

2018-2024年中国家电电商 产业深度调研与发展前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国家电电商产业深度调研与发展前景预测报告》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.abaogao.com/b/xiaojiadian/M93271C96W.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

2017上半年，家用电器的电商渠道销售额仅次于服装内衣/配饰排名第二；家用电器中排名前5%的品牌占据的市场份额达到80.22%。随着电商渠道不断拓宽，家电电商的渠道利用互联网技术优势，在传播覆盖广度、品类齐全度等方面体现出优势。

2016年，我国B2C家电网购市场（含移动终端）规模达到3846亿元，同比增长27.9%。其中，传统四大家电网购零售额达1161亿元，同比增幅34.9%：平板电视494亿元、空调296亿元、冰箱196亿元、洗衣机175亿元；包括厨房电器、两净产品、生活小家电等在内的其他家电产品网上零售额达635亿元，同比增长36.6%。2016年，家电市场网购渗透率已达19.95%。其中，京东、天猫、苏宁易购三巨头占据了绝大部分市场，家电网购市场渠道格局稳定。

家电网购热度不减，80、90后“网生代”消费群体崛起。家电市场消费群体呈现年轻化特点。80、90后为核心用户群体，其家电消费占整体的64.82%。原因在于，其一，80、90后大多成家立业，是购买房产的主力军，导致家电需求也较为旺盛；其二，80、90后由于整体受教育程度高，逐渐成为社会的中坚力量，收入水平也相对较高。其三，80、90后从小接触互联网，网购的接受度更高，推动电商平台家电销售快速增长，电商平台在家电行业渠道中的地位显著提升。家电网购年龄段分布，80，90后网生代是主力数据来源：公开资料、智研数据研究中心整理

家电网购月开销在500元以上的占比过半。根据统计，超过75%的网民通过综合电商平台购物，48.9%的网民选择通过垂直服务平台（含垂直电商平台）购买商品。其中家用电器、家居厨卫等垂直品类的购买率均超过40%。与五年前相比，通过线下实体店购物的群体比例下降14.2%，而网络购物渠道的使用率整体提升。根据公布的2017年中国网民不同消费类别的月开销分布数据，家用电器的月开销在500元以上的达到53.6%，其中达到2000元以上的有18.4%，仅次于金融服务的占比。因此居民收入的增加和生活水平的提高对家电产品购买具有直接的影响。2017年中国网民不同消费类别月开销分布数据来源：公开资料整理

农村家电网购实现大幅增长。2016年连续两年，农村网购市场规模，几乎在以一年翻一番的速度增长；尽管在总额当中，农村市场只占了13%的规模；但从零售额的同比增速来看，三线以下城市及农村地区的增长率，已经超过了一二线城市，未来有继续上涨的空间。苏宁大数据显示，截至6月18日16时，农村电商同比销售较上年大涨421%。淘宝、天猫在“6·18”期间，豆浆机、扫地机器人等小家电品类在农村淘宝上的销售均实现大幅增长。随着地区覆盖广度提升和物流能力不断加强，农村家电网购渠道将成为传统节日以及“网购节”等其他促销活动之外的新消费节点。

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国家电电商产业深度调研与发展前景预测报告》

依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。第一章 家电电商行业相关概述

1.1 家电电商行业定义及特点

1.1.1 家电电商行业的定义

1.1.2 家电电商行业服务特点

1.2 家电电商行业盈利模式分析

第二章 2017年中国家电电商行业发展环境分析

2.1 家电电商行业政治法律环境（P）

2.1.1 行业主管单位及监管体制

2.1.2 行业相关法律法规及政策

2.1.3 政策环境对行业的影响

2.2 家电电商行业经济环境分析（E）

2.2.1 国际宏观经济分析

2.2.2 国内宏观经济分析

2.2.3 产业宏观经济分析

2.2.4 宏观经济环境对行业的影响分析

2.3 家电电商行业社会环境分析（S）

2.3.1 人口发展变化情况

2.3.2 城镇化水平

2.3.3 居民消费水平及观念分析

2.3.4 社会文化教育水平

2.3.5 社会环境对行业的影响

2.4 家电电商行业技术环境分析（T）

2.4.1 家电电商技术分析

2.4.2 家电电商技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

2.4.4 技术环境对行业的影响

第三章 全球家电电商行业发展概述

3.1 2017年全球家电电商行业发展情况概述

3.1.1 全球家电电商行业发展现状

3.1.2 全球家电电商行业发展特征

3.1.3 全球家电电商行业市场规模

3.2 2017年全球主要地区家电电商行业发展状况

3.2.1 欧洲家电电商行业发展情况概述

3.2.2 美国家电电商行业发展情况概述

3.2.3 日韩家电电商行业发展情况概述

3.3 2018-2024年全球家电电商行业发展前景预测

3.3.1 全球家电电商行业市场规模预测

3.3.2 全球家电电商行业发展前景分析

3.3.3 全球家电电商行业发展趋势分析

3.4 全球家电电商行业重点企业发展动态分析

第四章 中国家电电商行业发展概述

4.1 中国家电电商行业发展状况分析

4.1.1 中国家电电商行发展概况

4.1.2 中国家电电商行发展特点

4.2 2014-2017年家电电商行业发展现状

4.2.1 2014-2017年家电电商行业市场规模

4.2.2 2014-2017年家电电商行业发展现状

4.3 2018-2024年中国家电电商行业面临的困境及对策

4.3.1 家电电商行业发展面临的瓶颈及对策分析

1、家电电商行业面临的瓶颈

2、家电电商行业发展对策分析

4.3.2 家电电商企业发展存在的问题及对策

1、家电电商企业发展存在的不足

2、家电电商企业发展策略

第五章 中国家电电商行业市场运行分析

5.1 市场发展现状分析

5.1.1 市场现状

5.1.2 市场容量

5.2 2014-2017年中国家电电商行业总体规模分析

5.2.1 企业数量结构分析

5.2.2 人员规模状况分析

5.2.3 行业资产规模分析

5.2.4 行业市场规模分析

5.3 2014-2017年中国家电电商行业市场供需分析

5.3.1 中国家电电商行业供给分析

5.3.2 中国家电电商行业需求分析

5.3.3 中国家电电商行业供需平衡

5.4 2014-2017年中国家电电商行业财务指标总体分析

5.4.1 行业盈利能力分析

5.4.2 行业偿债能力分析

5.4.3 行业营运能力分析

5.4.4 行业发展能力分析 第六章 中国家电电商行业细分市场分析

6.1 细分市场一

6.1.1 市场发展特点分析

6.1.2 目标消费群体

6.1.3 主要业态现状

6.1.4 市场规模

6.1.5 发展潜力

6.2 细分市场二

6.2.1 市场发展特点分析

6.2.2 目标消费群体

6.2.3 主要业态现状

6.2.4 市场规模

6.2.5 发展潜力

第七章 家电电商行业目标客户群分析

7.1 消费者偏好分析

7.2 消费者行为分析

7.3 家电电商行业品牌认知度分析

7.4 消费人群分析

7.4.1 年龄分布情况

7.4.2 性别分布情况

7.4.3 职业分布情况

7.4.4 收入分布情况

7.5 需求影响因素

7.5.1 价格

7.5.2 服务质量

7.5.3 其他 第八章 家电电商行业营销模式分析

8.1 营销策略组合理论分析

8.2 营销模式的基本类型分析

8.3 家电电商行业营销现状分析

8.4 家电电商行业电子商务的应用情况分析

8.5 家电电商行业营销创新发展趋势分析

第九章 家电电商行业商业模式分析

9.1 商业模式的相关概述

9.1.1 参考模型

9.1.2 成功特征

9.1.3 历史发展

9.2 家电电商行业主要商业模式案例分析

9.2.1 案例一

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、现金流结构

6、企业价值

9.2.2 案例二

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、现金流结构

6、企业价值

9.3 家电电商行业商业模式创新分析

9.3.1 商业模式创新的内涵与特征

9.3.2 商业模式创新的因素分析

9.3.3 商业模式创新的目标与路径

9.3.4 商业模式创新的实践与启示

9.3.5 2017年最具颠覆性创新的商业模式分析

9.3.6 家电电商行业商业模式创新选择

第十章 中国家电电商行业市场竞争格局分析

10.1 中国家电电商行业竞争格局分析

10.1.1 家电电商行业区域分布格局

10.1.2 家电电商行业企业规模格局

10.1.3 家电电商行业企业性质格局

10.2 中国家电电商行业竞争五力分析

10.2.1 家电电商行业上游议价能力

10.2.2 家电电商行业下游议价能力

10.2.3 家电电商行业新进入者威胁

10.2.4 家电电商行业替代产品威胁

10.2.5 家电电商行业现有企业竞争

10.3 中国家电电商行业竞争SWOT分析

10.3.1 家电电商行业优势分析（S）

10.3.2 家电电商行业劣势分析（W）

10.3.3 家电电商行业机会分析（O）

10.3.4 家电电商行业威胁分析（T）

10.4 中国家电电商行业重点企业竞争策略分析

第十一章 中国家电电商行业领先企业竞争力分析

11.1 企业一

11.1.1 企业发展基本情况

11.1.2 企业经营状况分析

11.1.3 企业发展战略分析

11.2 企业二

11.2.1 企业发展基本情况

11.2.2 企业经营状况分析

11.2.3 企业发展战略分析

11.3 企业三

11.3.1 企业发展基本情况

11.3.2 企业经营状况分析

11.3.3 企业发展战略分析

11.4 企业四

11.4.1 企业发展基本情况

11.4.2 企业经营状况分析

11.4.3 企业发展战略分析

11.5 企业五

11.5.1 企业发展基本情况

11.5.2 企业经营状况分析

11.5.3 企业发展战略分析

第十二章 2018-2024年中国家电电商行业发展趋势与前景分析

12.1 2018-2024年中国家电电商市场发展前景

12.1.1 2018-2024年家电电商市场发展潜力

12.1.2 2018-2024年家电电商市场发展前景展望

12.2 2018-2024年中国家电电商市场发展趋势预测

12.2.1 2018-2024年家电电商行业发展趋势

12.2.2 2018-2024年家电电商市场规模预测

12.3 2018-2024年中国家电电商行业供需预测

12.3.1 2018-2024年中国家电电商行业供给预测

12.3.2 2018-2024年中国家电电商行业需求预测

12.3.3 2018-2024年中国家电电商供需平衡预测

12.4 影响企业经营的关键趋势

12.4.1 行业发展有利因素与不利因素

12.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

12.4.3 服务业开放对家电电商行业的影响

12.4.4 互联网+背景下家电电商行业的发展趋势

第十三章 2018-2024年中国家电电商行业投资前景

- 13.1 家电电商行业投资现状分析
 - 13.2 家电电商行业投资特性分析
 - 13.2.1 家电电商行业进入壁垒分析
 - 13.2.2 家电电商行业盈利模式分析
 - 13.2.3 家电电商行业盈利因素分析
 - 13.3 家电电商行业投资机会分析
 - 13.3.1 产业链投资机会
 - 13.3.2 重点区域投资机会
 - 13.3.3 产业发展的空白点分析
 - 13.4 家电电商行业投资风险分析
 - 13.4.1 家电电商行业政策风险
 - 13.4.2 宏观经济风险
 - 13.4.3 市场竞争风险
 - 13.4.4 关联产业风险
 - 13.4.5 技术研发风险
 - 13.4.6 其他投资风险
 - 13.5 “互联网+”与“双创”战略下企业的投资机遇
 - 13.5.1 “互联网+”与“双创”的概述
 - 13.5.2 企业投资挑战和机遇
 - 13.5.3 企业投资问题和投资策略
 - 1、 “互联网+”和“双创”的战略下企业投资问题分析
 - 2、 “互联网+”和“双创”的战略下企业投资策略探究
 - 13.6 家电电商行业投资潜力与建议
 - 13.6.1 家电电商行业投资潜力分析
 - 13.6.2 家电电商行业最新投资动态
 - 13.6.3 家电电商行业投资机会与建议
- 第十四章 2018-2024年中国家电电商企业投资战略分析
- 14.1 企业投资战略制定基本思路
 - 14.1.1 企业投资战略的特点
 - 14.1.2 企业投资战略类型选择
 - 14.1.3 企业投资战略制定程序
 - 14.2 现代企业投资战略的制定

- 14.2.1 企业投资战略与总体战略的关系
- 14.2.2 产品不同生命周期阶段对制定企业投资战略的要求
- 14.2.3 企业投资战略的选择
- 14.3 家电电商企业战略规划策略分析
 - 14.3.1 战略综合规划
 - 14.3.2 技术开发战略
 - 14.3.3 区域战略规划
 - 14.3.4 产业战略规划
 - 14.3.5 营销品牌战略
 - 14.3.6 竞争战略规划

第十五章 研究结论及建议

- 15.1 研究结论
- 15.2 建议
 - 15.2.1 行业发展策略建议
 - 15.2.2 行业投资方向建议
 - 15.2.3 行业投资方式建议

图表目录

- 图表：家电电商行业特点
- 图表：家电电商行业生命周期
- 图表：家电电商行业产业链分析
- 图表：2014-2017年家电电商行业市场规模分析
- 图表：2018-2024年家电电商行业市场规模预测
- 图表：中国家电电商行业盈利能力分析
- 图表：中国家电电商行业运营能力分析
- 图表：中国家电电商行业偿债能力分析
- 图表：中国家电电商行业发展能力分析
- 图表：中国家电电商行业经营效益分析
- 图表：2014-2017年家电电商重要数据指标比较
- 图表：2014-2017年中国家电电商行业销售情况分析
- 图表：2014-2017年中国家电电商行业利润情况分析
- 图表：2014-2017年中国家电电商行业资产情况分析
- 图表：2014-2017年中国家电电商行业竞争力分析

图表：2018-2024年中国家电电商行业消费量预测

图表：2018-2024年中国家电电商行业市场前景预测

图表：2018-2024年中国家电电商发展前景预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/M93271C96W.html>