

# 2021-2026年中国家电下乡行业市场供需格局及投资规划建议报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国家电下乡行业市场供需格局及投资规划建议报告》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.huaon.com/channel/xiaojiadian/696788.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

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。

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：

### 第一章 家电下乡政策背景及内容解读

#### 第一节 家电下乡政策出台的背景

#### 第二节 家电下乡政策内容解读

##### 一、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

##### 二、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

#### 第三节 后家电下乡时代家电补贴政策分析

##### 一、节能家电补贴政策解析

##### 二、后家电下乡时代其他家电补贴方式的猜想

### 第二章 家电下乡市场销售及竞争状况分析

#### 第一节 家电下乡销售情况调研

##### 一、2016-2020年家电下乡销售状况分析

###### 1、2016-2020年家电下乡销量状况分析

###### 2、2016-2020年家电下乡销售额状况分析

### 3、2016-2020年家电下乡销售均价变化

#### 二、2020年家电下乡销售情况监测

##### 1、2020年家电下乡销量情况监测

##### 2、2020年家电下乡销售额情况监测

##### 3、2020年家电下乡销售均价变化监测

#### 第二节 家电下乡竞争格局调研

##### 一、家电下乡销售额产品分布状况分析

##### 二、家电下乡销售额区域分布状况分析

##### 三、家电下乡销售额企业分布状况分析

#### 第三节 家电下乡项目中标状况分析

##### 一、2020年全国家电下乡产品（洗衣机）项目中标状况分析

###### 1、中标企业

###### 2、中标产品型号

###### 3、中标产品均价

###### 4、中标区域

##### 二、2020年全国家电下乡产品（空调）项目中标状况分析

###### 1、中标企业

###### 2、中标产品型号

###### 3、中标产品均价

###### 4、中标区域

##### 三、2020年全国家电下乡产品（电冰箱）项目中标状况分析

###### 1、中标企业

###### 2、中标产品型号

###### 3、中标产品均价

###### 4、中标区域

##### 四、2020年全国家电下乡产品（彩电）项目中标状况分析

###### 1、中标企业

###### 2、中标产品型号

###### 3、中标产品均价

###### 4、中标区域

##### 五、2020年全国家电下乡产品（热水器）项目中标状况分析

###### 1、中标企业

###### 2、中标产品型号

###### 3、中标产品均价

###### 4、中标区域

### 第三章 家电下乡政策结束影响分析

#### 第一节 三省一市家电下乡政策退出影响分析

##### 一、三省一市家电下乡的历史销售状况分析

##### 二、三省一市家电下乡政策退出影响分析

#### 第二节 家电下乡政策完全退出影响分析

##### 一、对家电行业的影响分析

##### 二、对不同类型家电企业的影响分析

##### 三、对农村家电消费市场的影响分析

### 第四章 家电行业发展现状及趋势预测

#### 第一节 家电行业发展概况

##### 一、家电行业整体发展现状调研

##### 二、家电行业整体发展趋势预测分析

#### 第二节 空调行业发展现状及趋势预测

##### 一、空调行业产销状况分析

##### 二、空调行业竞争格局

##### 三、空调行业需求预测分析

##### 四、空调行业发展趋势预测分析

#### 第三节 冰箱行业发展现状及趋势预测

##### 一、冰箱行业产销状况分析

##### 二、冰箱行业竞争格局

##### 三、冰箱行业需求预测分析

##### 四、冰箱行业发展趋势预测分析

#### 第四节 洗衣机行业发展现状及趋势预测

##### 一、洗衣机行业产销状况分析

##### 二、洗衣机行业竞争格局

##### 三、洗衣机行业需求预测分析

##### 四、洗衣机行业发展趋势预测分析

#### 第五节 电视行业发展现状及趋势预测

##### 一、电视行业产销状况分析

##### 二、电视行业竞争格局

##### 三、电视行业需求预测分析

##### 四、电视行业发展趋势预测分析

#### 第六节 小家电行业发展现状及趋势预测

##### 一、小家电行业产销状况分析

##### 二、小家电行业竞争格局

### 三、小家电行业需求预测分析

### 四、小家电行业发展趋势预测分析

## 第五章 农村家电市场发展潜力分析

### 第一节 农村家电消费现状分析

#### 一、农村居民家用电器消费支出状况分析

#### 二、农村居民家电保有状况分析

### 第二节 农村家电市场驱动因素

#### 一、庞大的农村人口基数

#### 二、农村居民收入稳步提升

#### 三、农村消费市场逐步启动

#### 四、农村交通条件进一步改善

#### 五、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

### 第三节 农村家电消费潜力分析

#### 一、城乡居民家电保有情况对比

#### 二、农村家电消费市场潜力预测分析

### 第四节 农村家电市场对家电企业的重要意义

#### 一、家电行业消费市场的构成及各细分市场的发展

#### 二、农村家电市场的开拓对行业增长的积极意义

#### 三、农村家电市场的开拓对家电企业的重要战略意义

### 第五节 不同地区农村家电消费潜力分析

#### 一、东部地区农村家电消费潜力分析

#### 二、中部地区农村家电消费潜力分析

#### 三、西部地区农村家电消费潜力分析

#### 四、东北地区农村家电消费潜力分析

## 第六章 后家电下乡时代农村家电市场拓展策略

### 第一节 后家电下乡时代农村家电市场产品策略

#### 一、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

(1) 农民的心理特点

(2) 农民的消费心理

## 二、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

## 第二节 后家电下乡时代农村家电市场价格策略

### 一、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

### 二、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

## 第三节 后家电下乡时代农村家电市场渠道策略

### 一、农村家电销售渠道的现状调研

### 二、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

### 三、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

### 四、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

## 第四节 后家电下乡时代农村家电市场营销策略

### 一、广告策略

### 二、人员推销策略

### 三、营业推广策略

#### 四、公共关系策略

### 第七章 大型家电企业农村市场开拓案例分析

#### 第一节 广东美的电器股份有限公司

##### 一、企业简介

##### 二、企业经营状况

##### 三、企业竞争力分析

##### 四、企业发展战略

#### 第二节 珠海格力电器股份有限公司

##### 一、企业简介

##### 二、企业经营状况

##### 三、企业竞争力分析

##### 四、企业发展战略

#### 第三节 青岛海尔股份有限公司

##### 一、企业简介

##### 二、企业经营状况

##### 三、企业竞争力分析

##### 四、企业发展战略

#### 第四节 无锡小天鹅股份有限公司

##### 一、企业简介

##### 二、企业经营状况

##### 三、企业竞争力分析

##### 四、企业发展战略

#### 第五节 合肥荣事达三洋电器股份有限公司

##### 一、企业简介

##### 二、企业经营状况

##### 三、企业竞争力分析

##### 四、企业发展战略

#### 第六节 海信科龙电器股份有限公司

##### 一、企业简介

##### 二、企业经营状况

##### 三、企业竞争力分析

##### 四、企业发展战略

#### 第七节 合肥美菱股份有限公司

##### 一、企业简介

##### 二、企业经营状况



### 三、企业竞争力分析

### 四、企业发展战略

#### 第八节 青岛海信电器股份有限公司

##### 一、企业简介

##### 二、企业经营状况

##### 三、企业竞争力分析

##### 四、企业发展战略

#### 第八章 中小家电企业农村市场决胜策略分析

##### 第一节 市场选取策略「AK LT」

###### 一、精耕农村市场

###### 二、向城郊市场拓展

##### 第二节 产品开发策略

###### 一、开发实用型产品

###### 二、对产品提档升级

##### 第三节 市场维护及拓展策略

###### 一、加强营销渠道建设

###### 二、加强售后服务水平

#### 图表目录：

图表：2016-2020年家电下乡月度销量及同比增速（单位：万台，%）

图表：2016-2020年家电下乡累计销量及同比增速（单位：万台，%）

图表：2016-2020年家电下乡月度销售额及同比增速（单位：亿元，%）

图表：2016-2020年家电下乡累计销售额及同比增速（单位：亿元，%）

图表：2016-2020年家电下乡销售均价变化（单位：元）

图表：2020年全国家电下乡不同省市销售分布情况（单位：%）

图表：三省（山东、河南、四川）家电下乡销量和销售额占比状况分析

图表：2016-2020年家用空调产量及增速（单位：万台）

图表：2016-2020年家用空调总销量及增速（单位：万台）

图表：2016-2020年家用空调内销量及增速（单位：万台）

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/xiaojiadian/696788.html>