

2019-2025年中国洗衣机行业市场全景调查及投资 方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2019-2025年中国洗衣机行业市场全景调查及投资方向研究报告》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.chyxx.com/research/201908/775894.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

2019年2月中国洗衣机出口量为147万台，同比下降13.1%。2019年1-2月中国洗衣机出口量为362万台，同比增长0.9%。

2019年2月中国洗衣机出口金额为207.43百万美元，同比下降11.7%。2019年1-2月中国洗衣机出口金额为477.82百万美元，同比增长0%。

2018-2019年2月中国洗衣机出口量及增长走势

2018-2019年2月中国洗衣机出口金额及增长走势

智研咨询发布的《2019-2025年中国洗衣机行业市场全景调查及投资方向研究报告》共七章。首先介绍了中国洗衣机行业市场发展环境、洗衣机整体运行态势等，接着分析了中国洗衣机行业市场运行的现状，然后介绍了洗衣机市场竞争格局。随后，报告对洗衣机做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国洗衣机行业发展趋势与投资预测。您若想对洗衣机产业有个系统的了解或者想投资中国洗衣机行业，本报告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 中国洗衣机所属行业发展现状

第一节 中国洗衣机行业发展环境

- 一、国内经济形势
- 二、国内政策规划
- 三、房地产市场走势
- 四、国内人口结构
- 五、居民支出情况
- 六、消费升级情况

第二节 中国洗衣机行业发展现状

- 一、洗衣机的使用率
- 二、洗衣机行业现状

2018年国内洗衣机市场零售规模达到3689万台、716亿元，分别同比增长-0.6%、4.7%；其中，国内零售量增速首次变负。2019年一季度中国洗衣机市场零售量为831万台，同比增长1.0%，零售额为164亿元，同比下降0.6%；其中滚筒洗衣机2018年零售额份额稳步增长，提升至74%；洗烘一体机零售额同比增幅超过40%；10KG和12KG的滚动洗衣机零售额份额分别提升至41.2%和5.9%。2019年1季度生产企业端洗衣机出货1609万台,同比下跌0.9%，未改缓慢下跌趋势。由此推断，国内洗衣机市场已经或即将结束由滚筒机推动的持续数年

的更新换代周期，而进入低速发展的平稳期。

从行业格局看，海尔系与美的系合计份额达62.1%，前10大品牌市占率达90%。2018年洗衣机市场线下品牌中，海尔零售量占31%、小天鹅占17.5%，美的占10.5%，西门子占7.8%，松下占6.9%。线上份额方面，美的系占27.5%，海尔占26.17%。总体竞争格局相当稳定，海尔与美的平分秋色。从价格上看，洗衣机业终端产品售价显著上升。数据显示，线上洗衣机均价为1458元，线下洗衣机均价为2970元；分产品类型来看，滚筒均价与去年同期相比增长326元，达到4130元。总体看，洗衣机行业在零售量增幅放缓的背景下，借助涨价力保零售额的稳定。

因此，预计未来洗衣机市场整体零售量将会进入零增长阶段，但销售额因均价持续走高的因素仍有望保持5%左右的增幅，其中的龙头企业因品牌力和市场资源优势更有可能获得10%左右的增长。在行业结构上大容量、智能化、健康化、洗烘一体、干衣机等将有更快的发展。行业的发展趋势是滚筒化、大容量化、洗烘一体化。

洗衣机内销额对比

三、洗衣机产销规模

四、洗衣机渠道库存

五、洗衣机价格走势

六、洗衣机发展趋势

第三节 中国洗衣机行业前景展望

一、洗衣机市场增长因素

1、更新换代

2、新增购买

二、洗衣机行业发展前景

第二章 中国洗衣机所属市场品牌格局调研

第一节 中国洗衣机行业市场格局

一、行业竞争格局

二、行业集中度

三、行业竞争力

第二节 中国洗衣机行业品牌状况

一、市场品牌现状

1、国内品牌

2、国外品牌

二、市场品牌格局

三、市场品牌特点

四、市场品牌规模

第三节 洗衣机行业不同市场品牌格局

一、城市市场

1、一二线城市

2、三四线城市

二、农村市场

第四节 洗衣机高端品牌分析

一、主要高端品牌

二、高端品牌定位

三、高端品牌价格

四、高端品牌现状

五、高端品牌创新

第三章 洗衣机品牌企业竞争能力调研

第一节 洗衣机品牌企业渠道分析

一、企业销售渠道铺设

二、企业门店规模分布

第二节 洗衣机品牌企业产品分析

一、产品市场定位

二、产品销售价格

三、产品售后费用

第三节 洗衣机品牌企业能力分析

二、企业生产备货能力

三、企业货源分配能力

四、企业区域周转能力

五、企业售后服务能力

六、企业产品创新能力

第四节 洗衣机品牌企业布局分析

一、洗衣机品牌企业关注点

二、产品细分化领域布局

第四章 中国洗衣机所属行业市场品牌营销调研

第一节 品牌消费者分析

一、消费群体

二、消费态度

三、消费能力

四、消费行为变化

五、消费需求趋向

六、对品牌的认知

七、品牌忠诚度

第二节 品牌营销环境

一、互联网环境

二、电商环境

三、电视媒体环境

四、社区物业环境

第三节 品牌营销现状

一、营销渠道

二、营销模式

三、营销现状

第四节 品牌营销存在的问题

一、营销方面存在的问题

二、品牌推广的营销策略

1、广告策略

2、公关策略

3、促销策略

4、终端策略

5、网络策略

6、店铺营销

第五章 中国洗衣机行业主要品牌企业分析

第一节 广东格兰仕集团有限公司

一、企业洗衣机品牌

二、洗衣机市场定位

三、洗衣机市场价格

四、洗衣机产销规模

五、企业品牌价值

六、企业竞争实力

七、企业战略目标

第二节 海尔集团公司

一、企业洗衣机品牌

二、洗衣机市场定位

三、洗衣机市场价格

四、洗衣机产销规模

五、企业品牌价值

六、企业竞争实力

七、企业战略目标

第三节 美的集团股份有限公司

一、企业洗衣机品牌

二、洗衣机市场定位

三、洗衣机市场价格

四、洗衣机产销规模

五、企业品牌价值

六、企业竞争实力

七、企业战略目标

第四节 海信家电集团股份有限公司

一、企业洗衣机品牌

二、洗衣机市场定位

三、洗衣机市场价格

四、洗衣机产销规模

五、企业品牌价值

六、企业竞争实力

七、企业战略目标

第五节 倍科电器有限公司

一、企业洗衣机品牌

二、洗衣机市场定位

三、洗衣机市场价格

四、洗衣机产销规模

五、企业品牌价值

六、企业竞争实力

七、企业战略目标

第六节 松下电器(中国)有限公司

一、企业洗衣机品牌

二、洗衣机市场定位

三、洗衣机市场价格

四、洗衣机产销规模

五、企业品牌价值

六、企业竞争实力

七、企业战略目标

第七节 博西家用电器(中国)有限公司

一、企业洗衣机品牌

二、洗衣机市场定位

三、洗衣机市场价格

四、洗衣机产销规模

五、企业品牌价值

六、企业竞争实力

七、企业战略目标

第八节 山东小鸭集团有限责任公司

一、企业洗衣机品牌

二、洗衣机市场定位

三、洗衣机市场价格

四、洗衣机产销规模

五、企业品牌价值

六、企业竞争实力

七、企业战略目标

第九节 TCL集团股份有限公司

一、企业洗衣机品牌

二、洗衣机市场定位

三、洗衣机市场价格

四、洗衣机产销规模

五、企业品牌价值

六、企业竞争实力

七、企业战略目标

第十节 惠而浦(中国)股份有限公司

一、企业洗衣机品牌

二、洗衣机市场定位

三、洗衣机市场价格

四、洗衣机产销规模

五、企业品牌价值

六、企业竞争实力

七、企业战略目标

第六章 中国洗衣机行业品牌企业竞争策略

第一节 中国洗衣机行业品牌的重要性

一、洗衣机行业品牌化趋势

二、洗衣机行业品牌的重要性

三、洗衣机实施品牌战略的意义

第二节 中国洗衣机行业品牌的机遇与挑战

一、品牌渗透加强的主要驱动因素

二、中国洗衣机行业品牌的机遇

三、中国洗衣机行业品牌的挑战

第三节 中国洗衣机行业品牌竞争能力的提升

一、品牌定位和管理能力

1、选准机会战场

2、明确品牌价值 and 风格定位

3、高效实现品牌传播

二、商品和供应链协同能力

1、商品企划与运营

2、设计研发

3、供应链

4、市场销售

第七章 中国洗衣机行业品牌扩张路径 (ZY GXH)

第一节 洗衣机行业投资分析

一、洗衣机行业投资壁垒

二、洗衣机行业投资现状

三、洗衣机行业兼并重组

第二节 洗衣机行业品牌扩张路径

一、品牌扩张形式与障碍

二、品牌扩张风险与防范

1、政策风险与防范

2、市场风险与防范

3、目标风险与防范

4、质量风险与防范 (ZY GXH)

5、信誉风险与防范

三、品牌市场扩张路径

图表目录：

图表：国内经济形势

图表：国内政策规划

图表：中国人口结构

图表：中国消费升级

图表：中国居民支出

图表：中国洗衣机行业市场规模

- 图表：中国洗衣机行业产销规模
 - 图表：中国洗衣机行业进口分析
 - 图表：中国洗衣机行业出口分析
 - 图表：中国洗衣机行业进出口前景预测
 - 图表：中国洗衣机行业市场品牌现状
 - 图表：中国洗衣机行业市场品牌格局
 - 图表：中国洗衣机行业市场品牌定位
 - 图表：中国洗衣机行业品牌在市场中的份额占比
 - 图表：中国洗衣机行业品牌消费群体
 - 图表：中国洗衣机行业品牌消费态度
 - 图表：中国洗衣机行业品牌消费能力
 - 图表：中国洗衣机行业品牌消费行为变化
 - 图表：中国洗衣机行业品牌消费需求趋向
 - 图表：中国洗衣机行业消费者对品牌的认知
 - 图表：中国洗衣机行业低端品牌产销规模
 - 图表：中国洗衣机行业中端品牌产销规模
 - 图表：中国洗衣机行业高端品牌产销规模
 - 图表：中国洗衣机行业奢侈品牌产销规模
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201908/775894.html>