

2022-2028年中国家电下乡 行业发展态势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

一、报告报价

《2022-2028年中国家电下乡行业发展态势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/202202/270481.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。

2019H1以来家电行业相关刺激性政策的指导意见频出，包括制造业增值税税率下调、鼓励地方财政给予补贴促进更新换代、超高清视频产业发展行动计划等。截止至目前为止仅有北京地区补贴实际落地，未来的实施计划仍值得积极关注。

2019H1家电行业主要政策

2019年1月8日 刺激消费政策 国家发改委副主任宁吉喆表示，今年将制定出台促进汽车、家电等热点产品消费的措施

2019年1月28日 平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案（2019年）》 国家发改委等十部委印发通知，提出“支持绿色、智能家电销售”；“促进家电产品更新换代（有条件的地方可对消费者交售旧家电并购买新家电给予适当补贴）”；“积极开展消费扶贫带动贫困地区产品销售”

2019年1月29日 节能减排补贴政策 北京市推出新一轮为期3年的节能减排促销政策，2月1日正式实施。其中补贴品类略有增加，补贴上限为800元，整体看是已实施政策的延续，略有加强。

2019年3月1日 《超高清视频产业发展行动计划（2019-2022年）》 工信部、国家广播电视总局、中央广播电视总台联合印发了的通知。提出了“4K先行，兼顾8K”的总体技术路线，2022年相关产业总体规模超过4万亿的目标

2019年3月5日 《政府工作报告》 制造业等行业现行16%的增值税税率降至13%。

数据来源：公开资料整理 中企顾问网发布的《2022-2028年中国家电下乡行业发展态势与投资前景评估报告》共八章。首先介绍了家电下乡行业市场发展环境、家电下乡整体运行态势等，接着分析了家电下乡行业市场运行的现状，然后介绍了家电下乡市场竞争格局。随后，报告对家电下乡做了重点企业经营状况分析，最后分析了家电下乡行业发展趋势与投资预测。您若想对家电下乡产业有个系统的了解或者想投资家电下乡行业，本报告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年家电下乡销售情况（1）2019年家电下乡销量情况（2）2019年家电下乡销售额情况（3）2019年家电下乡销售均价变化2.1.2家电下乡销售情况监测（1）2019年家电下乡销量情况监测（2）2019年家电下乡销售额情况监测（3）2019年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2015-2018年中国空调行业产销率水平数据来源：公共资料整理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2014-2018年我国小家电市场规模及增速数据来源:公共资料整理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年家电下乡月度销量及同比增速（单位：万台，%）图表2：2019年家电下乡累计销量及同比增速（单位：万台，%）图表3：2019年家电下乡月度销售额及同比增速（单位：亿元，%）图表4：2019年家电下乡累计销售额及同比增速（单位：亿元，%）图表5：2019年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年家用空调产量及增速（单位：万台）图表9：2019年家用空调总销量及增速（单位：万台）图表10：2019年家用空调内销量及增速（单位：万台）图表11：2019年家用空调出口量及增速（单位：万台）更多图表详见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/270481.html>