

2023-2029年中国家电市场 深度分析与市场需求预测报告

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

《2023-2029年中国家电市场深度分析与市场需求预测报告》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/202211/325521.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

家用电器（HEA）主要指在家庭及类似场所中使用的各种电器和电子器具。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。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国家电市场深度分析与市场需求预测报告》共十五章。首先介绍了家电行业市场发展环境、家电整体运行态势等，接着分析了家电行业市场运行的现状，然后介绍了家电市场竞争格局。随后，报告对家电做了重点企业经营状况分析，最后分析了家电行业发展趋势与投资预测。您若想对家电产业有个系统的了解或者想投资家电行业，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：

第一部分家电行业发展分析

第一章世界家电产业发展分析

第一节家电产业发展形式分析

一、直营连锁

二、特许连锁

三、自由连锁

四、合作连锁

第二节国外家电产业发展情况分析

一、全球金融风暴下国外家电企业发展

二、美国家电产业发展分析

三、英国家电产业发展分析

四、日本家电产业发展分析

第二章中国家电所属行业发展分析

第一节2022年中国家电产业发展回顾

- 一、2022年中国家电行业发展现状
- 二、2022年中国家电企业增长趋缓
- 三、2022年我国家电卖场格局分析
- 四、2022年推动家电业发展的原因

第二节2022年中国家电产业发展分析

- 一、2022年家电产业发展分析
- 二、2022年中国家电行业格局变化预测
- 三、收入下降费用上涨家电高扩张遇拐点
- 四、销售下滑敲响家电饱和警钟

第三节中国家电产业存在的问题

- 一、家电企业大本营成空心状态
- 二、家电企业同质化竞争激烈
- 三、销售下滑敲响家电饱和警钟
- 四、资源浪费家电巨头陷入店增利减怪圈
- 五、家电业人才匮乏
- 六、家电业标准缺失
- 七、家电业缺乏长期战略规划

第四节2023-2029年我国家电产业发展趋势

- 一、差异化经营成为必由之路
- 二、转向单店效益的提升
- 三、寻求主要的市场增长点
- 四、强调“功能和价值”
- 五、连锁业竞争升级
- 六、行业整合持续

第三章中国家电所属行业市场运行态势分析

第一节2022年中国家电市场概况

第二节2022年中国家电二三级市场发展分析

第三节中国家电市场存在的问题及策略分析

第四章中国家电主要业态发展分析

第一节旗舰店

- 一、2022年家电旗舰店的发展状况
- 二、中国家电旗舰店的特征
- 三、家电旗舰店开设对厂商的影响
- 四、家电旗舰店的正确定位及发展方向

第二节3C店

- 一、2022年家电3C店发展状况
- 二、3C模式成家电主要利润增长点
- 三、家电拓展3C领域的优势
- 四、3C模式使家电企业与PC企业双赢
- 五、家电经营3C业务对IT业的影响
- 六、未来我国3C店发展预测

第五章主要地区家电市场分析

第一节北京

- 一、2022年北京家电市场的发展状况
- 二、2022年北京家电旗舰店发展分析
- 三、2022年家电企业进入北京市场的战略意义
- 四、家电巨头在北京选址的策略比较

第二节上海

- 一、2022年上海家电市场发展回顾
- 二、2022年上海家电市场发展状况
- 三、2022年上海家电市场竞争分析
- 四、上海家电门店布局情况分析
- 五、2022年期间上海家电市场分析

第三节深圳

- 一、2022年深圳家电市场发展回顾
- 二、2022年深圳家电市场发展状况
- 三、2022年深圳家电市场竞争分析
- 四、家电给深圳家电及零售业带来的影响

五、2022年深圳家电市场销售情况

第四节南京

一、2022年南京家电市场发展回顾

二、2022年南京家电市场发展状况

三、2022年南京家电市场竞争分析

四、南京家电企业会员制推行情况

第五节成都

一、2022年成都家电市场发展回顾

二、2022年成都家电市场发展状况

三、2022年成都家电市场竞争分析

四、2022年成都家电旗舰店发展分析

第二部分家电所属行业发展分析

第六章中国连锁经营行业发展分析

第一节我国连锁经营业现状分析

第二节连锁经营与电子商务

一、中国电子商务市场现状分析

二、电子商务与连锁经营的结合之路

三、连锁经营与电子商务结合的手段

四、连锁经营解决电子商务物流难题

第三节我国农村连锁经营的发展

一、农村连锁经营的特征

二、连锁药店开始占领农村市场

三、农资物流连锁经营蕴含巨大商机

四、特许连锁经营在农村市场应注意的问题

五、农村零售业实现连锁经营的措施

第四节我国连锁经营的主要问题

一、我国连锁经营存在的主要问题分析

二、我国连锁经营发展中的弊病

三、制约我国连锁经营发展的因素

四、中国企业实施连锁的六大困惑

五、对我国连锁经营发展的思考

第五节促进我国连锁经营发展的对策

- 一、连锁经营中的供应链管理模式研究
- 二、我国发展连锁经营的策略建议
- 三、加快发展我国连锁经营的方针
- 四、选择连锁经营模式的三大标准
- 五、中国特许连锁经营的发展性策略
- 六、我国连锁经营企业的“越位”对策

第七章中国家电所属行业发展情况分析

第一节2022年中国家电制造所属行业运行情况

- 一、生产增长情况
- 二、销售增长情况
- 三、企业经营情况

第二节2022年中国家电所属市场发展状况分析

第三节2022年中国家电所属行业及市场发展分析

第四节2022年中国家电所属产业竞争情况分析

第五节家电企业的服务营销创新

- 一、家电企业实施服务营销创新的必要性
- 二、家电企业服务营销的现状及存在的问题
- 三、家电企业的服务营销创新对策

第六节家电商赢利模式的改革

- 一、家电商传统赢利模式遭遇挑战
- 二、赢利模式转变方向
- 三、赢利模式转变后的意义
- 四、提高赢利能力的措施

第三部分家电所属行业竞争格局分析

第八章中国家电市场竞争格局分析

第一节2022年中国家电制造业与家电的竞争分析

第二节2022年中国家电业竞争存在的问题与策略

第三节2023-2029年中国家电业竞争趋势分析

第九章国内外家电业并购案例分析

第一节百思买

一、企业概况

二、经营状况

五、发展战略

四、经营情况预测

第二节电路城

一、企业概况

二、经营状况

五、发展战略

四、经营情况预测

第三节日本小岛电器

一、企业概况

二、经营状况

五、发展战略

四、经营情况预测

第四节日本山田电机

一、企业概况

二、经营状况

五、发展战略

四、经营情况预测

第十章世界著名家电企业分析

第一节百思买

一、企业概况

二、经营状况

五、发展战略

四、经营情况预测

第二节电路城

一、企业概况

二、电路城破产清算

第三节日本小岛电器

一、企业概况

二、财务分析

三、发展战略

第四节日本山田电机

一、企业概况

二、财务分析

三、经营状况

四、公司发展战略

五、山田电机发展策略探悉

第十一章中国主要家电企业分析

第一节国美

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、财务分析

四、经营状况

五、发展规划

第二节苏宁

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、财务分析

四、经营状况

五、发展规划

第三节五星

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、财务分析

四、经营状况

五、发展规划

第四节三联

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、财务分析

四、经营状况

五、发展规划

第五节顺电

一、企业概况

二、企业核心竞争力

三、财务分析

四、经营状况

五、发展规划

第四部分家电行业发展趋势及战略

第十二章家电产业发展环境分析

第一节经济发展环境分析

一、2022年我国宏观经济发展分析

二、2022年国内经济环境对其影响

三、2022年国内投资环境对其影响

第二节政策法规环境分析

一、2022年家电政策环境分析

二、2022年国内宏观政策对其影响

三、2022年行业产业政策对其影响

四、2022年多项政策支持国内零售企业

五、五千家电卖场亟待加将节能减排

第三节社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2022年社会环境发展分析

三、2022年中国社会发展面临的主要矛盾和挑战

四、“十三五”期间我国经济社会环境分析

五、社会环境对于行业的影响分析

第四节相关产业对其影响分析

一、商业地产市场发展对其影响分析

二、电子产品销售渠道发展情况分析

三、其他销售渠道对行业的影响分析

第十三章2023-2029年家电行业发展趋势

第一节2023-2029年中国社会发展的展望与对策建议

第二节2023-2029年中国家电行业发展趋势分析

一、“十三五”家电产业发展思路及目标

二、全球背景下我国家电市场的发展趋势

三、2022年中国家电行业新商业趋势预测

四、2022年国内家电市场前景分析

五、2022年我国家电所属行业出口情况预测

六、2022年全球白色家电市场增长情况

七、2022年我国家电产品能效标识情况

八、2023-2029年我国小家电市场竞合态势预测

第三节2023-2029年中国家电业发展趋势分析

一、家电产业发展环境与发展空间

二、2023-2029年中国家电市场空间分析

三、2023-2029年家电业发展趋势分析

四、2023-2029年我国家电产业发展机遇及战略分析

五、2023-2029年中国家电市场发展趋势

第十四章2023-2029年家电行业发展战略

第一节家电经营策略

第二节中国家电二三线城市家电市场现状及对策

第三节我国家电超市的价格策略

一、家电超市价格策略的特点

二、家电超市价格策略的具体表现

第四节家电国际化策略分析

一、国际化时机选择

二、国际化地点选择

三、国际化市场进入模式

四、国际化准备阶段应注意的问题

第五节家电企业营销体验化策略

一、我国家电经营的现状及困境

- 二、体验营销的产生背景及内涵
- 三、家电企业实施体验营销的策略要点

第十五章2023-2029年中国家电行业投资战略

第一节2023-2029年中国家电行业投资环境及风险分析()

- 一、宏观经济波动风险及控制
- 二、家电投资政策分析
- 三、家电投资环境分析
- 四、家电产业供需风险及控制

第二节2023-2029年家电企业经营扩张风险及防范

图表目录：

图表：2022年全球不同地区家电销售量比率分布

图表：松下电器产业SPS战略业绩概览

图表：家电及消费类电子产品、机电产品成交额及增速

图表：中美日四大家电实力对照表

图表：家电分类市场开店战略规划

图表：2022年上海市洗衣机等家电的产量

图表：电子商务与连锁企业之间的整体网络构建过程

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202211/325521.html>