

2022-2028年中国家电下乡 行业深度调查与发展前景报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2022-2028年中国家电下乡行业深度调查与发展前景报告》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.chinairr.org/report/R06/R0603/202207/01-490457.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、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 产业研究报告

网发布的《2022-2028年中国家电下乡行业深度调查与发展前景报告》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

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1：2022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……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R06/R0603/202207/01-490457.html>