

2016-2022年中国家用电器 市场竞争战略分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2016-2022年中国家用电器市场竞争战略分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/dianqi1510/831984ZHIE.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-10-28

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2016-2022年中国家用电器市场竞争战略分析及投资前景研究报告》共十八章。报告介绍了家用电器行业相关概述、中国家用电器产业运行环境、分析了中国家用电器行业的现状、中国家用电器行业竞争格局、对中国家用电器行业做了重点企业经营状况分析及中国家用电器产业发展前景与投资预测。您若想对家用电器产业有个系统的了解或者想投资家用电器行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

家用电器（HEA）主要指在家庭及类似场所中使用的各种电气和电子器具。又称民用电器、日用电器。家用电器使人们从繁重、琐碎、费时的家务劳动中解放出来，为人类创造了更为舒适优美、更有利于身心健康的生活和工作环境，提供了丰富多彩的文化娱乐条件，已成为现代家庭生活的必需品。家用电器问世已有近百年历史，美国被认为是家用电器的发祥地。家用电器的范围，各国不尽相同，世界上尚未形成统一的家用电器分类法，有的国家将照明器具列为家用电器的一类，将声像电器列入文娱器具，而文娱器具还包括电动电子玩具。

报告目录：

第一章 家电行业相关概述1

第一节 家电行业定义1

第二节 家电行业产品知识1

第三节 家电行业分类情况2

第二章 2015年家用电器行业运行环境分析3

第一节 2015年国内外社会经济发展状况3

一、总体数据3

二、规模以上工业增加值6

三、固定资产投资7

四、社会消费品零售总额12

五、进出口贸易15

六、物价水平21

七、居民收入24

八、货币供应26

九、全球经济总体运行概况26

十、美国经济31

十一、日本经济32

十二、欧元区经济34

第二节 国家经济政策35

第三节 家用电器行业政策36

第三章 全球家用电器行业发展分析38

第一节 2013-2015年全球家用电器市场运行情况38

一、全球家用电器市场分析38

二、全球家用电器市场需求状况38

三、全球家用电器市场价格变化情况38

四、全球家用电器市场发展趋势38

第二节 2013-2015年全球部分地区家用电器市场分析39

一、美国家用电器市场分析39

二、欧盟家用电器市场分析40

三、韩国家用电器市场分析40

四、日本家用电器市场分析41

第四章 中国家用电器行业发展现状分析42

第一节 2013-2015年家用电器行业发展现状42

一、家用电器行业发展概况42

二、家用电器行业生产分析44

三、家用电器行业消费分析45

第二节 2013-2015年家用电器企业发展分析46

一、家用电器企业发展动态分析46

二、家用电器企业自身发展分析47

三、家用电器企业发展规划分析48

第三节 2013-2015年家用电器行业经济运行分析49

一、2013-2015年家用电器行业产值分析49

二、2013-2015年家用电器行业效益分析53

三、2013-2015年家用电器行业投资分析53

四、2013-2015年家用电器行业出口分析	54
第四节 2013-2015年家用电器市场发展分析	55
一、2015年家用电器市场分析	55
二、2015年家用电器市场变化分析	57
三、2015年家用电器市场走势分析	62
四、2016-2022年家用电器市场发展趋势分析	63
第五节 家用电器行业面临的挑战及发展建议	67
一、家用电器行业发展面临的难题	67
二、家用电器行业发展建议	67
第五章 中国家用电器消费市场分析	69
第一节 2013-2015年家用电器消费者特征分析	69
一、性别结构分析	69
二、年龄结构分析	70
三、学历结构分析	70
四、收入结构分析	71
第二节 2013-2015年家用电器消费市场区域分布	72
第三节 家用电器市场消费特点	72
第四节 家用电器消费市场新趋势	73
第五节 2013-2015年家用电器行业消费市场新政策	74
第六章 中国家用电器行业市场营销战略分析	76
第一节 家用电器企业营销分析	76
一、家用电器市场营销现状	76
二、家用电器品牌成功因素分析	77
三、家用电器企业营销战略研究	78
第二节 家用电器营销渠道分析	79
一、家用电器销售渠道构成	79
二、家用电器营销渠道策略分析	80
第三节 家用电器行业营销策略分析	80
一、连锁经营的“集中一点”策略	80
二、连锁经营的促销策略	81

- 三、连锁经营的渠道策略81
- 四、连锁经营物流配送与管理实施策略82
- 第四节 家用电器企业成功营销策略分析84
 - 一、专卖店营销策略分析84
 - 二、广告营销策略分析87
 - 三、体育营销策略分析87
 - 四、电子商务营销策略分析89
 - 五、主题营销策略分析91
 - 六、整体家居营销策略分析92
 - 七、路演营销策略分析93

第七章 中国家用电器行业发展分析95

第一节 2013-2015年家用电器制造行业总体规模分析95

- 一、2013-2015年家用电器制造企业数量结构分析95
- 二、2013-2015年家用电器制造行业生产规模分析96

第二节 2013-2015年家用电器制造行业产销分析97

- 一、2013-2015年家用电器制造行业产成品情况总体分析97
- 二、2013-2015年家用电器制造行业产品销售收入总体分析98

第三节 2013-2015年家用电器制造行业盈利能力分析99

- 一、家用电器制造行业销售利润率99
- 二、家用电器制造行业成本费用利润率100
- 三、家用电器制造行业亏损面100

第四节 2013-2015年家用电器制造行业偿债能力分析101

- 一、家用电器制造行业资产负债比率101
- 二、家用电器制造行业利息保障倍数102

第五节 2013-2015年家用电器制造行业营运能力分析103

- 一、家用电器制造行业应收账款周转率103
- 二、家用电器制造行业总资产周转率104

第六节 2013-2015年家用电器制造行业发展能力分析105

- 一、家用电器制造行业总资产增长率105
- 二、家用电器制造行业利润总额增长率106
- 三、家用电器制造行业主营业务收入增长率106

第八章 2015年大家电行业发展分析107

第一节 2013-2015年大家电市场发展分析107

- 一、大家电市场发展分析107
- 二、大家电市场发展有利因素分析108
- 三、大家电市场消费特点分析109

第二节 2013-2015年大家电出口状况分析109

- 一、大家电出口数量及金额分析109
- 二、大家电主要出口市场分析110

第三节 2013-2015年大家电行业存在的问题及对策111

- 一、大家电产品问题分析111
- 二、大家电行业存在的问题111
- 三、大家电外销市场问题分析112
- 四、大家电行业品牌策略分析112
- 五、提高大家电市场竞争力策略分析112

第九章 2013-2015年小家电行业发展分析113

第一节 2013-2015年小家电市场发展分析113

- 一、小家电市场发展分析113
- 二、小家电市场发展有利因素分析115
- 三、小家电市场消费特点分析115

第二节 2013-2015年小家电出口状况分析116

- 一、小家电出口数量及金额分析116
- 二、小家电主要出口市场分析118

第三节 2013-2015年小家电行业存在的问题及对策118

- 一、小家电产品问题分析118
- 二、小家电行业存在的问题119
- 三、小家电外销市场问题分析119
- 四、小家电行业品牌策略分析119
- 五、提高小家电市场竞争力策略分析120

第十章 中国家用电器行业竞争格局分析121

第一节 2013-2015年中国家用电器行业竞争结构分析121

一、家电行业领导者121

二、家电行业挑战者121

三、家电行业追随者121

第二节 2013-2015年中国家用电器行业竞争格局分析122

一、区域竞争情况122

二、品牌竞争情况122

三、家电行业核心技术发展趋势123

第三节 2016-2022年中国家电行业竞争格局变化趋势124

第十一章 细分产业竞争格局分析127

第一节 大家电行业竞争格局分析127

一、2013-2015年大家电行业竞争结构分析127

二、2013-2015年大家电行业竞争格局分析129

第二节 小家电行业竞争格局分析129

一、2013-2015年小家电行业竞争结构分析129

二、2013-2015年小家电行业竞争格局分析130

第三节 细分行业竞争环境分析131

第十二章 优势企业发展分析132

第一节 广东美的集团132

一、企业简介132

二、经营状况134

三、发展策略137

第二节 珠海格力电器股份有限公司139

一、企业简介139

二、经营状况142

三、企业经营动态145

四、发展策略147

第三节 青岛海尔股份有限公司147

一、企业简介147

二、经营状况148

三、企业经营动态154

四、发展策略155

第四节 TCL集团股份有限公司156

一、企业简介156

二、经营状况157

三、企业经营动态163

四、发展策略164

第五节 广东格兰仕集团有限公司165

一、企业简介165

二、经营状况166

三、发展策略168

第六节 四川长虹电器股份有限公司170

一、企业简介170

二、经营状况171

三、企业经营动态174

四、发展策略174

第七节 海信集团有限公司175

一、企业简介175

二、经营状况176

三、企业经营动态180

四、发展策略181

第八节 创维集团有限公司182

一、企业简介182

二、经营状况183

三、企业经营动态185

四、发展策略186

第九节 合肥美菱股份有限公司187

一、企业简介187

二、经营状况188

三、企业经营动态191

四、发展策略192

第十节 浙江苏泊尔股份有限公司193

- 一、企业简介193
- 二、经营状况194
- 三、企业经营动态198
- 四、发展策略198

第十三章 2016-2022年中国家电行业发展趋势分析200

- 第一节 家电行业调整过渡在所难免200
- 第二节 家电行业智能战略发展趋势：云端为主流201
- 第三节 “铝代铜”或成家电行业发展趋势201

第十四章 2016-2022年中国家电行业发展预测203

- 第一节 中国家电行业发展特点203
- 第二节 中国家电行业市场结构及竞争力格局趋势205
- 第三节 2016-2022年家电行业发展预测206

第十五章 2016-2022年中国家用电器行业发展规划207

- 第一节 家用电器行业“十三五”规划解析207
 - 一、家用电器行业“十三五”规划建议207
 - 二、家用电器行业“十三五”规划解析231
- 第二节 地方性家用电器产业振兴规划234
- 第三节 家电企业发展规划趋势234

第十六章 2016-2022年中国家用电器行业发展机遇235

- 第一节 家用电器智能化发展前景235
- 第二节 家用电器产业节能环保分析236
- 第三节 家用电器产业进出口政策244

第十七章 2016-2022年中国家用电器行业投资分析245

- 第一节 家用电器行业市场投资分析245
 - 一、家用电器市场投资现状245
 - 二、家用电器投资机会分析245
 - 三、对家用电器投资分析245

第二节 2016-2022年家用电器投资风险分析246

- 一、2016-2022年家用电器市场风险预测246
- 二、2016-2022年家用电器政策风险预测246
- 三、2016-2022年家用电器经营风险预测247
- 四、2016-2022年家用电器竞争风险预测247
- 五、2016-2022年家用电器其他风险预测248

第三节 2016-2022年家用电器投资战略分析249

- 一、家用电器投资策略分析249
- 二、家用电器细分市场投资策略分析250
- 三、对家用电器的投资建议250

第十八章 中国家用电器行业发展战略研究252

第一节 市场策略分析252

- 一、家用电器价格策略分析252
- 二、家用电器渠道策略分析256

第二节 销售策略分析257

- 一、媒介选择策略分析257
- 二、产品定位策略分析261
- 三、企业宣传策略分析262

第三节 对我国家电品牌的战略思考266

- 一、企业品牌的重要性266
- 二、家电实施品牌战略的意义268
- 三、家电企业品牌的现状分析270
- 四、我国家电企业的品牌战略272
- 五、家电品牌战略管理的策略275

第四节 家用电器企业经营管理策略277

- 一、成本控制策略277
- 二、定价策略278
- 三、竞争策略282
- 四、并购重组策略282
- 五、营销策略283
- 六、人力资源284

七、财务管理285

第五节 家电行业发展战略研究286

一、战略综合规划286

二、技术开发战略294

三、业务组合战略301

四、区域战略规划304

五、产业战略规划314

六、营销品牌战略316

七、竞争战略规划317

图表目录：

图表：2008-2014国内生产总值及其增长速度3

图表：2011-2015年全国产业增长值及变化4

图表：2011-2014国内生产总值同比增长速度4

图表：2015年国内生产总值5

图表：2011-2015年GDP环比增长速度5

图表：2001-2015年规模以上工业企业主要效益6

图表：2001-2015年工业增加值6

图表：2011-2015年固定资产投资（不含农户）同比增速7

图表：2011-2015年分地区投资相邻两月累计同比增速8

图表：2015年1-9月份固定资产投资（不含农户）主要数据10

图表：2011-2015年固定资产到位资金同比增速11

图表：2011-2014社会消费品零售总额比较13

图表：2015年消费零售总额城乡比较14

图表：2011-2015年社会消费零售总额名义增速14

图表：2013-2015年社会消费零售总额变化15

图表：2011-2015年全国对外贸易总额及变化16

图表：2011-2015年全国出口额及变化16

图表：2011-2015年全国进口额及变化17

图表：2015年中国CPI同比增幅22

图表：2015年1-9月中国CPI同比增幅22

图表：2015年中国PPI同比增幅23

图表：2015年1-9月中国PPI同比增幅23

图表：2011-2015年中国农村人均收入变化25

图表：2011-2015年中国城镇人均收入变化25

图表：2015年第三季度主要经济体GDP增速26

图表：2015年4月份二十国集团CPI变化情况27

图表：2015年4月份中美日欧制造业PMI28

图表：2015年5月份中美日欧零售变化情况28

图表：2015年5月份美日欧等发达经济体失业率28

图表：2015年5月世界主要股指月度环比涨跌幅29

图表：2015年5月主要商品期货价格月度环比涨跌幅30

图表：2009-2015年家用电器行业产值50

图表：2011-2015年家用电器行业产销率50

图表：2010-2015年国内空调产量51

图表：2010-2015年国内洗衣机产量51

图表：2010-2015年国内冰箱产量52

图表：2010-2015年国内彩电产量52

图表：2010-2015年城镇居民家庭平均每百户洗衣机拥有量(台)58

图表：2010-2015年城镇居民家庭平均每百户空调拥有量(台)59

图表：2010-2015年城镇居民家庭平均每百户冰箱拥有量(台)59

图表：2010-2015年城镇居民家庭平均每百户彩电拥有量(台)60

图表：2010-2015年农村居民家庭平均每百户洗衣机拥有量(台)60

图表：2010-2015年农村居民家庭平均每百户空调拥有量(台)61

图表：2010-2015年农村居民家庭平均每百户冰箱拥有量(台)61

图表：2010-2015年农村居民家庭平均每百户彩电拥有量(台)62

图表：家用电器消费者性别结构分析69

图表：家用电器消费者年龄结构分析70

图表：家用电器消费者学历结构分析70

图表：家用电器消费者收入结构分析71

图表：2015年家电消费市场区域分布72

图表：2009-2015年规模以上家电制造企业数量95

图表：2009-2015年家用电器制造行业生产规模96

图表：2009-2015年家用电器制造行业产成品规模97

图表：2009-2015年家用电器行业销售收入分析98

图表：2009-2015年家用电器行业销售利润率分析99

图表：2009-2015年家用电器行业成本费用利润率分析100

图表：2009-2015年家用电器行业亏损面分析100

图表：2009-2015年家用电器行业资产负债率分析101

图表：2009-2015年家用电器行业利息保障倍数分析102

图表：2009-2015年家用电器行业应收账款周转率分析103

图表：2009-2015年家用电器行业总资产周转率分析104

图表：2009-2015年家用电器总资产规模分析105

图表：2009-2015年家用电器利润总额分析106

图表：2009-2015年家用电器行业销售收入分析106

图表：2015年国内空调市场零售份额127

图表：2015年国内冰箱市场零售份额127

图表：2015年国内洗衣机市场零售份额128

图表：2015年国内平板电视市场零售份额128

图表：2008-2015年美的集团公司净利润134

图表：2008-2015年美的集团公司主营收入135

图表：2008-2015年美的集团公司营业利润率135

图表：2008-2015年美的集团公司净资产收益率136

图表：2008-2015年美的集团公司资产负债率136

图表：珠海格力电器股份有限公司基本信息141

图表：2013-2015年第三季度珠海格力电器股份有限公司偿债能力分析142

图表：2013-2015年第三季度珠海格力电器股份有限公司资本结构分析143

图表：2013-2015年第三季度珠海格力电器股份有限公司经营效率分析143

图表：2013-2015年第三季度珠海格力电器股份有限公司获利能力分析144

图表：2013-2015年第三季度珠海格力电器股份有限公司发展能力分析144

图表：2013-2015年第三季度珠海格力电器股份有限公司现金流量分析145

图表：2013-2015年第三季度珠海格力电器股份有限公司投资收益分析145

图表：2013-2015年第三季度青岛海尔股份有限公司偿债能力分析148

图表：2013-2015年第三季度青岛海尔股份有限公司资本结构分析148

图表：2013-2015年第三季度青岛海尔股份有限公司经营效率分析149

图表：2013-2015年第三季度青岛海尔股份有限公司获利能力分析149

图表：2013-2015年第三季度青岛海尔股份有限公司发展能力分析150

图表：2013-2015年第三季度青岛海尔股份有限公司现金流量分析150

图表：2013-2015年第三季度青岛海尔股份有限公司投资收益分析150

图表：TCL集团股份有限公司基本信息157

图表：2013-2015年第三季度TCL集团股份有限公司偿债能力分析157

图表：2013-2015年第三季度TCL集团股份有限公司资本结构分析158

图表：2013-2015年第三季度TCL集团股份有限公司经营效率分析158

图表：2013-2015年第三季度TCL集团股份有限公司获利能力分析158

图表：2013-2015年第三季度TCL集团股份有限公司发展能力分析159

图表：2013-2015年第三季度TCL集团股份有限公司现金流量分析159

图表：2013-2015年第三季度TCL集团股份有限公司投资收益分析159

图表：TCL集团股份有限公司主要产业经营状况160

图表：四川长虹电器股份有限公司基本信息170

图表：2013-2015年第三季度四川长虹股份有限公司偿债能力分析171

图表：2013-2015年第三季度四川长虹股份有限公司资本结构分析171

图表：2013-2015年第三季度四川长虹股份有限公司经营效率分析172

图表：2013-2015年第三季度四川长虹股份有限公司获利能力分析172

图表：2013-2015年第三季度四川长虹股份有限公司发展能力分析173

图表：2013-2015年第三季度四川长虹股份有限公司现金流量分析173

图表：2013-2015年第三季度四川长虹股份有限公司投资收益分析173

图表：2013-2015年第三季度海信电器股份有限公司偿债能力分析176

图表：2013-2015年第三季度海信电器股份有限公司资本结构分析176

图表：2013-2015年第三季度海信电器股份有限公司经营效率分析177

图表：2013-2015年第三季度海信电器股份有限公司获利能力分析177

图表：2013-2015年第三季度海信电器股份有限公司发展能力分析178

图表：2013-2015年第三季度海信电器股份有限公司现金流量分析178

图表：2013-2015年第三季度海信电器股份有限公司投资收益分析178

图表：2013-2015年创维集团有限公司主要财务数据184

图表：2013-2015年创维集团有限公司利润表184

图表：2013-2015年创维集团有限公司资产负债表184

图表：2013-2015年创维集团有限公司先进流量表185

图表：2013-2015年第三季度合肥美菱股份有限公司偿债能力分析189

图表：2013-2015年第三季度合肥美菱股份有限公司资本结构分析189
图表：2013-2015年第三季度合肥美菱股份有限公司经营效率分析189
图表：2013-2015年第三季度合肥美菱股份有限公司获利能力分析190
图表：2013-2015年第三季度合肥美菱股份有限公司发展能力分析190
图表：2013-2015年第三季度合肥美菱股份有限公司现金流量分析191
图表：2013-2015年第三季度合肥美菱股份有限公司投资收益分析191
图表：2015年苏泊尔股份有限公司主营业务分析195
图表：2013-2015年第三季度浙江苏泊尔股份有限公司偿债能力分析195
图表：2013-2015年第三季度浙江苏泊尔股份有限公司资本结构分析196
图表：2013-2015年第三季度浙江苏泊尔股份有限公司经营效率分析196
图表：2013-2015年第三季度浙江苏泊尔股份有限公司获利能力分析196
图表：2013-2015年第三季度浙江苏泊尔股份有限公司发展能力分析197
图表：2013-2015年第三季度浙江苏泊尔股份有限公司现金流量分析197
图表：2013-2015年第三季度浙江苏泊尔股份有限公司投资收益分析197
图表：2016-2022年家用电器行业产值预测206
图表：确定公司战略目标的步骤289
图表：制定公司战略规划的步骤289
略.....

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/dianqi1510/831984ZHIE.html>