

# 2018-2024年中国家电电商 行业市场调研与未来发展策略咨询报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

# 一、报告报价

《2018-2024年中国家电电商行业市场调研与未来发展策略咨询报告》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/S57750KVNI.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年中国家电电商行业市场调研与未来发展策略咨询报

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。

报告目录：第一章 家电电商行业发展综述1.1 家电电商行业概述

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要商业模式

1.2 家电电商行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 家电电商行业在产业链中的地位

1.2.3 家电电商行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 家电电商行业生命周期

1.3 最近3-5年中国家电电商行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 家电电商行业运行环境（PEST）分析

2.1 家电电商行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 家电电商行业经济环境分析

- 2.2.1 国际宏观经济形势分析
- 2.2.2 国内宏观经济形势分析
- 2.2.3 产业宏观经济环境分析
- 2.3 家电电商行业社会环境分析
  - 2.3.1 家电电商产业社会环境
  - 2.3.2 社会环境对行业的影响
  - 2.3.3 家电电商产业发展对社会发展的影响
- 2.4 家电电商行业技术环境分析
  - 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
- 第三章 我国家电电商行业运行分析
  - 3.1 我国家电电商行业发展状况分析
    - 3.1.1 我国家电电商行业发展阶段
    - 3.1.2 我国家电电商行业发展总体概况
    - 3.1.3 我国家电电商行业发展特点分析
  - 3.2 2017年家电电商行业发展现状
    - 3.2.1 2014-2017年我国家电电商行业市场规模
    - 3.2.2 2017年我国家电电商行业发展分析
    - 3.2.3 2017年中国家电电商企业发展分析
  - 3.3 区域市场分析
    - 3.3.1 区域市场分布总体情况
    - 3.3.2 2017年重点省市市场分析
  - 3.4 家电电商产品/服务价格分析
    - 3.4.1 2014-2017年家电电商价格走势
    - 3.4.2 影响家电电商价格的关键因素分析
      - (1) 成本
      - (2) 供需情况
      - (3) 关联产品
      - (4) 其他
    - 3.4.3 2018-2024年家电电商产品/服务价格变化趋势
    - 3.4.4 主要家电电商企业价位及价格策略
- 第四章 我国家电电商行业整体运行指标分析

## 4.1 2014-2017年中国家电电商行业总体规模分析

### 4.1.1 企业数量结构分析

### 4.1.2 人员规模状况分析

### 4.1.3 行业资产规模分析

### 4.1.4 行业市场规模分析

## 4.2 2014-2017年中国家电电商行业运营情况分析

### 4.2.1 我国家电电商行业营收分析

### 4.2.2 我国家电电商行业成本分析

### 4.2.3 我国家电电商行业利润分析

## 4.3 2014-2017年中国家电电商行业财务指标总体分析

### 4.3.1 行业盈利能力分析

### 4.3.2 行业偿债能力分析

### 4.3.3 行业营运能力分析

### 4.3.4 行业发展能力分析

## 第五章 我国家电电商行业供需形势分析

### 5.1 家电电商行业供给分析

#### 5.1.1 2014-2017年家电电商行业供给分析

#### 5.1.2 2018-2024年家电电商行业供给变化趋势

#### 5.1.3 家电电商行业区域供给分析

### 5.2 2014-2017年我国家电电商行业需求情况

#### 5.2.1 家电电商行业需求市场

#### 5.2.2 家电电商行业客户结构

#### 5.2.3 家电电商行业需求的地区差异

### 5.3 家电电商市场应用及需求预测

#### 5.3.1 家电电商应用市场总体需求分析

##### (1) 家电电商应用市场需求特征

##### (2) 家电电商应用市场需求总规模

#### 5.3.2 2018-2024年家电电商行业领域需求量预测

##### (1) 2018-2024年家电电商行业领域需求产品/服务功能预测

##### (2) 2018-2024年家电电商行业领域需求产品/服务市场格局预测

#### 5.3.3 重点行业家电电商产品/服务需求分析预测

## 第六章 家电电商行业产业结构分析

## 6.1 家电电商产业结构分析

### 6.1.1 市场充分程度分析

### 6.1.2 领先企业的结构分析（所有制结构）

## 6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

### 6.2.1 产业价值链的构成

### 6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

## 6.3 产业结构发展预测

### 6.3.1 产业结构调整指导政策分析

### 6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

### 6.3.3 中国家电电商行业参与国际竞争的战略市场定位

### 6.3.4 家电电商产业结构调整方向分析 第七章 我国家电电商行业产业链分析

## 7.1 家电电商行业产业链分析

### 7.1.1 产业链结构分析

### 7.1.2 主要环节的增值空间

### 7.1.3 与上下游行业之间的关联性

## 7.2 家电电商上游行业分析

### 7.2.1 家电电商产品成本构成

### 7.2.2 2017年上游行业发展现状

### 7.2.3 2018-2024年上游行业发展趋势

### 7.2.4 上游供给对家电电商行业的影响

## 7.3 家电电商下游行业分析

### 7.3.1 家电电商下游行业分布

### 7.3.2 2017年下游行业发展现状

### 7.3.3 2018-2024年下游行业发展趋势

### 7.3.4 下游需求对家电电商行业的影响

## 第八章 我国家电电商行业渠道分析及策略

## 8.1 家电电商行业渠道分析

### 8.1.1 渠道形式及对比

### 8.1.2 各类渠道对家电电商行业的影响

### 8.1.3 主要家电电商企业渠道策略研究

### 8.1.4 各区域主要代理商情况

## 8.2 家电电商行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 家电电商行业营销策略分析

8.3.1 中国家电电商营销概况

8.3.2 家电电商营销策略探讨

8.3.3 家电电商营销发展趋势

第九章 我国家电电商行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 家电电商行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 家电电商行业企业间竞争格局分析

9.1.3 家电电商行业集中度分析

9.1.4 家电电商行业SWOT分析

9.2 中国家电电商行业竞争格局综述

9.2.1 家电电商行业竞争概况

(1) 中国家电电商行业竞争格局

(2) 家电电商行业未来竞争格局和特点

(3) 家电电商市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国家电电商行业竞争力分析

(1) 我国家电电商行业竞争力剖析

(2) 我国家电电商企业市场竞争的优势

(3) 国内家电电商企业竞争能力提升途径

9.2.3 家电电商市场竞争策略分析

第十章 家电电商行业领先企业经营形势分析

10.1 企业一

10.1.1 企业概况



10.1.2 企业优势分析

10.1.3 经营状况分析

10.2 企业二

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业优势分析

10.2.3 经营状况分析

10.3 企业三

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业优势分析

10.3.3 经营状况分析

10.4 企业四

10.4.1 企业概况

10.4.2 企业优势分析

10.4.3 经营状况分析

10.5 企业五

10.5.1 企业概况

10.5.2 企业优势分析

10.5.3 经营状况分析

第十一章 2018-2024年家电电商行业投资前景

11.1 2018-2024年家电电商市场发展前景

11.1.1 2018-2024年家电电商市场发展潜力

11.1.2 2018-2024年家电电商市场发展前景展望

11.2 2018-2024年家电电商市场发展趋势预测

11.2.1 2018-2024年家电电商行业发展趋势

11.2.2 2018-2024年家电电商市场规模预测

11.2.3 2018-2024年家电电商行业应用趋势预测

11.3 2018-2024年中国家电电商行业供需预测

11.3.1 2018-2024年中国家电电商行业供给预测

11.3.2 2018-2024年中国家电电商行业需求预测

11.3.3 2018-2024年中国家电电商供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2018-2024年家电电商行业投资机会与风险

12.1 家电电商行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2018-2024年家电电商行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 重点区域投资机会

12.3 2018-2024年家电电商行业投资风险及防范

12.3.1 政策风险及防范

12.3.2 技术风险及防范

12.3.3 供求风险及防范

12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 关联产业风险及防范

12.3.6 产品结构风险及防范

12.3.7 其他风险及防范

第十三章 家电电商行业投资战略研究

13.1 家电电商行业发展战略研究

13.1.1 战略综合规划

13.1.2 技术开发战略

13.1.3 业务组合战略

13.1.4 区域战略规划

13.1.5 产业战略规划

13.1.6 营销品牌战略

13.1.7 竞争战略规划

13.2 对我国家电电商品牌的战略思考

13.2.1 家电电商品牌的重要性

13.2.2 家电电商实施品牌战略的意义

13.2.3 家电电商企业品牌的现状分析

13.2.4 我国家电电商企业的品牌战略

13.2.5 家电电商品牌战略管理的策略

13.3 家电电商经营策略分析

13.3.1 家电电商市场创新策略

13.3.2 品牌定位与品类规划

13.3.3 家电电商新产品差异化战略

第十四章 研究结论及投资建议

14.1 家电电商行业研究结论

14.2 家电电商行业投资价值评估

14.3 家电电商行业投资建议

14.3.1 行业发展策略建议

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议

图表目录

图表1：家电电商行业生命周期

图表2：家电电商行业产业链结构

图表3：2014-2017年全球家电电商行业市场规模

图表4：2014-2017年中国家电电商行业市场规模

图表5：2014-2017年家电电商行业重要数据指标比较

图表6：2014-2017年中国家电电商市场占全球份额比较

图表7：2014-2017年家电电商行业工业总产值

图表8：2014-2017年家电电商行业销售收入

图表9：2014-2017年家电电商行业利润总额

图表10：2014-2017年家电电商行业资产总计

图表11：2014-2017年家电电商行业负债总计

图表12：2014-2017年家电电商行业竞争力分析

图表13：2014-2017年家电电商市场价格走势

图表14：2014-2017年家电电商行业主营业务收入

图表15：2014-2017年家电电商行业主营业务成本

图表16：2014-2017年家电电商行业销售费用分析

图表17：2014-2017年家电电商行业管理费用分析

图表18：2014-2017年家电电商行业财务费用分析

图表19：2014-2017年家电电商行业销售毛利率分析

图表20：2014-2017年家电电商行业销售利润率分析

图表21：2014-2017年家电电商行业成本费用利润率分析

图表22：2014-2017年家电电商行业总资产利润率分析

图表23：2014-2017年家电电商行业集中度分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/S57750KVNI.html>