1.3 农村家电市场过度竞争隐忧渐显 8.1.4 农村中高端家电市场竞争激烈 8.1.5 中外家电企业农村市场竞争升温 8.1.6 农村家电市场争夺日趋白热化 8.2 外资企业在中国农村家电市场的竞争形势 8.2.1 农村市场外资品牌现状阐述 8.2.2 农村市场对于外资企业仍然重要 8.2.3 渠道建设成外资拓展农村市场最大掣肘 8.2.4 洋品牌拓展农村市场警惕盲目冒进 8.2.5 外资企业开拓农村家电市场面临尴尬局面 8.3 农村家电市场前景趋势分析 8.3.1 中国国内农村家电市场前景乐观 8.3.2 中国农村家电市场消费潜力巨大 8.3.3 农村家电中高端市场未来展望 8.3.4 电网升级将激发农村家电消费升级 8.3.5 我国家电下乡销量增长潜力仍存 附录： 附录一：《全国农业和农村经济发展第十二个五年规划》 略••••完整报告请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202308/398952.html>