

2018年中国家电网购行业分析报告- 市场深度调研与发展前景研究

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年中国家电网购行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》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://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/369934369934.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：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

近年来随着国内家电消费水平的不断发展，我国的家电市场逐步走向快速发展的道路。2014年到2018年，我国实物商品网上零售额增长了两倍，而网购增幅自2016年出现拐点后，一直保持稳中有进的增长态势，用类实物商品以稍高于平均增幅的水平与此势头保持一致。作为网购实物类商品中的代表性门类，2018年上半年，家用电器和移动终端在线上的表现多姿多彩。

2018年上半年，我国B2C家电网购市场（含移动终端）规模达2641亿元，同比增长22%。其中，四大家电961亿元，平板电视250亿元，同比增4.6%；空调413亿元，同比增44.3%；冰箱165亿元，同比增34.3%；洗衣机133亿元，同比增长32.3%；两净（空气净化器和净水器）产品、厨卫大电和传统小家电520亿元，同比增长41%；手机、平板电脑等移动终端产品为1160亿元，同比增长11%。

2013-2018年我国B2C家电网购市场规模及增速

数据来源：观研天下数据中心整理

大多数家电产品在线上增长超过30%，高于全国网络零售平均增幅。家电网购市场在2018年出现增长拐点，增幅重新上扬，冲刺新的销售高峰。然而，并非所有品类在线上市场都“一帆风顺”，受整体市场需求影响，空气净化器、消毒柜等少数品类出现市场下滑，线上市场也不能幸免，同样出现了下滑，不过，线上的缩减幅度要远远小于线下。

2018年上半年，家电市场整体困难，线上成为唯一确保增长的市场，对家电企业而言重要性凸显。在四大家电中，空调近年来需求旺盛，处于增长通道。2018年上半年，空调销售不如预期但依然增长明显。空调线上市场零售额和零售量同比增幅为44.3%和41.1%，与线下增幅7.4%和3.2%拉开差距。冰洗类产品线下市场基本“量跌额稳”，零售量跌幅在10%左右，零售额保持增长但增幅仅在1%以内。但在线上市场，冰箱零售额和零售量同比分别增长34.3%、13.5%，洗衣机零售额和零售量同比增长分别达32.3%、19.9%。受需求影响，2018年上半年，彩电业销售十分艰难，销量同比下降10.8%，为近五年来销量最少的上半年，彩电业的增长完全依赖线上。

2018年上半年，线上彩电市场零售量同比上升17.79%，线上零售额同比上升4.6%，零售量和零售额在整体彩电市场的占比已经提高到44.13%和35.16%。不得不提的是，上半年彩电业由于上游面板降价给企业留出一定降价空间，这一价格波动也集中体现在线上，上半年线上彩电市场出现价格战，以至于线上彩电产品均价逐月降低。这再次说明线上销售平台具有信息透明、传播面广、集聚效应强等特点，厂家商家在采取各种市场营销行为时应充分考虑这一不同于线下的特点。

厨电、小电产品中，除空气净化器、消毒柜等极少数品类外，其他均以两位数速度稳健增长，线上在整体市场中的占比大大提升。其中，微波炉、料理机等传统小电基本线上线下占比持平，吸尘器、扫地机器人等新兴家电产品的线上占比则远高于线下。例如，2018

年上半年，吸尘器线上零售额已经是线下的两倍；扫地机器人线上是线下的8倍。

2018年是家电电商承前启后发展的关键一年，在对零售业发展未来做出清晰判断并做好技术、商业的铺垫后，阿里巴巴、京东、苏宁均于年初对内部组织架构进行了调整，以更适合未来线上线下融合、全场景化发展的零售变革。

在整体家电网购市场快速增长的背景下，架构调整进一步刺激了销售，2018年上半年，这三大电商龙头的家电网购零售额均有大幅增长，但市场格局未有改变：作为线上线下最大家电零售单体，京东在家电网购市场仍以60.5%的份额遥遥领先，猫宁组合分享剩下四成江山。一以贯之的经营思路是京东稳固老大地位的基础，对消费者不断加码服务、与厂商维持开放平等互赢的共生关系、对供应链管理越来越科学，这些让京东的发展不会出现重大失误。同时，2018年上半年，渠道下沉和平台运营给京东带来了较大的增量，使其在激烈竞争中一马当先。不过，竞争对手也很“凶猛”，尤其是重整后的天猫消费电子事业部向京东学习，变原有以消费者为核心的“单核驱动”策略为“双核驱动”战略，强调“从商家和用户双角度出发”，构建好的经营环境。这一策略改变从2018年上半年开始，决心很大，但目前大多数商家尚未体会到，效应可能在下半年体现。

2018年，拼团社交电商、精选电商等概念火爆，但均未能在家电网购市场分得一勺羹，家电产品的特性决定了渠道商的门槛，现阶段别的商家很难再有机会。相反，三大巨头借鉴新兴电商的“玩法”，轻松夯实了自己的地位。

2013-2018年我国B2C家电网购市场规模及增速

数据来源：观研天下数据中心整理

2018年上半年，农村地区家电网络零售是家电网购市场的重点和亮点。上半年，全国农村网络零售额达到6322.8亿元，同比增长34.4%，占全国网络零售额的比重为15.5%，增速高于全国水平4.3个百分点。

在国家农村电子商务政策的推动下，经过各大商家近三四年的布局，农村家电网购市场开始成长发展。2018年上半年，以春节和“6.18”两个促销节点为契机，农村家电网购市场形成两个销售高峰，显示出农村的网购潜力。

截至目前，农村家电网购市场的产品结构与一线城市存在较大差异，农村家电网购产品仍以大家电为主。“6.18”期间，家电专卖店大家电销量占比达45%。2018年上半年，农村市场销售的大家电占到线上大家电整体零售量的42%以上。海尔、奥克斯、小天鹅等品牌受益于农村市场的增长，销量增长明显。

农村市场开始上量的同时是各电商巨头密集性、规模性地在农村铺设网点。截至2018年6月底，主要覆盖乡镇市场的家电专卖店开店数量1万多家，帮开店数量1700多家，2018年上半年，新增家电专卖店近3000家，家电专卖店零售额同比增幅达333%。截至6月，农村淘宝已经覆盖全国29个省级行政区域的700多个县，建立近3万多个村点，拥有6万村小二及淘帮手。6月底，农村淘宝宣布再一次战略升级，并公布了农村淘宝新的三年规划。苏宁易购县镇店包括苏宁易购直营店及零售云店，截至今年6月底，苏宁易购已开直营店2392家

, 2018年计划新开店500家；已开苏宁零售云店765家，2018年有望达到3000家。今年上半年，苏宁新开县镇门店788家，对苏宁今年上半年的业绩促进明显。

农村家电网购市场的发展尚处于快速起步阶段，电商渠道的下沉对家电销售的拉动作用日益明显。但是，下沉过程中仍存在一些不规范操作，需要良性地推动渠道下沉。（GYZ PP）

观研天下发布的《2018年中国家电网购行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》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。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管数据库。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 2016-2018年中国家电网购行业发展概述

第一节 家电网购行业发展情况概述

一、家电网购行业相关定义

二、家电网购行业基本情况介绍

三、家电网购行业发展特点分析

第二节 中国家电网购行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、家电网购行业产业链条分析

三、中国家电网购行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国家电网购行业生命周期分析

一、家电网购行业生命周期理论概述

二、家电网购行业所属的生命周期分析

第四节 家电网购行业经济指标分析

一、家电网购行业的赢利性分析

二、家电网购行业的经济周期分析

三、家电网购行业附加值的提升空间分析

第五节 国中家电网购行业进入壁垒分析

一、家电网购行业资金壁垒分析

二、家电网购行业技术壁垒分析

三、家电网购行业人才壁垒分析

四、家电网购行业品牌壁垒分析

五、家电网购行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球家电网购行业市场发展现状分析

第一节 全球家电网购行业发展历程回顾

第二节 全球家电网购行业市场区域分布情况

第三节 亚洲家电网购行业地区市场分析

一、亚洲家电网购行业市场现状分析

二、亚洲家电网购行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲家电网购行业市场前景分析

第四节 北美家电网购行业地区市场分析

一、北美家电网购行业市场现状分析

二、北美家电网购行业市场规模与市场需求分析

三、北美家电网购行业市场前景分析

第五节 欧盟家电网购行业地区市场分析

一、欧盟家电网购行业市场现状分析

二、欧盟家电网购行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟家电网购行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界家电网购行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球家电网购行业市场规模预测

第三章 中国家电网购产业发展环境分析

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、全社会消费品家电网购总额

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

第二节中国家电网购行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节中国家电网购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 中国家电网购行业运行情况

第一节 中国家电网购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 中国家电网购行业市场规模分析

第三节 中国家电网购行业供应情况分析

第四节 中国家电网购行业需求情况分析

第五节 中国家电网购行业供需平衡分析

第六节 中国家电网购行业发展趋势分析

第五章 中国家电网购所属行业运行数据监测

第一节 中国家电网购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 中国家电网购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 中国家电网购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 2016-2018年中国家电网购市场格局分析

第一节 中国家电网购行业竞争现状分析

一、中国家电网购行业竞争情况分析

二、中国家电网购行业主要品牌分析

第二节 中国家电网购行业集中度分析

一、中国家电网购行业市场集中度分析

二、中国家电网购行业企业集中度分析

第三节 中国家电网购行业存在的问题

第四节 中国家电网购行业解决问题的策略分析

第五节 中国家电网购行业竞争力分析

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 2016-2018年中国家电网购行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国家电网购行业消费特点

第二节 中国家电网购行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 家电网购行业成本分析

第四节 家电网购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 中国家电网购行业价格现状分析

第六节 中国家电网购行业平均价格走势预测

一、中国家电网购行业价格影响因素

二、中国家电网购行业平均价格走势预测

三、中国家电网购行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国家电网购行业区域市场现状分析

第一节 中国家电网购行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区家电网购市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区家电网购市场规模分析

四、华东地区家电网购市场规模预测

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、华中地区家电网购市场规模分析

四、华中地区家电网购市场规模预测

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、华南地区家电网购市场规模分析

第九章 2016-2018年中国家电网购行业竞争情况

第一节 中国家电网购行业竞争结构分析（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 中国家电网购行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国家电网购行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 家电网购行业企业分析（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

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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国家电网购行业发展前景分析与预测

第一节 中国家电网购行业未来发展前景分析

- 一、家电网购行业国内投资环境分析
- 二、中国家电网购行业市场机会分析
- 三、中国家电网购行业投资增速预测

第二节 中国家电网购行业未来发展趋势预测

第三节 中国家电网购行业市场发展预测

- 一、中国家电网购行业市场规模预测
- 二、中国家电网购行业市场规模增速预测
- 三、中国家电网购行业产值规模预测
- 四、中国家电网购行业产值增速预测
- 五、中国家电网购行业供需情况预测

第四节 中国家电网购行业盈利走势预测

- 一、中国家电网购行业毛利润同比增速预测
- 二、中国家电网购行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国家电网购行业投资风险与营销分析

第一节 家电网购行业投资风险分析

- 一、家电网购行业政策风险分析

二、家电网购行业技术风险分析

三、家电网购行业竞争风险分析

四、家电网购行业其他风险分析

第二节 家电网购行业企业经营发展分析及建议

一、家电网购行业经营模式

二、家电网购行业销售模式

三、家电网购行业创新方向

第三节 家电网购行业应对策略

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 2018-2024年中国家电网购行业发展策略及投资建议

第一节 中国家电网购行业品牌战略分析

一、家电网购企业品牌的重要性

二、家电网购企业实施品牌战略的意义

三、家电网购企业品牌的现状分析

四、家电网购企业的品牌战略

五、家电网购品牌战略管理的策略

第二节 中国家电网购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 中国家电网购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

第十四章 2018-2024年中国家电网购行业发展策略及投资建议

第一节 中国家电网购行业产品策略分析

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 中国家电网购行业定价策略分析

第三节 中国家电网购行业营销渠道策略

一、家电网购行业渠道选择策略

二、家电网购行业营销策略

第四节 中国家电网购行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国家电网购行业重点投资区域分析

二、中国家电网购行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/369934369934.html>