

中国农村家电行业运营态势与发展战略咨询报告 (2015-2019)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国农村家电行业运营态势与发展战略咨询报告（2015-2019）》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/196660196660.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

第一章 农村家电市场发展背景分析

1.1 农村经济状况

1.1.1 2012年我国农村经济运行状况分析

1.1.2 2013年国内农村经济发展浅析

1.1.3 透析农业农村经济展现的新特点

1.1.4 我国农业农村经济发展面临的不利因素

1.1.5 我国农业农村经济的发展建议

1.2 国家农业政策及执行情况

1.2.1 2011年重点农村政策落实情况和农村改革新进展

1.2.2 2012年我国农村政策落实情况和农村改革新进展

1.2.3 2013年国内农村重大政策实施情况

1.2.4 中央一号文件高度关注“三农”问题

1.3 农村消费市场解析

1.3.1 我国经济增长的潜力市场在农村

1.3.2 中国农村消费市场现状概述

1.3.3 中国农村市场消费面临的障碍

1.3.4 激活农村市场消费的发展措施

第二章 中国农村家电市场分析

2.1 中国农村家电市场现状分析

2.1.1 中国农村家电市场发展概况

2.1.2 农村小家电市场发展现状分析

2.1.3 近年来我国农村家电市场发展成绩综述

2.1.4 2013年我国农村家电市场表现较城市抢眼

2.1.5 外资品牌家电开发农村市场面临机遇

2.2 农村家电市场售前售后服务分析

2.2.1 售后服务成开发农村家电市场的竞争焦点

2.2.2 我国农村家电市场售后服务存在的主要问题

2.2.3 家电下乡政策退出农村售后服务面临的挑战

2.2.4 农村市场售后模式浅析

2.2.5 开发农村家电市场还应该加强售前服务

2.3 中国农村家电市场面临的挑战及建议

2.3.1 市场透支问题如何解决

2.3.2 农村市场竞争或更加激烈

2.3.3 小品牌将面临生死考验

2.3.4 规范政策退出的发展建议

第三章 农村家电消费分析

3.1 家电消费状况调查

3.1.1 我国农村家电产品普及状况

3.1.2 农村市场家电产品的保有情况

3.1.3 农村家电产品的购置时间

3.1.4 农村消费者的家电购买需求

3.1.5 农村市场消费的特点分析

3.2 影响农村家电消费的主要因素

3.2.1 农民收入增长慢影响其消费能力

3.2.2 农村市场有效供给不足影响消费

3.2.3 农村家电消费环境挫伤消费积极性

3.3 提升农村家电消费的对策及建议

3.3.1 政策支持

3.3.2 组织支持

3.3.3 制度支持

第四章 “家电下乡”政策及市场分析

4.1 “家电下乡”政策介绍

4.1.1 家电下乡的概念

4.1.2 政策的出台背景

4.1.3 实施家电下乡的重大意义

4.1.4 推广家电下乡的实施步骤

4.1.5 涉足下乡的企业所必备的条件

4.2 2013年“家电下乡”市场分析

4.2.1 家电下乡总体销售状况

4.2.2 家电下乡销售农村市场占比

4.2.3 细分产品销售情况及占比

4.2.4 区域销售情况及占比

4.3 2014年“家电下乡”市场分析

4.4 “家电下乡”推广面临的问题及发展建议

4.4.1 家电下乡推广面临的制约因素

4.4.2 实施“家电下乡”应防范几大忧患

4.4.3 推广家电下乡的发展建议

第五章 主要家电产品农村市场分析

5.1 电视机

5.2 洗衣机

5.3 冰箱（冰柜）

5.4 空调

5.5 手机

5.6 电脑

第六章 农村家电市场流通渠道及营销策略分析

6.1 农村家电市场渠道建设发展状况

6.1.1 “家电下乡”诱使销售渠道再次变革

6.1.2 家电商加速渠道建设步伐

6.1.3 地方家电渠道商联盟开拓农村市场

6.1.4 重视利用农村供销社的重要途径

6.2 农村家电销售渠道面临的问题及建议

6.2.1 农村市场销售渠道存在的问题

6.2.2 应当重视发展家电连锁加盟

6.2.3 需创建复合型市场渠道

6.3 销售模式案例分析

6.3.1 汇银家电开拓农村家电市场案例分析

6.3.2 “顺德家电”开拓农村市场模式剖析

6.3.3 日日顺拓展农村市场模式剖析

6.3.4 值家电打造新型销售模式浅析

6.3.5 万利达创新农村销售模式案例解析

6.4 家电企业营销策略分析

6.4.1 农村家电市场的营销思路

6.4.2 家电企业农村市场的差异化策略

6.4.3 开发农村市场的4C营销策略

6.4.4 农村家电市场的广告策略

第七章 农村家电市场竞争及前景分析

7.1 农村家电市场竞争格局分析

7.1.1 我国农村家电市场品牌竞争格局

7.1.2 产能过剩加速农村家电市场调整

7.1.3 农村家电市场过度竞争隐忧渐显

7.1.4 农村中高端家电市场竞争激烈

7.1.5 中外家电企业农村市场竞争升温

7.2 外资企业在中国农村家电市场的竞争形势

- 7.2.1 农村市场外资品牌现状阐述
- 7.2.2 农村市场对于外资企业仍然重要
- 7.2.3 渠道建设成外资拓展农村市场最大掣肘
- 7.2.4 洋品牌拓展农村市场警惕盲目冒进
- 7.3 农村家电市场前景趋势分析
 - 7.3.1 中国国内农村家电市场前景乐观
 - 7.3.2 中国农村家电市场消费潜力巨大
 - 7.3.3 农村家电中高端市场未来展望
 - 7.3.4 电网升级将激发农村家电消费升级

图表详见正文.....

特别说明：报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/196660196660.html>