

2021年中国清洁类小家电市场分析报告- 产业发展现状与发展动向预测

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《2021年中国清洁类小家电市场分析报告-产业发展现状与发展动向预测》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/xiaojiadian/545790545790.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

清洁类小家电行业概述

清洁类小家电行业涉及电子、声学、工业设计、机械设计、材料、软件、电磁兼容等技术领域，主要代表有吸尘器、扫地机器人等产品。随着人们对生活品质和舒适度的要求不断提高，消费者对家电产品的实用性、产品质量以及美观度提出了更高的要求，更加贴近生活、人性化、智能化的多功能产品越来越受到消费者青睐，促使国内清洁类小家电逐步从经济适用型产品向健康绿色化、节能高效化等高技术含量产品过渡。

清洁类小家电行业政策法规

近年来，家电行业监管体系逐步健全完善，保证消费者合法权益和行业的健康、有序发展。国家也陆续出台了一系列扩大消费和支持家电产业升级与转型的政策法规，能够进一步巩固家电产业升级势头，推动产品更新消费，增强市场消费活力，促进形成强大的国内市场，提高企业核心技术研发和工业设计水平，实现产业高质量发展。

清洁类小家电行业主要法律法规

序号

发布单位

发布时间

文件名称

内容要点

1

全国人民代表大会常务委员会

2018年12月29日

《中华人民共和国产品质量法》

生产者、销售者依照本法规定承担产品质量责任。国家参照国际先进的产品标准和技术要求，推行产品质量认证制度。企业根据自愿原则可以向国务院市场监督管理部门认可的或者国务院市场监督管理部门授权的部门认可的认证机构申请产品质量认证。经认证合格的，由认证机构颁发产品质量认证证书，准许企业在产品或者其包装上使用产品质量认证标志。

2

市场监督管理总局

2018年4月1日

关于印发《全国重点工业产品质量监督目录（2018年版）》的通知

贯彻落实《质量发展纲要（2011-2020年）》关于“制定实施国家重点监管产品目录”的要求，按照突出消费品质量安全监管的工作思路，制定了《全国重点工业产品质量监督目录（2018年版）》。各省市参照制定本区域重点工业产品质量监督目录，切实突出工作重点，提高产品质量监督工作效能。（注：吸尘器属于全国重点工业产品质量监督目录中列示的产品

)

3

国务院

2016年2月6日

《中华人民共和国认证认可条例》

国家根据经济和社会发展的需要，

推行产品、服务、管理体系认证。国家对必须经过认证的产品，统一产品目录，统一技术规范、强制性要求、标准和合格评定程序，统一标志，统一收费标准。统一的产品目录（以下简称目录）由国务院认证认可监督管理部门会同国务院有关部门制定、调整，由国务院认证认可监督管理部门发布，并会同有关方面共同实施。列入目录的产品，必须经国务院认证认可监督管理部门指定的认证机构进行认证。

4

国家质量监督检验检疫总局

2015年10月21日

《缺陷消费品召回管理办法》

生产者是缺陷消费品的召回主体。消费品存在缺陷的，生产者应当依照本办法实施召回。生产者应当建立缺陷信息收集分析处理制度，收集消费品质量安全信息，获知消费品可能存在缺陷的，应当立即组织调查分析，确认消费品存在缺陷的，应当向生产者所在地省级质检部门报告调查分析结果，并立即采取措施，停止生产、销售、进口存在缺陷的消费品，按本办法的规定实施召回。（注：家用电器属于依照本办法实施召回管理的消费品目录）

5

全国人民代表大会常务委员会

2013年10月25日

《中华人民共和国消费者权益保护法》

经营者应当保证其提供的商品或者服务符合保障人身、财产安全的要求。经营者提供的商品或者服务不符合质量要求的，消费者可以依照国家规定、当事人约定退货，或者要求经营者履行更换、修理等义务。没有国家规定和当事人约定的，消费者可以自收到商品之日起七日内退货。依照前款规定进行退货、更换、修理的，经营者应当承担运输等必要费用。

6

国家质量监督检验检疫总局

2009年7月3日

《强制性产品认证管理 规定》

列入目录产品的生产者或者销售者、进口商应当委托经国家认监委指定的认证机构对其生产、销售或者进口的产品进行认证。认证证书有效期为

5

年。（注：真空吸尘器属于强制性产品认证目录中列示的产品）资料来源：观研天下整理

序号

发布单位

发布时间

文件名称

内容要点

1

国家发改委

2019 年10 月30日

产业结构调整指 导 目 录（2019年本）

“符合国家 1 级能效或 2 级能效家用电器开发与生产”、“智能制造关键技术装备，智能制造工厂、园区改造”属于鼓励类产业。

2

国家发改委、生态环境部、商务部

2019年6月 3 日

关于印发《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）》的通知
聚焦汽车、家电、消费电子产品领域，进一步巩固产业升级势头，增强市场消费活力，提升消费支撑能力，畅通资源循环利用，促进形成强大国内市场，实现产业高质量发展。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。着力破除限制消费的市场壁垒，切实维护消费者正当权益，综合应用各类政策工具，积极推动汽车、家电、消费电子产品更新消费。

3

国家发改委、工信部等 10部门

2019年1月28日

关于印发《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）》的通知

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销售旧家电（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。

4

工信部

2016年8月 5 日

轻工业发展规划（2016-2020 年）

优化出口产品结构，努力提高机电产品和一般贸易的比重，培育出口竞争新优势，力争保持轻工产品在国际市场份额中的优势地位。在食品、家用电器、皮革和家具等基础条件好的行

业，推进智能制造，加快智能制造软硬件产品应用与产业化，研发智能制造成套装备，推进数字化车间/智能工厂的集成创新与应用示范，加快典型经验交流和推广。

5

国务院

2015年5月8日

关于印发《中国制造2025》的通知

统筹布局和推动智能交通工具、智能工程机械、服务机器人、智能家电、智能照明电器、可穿戴设备等产品研发和产业化。在食品、药品、婴童用品、家电等领域实施覆盖产品全生命周期的质量管理、质量自我声明和质量追溯制度，保障重点消费品质量安全。

6

工信部

2011年1月11日

关于加快我国家用电器行业自主品牌建设的指导意见

进一步强化品牌意识，提高核心技术研发和工业设计水平，提升品牌国际化的经营能力，提高在全球产业链中的地位和国际市场影响力。加强消费市场调研和消费行为分析，围绕消费者对节能环保和个性、时尚家电产品的消费需求，开发和设计新产品，不断引导和创造新的市场需求。资料来源：观研天下整理

清洁类小家电行业市场现状

随着社会经济水平的发展和人们对更高品质生活的追求，以及近年来频发的空气污染、水体污染、疾病传播等社会、环境问题对人们身体健康造成的影响，清洁小家电产品的消费需求日益增长，我们以作为世界范围内具有长远发展历史的小家电产品代表吸尘器来进行分析。

（1）全球市场稳中有升，欧美地区占比最高

随着全球经济发展和世界人口规模的增长，吸尘器的市场容量逐步扩大。全球吸尘器市场零售量从2014年的1.13亿台增至2019年的1.33亿台，近五年的年均复合增长率为3.4%。

2014-2019年全球吸尘器市场零销量

数据来源：观研天下整理

分地区来看，西欧、北美和亚太地区是最主要的吸尘器消费区域，零售额占比分别为31.2%、27.5%、26.5%，合计超过80%。

2018年全球各区域吸尘器市场零售额占比

数据来源：观研天下整理

（2）国内市场高速发展，增长空间仍然巨大

我国是世界上最大的吸尘器生产国，同时也是主要的吸尘器消费国之一。2019年全国（不含港澳台地区）吸尘器销量达到1,791.50万台，占全球总销售量13,309.21万台的13.

5%。

2014-2019年中国吸尘器市场零销量

数据来源：观研天下整理

即便经过长时间的高速增长，我国吸尘器人均年销量相比发达国家和地区仍有较大差距，未来吸尘器市场的增长空间仍然十分巨大

数据来源：观研天下整理

清洁类小家电行业竞争分析

由于行业发展前景被普遍看好，市场预期强劲，我国清洁类小家电市场吸引了戴森、飞利浦、鲨客等外资品牌的进入，也催生出莱克、科沃斯等国内品牌的崛起，小米、美的、海尔、苏泊尔等行业巨头也纷纷涉足清洁类小家电细分市场。近几年线上为主导的销售模式压低了行业准入门槛，进一步导致大量品牌涌入。

主要竞争对手情况介绍

序号

企业名称

所在区域

企业介绍

1

莱克电气股份有限公司

苏州

莱克电气成立于 2001 年，2015 年上交所主板上市，股票代码为“603355.SH”。主营业务包括以吸尘器为代表的家居清洁业务，以空气净化器为代表的室内空气清洁业务，以及以高端智能净水器为代表的家庭水净化业务。在吸尘器领域内主要有国际市场 ODM 业务和国内市场“LEXY 莱克”自主品牌业务。2017-2019

年，莱克电气营业收入分别为57.10 亿元、58.64 亿元和

57.03 亿元，净利润分别为 3.66亿元、4.23 亿元和 5.02 亿元。

2

科沃斯机器人股份有限公司

苏州

科沃斯成立于 1998 年，2018 年上交所主板上市，股票代码为“603486.SH”。主营业务为各类家庭服务机器人，清洁类小家电等智能家用设备及相关零部件的研发、设计、生产与销售。在吸尘器领域内主要有国际市场 ODM 业务和自有品牌产品“DEEBOT”扫地机器人及“添可”吸尘器。2017- 2019 年，科沃斯营业收入分别为 45.51 亿元、56.94 亿元和53.12 亿元，净利润分别为 3.75 亿元、4.85亿元和 1.21 亿元。

3

苏州爱普电器有限公司

苏州

成立于 1994 年，主要生产各类吸尘清洁器具、厨房用品、

蒸汽器具类产品。主要客户有创科实业、必胜等。

4

江苏美的清洁电器股份有限公司

苏州

成立于 1994 年，是美的集团下属企业，其前身为苏州市吸尘器厂，产品包括扫地机器人、吸尘器及除螨仪等产品。

5

宁波德昌电机股份有限公司

宁波

成立于 2002 年，公司地址位于宁波余姚市，主要从事电机和家用吸尘器的研发生产，吸尘器业务主要为欧美品牌进行代工生产。

6

广东新宝电器股份有限公司

佛山

成立于 1995 年，2014 年深交所中小板上市，股票代码为“002705.SZ”，是国内较早从事设计研发、生产、销售小家电产品的企业之一，主要产品有电热咖啡壶等厨房小家电产品、吸尘器等家居护理电器、婴儿电器、个护美容电器。公司出口业务主要以 OEM/ODM 模式展开，是中国小家电行业的出口龙头企业之一。2017-2019 年，新宝电器营业收入分别为 82.22 亿元、84.44 亿元和 91.25 亿元，净利润分别为 4.10 亿元、5.04 亿元和 6.88 亿元。资料来源：观研天下整理

清洁类小家电行业发展趋势

（1）我国吸尘器行业发展前景广阔，为 ODM 厂商持续带来业务量

我国宏观经济与人口结构的变化以及城镇化的推进保障市场需求增加，在过去消费者的大部分注意力和资金都投向了大型家电产品之中，但是，随着大型家电产品消费升级的逐步完成，市场日趋饱和，以及人们对于室内环境质量要求的提高和健康意识的提升，清洁电器的使用习惯逐渐形成，未来清洁类小家电行业将迎来一个繁荣的消费升级周期。

（2）市场需求多元化，便捷、无线、智能产品成为市场主流

清洁类小家电行业在市场规模不断扩大的同时也伴随着品类结构的不断调整和细分产品的不断增多。由于电机技术的日渐成熟，吸尘器吸力的发展已经达到一定程度，消费者的关注点已从产品的吸力大小，延伸到重量、体积、无线、便捷程度、噪音大小、防缠绕技术、多功能应用等各个方面，手持式、立式和扫地机器人等用户体验更佳的产品也逐渐取代传统的卧式、桶式吸尘器，成为市场的主流。

（3）技术进步与设计创新不断推动产品升级，为制造企业带来挑战

消费者对产品的功能、外观等要求的提高促使产品向健康绿色化、节能高效化和智能集成化方向发展，激烈的市场竞争驱使品牌运营商不断推出新产品，技术升级换代速度加快。未来只有具备创新性研发实力，掌握核心技术，能够提升产品使用体验、切实解决消费者痛点的企业才能在市场竞争中立于不败。（CT）

观研报告网发布的《2021年中国清洁类小家电市场分析报告-产业发展现状与发展动向预测》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。

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统计数据，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 2017-2021年中国清洁类小家电行业发展概述

第一节 清洁类小家电行业发展情况概述

一、清洁类小家电行业相关定义

二、清洁类小家电行业基本情况介绍

三、清洁类小家电行业发展特点分析

四、清洁类小家电行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、清洁类小家电行业需求主体分析

第二节 中国清洁类小家电行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、清洁类小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、中国清洁类小家电行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国清洁类小家电行业生命周期分析

一、清洁类小家电行业生命周期理论概述

二、清洁类小家电行业所属的生命周期分析

第四节 清洁类小家电行业经济指标分析

一、清洁类小家电行业的赢利性分析

二、清洁类小家电行业的经济周期分析

三、清洁类小家电行业附加值的提升空间分析

第五节 中国清洁类小家电行业进入壁垒分析

一、清洁类小家电行业资金壁垒分析

二、清洁类小家电行业技术壁垒分析

三、清洁类小家电行业人才壁垒分析

四、清洁类小家电行业品牌壁垒分析

五、清洁类小家电行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球清洁类小家电行业市场发展现状分析

第一节 全球清洁类小家电行业发展历程回顾

第二节 全球清洁类小家电行业市场区域分布情况

第三节 亚洲清洁类小家电行业地区市场分析

一、亚洲清洁类小家电行业市场现状分析

二、亚洲清洁类小家电行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲清洁类小家电行业市场前景分析

第四节 北美清洁类小家电行业地区市场分析

- 一、北美清洁类小家电行业市场现状分析
- 二、北美清洁类小家电行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美清洁类小家电行业市场前景分析

第五节 欧洲清洁类小家电行业地区市场分析

- 一、欧洲清洁类小家电行业市场现状分析
- 二、欧洲清洁类小家电行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲清洁类小家电行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界清洁类小家电行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球清洁类小家电行业市场规模预测

第三章 中国清洁类小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、全社会消费品清洁类小家电总额
- 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 中国清洁类小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 中国清洁类小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 中国清洁类小家电行业运行情况

第一节 中国清洁类小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
- 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 中国清洁类小家电行业市场规模分析

第三节 中国清洁类小家电行业供应情况分析

第四节 中国清洁类小家电行业需求情况分析

第五节 我国清洁类小家电行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国清洁类小家电行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国清洁类小家电行业供需平衡分析

第八节 中国清洁类小家电行业发展趋势分析

第五章 中国清洁类小家电所属行业运行数据监测

第一节 中国清洁类小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 中国清洁类小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 中国清洁类小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 2017-2021年中国清洁类小家电市场格局分析

第一节 中国清洁类小家电行业竞争现状分析

一、中国清洁类小家电行业竞争情况分析

二、中国清洁类小家电行业主要品牌分析

第二节 中国清洁类小家电行业集中度分析

一、中国清洁类小家电行业市场集中度影响因素分析

二、中国清洁类小家电行业市场集中度分析

第三节 中国清洁类小家电行业存在的问题

第四节 中国清洁类小家电行业解决问题的策略分析

第五节 中国清洁类小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 2017-2021年中国清洁类小家电行业需求特点与动态分析

第一节 中国清洁类小家电行业消费市场动态情况

第二节 中国清洁类小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 清洁类小家电行业成本结构分析

第四节 清洁类小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 中国清洁类小家电行业价格现状分析

第六节 中国清洁类小家电行业平均价格走势预测

一、中国清洁类小家电行业价格影响因素

二、中国清洁类小家电行业平均价格走势预测

三、中国清洁类小家电行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国清洁类小家电行业区域市场现状分析

第一节 中国清洁类小家电行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区清洁类小家电市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区清洁类小家电市场规模分析
- 四、华东地区清洁类小家电市场规模预测

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、华中地区清洁类小家电市场规模分析
- 四、华中地区清洁类小家电市场规模预测

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、华南地区清洁类小家电市场规模分析
- 四、华南地区清洁类小家电市场规模预测

第九章 2017-2021年中国清洁类小家电行业竞争情况

第一节 中国清洁类小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 中国清洁类小家电行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国清洁类小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 清洁类小家电行业企业分析（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年中国清洁类小家电行业发展前景分析与预测

第一节 中国清洁类小家电行业未来发展前景分析

一、清洁类小家电行业国内投资环境分析

二、中国清洁类小家电行业市场机会分析

三、中国清洁类小家电行业投资增速预测

第二节 中国清洁类小家电行业未来发展趋势预测

第三节 中国清洁类小家电行业市场发展趋势预测

- 一、中国清洁类小家电行业市场规模预测
- 二、中国清洁类小家电行业市场规模增速预测
- 三、中国清洁类小家电行业产值规模预测
- 四、中国清洁类小家电行业产值增速预测
- 五、中国清洁类小家电行业供需情况预测

第四节 中国清洁类小家电行业盈利走势预测

- 一、中国清洁类小家电行业毛利润同比增速预测
- 二、中国清洁类小家电行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国清洁类小家电行业投资风险与营销分析

第一节 清洁类小家电行业投资风险分析

- 一、清洁类小家电行业政策风险分析
- 二、清洁类小家电行业技术风险分析
- 三、清洁类小家电行业竞争风险
- 四、清洁类小家电行业其他风险分析

第二节 清洁类小家电行业应对策略

- 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年中国清洁类小家电行业发展战略及规划建议

第一节 中国清洁类小家电行业品牌战略分析

- 一、清洁类小家电企业品牌的重要性
- 二、清洁类小家电企业实施品牌战略的意义
- 三、清洁类小家电企业品牌的现状分析
- 四、清洁类小家电企业的品牌战略
- 五、清洁类小家电品牌战略管理的策略

第二节 中国清洁类小家电行业市场的重点客户战略实施

- 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 中国清洁类小家电行业战略综合分析

- 一、战略总体规划
- 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

第十四章 2021-2026年中国清洁类小家电行业发展策略及投资建议

第一节 中国清洁类小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 中国清洁类小家电行业营销渠道策略

- 一、清洁类小家电行业渠道选择策略
- 二、清洁类小家电行业营销策略

第三节 中国清洁类小家电行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国清洁类小家电行业重点投资区域分析
- 二、中国清洁类小家电行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiaojiadian/545790545790.html>