

# 中国生活电器行业发展现状研究与投资趋势调研报告（2022-2029年）

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《中国生活电器行业发展现状研究与投资趋势调研报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202209/610224.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

生活电器泛指和息息相关的用电器具，包括电饭煲、电水壶、电压力锅、电磁炉、电炖锅、电蒸锅、油烟机、电烤箱等厨房电器，冰箱、饮水机、取暖器、榨汁机、空调、电脑、电视、净水设备、榨汁机、酸奶机、米酒机、面包机、挂烫机、平烫挂烫一体机等类型的生活电器。

电器在我们的生活中起着非常重要的作用。近年来随着居民消费观念的转变和消费需求的提高，人们对于生活电器的依赖性也是在不断的提高。有数据显示，截止到2022年6月5日，我国生活电器行业销售额达24.6亿元，同比增长32.4%。

具体从主要细分产品市场来看：

### 1、电饭煲

电饭煲又称作电锅、电饭锅，是利用电能转变为热能的炊具，具有对食品进行蒸、煮、炖、煲、煨等多种操作功能，使用方便、安全可靠。

电饭煲是家务劳动现代化不可缺少的用具之一，是我国家家必备的厨房小家电。2021年我国电饭锅（电饭煲）产量为15314.35万个，同比增长1.43%。

数据来源：观研天下整理

目前由于人均保有量高，市场饱和度高，叠加疫情影响，我国电饭煲市场进入量额齐降的低迷发展期。据数据显示，2022年1~5月，电饭煲市场零售量达1637万台，同比下降6.0%；零售额55亿元，同比下降7.3%。

但与此同时，随着80、90后年轻消费者的崛起，新生代用户成为市场增长主力军，其追求时尚科技、重视潮流个性化的消费特点推动了电饭煲市场向高端、智能化发展。融入智能科技的新品牌开始出现，同时中高端电饭煲的销售额占比正在增长。

目前我国市面上主流的电饭煲有两种类型，分别是普通电脑型电饭煲和IH电饭煲。其中IH电饭煲凭借先进的技术，有效拉动市场均价。数据显示，2022年618期间，IH电饭煲的线上零售额占比为35.5%，零售量占比为14.1%；线上均价为686元，市场整体均价为274元。目前苏泊尔、美的、九阳、松下、象印、小米、飞利浦等品牌都已推出IH电饭煲。

### 2、空调

近年来，随着我国城镇化进程加快及居民生活水平的不断提高，我国空调产量持续增长。根据国家统计局数据显示，2021年，我国空调行业产量为21835.7万台，同比增长9.4%。

数据来源：观研天下整理

销售市场方面，我国空调市场经历了一段高速发展时期，到2018年我国空调零售总量达5703万台，零售金额为2010亿元。但此后空调面临增长“天花板”，市场出现一定程度的萎缩。

数据显示，2021年我国空调全年零售额1527亿元，同比下降1.2%，零售量4689万台，同比

下降8.7%。

数据来源：AVC，观研天下整理

整体来看，现阶段我国空调终端需求整体偏弱，存量置换是主力。有相关数据显示，目前我国每百户空调拥有量为117.7台，全国空调的社会保有量达5.4亿台，市场已充分饱和。因此，每年零售销量中的大部分都来自于存量市场的更新置换需求，尤其是2010年前后家电下乡时期购买的空调，正面临10年更新周期，这部分存量换新需求为市场带来了一定的发展空间。

### 3、智能电视

电视行业是市场化程度较高的行业之一。20世纪90年代以后，随着改革开放的推进、居民收入的增长、城镇化比率的提高、消费习惯的改变和消费理念的提升，经过十几年的培育和发展，电视行业市场规模不断扩大，呈现稳步增长的发展趋势。在此期间，电视行业经历较为激烈、残酷的市场竞争后，才逐渐形成当前的市场格局。

随着国家刺激政策的退出及经济周期等的影响，电视行业增速逐步放缓，市场竞争愈加激烈。同时，随着居民经济水平的提升及消费需求的改变，消费者对产品的设计和品质不断提出新的更高的要求，促使行业内企业不断向产品智能化、高端化、互联互通等方向进行创新和探索，用差异化的产品满足用户的新需求。其中，少数能及时应对客户需求变化的电视企业将脱颖而出，逐渐形成较为明显的品牌优势和市场优势，为整个电视行业的发展注入新活力。

从销量来看，2017年我国智能电视销量为4087万台，到2020年增长至636万台，2021年智能电视的销量有所下滑，为4325万台。

数据来源：观研天下整理

### 4、电脑

电脑（计算机）一般指计算机（用于高速计算的电子计算机器），是现代一种用于高速计算的电子计算机器，可以进行数值计算，又可以进行逻辑计算，还具有存储记忆功能。是能够按照程序运行，自动、高速处理海量数据的现代化智能电子设备。

#### 笔记本电脑

笔记本电脑是一种小型、便于携带的个人电脑，主要用于商务办公、娱乐、远程教育或会议以及运算操作。根据笔记本电脑大小、重量和定位，一般可以分为台式机替代型、主流型、轻薄型、超便携、游戏型、平板电脑和二合一电脑七类。

经过多年的发展，目前笔记本电脑市场进入了稳定发展阶段，规模已趋于平稳。虽然由于大屏幕智能手机、平板电脑等产品的推广和普及，笔记本电脑所承载的娱乐功能被分流，销量受到了一定的冲击。但随着笔记本电脑主流厂商差异化定位，新增及存量替换需求仍较为明显。尤其是2020年，受新冠疫情影响，远程居家办公与在线教育的需求不断增大，带动笔

记本电脑市场呈现爆发式增长。

### 平板电脑

平板电脑又称便携式电脑，是一种小型、方便携带的板型装置，具有一定的触摸式输入和网络连接功能。与电脑相比，平板电脑移除了鼠标和键盘的配置，具有更佳的便携性，且其通过触屏进行操作，使用方式更简易。与手机相比，平板电脑的屏幕尺寸更大，在观影、阅读等方面具有更好的体验感。凭借着多方面优势，平板电脑在近年来得到了快速的发展。

2017-2019年我国平板电脑市场发展较为平稳，出货量稳定在2220-2241万台之间。到2020年，受疫情影响，出货量有所增长。进入2021年，受教育市场需求旺盛、“618”期间部分机型优惠力度较大等影响，我国平板电脑市场出货量稳步提升。数据显示，2021年我国平板电脑出货量达2846万台，同比增长21.8%。

数据来源：IDC，观研天下整理（WW）

观研报告网发布的《中国生活电器行业发展现状研究与投资趋势调研报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

## 【目录大纲】

### 第一章 2018-2022年中国生活电器行业发展概述

#### 第一节生活电器行业发展情况概述

- 一、生活电器行业相关定义
- 二、生活电器特点分析
- 三、生活电器行业基本情况介绍
- 四、生活电器行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售/服务模式
- 五、生活电器行业需求主体分析

#### 第二节中国生活电器行业生命周期分析

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

#### 第三节生活电器行业经济指标分析

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

### 第二章 2018-2022年全球生活电器行业市场发展现状分析

#### 第一节全球生活电器行业发展历程回顾

#### 第二节全球生活电器行业市场规模与区域分布情况

#### 第三节亚洲生活电器行业地区市场分析

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

#### 第四节北美生活电器行业地区市场分析

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

#### 第五节欧洲生活电器行业地区市场分析

- 一、欧洲生活电器行业市场现状分析
- 二、欧洲生活电器行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲生活电器行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界生活电器行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球生活电器行业市场规模预测

### 第三章 中国生活电器行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对生活电器行业的影响分析

第三节中国生活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

三、主要行业标准

第四节政策环境对生活电器行业的影响分析

第五节中国生活电器行业产业社会环境分析

### 第四章 中国生活电器行业运行情况

第一节中国生活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

三、行业发展特点分析

第二节中国生活电器行业市场规模分析

一、影响中国生活电器行业市场规模的因素

二、中国生活电器行业市场规模

三、中国生活电器行业市场规模解析

第三节中国生活电器行业供应情况分析

一、中国生活电器行业供应规模

二、中国生活电器行业供应特点

第四节中国生活电器行业需求情况分析

一、中国生活电器行业需求规模

二、中国生活电器行业需求特点

第五节中国生活电器行业供需平衡分析

### 第五章 中国生活电器行业产业链和细分市场分析

第一节中国生活电器行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、生活电器行业产业链图解

## 第二节中国生活电器行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对生活电器行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对生活电器行业的影响分析

## 第三节我国生活电器行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

## 第六章 2018-2022年中国生活电器行业市场竞争分析

### 第一节中国生活电器行业竞争现状分析

- 一、中国生活电器行业竞争格局分析
- 二、中国生活电器行业主要品牌分析

### 第二节中国生活电器行业集中度分析

- 一、中国生活电器行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国生活电器行业市场集中度分析

### 第三节中国生活电器行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

## 第七章 2018-2022年中国生活电器行业模型分析

### 第一节中国生活电器行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

### 第二节中国生活电器行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会

## 五、行业威胁

## 六、中国生活电器行业SWOT分析结论

### 第三节中国生活电器行业竞争环境分析（PEST）

#### 一、PEST模型概述

#### 二、政策因素

#### 三、经济因素

#### 四、社会因素

#### 五、技术因素

#### 六、PEST模型分析结论

## 第八章 2018-2022年中国生活电器行业需求特点与动态分析

### 第一节中国生活电器行业市场动态情况

### 第二节中国生活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

### 第三节生活电器行业成本结构分析

### 第四节生活电器行业价格影响因素分析

#### 一、供需因素

#### 二、成本因素

#### 三、其他因素

### 第五节中国生活电器行业价格现状分析

### 第六节中国生活电器行业平均价格走势预测

#### 一、中国生活电器行业平均价格趋势分析

#### 二、中国生活电器行业平均价格变动的影响因素

## 第九章 中国生活电器行业所属行业运行数据监测

### 第一节中国生活电器行业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

### 第二节中国生活电器行业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

### 第三节中国生活电器行业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

## 第十章 2018-2022年中国生活电器行业区域市场现状分析

### 第一节中国生活电器行业区域市场规模分析

#### 一、影响生活电器行业区域市场分布的因素

#### 二、中国生活电器行业区域市场分布

### 第二节中国华东地区生活电器行业市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区生活电器行业市场分析

##### (1) 华东地区生活电器行业市场规模

##### (2) 华南地区生活电器行业市场现状

##### (3) 华东地区生活电器行业市场规模预测

### 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、华中地区生活电器行业市场分析

##### (1) 华中地区生活电器行业市场规模

##### (2) 华中地区生活电器行业市场现状

##### (3) 华中地区生活电器行业市场规模预测

### 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、华南地区生活电器行业市场分析

##### (1) 华南地区生活电器行业市场规模

##### (2) 华南地区生活电器行业市场现状

##### (3) 华南地区生活电器行业市场规模预测

### 第五节华北地区生活电器行业市场分析

#### 一、华北地区概述

## 二、华北地区经济环境分析

### 三、华北地区生活电器行业市场分析

- (1) 华北地区生活电器行业市场规模
- (2) 华北地区生活电器行业市场现状
- (3) 华北地区生活电器行业市场规模预测

## 第六节 东北地区市场分析

### 一、东北地区概述

### 二、东北地区经济环境分析

### 三、东北地区生活电器行业市场分析

- (1) 东北地区生活电器行业市场规模
- (2) 东北地区生活电器行业市场现状
- (3) 东北地区生活电器行业市场规模预测

## 第七节 西南地区市场分析

### 一、西南地区概述

### 二、西南地区经济环境分析

### 三、西南地区生活电器行业市场分析

- (1) 西南地区生活电器行业市场规模
- (2) 西南地区生活电器行业市场现状
- (3) 西南地区生活电器行业市场规模预测

## 第八节 西北地区市场分析

### 一、西北地区概述

### 二、西北地区经济环境分析

### 三、西北地区生活电器行业市场分析

- (1) 西北地区生活电器行业市场规模
- (2) 西北地区生活电器行业市场现状
- (3) 西北地区生活电器行业市场规模预测

## 第九节 2022-2029年中国生活电器行业市场规模区域分布预测

## 第十一章 生活电器行业企业分析（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、公司优势分析

.....

第十二章 2022-2029年中国生活电器行业发展前景分析与预测

第一节 中国生活电器行业未来发展前景分析

一、生活电器行业国内投资环境分析

二、中国生活电器行业市场机会分析

三、中国生活电器行业投资增速预测

第二节 中国生活电器行业未来发展趋势预测

第三节 中国生活电器行业规模发展预测

一、中国生活电器行业市场规模预测

二、中国生活电器行业市场规模增速预测

三、中国生活电器行业产值规模预测

四、中国生活电器行业产值增速预测

五、中国生活电器行业供需情况预测

第四节中国生活电器行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国生活电器行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国生活电器行业进入壁垒分析

一、生活电器行业资金壁垒分析

二、生活电器行业技术壁垒分析

三、生活电器行业人才壁垒分析

四、生活电器行业品牌壁垒分析

五、生活电器行业其他壁垒分析

第二节生活电器行业风险分析

一、生活电器行业宏观环境风险

二、生活电器行业技术风险

三、生活电器行业竞争风险

四、生活电器行业其他风险

第三节中国生活电器行业存在的问题

第四节中国生活电器行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国生活电器行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国生活电器行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国生活电器行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节生活电器行业营销策略分析

一、生活电器行业产品策略

二、生活电器行业定价策略

三、生活电器行业渠道策略

四、生活电器行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文 . . . . .

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202209/610224.html>