

中国家电行业发展深度分析与投资前景研究报告

(2024-2031年)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国家电行业发展深度分析与投资前景研究报告（2024-2031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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202403/698324.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：sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

一、空调销量

2024年1月我国空调销量为1632万台，同比增长55.8%；其中外销出货量为899万台，同比增长51%，内销出货量732万台，同比增长63%。

2024年1月我国空调销量情况 销量（万台） 同比增长 外销出货量 899 51% 内销出货量 732 63% 空调总体销量 1632 55.8%

资料来源：公开资料、观研天下整理

资料来源：公开资料、观研天下整理

具体从企业来看，外销方面，2024年1月美的空调外销320万台，同比增长36%，市场占比为35.6%；格力空调外销120万台，同比增长82%，市场占比为13.3%；TCL空调外销105万台，同比增长40%，市场占比为11.7%；海信空调外销102万台，同比增长100%，市场占比为11.3%。

2024年1月我国各企业空调外销情况 企业简称 销量（万台） 同比增长 市场占比 美的 320 36% 35.6% 格力 120 82% 13.3% TCL 105 40% 11.7% 海信 102 100% 11.3%

资料来源：公开资料、观研天下整理

内销方面，2024年1月美的空调内销215万台，同比增长49%，市场占比为29.4%；格力空调内销190万台，同比增长67%，市场占比为25.9%；海尔空调内销98万台，同比增长48%，市场占比为13.4%；奥克斯空调内销55万台，同比增长196%，市场占比为7.5%。

2024年1月我国各企业空调内销情况 企业简称 销量（万台） 同比增长 市场占比 美的 215 49% 29.4% 格力 190 67% 25.9% 海尔 98 48% 13.4% 奥克斯 55 196% 7.5%

资料来源：公开资料、观研天下整理

二、冰箱销量

2024年1月我国冰箱销量为795万台，同比增长35%；其中外销出货量为396万台，同比增长33%，内销出货量399万台，同比增长36%。

2024年1月我国冰箱销量情况 指标 销量（万台） 同比增长 外销出货量 396 33% 内销出货量 399 36% 冰箱总体销量 795 35%

资料来源：公开资料、观研天下整理

资料来源：公开资料、观研天下整理

具体从企业来看，2024年1月奥马冰箱外销84万台，同比增长79%，市场占比为21.2%；海信冰箱外销82万台，同比增长105%，市场占比为20.7%；美的冰箱外销75万台，同比增长76%，市场占比为19.0%；美菱冰箱外销26万台，同比增长69%，市场占比为6.6%。

2024年1月我国各企业冰箱外销情况 企业简称 销量（万台） 同比增长 市场占比 奥马 84

79% 21.2% 海信 82 105% 20.7% 美的 75 76% 19.0% 美菱 26 69% 6.6%

资料来源：公开资料、观研天下整理

2024年1月海尔冰箱内销136万台，同比增长36%，市场占比为34.1%；美的冰箱内销68万台，同比增长13%，市场占比为17.0%；海信冰箱内销56万台，同比增长51%，市场占比为14.0%；美菱冰箱内销22万台，同比增长62%，市场占比为5.6%。

2024年1月我国各企业冰箱内销情况 企业简称 销量（万台） 同比增长 市场占比 海尔 136 36% 34.1% 美的 68 13% 17.0% 海信 56 51% 14.0% 美菱 22 62% 5.6%

资料来源：公开资料、观研天下整理

三、洗衣机销量

2024年1月我国洗衣机销量为729万台，同比增长17%；其中外销出货量为346万台，同比增长26%，内销出货量383万台，同比增长11%。

2024年1月我国洗衣机销量情况 指标 销量（万台） 同比增长 外销出货量 346 26% 内销出货量 383 11% 洗衣机总体销量 729 17%

资料来源：公开资料、观研天下整理

资料来源：公开资料、观研天下整理

具体从企业来看，2024年1月海尔洗衣机外销78万台，同比增长25%，市场占比为22.7%；美的洗衣机外销71万台，同比增长17%，市场占比为20.5%；惠而浦洗衣机外销15万台，同比增长293%，市场占比为4.3%；TCL洗衣机外销14万台，同比增长3%，市场占比为4.0%。

2024年1月我国各企业洗衣机外销情况 企业简称 销量（万台） 同比增长 市场占比 海尔 78 25% 22.7% 美的 71 17% 20.5% 惠而浦 15 293% 4.3% TCL 14 3% 4.0%

资料来源：公开资料、观研天下整理

2024年1月海尔洗衣机内销174万台，同比增长9%，市场占比为45.3%；美的洗衣机内销94万台，同比增长9%，市场占比为24.6%；TCL洗衣机内销17万台，同比增长55%，市场占比为4.5%；惠而浦洗衣机内销15万台，同比下降-8%，市场占比为3.9%。

2024年1月我国各企业洗衣机内销情况 企业简称 销量（万台） 同比增长 市场占比 海尔 174 9% 45.3% 美的 94 9% 24.6% TCL 17 55% 4.5% 惠而浦 15 -8% 3.9%

资料来源：公开资料、观研天下整理

四、彩电销量

2024年1月我国彩电销量为1362万台，同比增长16%；其中外销出货量为910万台，同比增长13%，内销出货量452万台，同比增长22%；线上零售销量为246.6万台，同比增长8%，线下零售销量为30.7万台。

2024年1月我国彩电销量情况 销量（万台） 同比增长 外销出货量 910 13% 内销出货量 452 22% 国内线上零售销量 246.6 8% 国内线下零售销量 30.7 0% 彩电总体销量 1362 16%

资料来源：公开资料、观研天下整理

资料来源：公开资料、观研天下整理

具体从企业来看，2024年1月TCL线上销量为27.5万台，同比下降2%；海信线上销量为40.3万台，同比增长11%；小米线上销量为35.2万台，同比下降20%；创维线上销量为30.9万台，同比增长34%；长虹线上销量为13.3万台，同比下降-11%。

2024年1月我国彩电市场各企业线上销量情况 企业简称 销量（万台） 同比增长
TCL 27.5 -2% 海信 40.3 11% 小米 35.2 -20% 创维 30.9 34% 长虹 13.3 -11%

资料来源：公开资料、观研天下整理

2024年1月海信线下销量为8.1万台，同比增长5%；创维线下销量为6.7万台，同比增长11%；TCL线下销量为5.3万台，同比下降5%；索尼线下销量为0.8万台，同比增长.46%；三星线下销量为1.1万台，同比增长24%。

2024年1月我国彩电市场各企业线下销量情况 企业简称 销量（万台） 同比增长
海信 8.1 5% 创维 6.7 11% TCL 5.3 -5% 索尼 0.8 .46% 三星 1.1 24%

资料来源：公开资料、观研天下整理（XD）

注：上述信息仅作参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国家电行业发展深度分析与投资前景研究报告（2024-2031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趋势、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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023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、家电特点分析

三、家电行业基本情况介绍

四、家电行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、家电行业需求主体分析

第二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

第三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

第二章 2019-2023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规模与区域分布情况

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 2024-2031年世界家电行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球家电行业市场规模预测

第三章 中国家电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家电行业的影响分析

第三节 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

三、 主要行业标准

第四节 政策环境对家电行业的影响分析

第五节 中国家电行业产业社会环境分析

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

一、 影响中国家电行业市场规模的因素

二、 中国家电行业市场规模

三、 中国家电行业市场规模解析

第三节 中国家电行业供应情况分析

一、 中国家电行业供应规模

二、 中国家电行业供应特点

第四节 中国家电行业需求情况分析

一、 中国家电行业需求规模

二、 中国家电行业需求特点

第五节 中国家电行业供需平衡分析

第五章 中国家电行业产业链和细分市场分析

第一节 中国家电行业产业链综述

一、 产业链模型原理介绍

二、 产业链运行机制

三、 家电行业产业链图解

第二节 中国家电行业产业链环节分析

一、 上游产业发展现状

二、 上游产业对家电行业的影响分析

三、 下游产业发展现状

四、 下游产业对家电行业的影响分析

第三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

第六章 2019-2023年中国家电行业市场竞争分析

第一节中国家电行业竞争现状分析

一、中国家电行业竞争格局分析

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 2019-2023年中国家电行业模型分析

第一节中国家电行业竞争结构分析（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

第二节中国家电行业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、中国家电行业SWOT分析结论

第三节中国家电行业竞争环境分析（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 2019-2023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、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、中国家电行业平均价格趋势分析
 - 二、中国家电行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国家电行业所属行业运行数据监测

- 第一节中国家电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
- 第二节中国家电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
- 第三节中国家电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 2019-2023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析

一、影响家电行业区域市场分布的因素

二、中国家电行业区域市场分布

第二节中国华东地区家电行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区家电行业市场分析

(1) 华东地区家电行业市场规模

(2) 华南地区家电行业市场现状

(3) 华东地区家电行业市场规模预测

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、华中地区家电行业市场分析

(1) 华中地区家电行业市场规模

(2) 华中地区家电行业市场现状

(3) 华中地区家电行业市场规模预测

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、华南地区家电行业市场分析

(1) 华南地区家电行业市场规模

(2) 华南地区家电行业市场现状

(3) 华南地区家电行业市场规模预测

第五节华北地区家电行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区家电行业市场分析

(1) 华北地区家电行业市场规模

(2) 华北地区家电行业市场现状

(3) 华北地区家电行业市场规模预测

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、东北地区家电行业市场分析
 - (1) 东北地区家电行业市场规模
 - (2) 东北地区家电行业市场现状
 - (3) 东北地区家电行业市场规模预测

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、西南地区家电行业市场分析
 - (1) 西南地区家电行业市场规模
 - (2) 西南地区家电行业市场现状
 - (3) 西南地区家电行业市场规模预测

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、西北地区家电行业市场分析
 - (1) 西北地区家电行业市场规模
 - (2) 西北地区家电行业市场现状
 - (3) 西北地区家电行业市场规模预测

第十一章 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

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

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 2024-2031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规模发展预测

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

第十三章 2024-2031年中国家电行业进入壁垒与投资风险分析

第一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

第二节家电行业风险分析

一、家电行业宏观环境风险

二、家电行业技术风险

三、家电行业竞争风险

四、家电行业其他风险

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

第十四章 2024-2031年中国家电行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国家电行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国家电行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节家电行业营销策略分析

一、家电行业产品策略

二、家电行业定价策略

三、家电行业渠道策略

四、家电行业促销策略

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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202403/698324.html>