



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国农村家电市场 监测及投资战略研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国农村家电市场监测及投资战略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/250217.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

第一章 农村家电市场发展背景分析

1.1 2012-2014年农村经济状况

1.1.1 2012年我国农村经济运行状况

1.1.2 2013年我国农村经济运行状况

1.1.3 2014年我国农村经济运行态势

1.1.4 科技促进我国农村经济稳定发展

1.1.5 我国农村经济建设存在的不足及对策

1.1.6 我国农村经济的发展建议

1.2 国家农业政策及执行情况

1.2.1 重点农村政策落实情况和农村改革新进展回顾

1.2.2 2012年我国农村政策落实情况和农村改革进展

1.2.3 2013年重点农村政策落实情况和农村改革新进展

1.2.4 中央一号文件高度关注"三农"问题

1.3 2012-2014年农村消费市场解析

1.3.1 农村消费市场特征

1.3.2 农村消费市场扩大有利于增加内需

1.3.3 制约我国农村消费市场发展的因素

1.3.4 促进农村消费市场发展的措施

第二章 2012-2014年中国农村家电市场分析

2.1 2012-2014年中国农村家电市场现状分析

2.1.1 中国农村家电市场发展概况

2.1.2 农村小家电市场发展状况分析

2.1.3 我国农村家电市场发展成绩综述

2.1.4 我国农村家电市场表现较城市抢眼

2.1.5 外资品牌家电开发农村市场面临机遇

2.2 2012-2014年农村家电市场售前售后服务分析

2.2.1 农村家电市场售后服务发展现状

2.2.2 售后服务成开发农村家电市场的竞争焦点

2.2.3 农村家电售后服务市场存在的主要问题

2.2.4 家电下乡政策退出农村售后服务面临的挑战

- 2.2.5 农村市场售后模式浅析
- 2.2.6 完善农村家电售后服务的措施
- 2.2.7 开发农村家电市场还应加强售前服务
- 2.3 中国农村家电市场面临的挑战及建议
 - 2.3.1 市场透支问题如何解决
 - 2.3.2 农村市场竞争或更加激烈
 - 2.3.3 小品牌将面临生死考验
 - 2.3.4 农村小家电市场推广面临阻碍
 - 2.3.5 规范政策退出的发展建议
 - 2.3.6 中小企业开拓农村家电市场的对策

第三章 2012-2014年农村家电消费分析

- 3.1 2012-2014年家电消费状况调查
 - 3.1.1 我国农村家电产品普及状况
 - 3.1.2 农村市场家电产品的保有情况
 - 3.1.3 农村家电产品的购置时间
 - 3.1.4 农村消费者的家电购买需求
 - 3.1.5 农村市场消费的特点分析
- 3.2 2012-2014年影响农村家电消费的主要因素
 - 3.2.1 农民收入增长慢影响其消费能力
 - 3.2.2 农村市场有效供给不足影响消费
 - 3.2.3 农村家电消费环境挫伤消费积极性
- 3.3 提升农村家电消费的对策及建议
 - 3.3.1 政策支持
 - 3.3.2 组织支持
 - 3.3.3 制度支持

第四章 2012-2014年"家电下乡"政策及市场分析

- 4.1 "家电下乡"政策介绍
 - 4.1.1 家电下乡的概念
 - 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 2010年"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 2011-2013年"家电下乡"市场分析
 - 4.3.1 2011年家电下乡销售状况
 - 4.3.2 2011年11月28省市启动新一轮家电下乡招标
 - 4.3.3 2011年11月底三省一市家电下乡政策结束
 - 4.3.4 2012年我国家电下乡发展状况
 - 4.3.5 2013年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 2012-2014年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 2012-2014年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 我国农村空调市场发展前景广阔
- 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 2012-2014年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》

图表目录：

图表：2004-2012年我国出台的中央一号文件

图表：家电产品农村家庭普及率

图表：主要家电产品百户保有量

图表：农村消费者各类家电产品意向购买比例

图表：家电农村销售额占比变化

图表：“家电下乡”各家电品种的农村市场销量占比

图表：各家电品种的农村保有量

图表：家电下乡主要产品占比（销售额）

图表：家电下乡主要产品占比（销量）

图表：农业大省家电下乡销售额占比

图表：家电下乡月度销量及同比增速

图表：家电下乡月度销售额及同比增速

图表：家电下乡累计销量及其增速

图表：家电下乡累计销售额及其增速

图表：家电下乡销售均价变化

图表：广东农村居民家庭四大项收入增长情况

图表：广东农村居民家庭八大类消费支出情况

图表：广东省“家电下乡”销售情况表

图表：家电下乡洗衣机产品的品牌销量份额

图表：家电下乡洗衣机产品洗衣机分价格段销量份额

图表：家电下乡洗衣机产品20大畅销型号

图表：家电下乡洗衣机产品主要省份销量份额

图表：家电下乡洗衣机产品山东、四川销量对比

图表：家电下乡山东、四川各品牌洗衣机销量份额排名

图表：农村市场获取电脑类信息渠道（总体）

图表：农村市场获取电脑类信息渠道（分年龄段）

图表：农村市场获取电脑类信息渠道（分学历）

图表：搜集电脑类信息常去的网站

图表：经常收看的央视频道（前10名）

图表：经常收看的卫视频道（前10名）

图表：经常收看的电视节目类型

图表：受欢迎的电脑类报纸杂志

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/250217.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。