

# 2024-2030年中国家电下乡 行业分析与发展趋势研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国家电下乡行业分析与发展趋势研究报告》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.cction.com/report/202312/431136.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。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国家电下乡行业分析与发展趋势研究报告》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

#### 2.1.12022年家电下乡销售情况

- (1) 2022年家电下乡销量情况
- (2) 2022年家电下乡销售额情况
- (3) 2022年家电下乡销售均价变化

#### 2.1.2年家电下乡销售情况监测

- (1) 2022年家电下乡销量情况监测
- (2) 2022年家电下乡销售额情况监测
- (3) 2022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

- 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
- 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1：2022年家电下乡月度销量及同比增速（单位：万台，%）

图表2：2022年家电下乡累计销量及同比增速（单位：万台，%）

图表3：2022年家电下乡月度销售额及同比增速（单位：亿元，%）

图表4：2022年家电下乡累计销售额及同比增速（单位：亿元，%）

图表5：2022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8：2022年家用空调产量及增速（单位：万台）

图表9：2022年家用空调总销量及增速（单位：万台）

图表10：2022年家用空调内销量及增速（单位：万台）

图表11：2022年家用空调出口量及增速（单位：万台）

更多图表详见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/431136.html>