

2014-2020年中国二手家用 电器行业市场发展格局及未来投资方向咨询报

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

《2014-2020年中国二手家用电器行业市场发展格局及未来投资方向咨询报》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/201404/103115.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。

在家庭及类似场所中所使用的各种电器。又称民用电器、日用电器。美国是家用电器的发扬地。1879年美国T.A.爱迪生发明白炽灯。开创了家庭用电时代。20世纪初，美国E.理查森发明的电熨斗投放市场，促使其他家用电器相继问世。吸尘器、电动洗衣机、压缩机式家用电冰箱、电灶、空调器、全自动洗衣机应运而生。19世纪80年代，爱迪生效应的发现和验证电磁波存在的实验，为电子学的诞生创造了条件。20世纪初，英、美等国相继发明了第一代电子器件——电子管。1919年超外差式接收机问世，为收音机发展创造了条件。1923~1924年，美国V.K.兹沃雷金发明了摄像管和显像管，1931年组装成世界上第一个全电子电视系统。1954年美国始用彩色电视广播。磁性（钢丝）录音机和磁带录音机是先后在1898年和1935年问世的，在荷兰飞利浦公司1963年发明盒式磁带的基础上，盒式磁带录音机迅速普及。集成电路的发明，使电子技术进入微电子技术时代，使家用电器提高到一个新的水平。

家用电器的分类方法在世界上尚未统一。但按产品的功能、用途分类较常见，大致分为8类。①制冷电器。包括家用冰箱、冷饮机等。②空调器。包括房间空调器、电扇、换气扇、冷热风器、空气去湿器等。③清洁电器。包括洗衣机、干衣机、电熨斗、吸尘器、地板打蜡机等。④厨房电器。包括电灶，微波炉、电磁灶、电烤箱、电饭锅、洗碟机、电热水器、食物加工机等。⑤电暖器具。包括电热毯、电热被、水热毯、电热服、空间加热器。⑥整容保健电器。包括电动剃须刀、电吹风、整发器、超声波洗面器、电动按摩器。⑦声像电器。包括微型投影仪、电视机、收音机、录音机、录像机、摄像机、组合音响等。⑧其他电器，如烟火报警器、电铃等。

随着生活的提高，净水器也成为家用电器中的一员，越来越多的家庭使用这种新型的电器产品：随着世界上大多数的水体污染严重，加剧了水资源紧缺的矛盾。传统的自来水处理方法，已不能保证提供品质优良的饮用水，而且在市政供水中还存在着二次污染的问题，如高层的水箱供水，漫长的自来水输送管线，都会造成潜在的铁锈，泥沙以及微生物等污染问题。因此，各种品牌的净水器应运而生，并且各种净水器使用的过滤方法与过滤材料也有所不同。

。其中国产的好自然、美的品牌净水器产品符合国人饮水标准。

家用电器，简称家电，是指以电能来进行驱动（或以机械化动作）的用具，可帮助执行家庭杂务，如炊食、食物保存或清洁，除了家庭环境外，也可用于公司行号或是工业的环境里。基本上，家用电器分为大型家电（白色家电、黑色家电）和小家电。

《2014-2020年中国二手家用电器行业市场发展格局及未来投资方向咨询报www.cction.com/report/201402/101957.html》是在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国海关总署、相关行业协会、国内外相关刊物的基础信息以及相关行业专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于后金融危机对全球及中国宏观经济、政策、主要行业的影响，重点探讨了二手家用电器行业的整体及其相关子行业的运行情况，并对未来二手家用电器行业的发展趋势和前景进行分析和预测。

报告数据及时全面、图表丰富、反映直观，在对市场发展现状和趋势进行深度分析和预测的基础上，研究了二手家用电器行业今后的发展前景，为企业在当前激烈的市场竞争中洞察投资机会，合理调整经营策略；为战略投资者选择恰当的投资时机，公司领导层做战略规划，提供了准确的市场情报信息以及合理的参考性建议。

【目录】

第一章 二手家用电器市场概述

第一节 二手家用电器市场发展现状分析

一、重要市场动态及动向

二、市场发展现状分析

第二节 二手家用电器市场政策环境分析

第三节 二手家用电器市场容量分析

第四节 二手家用电器市场特征分析

一、市场界定及行业定义

二、市场现状特征分析

第二章 二手家用电器市场宏观经济运行环境分析

第一节 我国总体经济环境走势分析

一、中国GDP分析

二、中国CPI指数分析

三、工业发展形势分析

第二节 国家宏观调控政策分析

第三节 二手家用电器市场国家宏观发展规划调控方向

第三章 二手家用电器市场上（下）游产业发展状况分析

第一节 上游市场产销状况分析

一、上游行业发展状况

二、上游行业集中度

三、上游行业发展趋势

第二节 下游市场产销状况分析

一、产量分析

二、市场需求情况分析

三、市场发展前景

第四章 二手家用电器国内拟在建项目分析及竞争对手动向

第一节 国内主要竞争对手动向

第二节 国内拟在建项目分析

第五章 二手家用电器市场运行情况分析

第一节 国内二手家用电器市场生产能力分析

一、总体产品产量统计分析

二、产品产量结构性分析

第二节 二手家用电器市场综合经济指标分析

一、行业规模

二、赢利能力

三、经营发展能力

四、偿债能力

第三节 二手家用电器进出口市场分析

一、全球进出口市场价格互动机制研究

二、国内产品进出口数据分析

三、2014-2020年国内产品未来进出口情况预测

第六章 二手家用电器市场综合竞争趋势分析

第一节 国际二手家用电器市场发展现状分析

一、国际市场发展现状

二、国际市场变化对国内市场影响分析

第二节 国内二手家用电器市场区域市场需求集中度比较

第三节 二手家用电器市场价格变化走势

一、二手家用电器年度价格变化分析

二、二手家用电器月度价格变化分析

三、二手家用电器市场价格驱动因素分析

第四节 生产工艺技术分析

一、产品生产工艺进展及发展趋势

二、工艺原理与工艺流程

三、生产技术简介

第七章 行业运行状况分析

第一节 行业情况背景

一、参与调查企业及其分布情况

二、典型企业介绍

第二节 总体效益运行状况

一、总体销售效益

二、2011-2013年二手家用电器行业总体盈利能力

三、2011-2013年二手家用电器行业总体税收能力

四、2011-2013年二手家用电器行业市场总体产值能力

第三节 不同地区行业效益状况对比

一、不同地区销售效益状况对比

二、不同地区行业盈利能力状况对比

三、不同地区行业税收能力状况对比

四、不同地区行业产值状况对比

第四节 类型运行效益对比

一、行业不同类型销售效益状况对比

二、不同类型盈利能力状况对比

三、不同类型税收能力状况对比

四、不同类型产值状况对比

第五节 规模运行效益对比

一、行业不同规模销售效益状况对比

二、不同规模盈利能力状况对比

三、不同规模税收能力状况对比

四、不同规模产值状况对比

第八章 二手家用电器行业所处生命周期

第一节 生命周期

第二节 二手家用电器行业技术变革与产品革新

一、技术变革可能会改变行业竞争格局

二、产品革新能力是竞争力的重要组成部分

第三节 差异化／同质化分析

一、目前市场竞争对产品差异化提出更高要求

二、产品个性化是行业远离战火的武器

三、二手家用电器产品的个性化空间很大 6

第四节 进入／退出难度分析

一、二手家用电器产品市场进入壁垒

二、可以选择不同方式进入

第九章 中国二手家用电器销售状况分析

第一节 二手家用电器国内营销模式分析

第二节 二手家用电器国内分销商形态分析

第三节 二手家用电器国内销售渠道分析

第四节 二手家用电器行业国际化营销模式分析

第五节 二手家用电器重点销售区域分析

第六节 2011-2013年市场供需现状分析

第七节 2014-2020年行业发展前景预测

第八节 2014-2020年行业投资质战略预测

第十章 二手家用电器的生产分析

第一节 行业生产规模及增长速度

第二节 产业地区分布情况

第三节 优势企业产品价格策略

第四节 行业生产所面临的几个问题

第五节 未来几年行业产量变化趋势

第六节 二手家用电器营销策略分析

第七节 二手家用电器行业广告与促销方式分析

一、主要的广告媒体

二、主要的广告媒体的优/缺点分析

三、主要的广告媒体费用分析

第十一章 二手家用电器市场渠道分析

第一节 渠道对行业至关重要

第二节 市场渠道格局

第三节 销售渠道形式

第四节 销售渠道要素对比

第五节 对竞争对手渠道策略的研究

第十二章 二手家用电器行业品牌分析

第一节 品牌数量分析

第二节 品牌推广策略分析

第三节 品牌首要认知渠道分析

第四节 消费者对二手家用电器品牌认知度宏观调查

第五节 消费者对二手家用电器品牌偏好调查

第十三章 二手家用电器用户分析

一、用户认知程度

二、用户关注的因素

1. 用户对二手家用电器产品不同功能各有需求
2. 用户普遍关注二手家用电器产品质量
3. 价格与用户心理预期已比较接近
4. 产品设计与用户使用习惯尚有一定距离

第十四章 二手家用电器市场重点优势企业财务状况与竞争力分析

第一节 企业一

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第二节 企业二

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第三节 企业三

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第四节 企业四

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第五节 企业五

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第十五章 2014-2020年二手家用电器行业前景展望

第一节 行业发展环境预测

- 一、主要经济指标预测
- 二、主要宏观政策趋势及其影响分析
- 三、消费、投资及外贸形势展望

第二节 宏观经济形势展望

一、中国经济发展周期分析

二、经济发展展望

第三节 行业供求形势展望

一、上游原料供应预测

二、二手家用电器下游需求行业发展展望

三、二手家用电器行业产能预测

第四节 行业经济效益展望

一、市场格局展望

二、经济效益预测

第五节 行业整体发展展望

一、二手家用电器行业国际展望

二、国内二手家用电器行业发展展望

第十六章 2014-2020年二手家用电器行业投资机会与风险分析

第一节 投资环境的分析与对策

一、子行业投资策略

二、价格策略

第二节 投资机遇分析

第三节 投资风险分析

一、政策风险

二、市场竞争风险

三、技术风险

四、进入退出风险

第四节 投资策略与建议

一、企业资本结构选择

1、二手家用电器企业国内资本市场的运作建议

2、二手家用电器企业海外资本市场的运作建议

二、企业战略选择

三、投资区域选择

四、专家投资建议

1、产品技术应用注意事项

- 2、项目投资注意事项
- 3、产品生产开发注意事项
- 4、产品销售注意事项

第十七章 2014-2020年二手家用电器行业盈利模式与投资策略分析

第一节 国外二手家用电器行业投资现状及经营模式分析

- 一、境外二手家用电器行业成长情况调查
- 二、经营模式借鉴
- 三、在华投资新趋势动向

第二节 我国二手家用电器行业商业模式探讨

第三节 我国二手家用电器行业投资国际化发展战略分析

- 一、战略优势分析
 - 二、战略机遇分析
 - 三、战略目标规划
 - 四、战略措施分析
- 1、发展高档产品
 - 2、大力发展二手家用电器原料生产
 - 3、加强市场、研发与生产各环节的紧密协调
 - 4、提高国内二手家用电器生产技术水平

第四节 我国二手家用电器行业营销策略分析

- 1、渠道建设与管理策略
- 2、促销策略
- 3、服务策略
- 4、品牌策略

第五节 最优投资路径设计

- 一、投资对象
 - 二、投资营销模式
- 1、二手家用电器企业的国内营销模式建议
 - 2、二手家用电器企业海外营销模式建议
- 三、预期财务状况分析
 - 四、风险资本退出方式

第十八章二手家用电器产业风险投资状况及风险投资发展模式

第一节 中国二手家用电器产业风险投资发展状况分析

一、二手家用电器领域风险投资状况分析

二、二手家用电器产业化中风险投资制度的思路

第二节 中国二手家用电器产业投资对策分析

一、坚持以政府为主导、民营资本和外资为主体的风险投资发展模式

二、建立以市场为导向的风险投资和自主创新机制

三、创新产学研结合机制,促进科技链向产业链转换

四、完善企业融资渠道,建立二手家用电器风险投资的退出机制

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103115.html>