



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国家用电器市场 需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2017-2022年中国家用电器市场需求及投资前景分析报告》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/284602.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

国家统计局数据显示，近年来我国家用电器行业持续稳定增长，2007年我国家用电器制造业实现销售收入5,319亿元，2013年达到12,843亿元，年复合增长率为15.83%。 2007-2013年我国家用电器制造业销售收入及增长率

根据分析，自2009年以来，人均家电消费保持10.44%的复合增长速度，2013年达到了992.1元。 2009-2014年中国人均家电消费情况

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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 家电行业相关概述1

第一节 家电行业定义1

第二节 家电行业产品知识1

第三节 家电行业分类情况2

第二章 2016年家用电器行业运行环境分析3

第一节 2016年国内外社会经济发展状况3

一、总体数据3

二、规模以上工业增加值6

三、固定资产投资7

四、社会消费品零售总额12

五、进出口贸易15

六、物价水平21

七、居民收入24

八、货币供应26

九、全球经济总体运行概况26

十、美国经济31

十一、日本经济32

十二、欧元区经济34

第二节 国家经济政策35

第三节 家用电器行业政策36

第三章 全球家用电器行业发展分析38

第一节 2013-2016年全球家用电器市场运行情况38

一、全球家用电器市场分析38

二、全球家用电器市场需求状况38

三、全球家用电器市场价格变化情况38

四、全球家用电器市场发展趋势38

第二节 2013-2016年全球部分地区家用电器市场分析39

一、美国家用电器市场分析39

二、欧盟家用电器市场分析40

三、韩国家用电器市场分析40

四、日本家用电器市场分析41

第四章 中国家用电器行业发展现状分析42

第一节 2013-2016年家用电器行业发展现状42

一、家用电器行业发展概况42

二、家用电器行业生产分析44

三、家用电器行业消费分析45

2016年1-4月液晶电视累计销量3933万台，同比增长8.84%，其中内销1804万台，同比增长3.51%，累计出口2129万台，较去年同期增长了13.8%。 2014-2016年中国液晶电视销量及增速 2011-2016年中国洗衣机销量及增速

第二节 2013-2016年家用电器企业发展分析46

一、家用电器企业发展动态分析46

二、家用电器企业自身发展分析47

三、家用电器企业发展规划分析48

第三节 2013-2016年家用电器行业经济运行分析49

一、2013-2016年家用电器行业产值分析49

二、2013-2016年家用电器行业效益分析53

三、2013-2016年家用电器行业投资分析53

四、2013-2016年家用电器行业出口分析54

第四节 2013-2016年家用电器市场发展分析55

一、2016年家用电器市场分析55

二、2016年家用电器市场变化分析57

三、2016年家用电器市场走势分析62

四、2017-2022年家用电器市场发展趋势分析63

第五节 家用电器行业面临的挑战及发展建议67

一、家用电器行业发展面临的难题67

二、家用电器行业发展建议67

第五章 中国家用电器消费市场分析69

第一节 2013-2016年家用电器消费者特征分析69

一、性别结构分析69

二、年龄结构分析70

三、学历结构分析70

四、收入结构分析71

第二节 2013-2016年家用电器消费市场区域分布72

第三节 家用电器市场消费特点72

第四节 家用电器消费市场新趋势73

第五节 2013-2016年家用电器行业消费市场新政策74

第六章 中国家用电器行业市场营销战略分析76

第一节 家用电器企业营销分析76

一、家用电器市场营销现状76

二、家用电器品牌成功因素分析77

三、家用电器企业营销战略研究78

第二节 家用电器营销渠道分析79

一、家用电器销售渠道构成79

二、家用电器营销渠道策略分析80

第三节 家用电器行业营销策略分析80

一、连锁经营的“集中一点”策略80

二、连锁经营的促销策略81

三、连锁经营的渠道策略81

四、连锁经营物流配送与管理实施策略82

第四节 家用电器企业成功营销策略分析84

一、专卖店营销策略分析84

二、广告营销策略分析87

三、体育营销策略分析87

四、电子商务营销策略分析89

五、主题营销策略分析91

六、整体家居营销策略分析92

七、路演营销策略分析93

第七章 中国家用电器行业发展分析95

第一节 2013-2016年家用电器制造行业总体规模分析95

一、2013-2016年家用电器制造企业数量结构分析95

二、2013-2016年家用电器制造行业生产规模分析96

第二节 2013-2016年家用电器制造行业产销分析97

一、2013-2016年家用电器制造行业产成品情况总体分析97

二、2013-2016年家用电器制造行业产品销售收入总体分析98

第三节 2013-2016年家用电器制造行业盈利能力分析99

一、家用电器制造行业销售利润率99

二、家用电器制造行业成本费用利润率100

三、家用电器制造行业亏损面100

第四节 2013-2016年家用电器制造行业偿债能力分析101

一、家用电器制造行业资产负债比率101

二、家用电器制造行业利息保障倍数102

第五节 2013-2016年家用电器制造行业营运能力分析103

一、家用电器制造行业应收账款周转率103

二、家用电器制造行业总资产周转率104

第六节 2013-2016年家用电器制造行业发展能力分析105

一、家用电器制造行业总资产增长率105

二、家用电器制造行业利润总额增长率106

三、家用电器制造行业主营业务收入增长率106

第八章 2016年大家电行业发展分析107

第一节 2013-2016年大家电市场发展分析107

一、大家电市场发展分析107

二、大家电市场发展有利因素分析108

三、大家电市场消费特点分析109

第二节 2013-2016年大家电出口状况分析109

一、大家电出口数量及金额分析109

二、大家电主要出口市场分析110

第三节 2013-2016年大家电行业存在的问题及对策111

一、大家电产品问题分析111

二、大家电行业存在的问题111

三、大家电外销市场问题分析112

四、大家电行业品牌策略分析112

五、提高大家电市场竞争力策略分析112

第九章 2013-2016年小家电行业发展分析113

第一节 2013-2016年小家电市场发展分析113

一、小家电市场发展分析113

二、小家电市场发展有利因素分析115

三、小家电市场消费特点分析115

第二节 2013-2016年小家电出口状况分析116

一、小家电出口数量及金额分析116

二、小家电主要出口市场分析118

第三节 2013-2016年小家电行业存在的问题及对策118

一、小家电产品问题分析118

二、小家电行业存在的问题119

三、小家电外销市场问题分析119

四、小家电行业品牌策略分析119

五、提高小家电市场竞争力策略分析120

第十章 中国家用电器行业竞争格局分析121

第一节 2013-2016年中国家用电器行业竞争结构分析121

一、家电行业领导者121

二、家电行业挑战者121

三、家电行业追随者121

第二节 2013-2016年中国家用电器行业竞争格局分析122

一、区域竞争情况122

二、品牌竞争情况122

三、家电行业核心技术发展趋势123

第三节 2017-2022年中国家电行业竞争格局变化趋势124

第十一章 细分产业竞争格局分析127

第一节 大家电行业竞争格局分析127

一、2013-2016年大家电行业竞争结构分析127

二、2013-2016年大家电行业竞争格局分析129

第二节 小家电行业竞争格局分析129

一、2013-2016年小家电行业竞争结构分析129

二、2013-2016年小家电行业竞争格局分析130

第三节 细分行业竞争环境分析131

第十二章 优势企业发展分析132

第一节 广东美的集团132

一、企业简介132

二、经营状况134

三、发展策略137

第二节 珠海格力电器股份有限公司139

一、企业简介139

二、经营状况142

三、企业经营动态145

四、发展策略147

第三节 青岛海尔股份有限公司147

一、企业简介147

二、经营状况148

三、企业经营动态154

四、发展策略155

第四节 TCL集团股份有限公司156

一、企业简介156

二、经营状况157

三、企业经营动态163

四、发展策略164

第五节 广东格兰仕集团有限公司165

一、企业简介165

二、经营状况166

三、发展策略168

第六节 四川长虹电器股份有限公司170

一、企业简介170

二、经营状况171

三、企业经营动态174

四、发展策略174

第七节 海信集团有限公司175

一、企业简介175

二、经营状况176

三、企业经营动态180

四、发展策略181

第八节 创维集团有限公司182

一、企业简介182

二、经营状况183

三、企业经营动态185

四、发展策略186

第九节 合肥美菱股份有限公司187

一、企业简介187

二、经营状况188

三、企业经营动态191

四、发展策略192

第十节 浙江苏泊尔股份有限公司193

- 一、企业简介193
- 二、经营状况194
- 三、企业经营动态198
- 四、发展策略198

第十三章 2017-2022年中国家电行业发展趋势分析200

- 第一节 家电行业调整过渡在所难免200
- 第二节 家电行业智能战略发展趋势：云端为主流201
- 第三节 “铝代铜”或成家电行业发展趋势201

第十四章 2017-2022年中国家电行业发展预测203

- 第一节 中国家电行业发展特点203
- 第二节 中国家电行业市场结构及竞争力格局趋势205
- 第三节 2017-2022年家电行业发展预测206

第十五章 2017-2022年中国家用电器行业发展规划207

- 第一节 家用电器行业“十三五”规划解析207
 - 一、家用电器行业“十三五”规划建议207
 - 二、家用电器行业“十三五”规划解析231
- 第二节 地方性家用电器产业振兴规划234
- 第三节 家电企业发展规划趋势234

第十六章 2017-2022年中国家用电器行业发展机遇235

- 第一节 家用电器智能化发展前景235
- 第二节 家用电器产业节能环保分析236
- 第三节 家用电器产业进出口政策244

第十七章 2017-2022年中国家用电器行业投资分析245

- 第一节 家用电器行业市场投资分析245
 - 一、家用电器市场投资现状245
 - 二、家用电器投资机会分析245
 - 三、对家用电器投资分析245

第二节 2017-2022年家用电器投资风险分析246

一、2017-2022年家用电器市场风险预测246

二、2017-2022年家用电器政策风险预测246

三、2017-2022年家用电器经营风险预测247

四、2017-2022年家用电器竞争风险预测247

五、2017-2022年家用电器其他风险预测248

第三节 2017-2022年家用电器投资战略分析249

一、家用电器投资策略分析249

二、家用电器细分市场投资策略分析250

三、对家用电器的投资建议250

第十八章 中国家用电器行业发展战略研究252(AK WZY)

第一节 市场策略分析252

一、家用电器价格策略分析252

二、家用电器渠道策略分析256

第二节 销售策略分析257

一、媒介选择策略分析257

二、产品定位策略分析261

三、企业宣传策略分析262

第三节 对我国家电品牌的战略思考266

一、企业品牌的重要性266

二、家电实施品牌战略的意义268

三、家电企业品牌的现状分析270

四、我国家电企业的品牌战略272

五、家电品牌战略管理的策略275

第四节 家用电器企业经营管理策略277

一、成本控制策略277

二、定价策略278

三、竞争策略282

四、并购重组策略282

五、营销策略283

六、人力资源284

七、财务管理285

第五节 家电行业发展战略研究286

一、战略综合规划286

二、技术开发战略294

三、业务组合战略301

四、区域战略规划304

五、产业战略规划314

六、营销品牌战略316

七、竞争战略规划317

部分图表目录：

图表：2008-2015国内生产总值及其增长速度3

图表：2011-2016年全国产业增长值及变化4

图表：2011-2015国内生产总值同比增长速度4

图表：2016年国内生产总值5

图表：2011-2016年GDP环比增长速度5

图表：2001-2016年规模以上工业企业主要效益6

图表：2001-2016年工业增加值6

图表：2011-2016年固定资产投资（不含农户）同比增速7

图表：2011-2016年分地区投资相邻两月累计同比增速8

图表：2016年1-9月份固定资产投资（不含农户）主要数据10

图表：2011-2016年固定资产到位资金同比增速11

图表：2011-2015社会消费品零售总额比较13

图表：2016年消费零售总额城乡比较14

图表：2011-2016年社会消费零售总额名义增速14

图表：2013-2016年社会消费零售总额变化15

图表：2011-2016年全国对外贸易总额及变化16

图表：2011-2016年全国出口额及变化16

图表：2011-2016年全国进口额及变化17

图表：2016年中国CPI同比增幅22

图表：2016年1-9月中国CPI同比增幅22

图表：2016年中国PPI同比增幅23

图表：2016年1-9月中国PPI同比增幅23
图表：2011-2016年中国农村人均收入变化25
图表：2011-2016年中国城镇人均收入变化25
图表：2016年第三季度主要经济体GDP增速26
图表：2016年4月份二十国集团CPI变化情况27
图表：2016年4月份中美日欧制造业PMI28
图表：2016年5月份中美日欧零售变化情况28
图表：2016年5月份美日欧等发达经济体失业率28
图表：2016年5月世界主要股指月度环比涨跌幅29
图表：2016年5月主要商品期货价格月度环比涨跌幅30
图表：2009-2016年家用电器行业产值50
图表：2011-2016年家用电器行业产销率50
图表：2010-2016年国内空调产量51
更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/284602.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。