

# 2020年中国家用电器市场前景研究报告- 行业供需现状与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国家用电器市场前景研究报告-行业供需现状与发展前景研究》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/507002507002.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

疫情影响下年初家电线上销售受冲击较大，而随着疫情蔓延逐渐抑制，线上销售持续回暖。数据显示，2020年6月淘系平台家用电器行业成交额为246亿元，同比增长34%，环比增长48%；销量5717万件，同比增长40%，环比增长11%。

随着家电整体市场的回暖，各大细分板块也从3月开始大幅改善，进入Q2后涨幅开始收窄。其中厨房电器成交额环比涨幅在连续4月和5月收窄后，6月成交额涨幅反弹，环比增长34%，复苏态势较好；大家电成交额环比增长64%，Q2涨幅实现连续上升，复苏态势最佳。

具体来看，6月我国家用电器成交额涨幅主要由大家电增长带动，其成交额同比增加值占家电行业同比增加值的47%；厨房电器和生活电器分别为36%和17%。而销量则是厨房电器板块拉升所致，其销量同比增加值占家电行业同比增加值的51%，生活电器和大家电分别为29%和20%。

2020年6月淘系平台家用电器成交额构成情况数据来源：淘系平台

2020年6月淘系平台家用电器销量构成情况数据来源：淘系平台

数据显示，2020年6月淘系平台厨房电器成交额为62亿元，同比增长56%，环比增长34%；销量2609万件，同比增长46%，环比增长13%；生活电器成交额为42亿元，同比增长33%，环比增长27%，销量1812万件，同比增长36%，环比增长4%；大家电成交额为142亿元，同比增长26%，环比增长64%，销量1296万件，同比增长34%，环比增长18%。

2020年6月淘系平台各类家用电器成交额及增速情况数据来源：淘系平台

2020年6月淘系平台各类家用电器销量及增速情况数据来源：淘系平台

6月淘系平台上包括生活电器7个品类、厨房电器15个品类、大家电5个品类在内的27个家电品类共实现成交额合计163亿元，占全平台家用电器行业的66%，销量合计2656万件，占全平台家用电器行业的46%。

细分来看，大家电里的热水器、洗衣机、平板电视、空调、冰箱成交额排名靠前，其中夏季较为畅销的空调成交额排行第一，为43.61亿元。而成交额同比增速最大的是厨房电器板块里的电烤炉，其增速达到了116.51%。

销量方面，生活电器板块里的电风扇销量达到了最高，为572万件；其次为厨房电器板块里的电热水壶、榨汁机、净水器，其销量分别达到了2019万件、205万件、203万件。而销量同比增速最大的是为厨房电器板块里的电烤炉，达到了185.95%。

6月我国淘宝系家电27个子品类成交额和销量情况

分类

品类

成交额

(亿元)

成交额增速（同比）

成交额增速（环比）

销量（万件）

销量增速（同比）

销量增速（环比）

生活电器

干衣机

0.33

91.77%

140.35%

12

99.70%

192.33%

吸尘器

5.56

39.39%

68.15%

67

23.41%

12.00%

扫地机器人

5.11

31.76%

51.03%

34

33.31%

21.62%

加湿器

0.65

24.15%

25.66%

52

37.00%

33.69%

空气净化器

2.11

13.22%

62.26%

20

22.47%

37.83%

暖风机/取暖器

0.17

-12.68%

12.22%

5

141.44%

-11.38%

电风扇

7.74

-12.97%

-4.04%

572

13.29%

-4.78%

厨房电器

电烤炉

0.11

116.51%

15.26%

4

185.95%

19.18%

电烤箱

2.45

106.32%

34.88%

56

104.49%

22.68%

电蒸锅

0.32

101.65%

44.90%

12

96.63%

39.83%

净水器

10.89

87.43%

122.76%

203

84.87%

23.71%

微波炉

1.92

63.52%

53.89%

34

47.50%

45.42%

咖啡机

0.98

57.16%

67.59%

10

56.95%

56.19%

搅拌/料理机

0.69

53.54%

40.73%

33

69.81%

19.70%

电热/火锅

1.31

47.68%

15.51%

145

31.67%

10.39%

电饭煲

3.96

39.32%

41.37%

189

42.37%

21.77%

电压力锅

1.68

37.07%

58.13%

52

41.28%

49.39%

豆浆机

1.23

29.49%

15.96%

34

77.07%

15.23%

电磁炉

1.44

28.46%

34.27%

71

28.07%

30.57%

电热水壶

2.22

6.17%

19.44%

219

15.66%

9.96%

榨汁机

2.16

-25.76%

-6.54%

205

-10.71%

-9.12%

饮水机

0.80

-36.96%

18.15%

32

-19.08%

5.90%

大家电

热水器

11.07

54.09%

66.30%

102

48.27%

20.82%

洗衣机

16.12

27.89%

105.69%

112

28.89%



49.92%

平板电视

16.42

23.82%

111.81%

83

24.70%

62.91%

空调

43.61

5.23%

44.66%

157

3.02%

36.07%

冰箱

22.31

-

71.20%

140

-

22.64%资料来源：淘系平台

具体来看，生活电器方面，6月在跟踪的7个生活电器的品类中，成交额同比增幅由高到低依次为干衣机、吸尘器、扫地机器人、加湿器、空气净化器、暖风机/取暖器、电风扇，分别同比增长39%、32%、24%、13%、-13%、-13%。

新品数和关注程度来看，根据天猫官方旗舰店数据显示，6月电风扇最受关注，收藏数达1823万次，环比增长15%，单品数量为10502个，环比增长29%，单品数量和涨幅在7个品类中均排行第一。另外扫地机器人推新力度较大，加速渗透下单品数量为2154个，环比增长22%，环比增幅仅次于电风扇，品牌数为152个，环比增长11%，排行第一。

主要跟踪的生活电器品类6月的新品数和关注程度

品类

品牌数（个）

品牌数环比增幅

店铺数（个）

店铺数环比增幅

单品数（个）

单品数环比增幅

收藏次数（万次）

收藏次数环比增幅

电风扇

544

8%

2269

17%

10502

29%

1823

15%

吸尘器

219

5%

1037

6%

4249

8%

1690

4%

暖风机

/取暖器

302

-1%

854

-2%

1949

-8%

1618

-3%

扫地机器人

152

11%

541

10%

2154

22%

1091

-1%

加湿器

355

4%

1324

6%

3607

7%

1009

0%

干衣机

181

6%

687

13%

1411

16%

668

4%

空气净化器

276

1%

714

5%

1944

13%

546

6%资料来源：淘系平台

厨房电器方面，6月重点品类成交额为32亿元，同比增长41%，销量为1300万件，同比增长29%。在跟踪的15个厨房电器的品类中，电烤炉、电烤箱、电蒸锅、净水器、微波炉是成交额同比增幅前五名，其增速分别为117%、106%、102%、87%、64%。

新品数和关注程度来看，根据天猫官方旗舰店数据显示，6月豆浆机、微波炉、搅拌/料理机、电压力锅等品牌数增长明显，其品牌数分别为157个、28个、259个、107个，增速分别为12.95%、12.00%、8.82%、8.08%。单品数方面，电磁炉、电蒸锅、电饭煲、电热火锅等电热类增长明显，其增速分别为11%、9.28%、7.78%、7.47%。

主要跟踪的厨房电器品类6月的新品数和关注程度

品类

品牌数

(个)

品牌数环比增幅

店铺数(个)

店铺数环比增幅

单品数(个)

单品数环比增幅

收藏次数(万次)

收藏次数环比增幅

电热/火锅

516

1.98%

2044

6.51%

7051

7.47%

4682

3.26%

电饭煲

436

2.35%

1891

8.43%

9218

7.78%

3564

4.71%

电热水壶

667

0.76%

2367

4.46%

9788

4.15%

3295

2.08%

榨汁机

495

5.54%

1848

6.76%

4615

4.70%

2930

3.71%

净水器

767

-0.78%

1637

1.87%

14521

4.38%

2471

4.83%

电烤箱

162

5.88%

774

8.86%

2437

6.28%

2096

7.43%

电磁炉

322

6.62%

919

9.80%

3448

10.55%

1322

4.64%

电压力锅

107

8.08%

620

5.08%

2702

5.55%

1111

2.89%

微波炉

28

12.00%

214

-4.46%

1044

-5.18%

970

4.80%

豆浆机

157

12.95%

592

7.64%

1714

9.59%

900

4.54%

搅拌/料理机

259

8.82%

899

5.52%

2128

4.26%

681

3.85%

饮水机

188

-3.09%

658

5.45%

2055

-2.14%

589

-3.25%

咖啡机

138

0.73%

420

6.06%

1352

6.12%

523

4.59%

电蒸锅

153

6.25%

537

7.62%

1130

9.28%

385

3.84%

电烤炉

80

5.26%

189

7.39%

307

6.23%

168

8.30%资料来源：淘系平台

大家电方面，6月重点品类成交额为110亿元，同比增长47%；销量为594万件，同比增长58%。在跟踪的5个大家电的品类，成交额全部实现同比正增长，其中热水器最为亮眼，成交额同比增长54.09%，销量同比增长48.27%。

新品数和关注程度来看，根据天猫官方旗舰店数据显示，6月洗衣机、冰箱、热水器、空调、平板电视等5个子品类单品数均实现环比正增长。其中由于处于销售旺季，冰箱的推新程度较大，环比增幅8.94%；此外平板电脑受益于线上学习需求井喷，推新程度也比较高，环比增幅8.57%。

主要跟踪的大家电品类6月的新品数和关注程度

品类

品牌数（个）

品牌数环比增幅

店铺数（个）

店铺数环比增幅

单品数（个）

单品数环比增幅

收藏次数（万次）

收藏次数环比增幅



洗衣机

132

3.09%

735

3.09%

6359

4.97%

4225

2.77%

冰箱

154

7.40%

711

7.40%

6970

8.94%

3682

7.22%

热水器

375

-0.22%

928

-0.22%

7633

5.41%

2984

4.40%

空调

81

8.59%

455

8.59%

5623

6.98%

1883

4.88%

平板电视

160

3.48%

416

3.48%

5635

8.57%

1825

4.07%资料来源：淘系平台

重点品牌旗舰店方面，6月在跟踪的18个重点品牌天猫旗舰店中，苏泊尔、摩飞、九阳官方、海信及万和是销售额涨幅前五名品牌，其销售额分别同比增长160.56%、150.94%、143.81%、143.04%、91.45%。

6月主要跟踪品牌天猫旗舰店销售额和销量

上市公司

品牌店铺名称

销售额（亿元）

销量（万件）

销售额增速（同比）

销量增速（同比）

苏泊尔

苏泊尔官方旗舰店

0.99

26.65

160.56%

122.96%

新宝股份

摩飞电器旗舰店

0.06

0.18

150.94%

93.20%

九阳股份

九阳官方旗舰店

1.09

5.39

143.81%

226.00%

海信家电

海信官方旗舰店

1.79

6.87

143.04%

165.61%

万和电气

vanward 万和官方旗舰店

0.10

6.45

91.45%

62.67%

-

方太官方旗舰店

0.32

1.77

80.83%

168.30%

格力电器

GREE 格力官方旗舰店

12.66

53.72

55.19%

59.79%

九阳股份

九阳厨房电器旗舰店

1.02

36.34

50.26%

137.84%

惠而浦

惠而浦官方旗舰店

1.34

41.24

40.99%

25.21%

老板电器

老板电器旗舰店

0.67

3.46

35.63%

-64.44%

创维数字

创维官方旗舰店

1.17

6.15

32.54%

77.73%

美的集团

美的官方旗舰店

12.91

53.11

28.21%

33.44%

海尔电器

海尔官方旗舰店

1.23

5.53

19.36%

11.20%

海信视像

海信冰洗官方旗舰店

12.48

152.51

5.80%

-10.77%

海信家电

海信电视官方旗舰店

1.92

7.37

5.03%

36.31%

华帝股份

华帝旗舰店

0.11

0.12

-8.93%

25.64%

浙江美大

美大电器旗舰店

0.53

9.15

-9.77%

8.16%

小熊电器

小熊厨房电器旗舰店

0.95

3.30

-45.80%

-37.16%资料来源：天猫官方旗舰店

从细分子品类来看，破壁机成为多家旗舰店的主要来源。6月在疫情逐渐恢复下，主打烟灶消套装的万和、方太、老板旗舰店成交额恢复势态较好，均实现同比增长。

从具体企业来看，6月苏泊尔销量为26.65万件，同比增长122.96%；销售额为0.99亿元，同比增长160.56%。其中电饭煲成交额占比较大，为29.53%；其次为破壁机、电压力锅，其占比分别为24.4%、14.79%。

6月苏泊尔官方旗舰店分品类成交额占比

数据来源：天猫官方旗舰店

6月惠而浦的旗舰店主打产品较为专一，其主要收入来源为厨房冰箱和洗衣机，其占比分别达到了64.62%、28.68%。

6月惠而浦官方旗舰店分品类成交额占比

数据来源：天猫官方旗舰店

6月九阳销售量额均增长，分别为143.81%、226.00%。其中破壁机占比最大，其成交

额占比为35.14%；其次为电饭煲、豆浆机，其成交额占比分别为10.83%、7.83%。

6月九阳官方旗舰店分品类成交额占比

数据来源：天猫官方旗舰店

6月在九阳厨房电器旗舰店品类中，破壁机占比最大，其成交额占比为20.81%；其次为豆浆机、面条机、三明治机，其成交额占比分别为17.45%、11.48%、6.65%。

6月九阳厨房电器旗舰店分品类成交额占比

数据来源：天猫官方旗舰店

6月在小熊厨房电器旗舰店品类中，电热/火锅成交额占比最大，达到了22.93%；其次为保健/养生/煎药壶、电炖/煮粥锅/文火炉，其成交额占比分别为19.16%、15.47%。

6月小熊厨房电器旗舰店分品类成交额占比

数据来源：天猫官方旗舰店

6月摩飞的旗舰店主打产品较为专一，其主要收入来源为多功能料理锅，其成交额占比达到了64.45%。

6月摩飞电器旗舰店分品类成交额占比

数据来源：天猫官方旗舰店

6月在老板电器官方旗舰店品类中，烟灶消套装成主要收入来源，其成交额占比达到了58.52%。

6月老板电器官方旗舰店分品类成交额占比

数据来源：天猫官方旗舰店

6月在美大电器官方旗舰店品类中，集成灶成主要收入来源，其成交额占比达到了85.81%。

6月美大官方旗舰店分品类成交额占比

数据来源：天猫官方旗舰店

6月在方太电器官方旗舰店品类中，烟灶消套装成主要收入来源，其成交额占比达到了53.96%。6月方太官方旗舰店分品类成交额占比

数据来源：天猫官方旗舰店

6月在华帝电器官方旗舰店品类中，烟灶消套装成交额占比最大，达到了49.07%；其次为油烟机、燃气热水器，其成交额占比分别为15.07%、10.06%。

6月华帝官方旗舰店分品类成交额占比

数据来源：天猫官方旗舰店

6月在万和电器官方旗舰店品类中，燃气热水器成主要收入来源，其成交额占比达到了78.14%；其次为烟灶消套装、电热水器，其成交额占比分别达到了9.82%、6.61%。

6月万和官方旗舰店分品类成交额占比

数据来源：天猫官方旗舰店

大家电、生活电器方面，6月冰洗类依旧是多家旗舰店主要收入来源。从具体企业来看

，美的分品类成交额占比最大的产品为空调，占比达到了93.44%。

6月美的天猫旗舰店分品类成交额占比

数据来源：天猫官方旗舰店

格力分品类成交额占比最大的产品也是空调，占比为37%。

6月GREE格力官方旗舰店分品类成交额占比

数据来源：天猫官方旗舰店

海信冰洗官方旗舰店的主要收入来源是冰箱，其成交额占比达到了64.62%；其次为洗衣机，占比为28.68%。

6月海信冰洗官方旗舰店分品类成交额占比

数据来源：天猫官方旗舰店

海尔官方旗舰店的主要收入来源是冰箱，其成交额占比达到了30.71%；其次为洗衣机、空调、平板电视、电热水器等，其占比分别为24.44%、22.19%、5.43%、4.46%。

6月海尔官方旗舰店分品类成交额占比

数据来源：天猫官方旗舰店

而海信则是平板电视产品成交额为其最大收入来源，占比达到了50.14%，远超空调（27.03%）和冰箱（14.35%）。

6月海信官方旗舰店分品类成交额占比

数据来源：天猫官方旗舰店（WW）

中国报告网是观研天下集团旗下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年中国家用电器市场前景研究报告-行业供需现状与发展前景研究》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年中国家用电器行业发展概述

#### 第一节 家用电器行业发展情况概述

- 一、家用电器行业相关定义
- 二、家用电器行业基本情况介绍
- 三、家用电器行业发展特点分析
- 四、家用电器行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、家用电器行业需求主体分析

#### 第二节 中国家用电器行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、家用电器行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
  - 1、沟通协调机制
  - 2、风险分配机制
  - 3、竞争协调机制
- 四、中国家用电器行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

#### 第三节 中国家用电器行业生命周期分析

- 一、家用电器行业生命周期理论概述
- 二、家用电器行业所属的生命周期分析

#### 第四节 家用电器行业经济指标分析

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



## 第五节 中国家用电器行业进入壁垒分析

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

## 第二章 2017-2020年全球家用电器行业市场发展现状分析

### 第一节 全球家用电器行业发展历程回顾

### 第二节 全球家用电器行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲家用电器行业地区市场分析

- 一、亚洲家用电器行业市场现状分析
- 二、亚洲家用电器行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲家用电器行业市场前景分析

### 第四节 北美家用电器行业地区市场分析

- 一、北美家用电器行业市场现状分析
- 二、北美家用电器行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美家用电器行业市场前景分析

### 第五节 欧盟家用电器行业地区市场分析

- 一、欧盟家用电器行业市场现状分析
- 二、欧盟家用电器行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟家用电器行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界家用电器行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球家用电器行业市场规模预测

## 第三章 中国家用电器产业发展环境分析

### 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、全社会消费品家用电器总额
- 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 中国家用电器行业政策环境分析

## 一、行业监管体制现状

## 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国家用电器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 中国家用电器行业运行情况

### 第一节 中国家用电器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

##### 1、行业技术发展现状

##### 2、行业技术专利情况

##### 3、技术发展趋势分析

#### 三、行业发展特点分析

### 第二节 中国家用电器行业市场规模分析

### 第三节 中国家用电器行业供应情况分析

### 第四节 中国家用电器行业需求情况分析

### 第五节 我国家用电器行业进出口形势分析

#### 一、进口形势分析

#### 二、出口形势分析

#### 三、进出口价格对比分析

### 第六节 我国家用电器行业细分市场分析（2015-2019年）

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

#### 三、其它细分市场

### 第七节 中国家用电器行业供需平衡分析

### 第八节 中国家用电器行业发展趋势分析

## 第五章 中国家用电器所属行业运行数据监测

### 第一节 中国家用电器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 中国家用电器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 中国家用电器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年中国家用电器市场格局分析

### 第一节 中国家用电器行业竞争现状分析

- 一、中国家用电器行业竞争情况分析
- 二、中国家用电器行业主要品牌分析

### 第二节 中国家用电器行业集中度分析

- 一、中国家用电器行业市场集中度分析
- 二、中国家用电器行业企业集中度分析

### 第三节 中国家用电器行业存在的问题

### 第四节 中国家用电器行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国家用电器行业竞争力分析

- 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年中国家用电器行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国家用电器行业消费市场动态情况

### 第二节 中国家用电器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 家用电器行业成本分析

#### 第四节 家用电器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 中国家用电器行业价格现状分析

#### 第六节 中国家用电器行业平均价格走势预测

- 一、中国家用电器行业价格影响因素
- 二、中国家用电器行业平均价格走势预测
- 三、中国家用电器行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020年中国家用电器行业区域市场现状分析

### 第一节 中国家用电器行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区家用电器市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区家用电器市场规模分析
- 四、华东地区家用电器市场规模预测

#### 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、华中地区家用电器市场规模分析
- 四、华中地区家用电器市场规模预测

#### 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、华南地区家用电器市场规模分析
- 四、华南地区家用电器市场规模预测

## 第九章 2017-2020年中国家用电器行业竞争情况

### 第一节 中国家用电器行业竞争结构分析（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 中国家用电器行业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 中国家用电器行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第四节 中国家用电器行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 家用电器行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业1

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业2

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业3

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业4

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业5

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国家用电器行业发展前景分析与预测

第一节 中国家用电器行业未来发展前景分析

一、家用电器行业国内投资环境分析

二、中国家用电器行业市场机会分析

三、中国家用电器行业投资增速预测

第二节 中国家用电器行业未来发展趋势预测

第三节 中国家用电器行业市场发展预测

一、中国家用电器行业市场规模预测

二、中国家用电器行业市场规模增速预测

三、中国家用电器行业产值规模预测

四、中国家用电器行业产值增速预测

五、中国家用电器行业供需情况预测

第四节 中国家用电器行业盈利走势预测

一、中国家用电器行业毛利润同比增速预测

二、中国家用电器行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国家用电器行业投资风险与营销分析

第一节 家用电器行业投资风险分析

一、家用电器行业政策风险分析

二、家用电器行业技术风险分析

三、家用电器行业竞争风险分析

四、家用电器行业其他风险分析

第二节 家用电器行业应对策略

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年中国家用电器行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国家用电器行业品牌战略分析

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

### 第二节 中国家用电器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 中国家用电器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

### 第四节 家用电器行业竞争力提升策略

- 一、家用电器行业产品差异性策略
- 二、家用电器行业个性化服务策略
- 三、家用电器行业的促销宣传策略
- 四、家用电器行业信息智能化策略
- 五、家用电器行业品牌化建设策略
- 六、家用电器行业专业化治理策略

## 第十四章 2021-2026年中国家用电器行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国家用电器行业产品策略分析

- 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 中国家用电器行业定价策略分析

第三节 中国家用电器行业营销渠道策略

一、家用电器行业渠道选择策略

二、家用电器行业营销策略

第四节 中国家用电器行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国家用电器行业重点投资区域分析

二、中国家用电器行业重点投资产品分析

图表详见报告正文 . . . . .

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/507002507002.html>