

2018-2023年中国家电行业市场现状规模分析与投资发展趋势研究报告

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《2018-2023年中国家电行业市场现状规模分析与投资发展趋势研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/308826308826.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

家电行业需要各种冲压模具及注塑模具，是模具的另一大用户行业，目前国产家电制造模具占市场份额的80%以上，完全能够自给自足，而且国内模具制造企业在大型液晶电视塑料模具、背板冲压模具等成型技术要求较高的模具生产上也完全能够胜任，随着家电市场竞争的白热化，外壳设计成为重要的一环，对家电外壳的色彩、手感、精度、壁厚等都提出新要求，对新型模具的需求很大，下游家电行业的稳步快速发展将极大推动家电模具行业的发展。

2015年我国液晶电视总销量为12,224万台，同比增长1.6%。内销方面，2015年我国液晶电视累计出货5,120.30万台，同比增长2.6%。按企业来看，国产六大品牌为创维、海信、TCL、康佳、长虹、海尔；创维、海信出货均已超过900万台。出口方面，主要市场方面，按洲别来看，各大洲均呈现正增长势态，2015年我国液晶电视累计出口7,103.2万台，同比微增0.9%。

从彩电产品和技术发展趋势看，2016年有望成为“画质年”，而2016年内需市场，基本需求还是“更大尺寸”，在预算范围内，在满足更大尺寸的基础上，各种新技术的接受度仍然会很高。

随着城镇化步伐的加快，和新农村建设的推进，家电行业将保持快速增长。

根据中国家电工业协会《中国家用电器工业“十二五”发展规划的建议》，我国家电行业将着重推广材料减量化设计，大规模采用易拆解设计和环境兼容性好的可再生利用材料及零部件，并在此基础上实现家电模具、制造设备、装备上水平。

据此分析，未来几年我国家电行业所用的高精度注塑件产品及多色塑料模具、免喷涂高光模具、高精超薄模具等中高端模具产品将面临着良好的发展机遇。

观研天下发布的《2018-2023年中国家电行业市场现状规模分析与投资发展趋势研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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 家电行业相关概述

第一节 家电行业定义

第二节 家电行业产品知识

第三节 家电行业分类情况

第二章 2017年家用电器行业运行环境分析

第一节 2017年国内外社会经济发展状况

一、总体数据

二、规模以上工业增加值

三、固定资产投资

四、社会消费品零售总额

五、进出口贸易

六、物价水平

七、居民收入

八、货币供应

九、全球经济总体运行概况

十、美国经济

十一、日本经济

十二、欧元区经济

第二节 国家经济政策

第三节 家用电器行业政策

第三章 全球家用电器行业发展分析

第一节 2016-2017年全球家用电器市场运行情况

一、全球家用电器市场分析

二、全球家用电器市场需求状况

三、全球家用电器市场价格变化情况

四、全球家用电器市场发展趋势

第二节 2016-2017年全球部分地区家用电器市场分析

一、美国家用电器市场分析

二、欧盟家用电器市场分析

三、韩国家用电器市场分析

四、日本家用电器市场分析

第四章 中国家用电器行业发展现状分析

第一节 2016-2017年家用电器行业发展现状

一、家用电器行业发展概况

二、家用电器行业生产分析

三、家用电器行业消费分析45 第二节 2016-2017年家用电器企业发展分析

一、家用电器企业发展动态分析

二、家用电器企业自身发展分析

三、家用电器企业发展规划分析

第三节 2016-2017年家用电器行业经济运行分析

一、2016-2017年家用电器行业产值分析

二、2016-2017年家用电器行业效益分析

三、2016-2017年家用电器行业投资分析

四、2016-2017年家用电器行业出口分析

第四节 2016-2017年家用电器市场发展分析

一、2017年家用电器市场分析

二、2017年家用电器市场变化分析

三、2017年家用电器市场走势分析

四、2018-2023年家用电器市场发展趋势分析

第五节 家用电器行业面临的挑战及发展建议

一、家用电器行业发展面临的难题

二、家用电器行业发展建议

第五章 中国家用电器消费市场分析

第一节 2016-2017年家用电器消费者特征分析

一、性别结构分析

二、年龄结构分析

三、学历结构分析

四、收入结构分析

第二节 2016-2017年家用电器消费市场区域分布

第三节 家用电器市场消费特点

第四节 家用电器消费市场新趋势

第五节 2016-2017年家用电器行业消费市场新政策

第六章 中国家用电器行业市场营销战略分析

第一节 家用电器企业营销分析

- 一、家用电器市场营销现状
- 二、家用电器品牌成功因素分析
- 三、家用电器企业营销战略研究

第二节 家用电器营销渠道分析

- 一、家用电器销售渠道构成
- 二、家用电器营销渠道策略分析

第三节 家用电器行业营销策略分析

- 一、连锁经营的"集中一点"策略
- 二、连锁经营的促销策略
- 三、连锁经营的渠道策略

第四节 家用电器企业成功营销策略分析

- 一、专卖店营销策略分析
- 二、广告营销策略分析
- 三、体育营销策略分析
- 四、电子商务营销策略分析
- 五、主题营销策略分析
- 六、整体家居营销策略分析
- 七、路演营销策略分析

第七章 中国家用电器行业发展分析

第一节 2016-2017年家用电器制造行业总体规模分析

- 一、2016-2017年家用电器制造企业数量结构分析
- 二、2016-2017年家用电器制造行业生产规模分析

第二节 2016-2017年家用电器制造行业产销分析

- 一、2016-2017年家用电器制造行业产成品情况总体分析
- 二、2016-2017年家用电器制造行业产品销售收入总体分析

第三节 2016-2017年家用电器制造行业盈利能力分析

- 一、家用电器制造行业销售利润率
- 二、家用电器制造行业成本费用利润率
- 三、家用电器制造行业亏损面

第四节 2016-2017年家用电器制造行业偿债能力分析

- 一、家用电器制造行业资产负债比率

二、家用电器制造行业利息保障倍数

第五节 2016-2017年家用电器制造行业营运能力分析

一、家用电器制造行业应收账款周转率

二、家用电器制造行业总资产周转率

第六节 2016-2017年家用电器制造行业发展能力分析

一、家用电器制造行业总资产增长率

二、家用电器制造行业利润总额增长率

三、家用电器制造行业主营业务收入增长率

第八章 2017年大家电行业发展分析

第一节 2016-2017年大家电市场发展分析

一、大家电市场发展分析

二、大家电市场发展有利因素分析

三、大家电市场消费特点分析

第二节 2016-2017年大家电出口状况分析

一、大家电出口数量及金额分析

二、大家电主要出口市场分析

第三节 2016-2017年大家电行业存在的问题及对策

一、大家电产品问题分析

二、大家电行业存在的问题

三、大家电外销市场问题分析

四、大家电行业品牌策略分析

五、提高大家电市场竞争力策略分析

第九章 2016-2017年小家电行业发展分析

第一节 2016-2017年小家电市场发展分析

一、小家电市场发展分析

二、小家电市场发展有利因素分析

三、小家电市场消费特点分析

第二节 2016-2017年小家电出口状况分析

一、小家电出口数量及金额分析

二、小家电主要出口市场分析

第三节 2016-2017年小家电行业存在的问题及对策

一、小家电产品问题分析

二、小家电行业存在的问题

- 三、小家电外销市场问题分析
- 四、小家电行业品牌策略分析
- 五、提高小家电市场竞争力策略分析

第十章 中国家用电器行业竞争格局分析

第一节 2016-2017年中国家用电器行业竞争结构分析

- 一、家电行业领导者
- 二、家电行业挑战者
- 三、家电行业追随者

第二节 2016-2017年中国家用电器行业竞争格局分析

- 一、区域竞争情况
- 二、品牌竞争情况
- 三、家电行业核心技术发展趋势

第三节 2018-2023年中国家电行业竞争格局变化趋势

第十一章 细分产业竞争格局分析

第一节 大家电行业竞争格局分析

- 一、2016-2017年大家电行业竞争结构分析
- 二、2016-2017年大家电行业竞争格局分析

第二节 小家电行业竞争格局分析

- 一、2016-2017年小家电行业竞争结构分析
- 二、2016-2017年小家电行业竞争格局分析

第三节 细分行业竞争环境分析

第十二章 优势企业发展分析

第一节 广东美的集团

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 珠海格力电器股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第三节 青岛海尔股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第四节 tcl集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第五节 广东格兰仕集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第六节 四川长虹电器股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第七节 海信集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第八节 创维集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第九节 合肥美菱股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第十节 浙江苏泊尔股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第十三章 2018-2023年中国家电行业发展趋势分析

- 第一节 家电行业调整过渡在所难免
- 第二节 家电行业智能战略发展趋势：云端为主流
- 第三节 "铝代铜"或成家电行业发展趋势

第十四章 2018-2023年中国家电行业发展预测

- 第一节 中国家电行业发展特点
- 第二节 中国家电行业市场结构及竞争力格局趋势
- 第三节 2018-2023年家电行业发展预测

第十五章 2018-2023年中国家用电器行业发展规划

- 第一节 家用电器行业"十三五"规划解析
 - 一、家用电器行业"十三五"规划建议
 - 二、家用电器行业"十三五"规划解析
- 第二节 地方性家用电器产业振兴规划
- 第三节 家电企业发展规划趋势

第十六章 2018-2023年中国家用电器行业发展机遇

- 第一节 家用电器智能化发展前景
- 第二节 家用电器产业节能环保分析
- 第三节 家用电器产业进出口政策

第十七章 2018-2023年中国家用电器行业投资分析

- 第一节 家用电器行业市场投资分析
 - 一、家用电器市场投资现状
 - 二、家用电器投资机会分析
 - 三、对家用电器投资分析
- 第二节 2018-2023年家用电器投资风险分析
 - 一、2018-2023年家用电器市场风险预测

二、2018-2023年家用电器政策风险预测

三、2018-2023年家用电器经营风险预测

四、2018-2023年家用电器竞争风险预测

五、2018-2023年家用电器其他风险预测

第三节 2018-2023年家用电器投资战略分析

一、家用电器投资策略分析

二、家用电器细分市场投资策略分析

三、对家用电器的投资建议

第十八章 中国家用电器行业发展战略研究

第一节 市场策略分析

一、家用电器价格策略分析

二、家用电器渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 对我国家电品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、家电实施品牌战略的意义

三、家电企业品牌的现状分析

四、我国家电企业的品牌战略

五、家电品牌战略管理的策略

第四节 家用电器企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、人力资源

七、财务管理

第五节 家电行业发展战略研究

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

图表目录：

图表：2016-2017国内生产总值及其增长速度

图表：2016-2017年全国产业增长值及变化

图表：2012-2014国内生产总值同比增长速度

图表：2017年国内生产总值

图表：2016-2017年gdp环比增长速度

图表：2016-2017年规模以上工业企业主要效益

图表：2016-2017年工业增加值

图表：2016-2017年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2016-2017年分地区投资相邻两月累计同比增速

图表详见报告正文（BGZQJP）

特别说明：观研天下所发行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/308826308826.html>