

2024-2030年中国家电市场 深度评估与投资战略咨询报告

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

《2024-2030年中国家电市场深度评估与投资战略咨询报告》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/202310/415993.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

家用电器主要指在家庭及类似场所中使用的各种电气和电子器具。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。

近几年中国进入了消费升级的历史时期，消费者越来越青睐品质优越、时尚美观、节能环保的中高端产品。变频空调、滚筒洗衣机、对开门和多门的高端冰箱、大尺寸平板电视、精品厨电产品的占比越来越高。随着年轻一代消费者逐渐成为家电消费的主要力量，他们的消费习惯和消费模式的转变也促使家电业酝酿渠道变革。事实上，近两年网络销售异军突起，电商已成为改变家电渠道格局的重要力量。主流家电企业通过前两年的试水，目前也主动顺应这一潮流并开始对线上、线下的产品线统筹安排。家电行业的转型升级已经跨过空谈理念的时期，跨入了脚踏实地的开拓进取阶段。

2021年1-12月，家电行业稳步增长，全年主营业务收入1.73万亿元，同比增长15.5%。2021年全国家用电冰箱产量为8992.1万台，同比下降0.4%；全国房间空气调节器产量为21835.7万台，同比增长9.4%；全国家用洗衣机产量为8618.5万台，同比增长9.5%。2022年全年，全国家用电冰箱产量8664.4万台，同比下降3.6%；房间空气调节器产量22247.3万台，同比增长1.8%；家用洗衣机产量9106.3万台，同比增长4.6%。从出口情况看，2021年家电行业出口规模远超历史同期水平。据海关总署发布的数据，2021年1-12月，中国家用电器（包括彩电和DVD及部分白色家电产品）出口额987.2亿美元，同比增长22.3%。2022年，中国家用电器产品出口额为855亿美元，同比下降13.3%。

2021年3月《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》中提到，将应用感应控制、语音控制、远程控制等技术手段，发展智能家电、智能照明、智能安防监控、智能音箱、新型穿戴设备、服务机器人等。2021年4月，工信部根据《关于加快发展数字家庭提高居住品质的指导意见》明确提出到2025年年底，构建比较完备的数字家庭标准体系；新建全装修住宅和社区配套设施，全面具备通信连接能力，拥有必要的智能产品。2021年6月，中国家用电器协会根据《中国家电工业“十四五”发展指导意见》，明确了“十四五”时期我国家电工业的总体发展目标为，持续提升行业的全球竞争力、创新力和影响力，到2025年，成为全球家电科技创新的引领者。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国家电市场深度评估与投资战略咨询报告》共十六章。首先介绍了国际家电业的发展概况，接着分析了中国银行业发展环境、家电业总体发展状况、工业数据和产量数据。然后分别对黑色家电、白色家电、小家电、传统小家电、新兴小家电

的发展及细分产品市场进行了透析，并分析了家电市场竞争、营销、销售渠道模式和盈利模式。随后，报告对家电业重点企业做了财务状况分析，报告最后对家电行业进行了投资分析并对行业未来发展前景进行了科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、财政部、中国海关总署、中企顾问网、中国国家用电器协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对家电业有个系统深入的了解、或者想投资家电业，告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 2021-2023年国外家电行业发展分析

1.1 2021-2023年世界家电产业发展综述

1.1.1 行业发展现状

1.1.2 行业标准动态

1.1.3 欧盟政策动态

1.2 2021-2023年日本家电行业发展状况

1.2.1 产业发展回顾

1.2.2 节能技术动向

1.2.3 行业政策规定

1.2.4 细分产品市场

1.2.5 行业发展动态

1.3 2021-2023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

1.3.4 市场规模现状

1.4 2021-2023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 细分产品市场

1.5 2021-2023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 2021-2023年家电行业发展环境分析

2.1 2021-2023年国内外宏观经济环境分析

2.1.1 世界经济现状

2.1.2 中国经济现状

2.1.3 对外贸易状况

2.2 2021-2023年社会人口环境分析

2.2.1 人口老龄化

2.2.2 “单独二胎”

2.2.3 节能环保

2.2.4 城镇化发展

2.3 2021-2023年行业技术环境分析

2.3.1 云计算技术

2.3.2 物联网技术

2.3.3 行业节能技术

第三章 2021-2023年中国家电行业发展分析

3.1 家电业基本阐述

3.1.1 产业相关内涵

3.1.2 行业统计标准

3.1.3 常见分类方法

3.2 2021-2023年中国家电行业发展综述

3.2.1 行业发展回顾

3.2.2 产品质量发展

3.2.3 产品结构升级

3.2.4 行业转型升级

3.3 2021-2023年中国家电行业发展现状

3.3.1 行业运行状况

3.3.2 行业景气动态

3.3.3 网购发展透析

3.3.4 产业分化特征

3.4 2021-2023年中国家电行业国际贸易状况

3.4.1 出口总体情况

3.4.2 出口产品分析

3.4.3 出口市场情况

3.4.4 进口总体情况

3.4.5 进口产品分析

第四章 2021-2023年中国家电产品产量数据分析

4.1 2021-2023年中国及主要省份彩色电视机产量分析

4.1.1 全国

4.1.2 广东省

4.1.3 江苏省

4.1.4 福建省

4.2 2021-2023年中国及主要省份家用电冰箱产量分析

4.2.1 全国

4.2.2 安徽省

4.2.3 广东省

4.2.4 江苏省

4.3 2021-2023年中国及主要省份家用洗衣机产量分析

4.3.1 全国

4.3.2 江苏省

4.3.3 广东省

4.3.4 重庆市

4.4 2021-2023年中国及主要省份空气调节器产量分析

4.4.1 全国

4.4.2 湖北省

4.4.3 浙江省

4.4.4 河北省

4.5 2021-2023年中国及主要省份电饭锅产量分析

4.5.1 全国

4.5.2 广东省

4.5.3 山东省

4.5.4 安徽省

4.6 2021-2023年中国及主要省份微波炉产量分析

4.6.1 全国

4.6.2 广东省

4.6.3 上海市

4.6.4 山东省

4.7 2021-2023年中国及主要省份家用吸排油烟机产量分析

4.7.1 全国

4.7.2 广东省

4.7.3 山东省

4.7.4 湖南省

4.8 2021-2023年中国及主要省份家用电热水器产量分析

4.8.1 全国

4.8.2 广东省

4.8.3 湖北省

4.8.4 福建省

4.9 2021-2023年中国及主要省份家用电风扇产量分析

4.9.1 全国

4.9.2 江苏省

4.9.3 江西省

4.9.4 福建省

第五章 2021-2023年中国黑色家电行业发展分析

5.1 2021-2023年中国黑色家电行业发展综述

5.1.1 发展现状分析

5.1.2 行业标准规范

5.1.3 产业集群发展

5.1.4 企业面临压力

5.2 2021-2023年中国电视机市场发展状况

5.2.1 市场发展概述

5.2.2 市场发展现状

- 5.2.3 细分市场动态
- 5.2.4 电商平台格局
- 5.3 2021-2023年中国电视机市场需求分析
 - 5.3.1 电视观看需求
 - 5.3.2 网络视频需求
 - 5.3.3 4k电视市场需求
- 5.4 2021-2023年中国电视机细分市场分析
 - 5.4.1 液晶电视
 - 5.4.2 智能电视
 - 5.4.3 3D电视
 - 5.4.4 4K电视
 - 5.4.5 OLED电视
 - 5.4.6 激光电视
- 5.5 中国电视机行业发展趋势及前景
 - 5.5.1 行业发展趋势
 - 5.5.2 产品特征趋势
 - 5.5.3 细分市场前景

第六章 2021-2023年中国白色家电行业发展分析

- 6.1 2021-2023年中国白色家电行业发展综述
 - 6.1.1 行业发展现状
 - 6.1.2 电商渠道发展
 - 6.1.3 产品结构升级
 - 6.1.4 智能物联网应用
- 6.2 2021-2023年中国冰箱市场发展分析
 - 6.2.1 市场发展概述
 - 6.2.2 发展现状分析
 - 6.2.3 市场结构分析
 - 6.2.4 细分产品市场
 - 6.2.5 市场渠道分析
 - 6.2.6 电商平台格局
- 6.3 2021-2023年中国空调市场发展分析

- 6.3.1 市场发展概述
- 6.3.2 发展现状分析
- 6.3.3 市场结构分析
- 6.3.4 细分产品市场
- 6.3.5 行业补贴分析
- 6.3.6 发展趋势分析
- 6.4 2021-2023年中国洗衣机市场发展分析
 - 6.4.1 市场发展概述
 - 6.4.2 产销规模现状
 - 6.4.3 国际贸易状况
 - 6.4.4 市场结构分析
 - 6.4.5 电商平台格局
 - 6.4.6 细分产品市场

第七章 2021-2023年中国小家电行业发展分析

- 7.1 2021-2023年中国小家电行业发展综述
 - 7.1.1 行业基本概述
 - 7.1.2 行业现状分析
 - 7.1.3 首获专项补贴
 - 7.1.4 行业发展动向
 - 7.1.5 行业面临形势
- 7.2 2021-2023年中国小家电市场发展状况
 - 7.2.1 市场规模状况
 - 7.2.2 市场逐渐细分
 - 7.2.3 用户需求分析
 - 7.2.4 在线市场高涨
 - 7.2.5 市场发展趋向
- 7.3 中国小家电行业未来发展趋势及前景
 - 7.3.1 推动因素分析
 - 7.3.2 行业发展趋势
 - 7.3.3 线上市场前景
 - 7.3.4 行业前景展望

第八章 2021-2023年中国传统小家电行业细分市场分析

8.1 2021-2023年中国电热水器行业发展分析

8.1.1 产业集群简析

8.1.2 行业标准分析

8.1.3 市场销售状况

8.1.4 发展趋势分析

8.1.5 转型升级方向

8.2 2021-2023年中国吸油烟机行业发展分析

8.2.1 行业现状分析

8.2.2 行业标准解读

8.2.3 市场结构分析

8.2.4 细分产品解析

8.2.5 行业转型升级

8.3 2021-2023年中国微波炉行业发展分析

8.3.1 行业发展现状

8.3.2 行业集中度分析

8.3.3 市场结构分析

8.3.4 行业标准情况

8.3.5 行业发展前景

8.4 2021-2023年中国电磁炉行业发展分析

8.4.1 行业总体现状

8.4.2 市场结构分析

8.4.3 电商平台格局

8.4.4 技术创新分析

8.4.5 出口市场分析

8.5 2021-2023年中国电压力锅行业发展分析

8.5.1 行业发展现状

8.5.2 市场结构分析

8.5.3 电商平台格局

8.5.4 技术标准现状

8.5.5 产业发展趋势

8.6 2021-2023年中国电饭煲行业发展分析

8.6.1 市场发展概述

8.6.2 市场结构分析

8.6.3 电商平台格局

8.6.4 产品发展趋势

8.6.5 行业发展潜力

8.7 2021-2023年中国豆浆机行业发展分析

8.7.1 行业产销分析

8.7.2 市场结构分析

8.7.3 电商平台格局

8.7.4 渠道现状分析

8.7.5 未来发展方向

8.8 2021-2023年饮水机行业发展分析

8.8.1 行业生产状况

8.8.2 行业能效国标

8.8.3 市场结构分析

8.8.4 市场变革方向

8.8.5 未来发展方向

第九章 2021-2023年中国新兴小家电行业细分市场分析

9.1 2021-2023年净水器市场分析

9.1.1 发展现状分析

9.1.2 市场产销状况

9.1.3 市场竞争分析

9.1.4 行业标准现状

9.1.5 市场发展前景

9.2 2021-2023年直饮机市场分析

9.2.1 市场发展现状

9.2.2 行业基本特征

9.2.3 行业格局现状

9.2.4 行业存在不足

9.2.5 市场潜力巨大

9.3 2021-2023年空气净化器市场分析

9.3.1 市场发展概述

9.3.2 市场规模分析

9.3.3 市场用户行为

9.3.4 市场结构分析

9.3.5 未来发展前景

9.4 2021-2023年吸尘器市场分析

9.4.1 行业生产现状

9.4.2 市场发展概况

9.4.3 市场格局分析

9.4.4 细分产品市场

9.4.5 行业发展趋势

9.5 2021-2023年婴幼儿家电市场分析

9.5.1 市场发展概况

9.5.2 网购市场优势

9.5.3 细分产品市场

9.5.4 行业发展对策

9.5.5 市场空间广阔

第十章 2021-2023年中国家电市场竞争分析

10.1 2021-2023年中国家电市场竞争现状分析

10.1.1 竞争格局分析

10.1.2 市场竞争现状

10.1.3 电商平台竞争

10.1.4 在线市场竞争

10.2 2021-2023年中国部分家电细分市场竞争分析

10.2.1 生活家电市场

10.2.2 微波炉市场

10.2.3 电风扇市场

10.3 中国家电连锁企业五力竞争分析

10.3.1 行业内的竞争

10.3.2 新进入者威胁

- 10.3.3 替代品的威胁
- 10.3.4 供应商议价能力
- 10.3.5 购买者议价能力
- 10.4 中国家电企业提高竞争力对策
 - 10.4.1 技术创新策略
 - 10.4.2 产品差异化策略
 - 10.4.3 品牌竞争力策略

第十一章 2021-2023年中国家电市场营销分析

- 11.1 2021-2023年中国家电行业营销发展现状
 - 11.1.1 品牌娱乐营销
 - 11.1.2 大数据营销
 - 11.1.3 数字营销
 - 11.1.4 网络营销
- 11.2 2021-2023年中国部分家电细分市场营销分析
 - 11.2.1 电磁炉市场
 - 11.2.2 电压力锅市场
 - 11.2.3 母婴家电电商
- 11.3 中国家电行业营销问题及策略建议
 - 11.3.1 企业营销问题
 - 11.3.2 包销定制策略
 - 11.3.3 会员营销策略

第十二章 2021-2023年中国家电行业销售渠道模式分析

- 12.1 中国家电行业电商渠道发展分析
 - 12.1.1 电商渠道现状
 - 12.1.2 电商主体分析
 - 12.1.3 电商渠道模式
 - 12.1.4 O2O电商模式
- 12.2 2021-2023年中国家电销售渠道变革分析
 - 12.2.1 渠道变革案例
 - 12.2.2 渠道下沉趋势

- 12.2.3 全渠道模式
- 12.2.4 渠道新模式
- 12.3 2021-2023年中国部分细分市场销售渠道分析
 - 12.3.1 厨卫电器市场
 - 12.3.2 净水器市场
 - 12.3.3 电磁炉市场
 - 12.3.4 电压力锅市场
- 12.4 中国家电行业销售渠道未来发展前景
 - 12.4.1 渠道发展方向
 - 12.4.2 渠道未来格局
 - 12.4.3 渠道未来前景

第十三章 2021-2023年中国家电行业盈利模式分析

- 13.1 2021-2023年中国家电行业传统盈利模式分析
 - 13.1.1 品牌盈利模式
 - 13.1.2 低价盈利模式
 - 13.1.3 速度盈利模式
 - 13.1.4 渠道领先模式
 - 13.1.5 区域领先模式
- 13.2 2021-2023年中国家电行业盈利模式变革分析
 - 13.2.1 零售盈利模式
 - 13.2.2 内容盈利模式
 - 13.2.3 服务盈利模式
 - 13.2.4 模式变革案例
- 13.3 2021-2023年中国部分家电细分市场盈利模式分析
 - 13.3.1 黑色家电
 - 13.3.2 白色家电
 - 13.3.3 厨房电器
 - 13.3.4 电热水器

第十四章 2020-2023年中国家电行业重点企业财务状况

- 14.1 青岛海尔股份有限公司

- 14.1.1 企业发展概况
- 14.1.2 经营效益分析
- 14.1.3 业务经营分析
- 14.1.4 财务状况分析
- 14.1.5 核心竞争力分析
- 14.1.6 公司发展战略
- 14.1.7 未来前景展望
- 14.2 珠海格力电器股份有限公司
 - 14.2.1 企业发展概况
 - 14.2.2 经营效益分析
 - 14.2.3 业务经营分析
 - 14.2.4 财务状况分析
 - 14.2.5 核心竞争力分析
 - 14.2.6 公司发展战略
 - 14.2.7 未来前景展望
- 14.3 美的集团股份有限公司
 - 14.3.1 企业发展概况
 - 14.3.2 经营效益分析
 - 14.3.3 业务经营分析
 - 14.3.4 财务状况分析
 - 14.3.5 核心竞争力分析
 - 14.3.6 公司发展战略
 - 14.3.7 未来前景展望
- 14.4 合肥美菱股份有限公司
 - 14.4.1 企业发展概况
 - 14.4.2 经营效益分析
 - 14.4.3 业务经营分析
 - 14.4.4 财务状况分析
 - 14.4.5 核心竞争力分析
 - 14.4.6 公司发展战略
 - 14.4.7 未来前景展望
- 14.5 海信科龙电器股份有限公司

- 14.5.1 企业发展概况
- 14.5.2 经营效益分析
- 14.5.3 业务经营分析
- 14.5.4 财务状况分析
- 14.5.5 核心竞争力分析
- 14.5.6 公司发展战略
- 14.5.7 未来前景展望

第十五章 对2024-2030年中国家电行业投资分析及前景预测

15.1 中国家电行业的投资潜力分析

- 15.1.1 母婴家电市场
- 15.1.2 老年家电市场
- 15.1.3 健康家电市场

15.2 中国家电行业发展趋势及前景分析

- 15.2.1 产品发展方向
- 15.2.2 产业发展趋势
- 15.2.3 行业前景展望

15.3 对2024-2030年中国家电行业预测分析

- 15.3.1 影响因素分析
- 15.3.2 销售规模预测
- 15.3.3 行业利润预测

图表目录

- 图表 2019-2022年青岛海尔股份有限公司总资产及净资产规模
- 图表 2019-2022年青岛海尔股份有限公司营业收入及增速
- 图表 2019-2022年青岛海尔股份有限公司营业收入（分季度）
- 图表 2019-2022年青岛海尔股份有限公司净利润及增速
- 图表 2021年青岛海尔股份有限公司主营业务收入分行业、地区
- 图表 2019-2022年青岛海尔股份有限公司营业利润及营业利润率
- 图表 2019-2022年青岛海尔股份有限公司年化净资产收益率
- 图表 2019-2022年青岛海尔股份有限公司短期偿债能力指标
- 图表 2019-2022年青岛海尔股份有限公司资产负债率水平

图表 2019-2022年青岛海尔股份有限公司运营能力指标

图表 2019-2022年珠海格力电器股份有限公司总资产及净资产规模

图表 2019-2022年珠海格力电器股份有限公司营业收入及增速

图表 2019-2022年珠海格力电器股份有限公司营业收入（分季度）

图表 2019-2022年珠海格力电器股份有限公司净利润及增速

图表 2021年珠海格力电器股份有限公司主营业务收入分行业、地区

图表 2019-2022年珠海格力电器股份有限公司营业利润及营业利润率

图表 2019-2022年珠海格力电器股份有限公司年化净资产收益率

图表 2019-2022年珠海格力电器股份有限公司短期偿债能力指标

图表 2019-2022年珠海格力电器股份有限公司资产负债率水平

图表 2019-2022年珠海格力电器股份有限公司运营能力指标

图表 2019-2022年美的集团股份有限公司总资产及净资产规模

图表 2019-2022年美的集团股份有限公司营业收入及增速

图表 2019-2022年美的集团股份有限公司营业收入（分季度）

图表 2019-2022年美的集团股份有限公司净利润及增速

图表 2021年美的集团股份有限公司主营业务收入分行业、地区

图表 2019-2022年美的集团股份有限公司营业利润及营业利润率

图表 2019-2022年美的集团股份有限公司年化净资产收益率

图表 2019-2022年美的集团股份有限公司短期偿债能力指标

图表 2019-2022年美的集团股份有限公司资产负债率水平

图表 2019-2022年美的集团股份有限公司运营能力指标

图表 2019-2022年合肥美菱股份有限公司总资产及净资产规模

图表 2019-2022年合肥美菱股份有限公司营业收入及增速

图表 2019-2022年合肥美菱股份有限公司营业收入（分季度）

图表 2019-2022年合肥美菱股份有限公司净利润及增速

图表 2021年合肥美菱股份有限公司主营业务收入分行业、地区

图表 2019-2022年合肥美菱股份有限公司营业利润及营业利润率

图表 2019-2022年合肥美菱股份有限公司年化净资产收益率

图表 2019-2022年合肥美菱股份有限公司短期偿债能力指标

图表 2019-2022年合肥美菱股份有限公司资产负债率水平

图表 2019-2022年合肥美菱股份有限公司运营能力指标

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/415993.html>