

# 2017-2022年中国家用电器行业市场运行态势及投资战略研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国家用电器行业市场运行态势及投资战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/302180.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

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。2013年上半年家用电器产值达6345.92亿元。2013年上半年家用电器行业在节能惠民政策带动，原材料价格较低等外部条件下，运行基本平稳，经济效益好于2012年同期。2013年1-6月家用电冰箱累计生产5018.10万台，累计同比增长18.5%，较2012年同期提高25.9个百分点；房间空气调节器生产7886.9万台，累计同比增长0.1%，较2012年同期下降1.4个百分点。

从产品来看，在消费需求升级和产业结构转型等利好因素影响下，冰洗产品高端化仍是厂商关注的焦点，冰箱“大容量、节能、绿色环保”，洗衣机“节水、节电、除菌”等也成为消费者的迫切追求。从销售情况看，3门及以上的高端冰箱、高端滚筒洗衣机保持了较好的发展态势。

近年来，在国家政策的拉动下，我国家电行业实现了快速发展。自2007年12月份国家在三省一市试点“家电下乡”政策以来，家电行业持续受益于各项政策刺激，在此背景下，农村市场冰箱、洗衣机等家电首次购置需求释放较为明显，其冰箱和洗衣机的百户拥有量自2007年的26.12台和45.94台大幅上升至2012年的65.6台和68.7台。未来家电业钢材应用趋向于高强度薄钢板、宽幅板材、耐指纹镀锌板、彩色预涂板、高牌号电工钢等品种。涂镀深加工家电板和热轧酸洗板产品的比重将加大，并向高强度、高硬度、薄规格和宽幅方向发展、向绿色环保方向发展。此外，农村市场电冰箱、洗衣机和空调器的年均需求量分别为1000万台、1000万台和800万台。根据《规划建议》的要求，“技术创新”与“节能环保”将成为家电产业升级的关键词，主要家电产品能效水平要平均提高15%。《规划建议》提出，“十二五”时期，大家电要重点发展附加值高的高端家电产品。

家用电器产量及同比增长（亿元、%）

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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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
第二节 2014-2016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 2014-2016年家用电器行业经济运行分析	49
一、2014-2016年家用电器行业产值分析	49
二、2014-2016年家用电器行业效益分析	53
三、2014-2016年家用电器行业投资分析	53
四、2014-2016年家用电器行业出口分析	54
第四节 2014-2016年家用电器市场发展分析	55
一、2014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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年家用电器制造行业总体规模分析	95
一、2014-2016年家用电器制造企业数量结构分析	95
二、2014-2016年家用电器制造行业生产规模分析	96
第二节 2014-2016年家用电器制造行业产销分析	97
一、2014-2016年家用电器制造行业产成品情况总体分析	97
二、2014-2016年家用电器制造行业产品销售收入总体分析	98
第三节 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年小家电行业发展分析 113

第一节 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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、2014-2016年大家电行业竞争结构分析	127
二、2014-2016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、2014-2016年小家电行业竞争结构分析	129
二、2014-2016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、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、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
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

图表目录：

图表：2014-2016年国内生产总值及其增长速度	3
图表：2014-2016年全国产业增长值及变化	4
图表：2014-2016年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：2014-2016年GDP环比增长速度	5
图表：2014-2016年规模以上工业企业主要效益	6
图表：2014-2016年工业增加值	6
图表：2014-2016年固定资产投资（不含农户）同比增速	7
图表：2014-2016年分地区投资相邻两月累计同比增速	8
图表：2014-2016年固定资产投资（不含农户）主要数据	10
图表：2014-2016年固定资产到位资金同比增速	11
图表：2014-2016年社会消费品零售总额比较	13
图表：2014年消费零售总额城乡比较	14
图表：2014-2016年社会消费零售总额名义增速	14
图表：2014-2016年社会消费零售总额变化	15
图表：2014-2016年全国对外贸易总额及变化	16
图表：2014-2016年全国出口额及变化	16
图表：2014-2016年全国进口额及变化	17
图表：2014年中国CPI同比增幅	22
图表：2016年中国CPI同比增幅	22
图表：2014年中国PPI同比增幅	23
图表：2016年中国PPI同比增幅	23
图表：2014-2016年中国农村人均收入变化	25
图表：2014-2016年中国城镇人均收入变化	25
图表：2016年主要经济体GDP增速	26

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/302180.html>