

2021年中国家电市场分析报告- 市场规模现状与发展规划趋势

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国家电市场分析报告-市场规模现状与发展规划趋势》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/537593537593.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

家用电器(HEA)又称民用电器、日用电器，主要是指在家庭及类似场所中使用的各种电器和电子器具。近年来国家相继出台家电行业相关政策，为行业提供良好的发展环境，促进中国家电市场进一步发展。2019年国家发展改革委、生态环境部、商务部联合发布《推动重点消费品更新升级畅通资源循环利用实施方案（2019-2020年）》，要求着力推动绿色智能家电研发和产业化，支持节能、智能型家电研发，鼓励开发基于物联网、人工智能技术的家电组合产品和一体化产品；持续推动家电和消费电子产品更新换代，鼓励消费者更新淘汰能耗高、安全性差的电冰箱、洗衣机、空调、电视机等家电产品，有条件的地方对消费者购置节能、智能型家电产品给予适当支持。

中国家电行业相关政策

日期

颁布部门

行业相关政策法规

概述

2013年

国家发展改革委

《产业结构调整指导目录（2011年本）2013年修正版》

鼓励类：制冷空调设备及关键零部件，包括热泵、复合热源（空气源与太阳能）热泵热水机、二级能效及以上制冷空调压缩机、微通道和降膜换热技术与设备、电子膨胀阀和两相流喷射器等。

2013年

国家标准化委员会

《转速可控型房间空气调节器能效限定值及能源效率等级》

将变频空调能效等级的市场准入门槛由5级提高到3级，能效限定值从原来的3.0提升至3.9。随着能效限定值提高，未能达到新能效标准的产品将不能上市销售，使得变频空调的整体能效水平得到进一步提升，推动了空调行业不断提高节能技术水平，带动上游变频技术、热交换器技术等行业的快速发展。

2014年

国家发展改革委、财政部等

《关于印发能效“领跑者”制度实施方案的通知》

明确提出在变频空调、电冰箱等家电产品中实施能效“领跑者”制度。该制度政策设计的方向主要在于促进节能技术发展，鼓励家电企业凭借技术优势，生产销售高效节能的产品。

2016年

中国家用电器协会

《家用电器工业“十三五”发展指导意见》

“十三五”期间，家电工业发展的基本原则为：坚持自主创新，坚持可持续发展，坚持需求导向，坚持质量为先，坚持落实工业和信息化深度融合，坚持国际化发展方向。总体目标是，争取到2020年跨入全球性的家电强国行列。

2016年

国家发展改革委、中宣部、科技部等10部门

《关于促进绿色消费的指导意见》

鼓励绿色产品消费，到2020年，能效标识2级以上的空调、冰箱等节能家电市场占有率达到50%以上。

2016年

工业和信息化部

《轻工业发展规划（2016-2020年）

推动家用电器工业向智能、绿色、健康方向发展。加强质量品牌建设，进一步提高家电产品性能、可靠性和工业设计水平，提高中国家电产品美誉度。

2016年

国务院

《消费品标准和质量提升规划（2016-2020年）》

适应家用电器高端化、智能化发展趋势，加大团体标准和高水平企业标准的供给力度；开展家用电器产品分等级和评价标准化工作，改善空气净化器等新兴家电产品的性能和消费体验，提高空调器、电冰箱、洗衣机等传统大家电的产品舒适性、智能化水平；提升品牌家电产品深度智能化水平，推动智能家居快速发展。

2017年

国家发展改革委、国家能源局等10部委

《北方地区冬季清洁取暖规划（2017-2021）》

推动能源生产和消费革命，尽可能利用清洁能源，加快提高清洁供暖比重。到2019年，北方地区清洁取暖率达到50%；到2021年，北方地区清洁取暖率达到70%；电供暖（含热泵）面积从2016年的4亿平方米增加到15亿平方米。

2018年

国务院

《打赢蓝天保卫战三年行动计划》

通过调整优化产业结构、能源结构、运输结构、用地结构等方式用三年时间大幅减少主要大气污染物排放总量。其中调整能源结构方式，主要是指在北方地区根据实际情况推进“煤改电”、“煤改气等清洁能源来替代散煤取暖。

2019年

国家发展改革委、工业和信息化部等10部委

《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案（2019年）》

支持绿色、智能家电销售：有条件的地方可对产业链条长、带动系数大、节能减排协同效应明显的新型绿色、智能化家电产品销售，给予消费者适当补贴；促进家电产品更新换代：有条件的地方可对消费者交售旧家电（冰箱、洗衣机、空调、电视机、抽油烟机、热水器、灶具、计算机）并购买新家电产品给予适当补贴，推动高质量新产品销售。

2019年

国家发展改革委、科技部

《关于构建市场导向的绿色技术创新体系的指导意见》

通过完善产品能效、水效、能耗限额、碳排放、污染物排放等强制性标准，定期对强制性标准进行评估，及时更新修订。强化标准贯彻实施，倒逼企业进行绿色技术创新、采用绿色技术进行升级改造。到2020年，建立家电、汽车、建材等产品全生命周期和全产业链绿色认证管理制度。

2019年

国家发展改革委、工业和信息化部等7部委

《绿色高效制冷行动方案》

要求大幅度提高制冷能效和绿色水平，扩大绿色产品供给。到2022年，我国家用空调等制冷产品的市场能效水平提升30%以上，绿色高效制冷产品市场占有率将提高20%，实现年节约1,000亿千瓦时。到2030年，大型公共建筑制冷能效提升30%制冷总体能效水平提升25%以上，绿色高效制冷产品市场占有率提高40%以上。

2019年

国家发展改革委、生态环境部、商务部

《推动重点消费品更新升级畅通资源循环利用实施方案（2019-2020年）》

要求着力推动绿色智能家电研发和产业化，支持节能、智能型家电研发，鼓励开发基于物联网、人工智能技术的家电组合产品和一体化产品；持续推动家电和消费电子产品更新换代，鼓励消费者更新淘汰能耗高、安全性差的电冰箱、洗衣机、空调、电视机等家电产品，有条件的地方对消费者购置节能、智能型家电产品给予适当支持。

2019年

中国家用电器协会

《中国房间空气调节器产业技术路线图》

从节能、环保、产品消费升级等三大领域提出了中国房间空调器产业的产业目标和方向，指出了2025年、2030年需要达到的能效要求，并重点在变频技术、换热技术等能效提升技术、制冷制热能力提升技术、压缩机技术及舒适性等领域实现技术突破。数据来源：公开资料整理

据统计，我国家电市场数量自2014年来持续减少，到2018年中国家电市场数量共计30个，同比下降6.25%；2019年中国家电市场数量约为28个，同比下降6.67%。

2014-2019年中国家电市场数量及同比增长

数据来源：公开资料整理

随着我国整体经济的增长和人均可支配收入的持续上升以及家电产品的不断更新换代。我国家电行业营业收入整体呈上升态势，到2019年行业营业收入达到1.6万亿元，同比增长7.38%，实现利润总额1338.7亿元；由于疫情的影响，2020年上半年我国家电行业销售市场较为萎靡，全年营业收入为1.48万亿元，同比下降7.5%，实现利润1156.9亿元。

2014-2020年中国家电行业营业收入

数据来源：公开资料整理

零售额方面，从2014年到2018年我国家电市场整体零售额规模持续上升，由7288亿元增长至9280亿元，复合年增长率为6.23%；2019年出现小幅下降，中国家电市场整体零售额规模为8920亿元，同比下降3.88%；2020年受到新冠疫情影响，全年零售额约为8333亿元左右，同比下降6.58%。

2014-2020年中国家电市场整体零售额规模

数据来源：公开资料整理

细分产品来看，2020年我国家电市场零售额较高的家电产品为空调和电视，零售规模分别为1616亿元、1288亿元，占比分别达到19.39%、15.46%；其次是冰箱，零售额达到975亿元，占比11.66%；厨房电器与生活电器占比分别为19.01%、25.65%。

2020年中国家电市场零售额占比

数据来源：公开资料整理

由于疫情的影响，2020年我国整体家电市场中网络零售额占比提升至50.4%，较上年增加9.23个百分点，首次占比超过50%。在整体销售渠道中，苏宁易购占比达到23.8%，排名第一；其次是京东与天猫，零售占比分别为17%、10.6%；然后是国美、五星电器，占比分别为5.3%、1.2%。

2020年中国整体家电市场主要渠道份额

数据来源：公开资料整理（LJ）

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。《2021年中国家电市场分析报告-市场规模现状与发展规划趋势》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
- 四、家电行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、家电行业需求主体分析

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、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 欧洲家电行业地区市场分析

一、欧洲家电行业市场现状分析

二、欧洲家电行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲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 我国家电行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国家电行业供需平衡分析

第七节 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影响因素分析
- 二、中国家电行业市场集中度分析

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 中国家电行业钻石模型分析

- 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 家电行业成本结构分析

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SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

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

四、家电行业其他风险分析

第二节 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

第四节 家电行业竞争力提升策略

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

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

第三节 中国家电行业价格策略

第四节 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

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/537593537593.html>