

2023-2029年中国家电行业 研究与市场运营趋势报告

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

《2023-2029年中国家电行业研究与市场运营趋势报告》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/R0604/202309/01-555176.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。

从营收看，2021年1-12月，家电行业稳步增长，全年主营业务收入1.73万亿元，同比增长15.5%。从产量看，2021年全国家用电冰箱产量为8992.1万台，同比下降0.4%；全国房间空气调节器产量为21835.7万台，同比增长9.4%；全国家用洗衣机产量为8618.5万台，同比增长9.5%。2022年全年，全国家用电冰箱产量8664.4万台，同比下降3.6%；房间空气调节器产量22247.3万台，同比增长1.8%；家用洗衣机产量9106.3万台，同比增长4.6%。从出口情况看，2021年家电行业出口规模远超历史同期水平。据海关总署发布的数据，2021年1-12月，中国家用电器（包括彩电和DVD及部分白色家电产品）出口额987.2亿美元，同比增长22.3%。2022年，中国家用电器产品出口额为855亿美元，同比下降13.3%。

2021年3月《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》中提到，将应用感应控制、语音控制、远程控制等技术手段，发展智能家电、智能照明、智能安防监控、智能音箱、新型穿戴设备、服务机器人等。2021年4月，工信部根据《关于加快发展数字家庭提高居住品质的指导意见》明确提出到2025年年底，构建比较完备的数字家庭标准体系；新建全装修住宅和社区配套设施，全面具备通信连接能力，拥有必要的智能产品。2021年6月，中国家用电器协会根据《中国家电工业“十四五”发展指导意见》，明确了“十四五”时期我国家电工业的总体发展目标为，持续提升行业的全球竞争力、创新力和影响力，到2025年，成为全球家电科技创新的引领者。

疫情之下，消费者健康意识增强，以净化、清洁、杀菌消毒等为主要功能的健康类产品迎来新的发展机遇。从长期来看会促进家电产品结构调整，健康除菌会成为中高端家电产品的一个必要配置。疫情推动了中国家电产品向更高端更健康升级，也将在实际上拉升产品售价，助力产业转型升级。

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国家电行业研究与市场运营趋势报告》共十六章。首先介绍了国际家电业的发展概况，接着分析了中国家电业发展环境、家电业总体发展状况、智能家电的发展、线上家电市场发展状况及家电产量数据。然后分别对白色家电、黑色家电、小家电、厨电以及家电服务业的发展进行详细分析，随后，报告对家电市场营销、行业盈利模式及行业重点企业展开分析，最后，报告对家电行业进行了投资分析并对行业未来发展前景做出了科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、工信部、海关总署、全国家用电器工业信

息中心、产业研究报告网、中国家用电器协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对家电业有个系统深入的了解、或者想投资家电业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 家电行业相关概述

1.1 传统家电行业概述

1.1.1 行业相关定义

1.1.2 家电行业细分

1.1.3 行业统计标准

1.1.4 行业发展历程

1.2 家电行业产业链

1.2.1 产业链结构

1.2.2 白电产业链

1.2.3 黑电产业链

1.2.4 小家电产业链

第二章 2021-2023年国外家电行业发展分析

2.1 2021-2023年全球家电产业发展综述

2.1.1 市场销售规模

2.1.2 产品市场结构

2.1.3 区域分布格局

2.1.4 企业竞争格局

2.2 2021-2023年欧洲家电行业发展状况

2.2.1 市场发展现状

2.2.2 中欧贸易情况

2.2.3 产品消费理念

2.2.4 企业发展现状

2.3 2021-2023年日本家电行业发展状况

2.3.1 行业发展历程

2.3.2 市场发展规模

- 2.3.3 行业竞争格局
- 2.3.4 产品销售渠道
- 2.3.5 小家电保有量
- 2.4 2021-2023年印度家电行业发展状况
 - 2.4.1 行业发展历程
 - 2.4.2 市场销售规模
 - 2.4.3 行业竞争格局
 - 2.4.4 发展面临的挑战
 - 2.4.5 市场发展前景
- 2.5 2021-2023年其他国家家电行业发展状况
 - 2.5.1 韩国
 - 2.5.2 美国
 - 2.5.3 墨西哥

第三章 2021-2023年家电行业发展环境PEST分析

- 3.1 政策环境（Political）
 - 3.1.1 产品质量标准政策
 - 3.1.2 国家标准发布动态
 - 3.1.3 产品更新换代政策
 - 3.1.4 促进家电消费政策
 - 3.1.5 智能家电发展政策
- 3.2 经济环境（Economic）
 - 3.2.1 宏观经济运行
 - 3.2.2 工业运行情况
 - 3.2.3 对外经济分析
 - 3.2.4 宏观经济展望
- 3.3 社会环境（Social）
 - 3.3.1 社会消费规模
 - 3.3.2 居民收支水平
 - 3.3.3 人口数量规模
 - 3.3.4 城镇化进程加快
 - 3.3.5 房屋精装修趋势

3.3.6 人口老龄化加剧

3.4 技术环境（Technological）

3.4.1 人工智能

3.4.2 物联网技术

3.4.3 5G技术

第四章 2021-2023年中国家电行业发展综合分析

4.1 2021-2023年中国家电行业市场运行状况

4.1.1 市场销售规模

4.1.2 细分市场状况

4.1.3 市场销售渠道

4.1.4 主营业务收入

4.1.5 品牌集中度

4.1.6 市场价格行情

4.2 2021-2023年中国家电行业对外贸易状况

4.2.1 行业进出口规模

4.2.2 细分产品状况

4.2.3 出口区域分布

4.3 中国家用电器行业财务状况分析

4.3.1 上市公司规模

4.3.2 经营状况分析

4.3.3 盈利能力分析

4.3.4 营运能力分析

4.3.5 成长能力分析

4.3.6 现金流量分析

4.4 中国家电市场竞争结构分析

4.4.1 进退出壁垒分析

4.4.2 上游供应商分析

4.4.3 下游渠道商分析

4.4.4 潜在竞争者进入

4.4.5 替代品威胁

4.4.6 现有竞争者

4.5 中国家电行业区域发展状况

4.5.1 产业集群优势

4.5.2 区域分布格局

4.5.3 区域规模分布

4.6 中国家电行业发展存在的问题及相应建议

4.6.1 售后服务有待改进

4.6.2 自主品牌海外影响力弱

4.6.3 智能家居发展缺乏标准

4.6.4 部分核心零部件依靠进口

第五章 2021-2023年中国智能家电发展综合分析

5.1 2021-2023年中国智能家电市场发展综述

5.1.1 智能家电定义

5.1.2 智能家电分类

5.1.3 与传统家电区别

5.1.4 行业发展历程

5.1.5 产业链构成

5.2 2021-2023年中国智能家电市场运行状况

5.2.1 市场发展规模

5.2.2 细分市场占比

5.2.3 产品市场渗透率

5.2.4 产品技术研发

5.2.5 企业市场布局

5.3 2021-2023年智能家电背景下传统家电企业转型分析

5.3.1 企业转型背景

5.3.2 企业转型现状

5.3.3 企业转型战略

第六章 2021-2023年中国家电网购市场发展综合分析

6.1 2021-2023年中国家电网购市场发展环境

6.1.1 互联网普及率

6.1.2 网购用户规模

- 6.1.3 实物网购规模
- 6.2 2021-2023年家电网购市场运行状况
 - 6.2.1 市场发展规模
 - 6.2.2 家电线上回收
 - 6.2.3 区域分布格局
 - 6.2.4 网购用户特征
 - 6.2.5 网购平台竞争
- 6.3 2021-2023年中国家电网购市场发展态势分析
 - 6.3.1 消费结构不断升级
 - 6.3.2 线上线下深度融合
 - 6.3.3 下沉市场爆发潜力

第七章 2021-2023年中国主要家电产品产量数据分析

- 7.1 2021-2023年全国房间空气调节器产量分析
 - 7.1.1 2021-2023年全国房间空气调节器产量趋势
 - 7.1.2 2020年全国房间空气调节器产量情况
 - 7.1.3 2021年全国房间空气调节器产量情况
 - 7.1.4 2022年全国房间空气调节器产量情况
 - 7.1.5 房间空气调节器产量分布情况
- 7.2 2021-2023年全国彩色电视机产量分析
 - 7.2.1 2021-2023年全国彩色电视机产量趋势
 - 7.2.2 2020年全国彩色电视机产量情况
 - 7.2.3 2021年全国彩色电视机产量情况
 - 7.2.4 2022年全国彩色电视机产量情况
 - 7.2.5 彩色电视机产量分布情况
- 7.3 2021-2023年全国家用电冰箱（家用冷冻冷藏箱）产量分析
 - 7.3.1 2021-2023年全国家用电冰箱（家用冷冻冷藏箱）产量趋势
 - 7.3.2 2020年全国家用电冰箱（家用冷冻冷藏箱）产量情况
 - 7.3.3 2021年全国家用电冰箱（家用冷冻冷藏箱）产量情况
 - 7.3.4 2022年全国家用电冰箱（家用冷冻冷藏箱）产量情况
 - 7.3.5 家用电冰箱（家用冷冻冷藏箱）产量分布情况
- 7.4 2021-2023年全国家用洗衣机产量分析

- 7.4.1 2021-2023年全国家用洗衣机产量趋势
- 7.4.2 2020年全国家用洗衣机产量情况
- 7.4.3 2021年全国家用洗衣机产量情况
- 7.4.4 2022年全国家用洗衣机产量情况

第八章 2021-2023年中国白色家电行业发展分析

8.1 2021-2023年中国白色家电行业财务状况

- 8.1.1 行业营业收入
- 8.1.2 重点企业营收
- 8.1.3 行业整体毛利率
- 8.1.4 期间费用分析
- 8.1.5 行业利润分析

8.2 2021-2023年中国冰箱市场发展分析

- 8.2.1 市场销售规模
- 8.2.2 市场价格行情
- 8.2.3 细分产品需求
- 8.2.4 企业竞争格局
- 8.2.5 市场发展趋势

8.3 2021-2023年中国空调市场发展分析

- 8.3.1 市场销售规模
- 8.3.2 出口贸易情况
- 8.3.3 细分产品需求
- 8.3.4 企业竞争格局
- 8.3.5 中央空调形势

8.4 2021-2023年中国洗衣机市场发展分析

- 8.4.1 市场销量规模
- 8.4.2 对外贸易情况
- 8.4.3 销售渠道分析
- 8.4.4 细分产品需求
- 8.4.5 企业竞争格局
- 8.4.6 发展前景趋势

第九章 2021-2023年中国黑色家电行业发展分析

9.1 2021-2023年中国黑色家电行业财务状况

9.1.1 主营收入规模

9.1.2 预收账款规模

9.1.3 企业存货规模

9.1.4 现金流动效率

9.1.5 行业盈利能力

9.2 2021-2023年中国电视机市场运行状况

9.2.1 全球出货规模

9.2.2 市场销售规模

9.2.3 行业竞争格局

9.2.4 市场价格行情

9.2.5 差异化竞争状况

9.3 2021-2023年中国电视机市场需求分析

9.3.1 购买因素分析

9.3.2 超高清视频需求

9.3.3 影视资源需求

9.3.4 游戏电视需求

9.4 2021-2023年中国电视机细分市场分析

9.4.1 4K电视

9.4.2 8K电视

9.4.3 液晶电视

9.4.4 智能电视

9.4.5 激光电视

9.4.6 OLED电视

9.4.7 艺术电视

9.5 中国黑色家电行业发展前景趋势

9.5.1 全球化发展

9.5.2 产品智慧化

9.5.3 场景互联化

9.5.4 需求多元化

9.5.5 技术突破方向

第十章 2021-2023年中国小家电行业发展分析

10.1 2021-2023年中国小家电市场财务状况分析

10.1.1 行业营业收入

10.1.2 重点企业营收

10.1.3 行业整体毛利率

10.1.4 行业利润分析

10.1.5 期间费用分析

10.2 2021-2023年中国小家电市场运行状况

10.2.1 市场发展规模

10.2.2 品牌关注度对比

10.2.3 市场竞争格局

10.2.4 消费渠道分析

10.3 2021-2023年中国传统小家电市场发展分析

10.3.1 电热水器

10.3.2 电压力锅

10.3.3 电风扇

10.3.4 吸尘器

10.4 2021-2023年中国新兴小家电市场发展分析

10.4.1 个护家电

10.4.2 养生壶

10.4.3 破壁料理机

10.4.4 空气净化器

10.5 中国小家电行业未来发展趋势及前景

10.5.1 销售渠道变化

10.5.2 产品品类趋势

10.5.3 研发生产方向

10.5.4 创新产品涌现

第十一章 2021-2023年中国厨电市场发展分析

11.1 2021-2023年中国厨电市场运行状况

11.1.1 发展影响因素

11.1.2 市场发展规模

- 11.1.3 市场普及率分析
- 11.1.4 下沉市场潜力
- 11.1.5 行业发展方向
- 11.2 2021-2023年中国吸油烟机市场发展分析
 - 11.2.1 行业发展特征
 - 11.2.2 产品产量规模
 - 11.2.3 市场销量规模
 - 11.2.4 行业竞争格局
 - 11.2.5 技术研发方向
 - 11.2.6 行业发展趋势
- 11.3 2021-2023年中国洗碗机市场分析
 - 11.3.1 市场销量规模
 - 11.3.2 市场价格行情
 - 11.3.3 行业竞争格局
 - 11.3.4 市场发展前景
- 11.4 2021-2023年中国电烤箱市场发展分析
 - 11.4.1 市场发展规模
 - 11.4.2 品牌发展指数
 - 11.4.3 市场发展前景
- 11.5 2021-2023年中国其他厨电市场发展分析
 - 11.5.1 微波炉
 - 11.5.2 电饭煲

第十二章 2021-2023年中国家电服务业发展分析

- 12.1 中国家电延保服务市场发展综述
 - 12.1.1 行业发展环境
 - 12.1.2 主要延保产品
 - 12.1.3 售后服务途径
 - 12.1.4 发展对策建议
- 12.2 中国家电服务业市场发展现状
 - 12.2.1 产品综合质量
 - 12.2.2 市场发展态势

- 12.2.3 服务市场问题
- 12.2.4 转型发展举措
- 12.2.5 行业发展方向
- 12.3 中国家电售后共享服务平台应用实践与探讨
 - 12.3.1 平台建设现状
 - 12.3.2 平台发展优劣势
 - 12.3.3 优化改善建议
 - 12.3.4 平台发展方向

第十三章 2021-2023年中国家电市场营销分析

- 13.1 2021-2023年中国家电行业营销方式
 - 13.1.1 数字营销
 - 13.1.2 网络营销
 - 13.1.3 大数据营销
 - 13.1.4 多元化营销
 - 13.1.5 品牌娱乐营销
- 13.2 中国网络环境下家电行业营销策略分析
 - 13.2.1 销售渠道发展现状
 - 13.2.2 网购渠道比较优势
 - 13.2.3 网络营销多样化
 - 13.2.4 营销结构存在问题
 - 13.2.5 营销路径优化措施
- 13.3 中国家电企业品牌营销策略分析
 - 13.3.1 企业品牌营销案例回顾
 - 13.3.2 新零售带来新营销格局
 - 13.3.3 新媒体丰富新营销形式
- 13.4 中国家电行业营销问题及策略建议
 - 13.4.1 企业营销问题分析
 - 13.4.2 农村家电营销问题
 - 13.4.3 农村家电营销策略
 - 13.4.4 包销定制营销策略
 - 13.4.5 产品体验营销策略

第十四章 2021-2023年中国家电行业盈利模式分析

14.1 2021-2023年中国家电行业传统盈利模式分析

14.1.1 品牌盈利模式

14.1.2 低价盈利模式

14.1.3 速度盈利模式

14.1.4 渠道领先模式

14.1.5 区域领先模式

14.2 中国家电行业盈利模式变革分析

14.2.1 零售盈利模式

14.2.2 内容盈利模式

14.2.3 服务盈利模式

14.2.4 售后盈利模式

14.3 中国家电细分市场盈利模式分析

14.3.1 黑色家电

14.3.2 白色家电

14.3.3 厨房电器

第十五章 2020-2023年中国家电行业重点企业分析

15.1 海尔智家股份有限公司

15.1.1 企业发展概况

15.1.2 经营效益分析

15.1.3 业务经营分析

15.1.4 财务状况分析

15.1.5 核心竞争力分析

15.1.6 公司发展战略

15.1.7 未来前景展望

15.2 海信家电集团股份有限公司

15.2.1 企业发展概况

15.2.2 经营效益分析

15.2.3 业务经营分析

15.2.4 财务状况分析

15.2.5 核心竞争力分析

- 15.2.6 公司发展战略
- 15.2.7 未来前景展望
- 15.3 浙江苏泊尔股份有限公司
 - 15.3.1 企业发展概况
 - 15.3.2 经营效益分析
 - 15.3.3 业务经营分析
 - 15.3.4 财务状况分析
 - 15.3.5 核心竞争力分析
 - 15.3.6 未来前景展望
- 15.4 长虹美菱股份有限公司
 - 15.4.1 企业发展概况
 - 15.4.2 经营效益分析
 - 15.4.3 业务经营分析
 - 15.4.4 财务状况分析
 - 15.4.5 核心竞争力分析
 - 15.4.6 公司发展战略
 - 15.4.7 未来前景展望
- 15.5 康佳集团股份有限公司
 - 15.5.1 企业发展概况
 - 15.5.2 经营效益分析
 - 15.5.3 业务经营分析
 - 15.5.4 财务状况分析
 - 15.5.5 核心竞争力分析
 - 15.5.6 公司发展战略
 - 15.5.7 未来前景展望
- 15.6 TCL科技集团股份有限公司
 - 15.6.1 企业发展概况
 - 15.6.2 经营效益分析
 - 15.6.3 业务经营分析
 - 15.6.4 财务状况分析
 - 15.6.5 核心竞争力分析
 - 15.6.6 未来前景展望

15.7 珠海格力电器股份有限公司

15.7.1 企业发展概况

15.7.2 经营效益分析

15.7.3 业务经营分析

15.7.4 财务状况分析

15.7.5 核心竞争力分析

15.7.6 公司发展战略

15.7.7 未来前景展望

15.8 美的集团股份有限公司

15.8.1 企业发展概况

15.8.2 经营效益分析

15.8.3 业务经营分析

15.8.4 财务状况分析

15.8.5 核心竞争力分析

15.8.6 公司发展战略

15.8.7 未来前景展望

15.9 华帝股份有限公司

15.9.1 企业发展概况

15.9.2 经营效益分析

15.9.3 业务经营分析

15.9.4 财务状况分析

15.9.5 核心竞争力分析

15.9.6 公司发展战略

15.9.7 未来前景展望

15.10 广东万和新电气股份有限公司

15.10.1 企业发展概况

15.10.2 经营效益分析

15.10.3 业务经营分析

15.10.4 财务状况分析

15.10.5 核心竞争力分析

15.10.6 公司发展战略

15.10.7 未来前景展望

第十六章 对2023-2029年中国家电行业投资分析及前景预测

16.1 中国家电行业投资潜力分析

16.1.1 智能家电市场

16.1.2 母婴家电市场

16.1.3 老年家电市场

16.1.4 健康家电市场

16.1.5 家电功能细化

16.2 中国家电行业发展趋势及前景分析

16.2.1 产品发展方向

16.2.2 供应链发展趋势

16.2.3 行业发展趋势

16.2.4 行业前景展望

16.3 对2023-2029年中国家电行业预测分析

16.3.1 2023-2029年中国家电行业影响因素分析

16.3.2 2023-2029年中国家电行业主营业务收入预测

图表目录

图表 白色家电分类及主要产品

图表 小家电细分类别及主要产品

图表 白电产业链

图表 彩电产业链

图表 小家电产业链

图表 2010-2021年全球主要家电销售规模及增速

图表 2018-2021年全球大小家电销售额及占比情况

图表 2021年全球大家电区域分布

图表 2021年全球及各区域大家电市场零售量TOP5

图表 2014-2021年日本家电市场销售规模及增速

图表 2019-2021年日本家电零售额增速

图表 2015-2021年日本大家电品牌市占率TOP5

图表 2021年日本大家电主要销售渠道

图表 2021年日本各小家电品类保有量

图表 2014-2021年印度家电市场零售量及零售额情况

图表 2021年印度空调市场零售量份额

图表 2021年印度冰箱市场零售量份额

图表 2021年印度洗衣机市场零售量份额

图表 2021年韩国各小家电品类保有量

图表 2015-2021年美国家用电器市场价值

图表 2021年美国各小家电品类保有量

图表 中国智能家电行业部分相关政策汇总情况

图表 2017-2021年国内生产总值及增速

图表 2017-2021年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2020年中国GDP初步核算数据

图表 2021年国内GDP初步核算数据

图表 2020年规模以上工业增加值月度同比增速

图表 2020年规模以上工业生产主要数据

图表 2020-2021年规模以上工业增加值同比增长速度

图表 2021年规模以上工业生产主要数据

图表 2017-2021年货物进出口总额

图表 2020年货物进出口总额及其增长速度

图表 2020年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表 2020年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表 2020年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重

图表 2020年外商直接投资（不含银行、证券、保险领域）及其增长速度

图表 2020年对外非金融类直接投资额及其增长速度

图表 2020年社会零售总额月度同比增速

图表 2020年社会消费品零售总额主要数据

图表 2019-2021年社会消费品零售总额月度同比增速

图表 2021年社会消费品零售总额主要数据

图表 2020年全国居民人均可支配收入平均数与中位数

图表 2021年居民人均可支配收入平均数与中位

图表 2020年全国居民人均消费支出及构成

图表 2020年全国居民收支主要数据

图表 2021年全国居民人均消费支出及构成

图表 2021年全国居民收支主要数据

图表 2020年年末人口数及其构成

图表 2017-2021年中国城镇化率

图表 2017-2021年国内精装修商品房住宅开盘量

图表 2009-2021年中国65岁及以上数量统计图

图表 2021年中国家用电器零售市场规模及增速

图表 2021年中国家电市场线上线下规模季度变化

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R06/R0604/202309/01-555176.html>