

# 2021-2027年中国家电下乡 行业前景展望与投资前景评估报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国家电下乡行业前景展望与投资前景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202103/211549.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

家电下乡政策是积极扩大内需的重要举措，是财政和贸易政策的创新突破。主要内容是，顺应农民消费升级的新趋势，运用财政、贸易政策，引导和组织工商联手，开发、生产适合农村消费特点、性能可靠、质量保证、物美价廉的家电产品，并提供满足农民需求的流通和售后服务；对农民购买纳入补贴范围的家电产品给予一定比例(13%)的财政补贴，以激活农民购买能力，扩大农村消费，促进内需和外需协调发展。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国家电下乡行业前景展望与投资前景评估报告》共八章。首先介绍了家电下乡相关概念及发展环境，接着分析了中国家电下乡规模及消费需求，然后对中国家电下乡市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国家电下乡面临的机遇及发展前景。您若想对中国家电下乡有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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1章：家电下乡政策背景及内容解读

#### 1.1家电下乡政策出台的背景

#### 1.2家电下乡政策内容解读

##### 1.2.1家电下乡政策的主要内容

- (1) 家电下乡政策指导思想及主要政策文件
- (2) 家电下乡政策的创新之处
- (3) 全面推广家电下乡政策的发展历程
- (4) 家电下乡政策的持续时间
- (5) 家电下乡产品类型、标识及价格限制

##### 1.2.2全国推广家电下乡的意义

- (1) 有利于拉动农村消费
- (2) 有利于促进行业发展
- (3) 有利于改善民生
- (4) 有利于落实节能减排

(5) 有利于完善农村生产和流通服务体系

### 1.3后家电下乡时代家电补贴政策分析

#### 1.3.1节能家电补贴政策解析

#### 1.3.2后家电下乡时代其他家电补贴方式的猜想

## 第2章：家电下乡市场销售及竞争情况

### 2.1家电下乡销售情况调研

#### 2.1.12019年以来家电下乡销售情况

(1) 2019年以来家电下乡销量情况

(2) 2019年以来家电下乡销售额情况

(3) 2019年以来家电下乡销售均价变化

#### 2.1.2年家电下乡销售情况监测

(1) 2019年以来家电下乡销量情况监测

(2) 2019年以来家电下乡销售额情况监测

(3) 2019年以来家电下乡销售均价变化监测

### 2.2家电下乡竞争格局调研

#### 2.2.1家电下乡销售额产品分布情况

#### 2.2.2家电下乡销售额区域分布情况

#### 2.2.3家电下乡销售额企业分布情况

### 2.3家电下乡项目中标情况

#### 2.3.1年全国家电下乡产品（洗衣机）项目中标情况

(1) 中标企业

(2) 中标产品型号

(3) 中标产品均价

(4) 中标区域

#### 2.3.2年全国家电下乡产品（空调）项目中标情况

(1) 中标企业

(2) 中标产品型号

(3) 中标产品均价

(4) 中标区域

#### 2.3.3年全国家电下乡产品（电冰箱）项目中标情况

(1) 中标企业

(2) 中标产品型号

(3) 中标产品均价

(4) 中标区域

#### 2.3.4年全国家电下乡产品（彩电）项目中标情况

(1) 中标企业

(2) 中标产品型号

(3) 中标产品均价

(4) 中标区域

#### 2.3.5年全国家电下乡产品（热水器）项目中标情况

(1) 中标企业

(2) 中标产品型号

(3) 中标产品均价

(4) 中标区域

### 第3章：家电下乡政策结束影响分析

#### 3.1省一市家电下乡政策退出影响分析

##### 3.1.1省一市家电下乡的历史销售情况

##### 3.1.2省一市家电下乡政策退出影响分析

#### 3.2家电下乡政策完全退出影响分析

##### 3.2.1对家电行业的影响分析

##### 3.2.2对不同类型家电企业的影响分析

##### 3.2.3对农村家电消费市场的影响分析

### 第4章：家电行业发展现状及趋势分析

#### 4.1家电行业发展概况

##### 4.1.1家电行业整体发展现状

##### 4.1.2家电行业整体发展趋势

#### 4.2空调行业发展现状及趋势分析

##### 4.2.1空调行业产销情况

##### 4.2.2空调行业竞争格局

##### 4.2.3空调行业需求预测

##### 4.2.4空调行业发展趋势

### 4.3冰箱行业发展现状及趋势分析

#### 4.3.1冰箱行业产销情况

#### 4.3.2冰箱行业竞争格局

#### 4.3.3冰箱行业需求预测

#### 4.3.4冰箱行业发展趋势

### 4.4洗衣机行业发展现状及趋势分析

#### 4.4.1洗衣机行业产销情况

#### 4.4.2洗衣机行业竞争格局

#### 4.4.3洗衣机行业需求预测

#### 4.4.4洗衣机行业发展趋势

### 4.5电视行业发展现状及趋势分析

#### 4.5.1电视行业产销情况

#### 4.5.2电视行业竞争格局

#### 4.5.3电视行业需求预测

#### 4.5.4电视行业发展趋势

### 4.6小家电行业发展现状及趋势分析

#### 4.6.1小家电行业产销情况

#### 4.6.2小家电行业竞争格局

#### 4.6.3小家电行业需求预测

#### 4.6.4小家电行业发展趋势

## 第5章：农村家电市场发展潜力分析

### 5.1农村家电消费现状分析

#### 5.1.1农村居民家用电器消费支出情况

#### 5.1.2农村居民家电保有情况

### 5.2农村家电市场驱动因素

#### 5.2.1庞大的农村人口基数

#### 5.2.2农村居民收入稳步提升

#### 5.2.3农村消费市场逐步启动

#### 5.2.4农村交通条件进一步改善

#### 5.2.5新一轮农村电网改造升级启动

##### （1）首次农村电网改造对农村家电消费的影响分析

## （2）新一轮农村电网改造升级对家电消费的影响预判

### 5.3农村家电消费潜力分析

#### 5.3.1城乡居民家电保有情况对比

#### 5.3.2农村家电消费市场潜力预测

### 5.4农村家电市场对家电企业的重要意义

#### 5.4.1家电行业消费市场的构成及各细分市场的发展

#### 5.4.2农村家电市场的开拓对行业增长的积极意义

#### 5.4.3农村家电市场的开拓对家电企业的重要战略意义

### 5.5不同地区农村家电消费潜力分析

#### 5.5.1东部地区农村家电消费潜力分析

#### 5.5.2中部地区农村家电消费潜力分析

#### 5.5.3西部地区农村家电消费潜力分析

#### 5.5.4东北地区农村家电消费潜力分析

## 第6章：后家电下乡时代农村家电市场拓展策略

### 6.1后家电下乡时代农村家电市场产品策略

#### 6.1.1农村家电设计需求分析

##### （1）农村地域环境差异对农村家电设计的需求

###### 1）农村地域性差异

###### 2）农村总体生活环境差异

##### （2）农民生活方式差异对农村家电设计的需求

###### 1）农村的慢节奏生活

###### 2）农村的大空间生活

###### 3）农村家庭成员的构成

###### 4）特殊的空巢现象

##### （3）农村消费心理差异对农村家电设计的需求

###### 1）农民的心理特点

###### 2）农民的消费心理

#### 6.1.2农村家电市场产品策略

##### （1）产品功能设计要符合农村市场需求

##### （2）产品质量要有保证

##### （3）产品包装要改善

(4) 注重定制生产

(5) 加强售后服务

## 6.2后家电下乡时代农村家电市场价格策略

### 6.2.1农村家电消费价格特征

(1) 农村消费者关注质量甚于价格

(2) 农村消费者心理承受价位超预期

### 6.2.2农村家电市场的价格策略

(1) 注意渗透定价策略的运用

(2) 合理运用折扣定价策略

## 6.3后家电下乡时代农村家电市场渠道策略

### 6.3.1农村家电销售渠道的现状

### 6.3.2农村家电销售渠道基本模式

(1) 专业连锁销售渠道

(2) 生产厂家自建销售渠道

(3) 批发零售销售渠道

### 6.3.3农村家电市场的渠道策略

(1) 资源整合策略

(2) 区域突破策略

(3) 渠道创新策略

### 6.3.4海尔农村家电市场渠道建设案例分析

(1) 海尔农村家电市场的网格化建设模式

(2) 海尔网格化建设模式推广的可行性分析

(3) 海尔网格化建设模式的推广

## 6.4后家电下乡时代农村家电市场营销策略

### 6.4.1广告策略

### 6.4.2人员推销策略

### 6.4.3营业推广策略

### 6.4.4公共关系策略

## 第7章：大型家电企业农村市场开拓案例分析

### 7.1广东美的电器股份有限公司

(1) 企业发展简况分析



(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 7.2 珠海格力电器股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 7.3 青岛海尔股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 7.4 无锡小天鹅股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 7.5 合肥荣事达三洋电器股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 7.6 海信科龙电器股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

### 第8章：中小家电企业农村市场决胜策略分析()

#### 8.1 市场选取策略

##### 8.1.1 精耕农村市场

##### 8.1.2 向城郊市场拓展

#### 8.2 产品开发策略

##### 8.2.1 开发实用型产品

##### 8.2.2 对产品提档升级

#### 8.3 市场维护及拓展策略

##### 8.3.1 加强营销渠道建设

### 8.3.2加强售后服务水平

图表目录：

图表1：2019年以来家电下乡月度销量及同比增速（单位：万台，%）

图表2：2019年以来家电下乡累计销量及同比增速（单位：万台，%）

图表3：2019年以来家电下乡月度销售额及同比增速（单位：亿元，%）

图表4：2019年以来家电下乡累计销售额及同比增速（单位：亿元，%）

图表5：2019年以来家电下乡销售均价变化（单位：元）

图表6：全国家电下乡不同省市销售分布情况（单位：%）

图表7：三省（山东、河南、四川）家电下乡销量和销售额占比情况

图表8：2019年以来家用空调产量及增速（单位：万台）

图表9：2019年以来家用空调总销量及增速（单位：万台）

图表10：2019年以来家用空调内销量及增速（单位：万台）

图表11：2019年以来家用空调出口量及增速（单位：万台）

更多图表详见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202103/211549.html>