

2020年中国家电市场分析报告- 行业深度分析与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国家电市场分析报告-行业深度分析与发展前景预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/325019325019.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

2020年1-2月，受新冠肺炎疫情影响，我家电品牌整体表现分化，其中线上运营经验丰富且布局健康家电的品牌普遍实现逆势增长，而厨电品牌整体则下滑明显。具体来看，2020年1-2月，九阳、美的和海尔线上表现最优，分别同比增加32%、16%和13%；老板、华帝、方太三家厨电品牌均出现不同程度的下滑，分别同比下降23%、19%和28%。

2018-2020年2月中国家电行业各品牌表现情况

美的

老板

华帝

方太

海尔

小天鹅

九阳

苏泊尔

荣泰

2018年销售额（百万元）

7404

979

775

972

8656

1558

4752

4404

138

2018年同比

5%

0%

7%

-18%

28%

-3%

20%

31%

-3%

2019年同比

107%

21%

67%

12%

58%

76%

36%

25%

-45%

2018年Q1同比

54%

14%

-31%

9%

204%

-12%

9%

46%

34%

2018年2同比

31%

33%

3%

23%

67%

-4%

12%

32%

18%

2018年Q3同比

-7%

-22%

-11%

-30%

29%

-10%

26%

13%

-38%

2018年Q4同比

-16%.

-6%

29%

-37%

-17%

5%

27%

35%

-7%

2019年Q1同比

60%

20%

127%

-5%

4%

50%

36%

31%

-13%

2019年Q2同比

69%

8%

89%

-15%

28%

59%

46%

24%

-18%

2019年Q3同比

105%

1%

77%

8%

64%

55%

12%

9%

-29%

2019年Q4同比

166%

40%

43%

47%

112%

100%

47%

32%

-83%

2020年1-2月同比

16%

-23%

-19%

-28%

13%

8%

32%

0%

-84%数据来源：中国家用电器协会

从家电各子行业发展来看：小家电行业增长同比持平，产品升级明显（客单价+13%）；洗衣机行业产品健康化升级明显，海尔表现亮眼；空调行业受疫情影响小幅下滑，同比下降2%；冰箱行业实现小幅增长，同比增加3%；电视行业受客单价降价影响同比下降了5%

。

2018-2020年2月中国家电行业表现情况

阿里渠道

小家电

洗衣机

空调

冰箱

电视机

吸尘器

按摩器材

电动牙刷

2018年销售额（百万元）

41568

10341

16160

9320

13013

3683

7423

3835

2019年销售额（百万元）

48643

14147

24309

12304

15045

4058

6751

5726

2018年同比

15%

5%

14%

8%

-1%

27%

72%

105%

2018年同比

17%

37%

50%

32%

16%

10%

-9%

49%

2018年Q1同比

19%

42%

71%

62%

51%

56%

73%

91%

2018年Q2同比

16%

14%

41%

18%

9%

18%

94%

112%

2018年Q3同比

2%

-15%

-19%

-13%

-22%

12%

60%

71%

2018年Q4同比

24%

-2%

6%

0%

-14%

25%

68%

137%

2019年Q1同比

18%

10%

35%

5%

-7%

-5%

25%

114%

2019年Q2同比

19%

35%

32%

28%

7%

15%

18%

95%

2019年Q3同比

9%

42%

12%

30%

28%

6%

-11%

33%

2019年Q4同比

20%

49%

140%

52%

29%

19%

-44%

11%

2020年1-2月同比

0%

0%

-2%

3%

-5%

6%

-48%

-14%

平均客单价（元）

213

1300

2805

1779

1884

623

218

169数据来源：中国家用电器协会

具体从小家电品牌表现情况来看，受益于线上布局完善、产品品类丰富以及销售运营能力突出，九阳、美的和小熊均表现亮眼。具体来看，2020年1-2月九阳线上收入保持了32%的高速增长；美的受益于全品类协同优势明显且积极拥抱新零售，其实现收入同比增长17%；小熊作为创意新兴小电龙头，其电热饭盒等细分品类市场地位领先，且线上销售运营经

验丰富，线上收入同比增长17%。

2018-2020年2月中国小家电品牌表现情况

小家电行业

美的

九阳

苏泊尔

小熊

飞利浦

东菱

2018年Q1同比

19%

7%

9%

46%

/

16%

11%

2018年Q2同比

16%

-2%

12%

32%

/

-2%

-6%

2018年Q3同比

2%

-10%

26%

13%

/

-24%

-25%

2018年Q4同比

24%

-1%

27%

35%

/

11%

-10%

2019年Q1同比

18%

10%

36%

31%

/

6%

-22%

2019年Q2同比

19%

10%

46%

24%

/

18%

25%

2019年Q3同比

9%

13%

12%

9%

/

19%

52%

2019年Q4同比

20%

34%

47%

32%

15%

14%

-5%

2020年1-2月同比

0%

17%

32%

0%

17%

-30%

44%

2018年销售额（百万元）

41568

4828

3496

3523

/

389

217

2019年销售额（百万元）

48643

5764

4752

4404

1629

444

237

2018年同比

15%

-1%

20%

31%

/

1%

-8%

2019年同比

17%

19%

36%

25%

/

14%

9%数据来源：中国家用电器协会

2018-2020年2月中国小家电品牌客单价变化

小家电行业

美的

九阳

苏泊尔

飞利浦

东菱

2018年均价（元）

176

223

239

209

432

214

2019年均价（元）

209

226

300

210

482

193

2019年11月（元）

272

289

377

242

603

206

2019年12月（元）

215

234

303

213

482

192

2020年1-2月（元）

210

230

301

214

501

141

2019年1-2月同比

11%

-10%

20%

-1%

9%

27%

2019年3月同比

22%

-10%

33%

-13%

1%

-13%

2019年4月同比

43%

-6%

46%

0.50%

12%

-6%

2019年5月同比

34%

1%

52%.

2%

54%

17%

2019年6月同比

28%

-6%

51%

3%

12%

-27%

2019年7月同比

16%

-2%

28%

8%

26%

13%

2019年8月同比

11%

3%

19%

2%

1%

-7%

2019年9月同比

10%

3%

11%

-2%

9%

0%

2019年10月同比

12%

8%

1%

-1%

12%

-7%

2019年11月同比

14%

10%

15%

6%

19%

-2%

2019年12月同比

14%

8%

20%

0%

1%

-6%

2020年1-2月同比

13%

10%

9%

2%

2%

-15%数据来源：中国家用电器协会

从空调行业各品牌发展来看，2020年1-2月，我国空调行业线上收入同比下降2%，拆分量价来看，空调线上平均客单价为2888元，同比下滑8%。分品牌来看，空调行业各品牌多数都呈现负增长，但海尔、美的均实现逆势高增。其中海尔收入同比增长160%（量：+300%；价：-35%）；美的受益于降价促销及线上运营经验丰富，收入实现同比增长47%（量：+73%；价：-15%）。其余品牌中，奥克斯和科龙或受龙头品牌强势发力及行业需求低迷影响，线上收入均出现同比负增长，分别同比下滑48%、40%。

2018年-2020年2月中国空调行业各品牌表现情况

空调行业

美的

格力

奥克斯

海尔

科龙

2018年均价（元）

2757

2939

3795

2815

3274

2530

2019年均价（元）

2814

2799

3640

2791

3318

2871

2019年11月（元）

3154

2894

3484

3227

3499

2999

2019年12月（元）

3126

3083

3393

2813

3311

2978

2020年1-2月（元）

2888

2733

4026

2913

2462

2899

2019年1-2月同比

-5%

-4%

5%

1%

1%

13%

2019年3月同比

-14%

-14%

1%

-14%

-6%.

21%

2019年4月同比

-9%

-11%

5%

-5%

5%

24%

2019年5月同比

2%

-4%

7%

3%

14%.

24%

2019年6月同比

3%

-1%

3%

0%

12%

12%

2019年7月同比

3%

-6%

8%

-6%

-5%

8%

2019年8月同比

4%

-6%

4%

-9%

-6%

12%

2019年9月同比

9%

-9%

3%

-8%

-15%

0%

2019年10月同比

-5%

-17%

0%

-4%

-22%

-3%

2019年11月同比

-2%
-5%
-16%
9%
-20%
7%

2019年12月同比

1%
1%
-21%
-7%
-16%
5%

2020年1-2月同比

-8%
-15%
-8%
-6%
-35%
-3%

-3%数据来源：中国家用电器协会（LSM）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国家电市场分析报告-行业深度分析与发展前景预测》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国家电行业发展概述

第一节 家电行业发展情况概述

- 一、家电行业相关定义
- 二、家电行业基本情况介绍
- 三、家电行业发展特点分析

第二节 中国家电行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、家电行业产业链条分析
- 三、中国家电行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国家电行业生命周期分析

- 一、家电行业生命周期理论概述
- 二、家电行业所属的生命周期分析

第四节 家电行业经济指标分析

- 一、家电行业的赢利性分析
- 二、家电行业的经济周期分析
- 三、家电行业附加值的提升空间分析

第五节 中国家电行业进入壁垒分析

- 一、家电行业资金壁垒分析
- 二、家电行业技术壁垒分析
- 三、家电行业人才壁垒分析
- 四、家电行业品牌壁垒分析
- 五、家电行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球家电行业市场发展现状分析

第一节 全球家电行业发展历程回顾

第二节 全球家电行业市场区域分布情况

第三节 亚洲家电行业地区市场分析

一、亚洲家电行业市场现状分析

二、亚洲家电行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲家电行业市场前景分析

第四节 北美家电行业地区市场分析

一、北美家电行业市场现状分析

二、北美家电行业市场规模与市场需求分析

三、北美家电行业市场前景分析

第五节 欧盟家电行业地区市场分析

一、欧盟家电行业市场现状分析

二、欧盟家电行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟家电行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界家电行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球家电行业市场规模预测

第三章 中国家电产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品家电总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国家电行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国家电产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国家电行业运行情况

第一节 中国家电行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国家电行业市场规模分析

第三节 中国家电行业供应情况分析

第四节 中国家电行业需求情况分析

第五节 中国家电行业供需平衡分析

第六节 中国家电行业发展趋势分析

第五章 中国家电所属行业运行数据监测

第一节 中国家电所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国家电所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国家电所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国家电市场格局分析

第一节 中国家电行业竞争现状分析

一、中国家电行业竞争情况分析

二、中国家电行业主要品牌分析

第二节 中国家电行业集中度分析

- 一、中国家电行业市场集中度分析
- 二、中国家电行业企业集中度分析
- 第三节 中国家电行业存在的问题
- 第四节 中国家电行业解决问题的策略分析
- 第五节 中国家电行业竞争力分析
 - 一、生产要素
 - 二、需求条件
 - 三、支援与相关产业
 - 四、企业战略、结构与竞争状态
 - 五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国家电行业需求特点与动态分析

- 第一节 中国家电行业消费市场动态情况
- 第二节 中国家电行业消费市场特点分析
 - 一、需求偏好
 - 二、价格偏好
 - 三、品牌偏好
 - 四、其他偏好
- 第三节 家电行业成本分析
- 第四节 家电行业价格影响因素分析
 - 一、供需因素
 - 二、成本因素
 - 三、渠道因素
 - 四、其他因素
- 第五节 中国家电行业价格现状分析
- 第六节 中国家电行业平均价格走势预测
 - 一、中国家电行业价格影响因素
 - 二、中国家电行业平均价格走势预测
 - 三、中国家电行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国家电行业区域市场现状分析

- 第一节 中国家电行业区域市场规模分布
- 第二节 中国华东地区家电市场分析
 - 一、华东地区概述
 - 二、华东地区经济环境分析

三、华东地区家电市场规模分析

四、华东地区家电市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区家电市场规模分析

四、华中地区家电市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区家电市场规模分析

四、华南地区家电市场规模预测

第九章 2017-2020年中国家电行业竞争情况

第一节 中国家电行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国家电行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国家电行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 家电行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国家电行业发展前景分析与预测

第一节 中国家电行业未来发展前景分析

- 一、家电行业国内投资环境分析
- 二、中国家电行业市场机会分析
- 三、中国家电行业投资增速预测

第二节 中国家电行业未来发展趋势预测

第三节 中国家电行业市场发展前景预测

- 一、中国家电行业市场规模预测
- 二、中国家电行业市场规模增速预测
- 三、中国家电行业产值规模预测
- 四、中国家电行业产值增速预测
- 五、中国家电行业供需情况预测
- 第四节 中国家电行业盈利走势预测
- 一、中国家电行业毛利润同比增速预测
- 二、中国家电行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国家电行业投资风险与营销分析

第一节 家电行业投资风险分析

- 一、家电行业政策风险分析
- 二、家电行业技术风险分析
- 三、家电行业竞争风险分析
- 四、家电行业其他风险分析

第二节 家电行业企业经营发展分析及建议

- 一、家电行业经营模式
- 二、家电行业销售模式
- 三、家电行业创新方向

第三节 家电行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国家电行业发展战略及规划建议

第一节 中国家电行业品牌战略分析

- 一、家电企业品牌的重要性
- 二、家电企业实施品牌战略的意义
- 三、家电企业品牌的现状分析
- 四、家电企业的品牌战略
- 五、家电品牌战略管理的策略

第二节 中国家电行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国家电行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国家电行业发展策略及投资建议

第一节 中国家电行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国家电行业定价策略分析

第三节 中国家电行业营销渠道策略

一、家电行业渠道选择策略

二、家电行业营销策略

第四节 中国家电行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国家电行业重点投资区域分析

二、中国家电行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYGSL）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/325019325019.html>