2017-2022年中国家用电器行业市场深度调研及投资前景分析报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国家用电器行业市场深度调研及投资前景分析报告》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.chyxx.com/research/201611/471817.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、%）

智研咨询发布的《2017-2022年中国家用电器行业市场深度调研及投资前景分析报告》共十八章。首先介绍了家用电器相关概念及发展环境，接着分析了中国家用电器规模及消费需求，然后对中国家用电器市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国家用电器面临的机遇及发展前景。您若想对中国家用电器有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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
2015年，社会消费品零售总额300931亿元，比上年增长14.68%，扣除价格因素，实际增长10.70%。按经营地统计，城镇消费品零售额258999亿元，增长10.90%；乡村消费品零售额41932亿元，增长12.0%。按消费类型统计，商品零售额268621亿元，增长10.60%；餐饮收入额32310亿元，增长11.70%。
2008-2015年中国社会消费品零售总额（单位：亿元）

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（ZY ZM）
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
图表：2016年二十国集团CPI变化情况 27

图表：2016年中美日欧制造业PMI 28
图表：2016年份中美日欧零售变化情况 28
图表：2016年份美日欧等发达经济体失业率 28
图表：2016年世界主要股指月度环比涨跌幅 29
图表：2016年主要商品期货价格月度环比涨跌幅 30
图表：2014-2016年家用电器行业产值 50
图表：2014-2016年家用电器行业产销率 50
图表：2014-2016年国内空调产量 51
图表：2014-2016年国内洗衣机产量 51
图表：2014-2016年国内冰箱产量 52
图表：2014-2016年国内彩电产量 52
图表：2014-2016年城镇居民家庭平均每百户洗衣机拥有量(台) 58
图表：2014-2016年城镇居民家庭平均每百户空调拥有量(台) 59
图表：2014-2016年城镇居民家庭平均每百户洗冰箱拥有量(台) 59
图表：2014-2016年城镇居民家庭平均每百户彩电拥有量(台) 60
图表：2014-2016年农村居民家庭平均每百户洗衣机拥有量(台) 60
图表：2014-2016年农村居民家庭平均每百户空调拥有量(台) 61
图表：2014-2016年农村居民家庭平均每百户冰箱拥有量(台) 61
图表：2014-2016年农村居民家庭平均每百户彩电拥有量(台) 62
图表：家用电器消费者性别结构分析 69
图表：家用电器消费者年龄结构分析 70
图表：家用电器消费者学历结构分析 70
图表：家用电器消费者收入结构分析 71
图表：2016年家电消费市场区域分布 72
图表：2014-2016年规模以上家电制造企业数量 95
图表：2014-2016年家用电器制造行业生产规模 96
图表：2014-2016年家用电器制造行业产成品规模 97
图表：2014-2016年家用电器行业销售收入分析 98
图表：2014-2016年家用电器行业销售利润率分析 99
图表：2014-2016年家用电器行业成本费用利润率分析 100
图表：2014-2016年家用电器行业亏损面分析 100
图表：2014-2016年家用电器行业资产负债率分析 101
图表：2014-2016年家用电器行业利息保障倍数分析 102
图表：2014-2016年家用电器行业应收账款周转率分析 103
图表：2014-2016年家用电器行业总资产周转率分析 104

图表：2014-2016年家用电器总资产规模分析 105
图表：2014-2016年家用电器利润总额分析 106
图表：2014-2016年家用电器行业销售收入分析 106
图表：2016年国内空调市场零售份额 127
图表：2016年国内冰箱市场零售份额 127
图表：2016年国内洗衣机市场零售份额 128
图表：2016年国内平板电视市场零售份额 128
图表：2014-2016年美的集团公司净利润 134
图表：2014-2016年美的集团公司主营收入 135
图表：2014-2016年美的集团公司营业利润率 135
图表：2014-2016年美的集团公司净资产收益率 136
图表：2014-2016年美的集团公司资产负债率 136
图表：珠海格力电器股份有限公司基本信息 141
图表：2014-2016年珠海格力电器股份有限公司偿债能力分析 142
图表：2014-2016年珠海格力电器股份有限公司资本结构分析 143
图表：2014-2016年珠海格力电器股份有限公司经营效率分析 143
图表：2014-2016年珠海格力电器股份有限公司获利能力分析 144
图表：2014-2016年珠海格力电器股份有限公司发展能力分析 144
图表：2014-2016年珠海格力电器股份有限公司现金流量分析 145
图表：2014-2016年珠海格力电器股份有限公司投资收益分析 145
图表：2014-2016年青岛海尔股份有限公司偿债能力分析 148
图表：2014-2016年青岛海尔股份有限公司资本结构分析 148
图表：2014-2016年青岛海尔股份有限公司经营效率分析 149
图表：2014-2016年青岛海尔股份有限公司获利能力分析 149
图表：2014-2016年青岛海尔股份有限公司发展能力分析 150
图表：2014-2016年青岛海尔股份有限公司现金流量分析 150
图表：2014-2016年青岛海尔股份有限公司投资收益分析 150
图表：TCL集团股份有限公司基本信息 157
图表：2014-2016年TCL集团股份有限公司偿债能力分析 157
图表：2014-2016年TCL集团股份有限公司资本结构分析 158
图表：2014-2016年TCL集团股份有限公司经营效率分析 158
图表：2014-2016年TCL集团股份有限公司获利能力分析 158
图表：2014-2016年TCL集团股份有限公司发展能力分析 159
图表：2014-2016年TCL集团股份有限公司现金流量分析 159
图表：2014-2016年TCL集团股份有限公司投资收益分析 159

图表：TCL集团股份有限公司主要产业经营状况 160
图表：四川长虹电器股份有限公司基本信息 170
图表：2014-2016年四川长虹股份有限公司偿债能力分析 171
图表：2014-2016年四川长虹股份有限公司资本结构分析 171
图表：2014-2016年四川长虹股份有限公司经营效率分析 172
图表：2014-2016年四川长虹股份有限公司获利能力分析 172
图表：2014-2016年四川长虹股份有限公司发展能力分析 173
图表：2014-2016年四川长虹股份有限公司现金流量分析 173
图表：2014-2016年四川长虹股份有限公司投资收益分析 173
图表：2014-2016年海信电器股份有限公司偿债能力分析 176
图表：2014-2016年海信电器股份有限公司资本结构分析 176
图表：2014-2016年海信电器股份有限公司经营效率分析 177
图表：2014-2016年海信电器股份有限公司获利能力分析 177
图表：2014-2016年海信电器股份有限公司发展能力分析 178
图表：2014-2016年海信电器股份有限公司现金流量分析 178
图表：2014-2016年海信电器股份有限公司投资收益分析 178
图表：2014-2016年创维集团有限公司主要财务数据 184
图表：2014-2016年创维集团有限公司利润表 184
图表：2014-2016年创维集团有限公司资产负债表 184
图表：2014-2016年创维集团有限公司先进流量表 185
图表：2014-2016年合肥美菱股份有限公司偿债能力分析 189
图表：2014-2016年合肥美菱股份有限公司资本结构分析 189
图表：2014-2016年合肥美菱股份有限公司经营效率分析 189
图表：2014-2016年合肥美菱股份有限公司获利能力分析 190
图表：2014-2016年合肥美菱股份有限公司发展能力分析 190
图表：2014-2016年合肥美菱股份有限公司现金流量分析 191
图表：2014-2016年合肥美菱股份有限公司投资收益分析 191
图表：2016年苏泊尔股份有限公司主营业务分析 195
图表：2014-2016年浙江苏泊尔股份有限公司偿债能力分析 195
图表：2014-2016年浙江苏泊尔股份有限公司资本结构分析 196
图表：2014-2016年浙江苏泊尔股份有限公司经营效率分析 196
图表：2014-2016年浙江苏泊尔股份有限公司获利能力分析 196
图表：2014-2016年浙江苏泊尔股份有限公司发展能力分析 197
图表：2014-2016年浙江苏泊尔股份有限公司现金流量分析 197
图表：2014-2016年浙江苏泊尔股份有限公司投资收益分析 197

图表：2017-2022年家用电器行业产值预测 206
图表：确定公司战略目标的步骤 289
图表：制定公司战略规划的步骤 289

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201611/471817.html