

中国小家电行业发展趋势分析与未来前景研究报告 (2022-2029年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国小家电行业发展趋势分析与未来前景研究报告（2022-2029年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202202/575262.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

根据《上市公司行业分类指引》和《国民经济行业分类》，小家电行业分类为电气机械和器材制造业，行业代码为C38。

1、行业主管部门及管理体制

小家电行业市场化程度较高，各企业面向市场自主经营，政府职能部门主要进行产业宏观调控，行业协会进行自律规范管理。目前小家电行业的宏观管理职能由国家发展和改革委员会和工业和信息化部承担。

主管部门/行业协会

主要职能

国家发展和改革委员会

拟订并组织实施国民经济和社会发展战略、中长期规划和年度计划；统筹提出国民经济和社会发展的主要目标，提出宏观调控政策建议，拟订并组织实施价格政策；提出利用外资和境外投资的战略、规划、总量平衡和结构优化政策；组织拟订综合性产业政策，综合研判消费变动趋势，拟订实施促进消费的综合性的政策措施；组织拟订并推动实施高技术产业和战略性新兴产业发展规划政策，协调产业升级等方面的重大问题等事项。

工业和信息化部

拟订并组织实施工业、通信业、信息化的发展规划，推进产业结构战略性调整和优化升级；制定并组织实施工业、通信业的行业规划、计划和产业政策，提出优化产业布局、结构的政策建议，拟订行业技术规范和标准并组织实施，指导行业质量管理工作；组织拟订重大技术装备发展和自主创新规划、政策，推进重大技术装备国产化，指导引进技术装备的消化创新；推进工业、通信业体制改革和管理创新，提高行业综合素质和核心竞争力，指导相关行业加强安全生产管理等事项。

中国家用电器协会

为协助政府实施行业管理，具体包括参与政府有关经济政策、产业政策的研究，组织开展行业发展、战略规划等重大问题的研究；向政府部门反映行业、会员诉求，维护会员合法权益；开展行业数据统计调查，收集、分析、发布行业信息；组织和参与制订、修订国家标准或行业的技术标准、服务标准和行业准入标准，开展协会标准的制订工作；促进品牌建设，推进产品质量的提高；组织开展新技术的交流与推广，推进技术创新和科学管理；促进国内、国际贸易活动开展，维护企业在贸易活动中的合法权益等事项。

资料来源：观研天下整理

2、主要法律法规及产业政策

(1) 主要法律法规

目前小家电行业处于持续稳定发展阶段，现行法律法规对产品质量以及安全标准提出了明确要求，有利于行业有序发展。近年来，国家出台了一系列促进电子商务行业健康发展的产业政策，对线上销售为主的家电企业发展起到了较大的促进作用。同时，小家电行业扩充产品品类、提升产品质量、创造自主品牌也受到了国家政策的大力支持。

小家电行业主要法律法规

序号

发布部门

发布时间

文件名称

主要相关内容

1

国家互联网信息办公室等七部门

2021年4月

《网络直播营销管理办法（试行）》

规范网络直播营销，维护国家安全和公共利益，保护公民、法人和其他组织的合法权益

2

市场监管总局

2021年3月

《网络交易监督管理办法》

规范网络交易活动，维护网络交易秩序，保障网络交易各方主体合法权益，促进数字经济持续健康发展，推动完善多元参与、有效协同、规范有序的网络交易市场治理体系

3

全国人民代表大会常务委员会

2018年12月

《中华人民共和国产品质量法（2018年修正）》

对在中国境内从事产品生产、销售的活动进行规范

4

全国人民代表大会常务委员会

2018年12月

《中华人民共和国食品安全法（2018年修正）》

食品相关产品中的致病性微生物、农药残留、兽药残留、生物毒素、重金属等污染物质以及其他危害人体健康物质应符合限量规定，包括纸、竹、木、金属、搪瓷、陶瓷、塑料等用于食品的包装材料和容器

5

全国人民代表大会常务委员会

2018年10月

《中华人民共和国广告法》

为规范广告活动，保护消费者的合法权益，促进广告业发展，维护社会经济秩序而制定的法律

6

全国人民代表大会常务委员会

2018年8月

《中华人民共和国电子商务法》

保障电子商务各方主体的合法权益，规范电子商务行为，维护市场秩序，促进电子商务持续健康发展

7

工商行政管理总局

2017年1月

《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》

明确了不适用退货的商品范围和商品完好标准以及相关退货程序，并对网络商品销售者违规，做出了明确的处罚细则

8

住建委、卫计委

2016年4月

《生活饮用水卫生监督管理办法》

利用新材料、新工艺和新化学物质生产的涉及饮用水卫生安全产品应当取得国务院卫生计生主管部门颁发的卫生许可批准文件；除利用新材料、新工艺和新化学物质外生产的其他涉及饮用水卫生安全产品应当取得省级人民政府卫生计生主管部门颁发的卫生许可批准文件

9

国务院

2016年2月

《中华人民共和国认证认可条例（2016年修正）》

规范认证认可活动，提高产品、服务的质量和管理水平，促进经济和社会的发展

10

国家质检总局

2015年10月

《缺陷消费品召回管理办法》

在中国境内生产、销售的消费品的召回及其监督管理适用该办法

11

商务部

2014年12月

《网络零售第三方平台交易规则制定程序规定（试行）》

对网络零售第三方平台经营者制定、修改、实施交易等行为进行规范

12

全国人民代表大会常务委员会

2013年10月

《消费者权益保护法》

保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序，促进社会主义市场经济健康发展，并对消费者的权利，经营者的义务等内容进行了说明与规范

13

国家质检总局

2009年7月

《强制性产品认证管理规定》

凡列入强制性产品认证目录的产品，必须经国家指定的认证机构认证合格，取得相关证书并加施认证标识后，方能出厂、进口、销售和在经营服务场所使用

资料来源：观研天下整理

（2）行业主要产业政策

目前，对小家电行业产生影响的政策主要有：

序号

发布部门

发布时间

文件名称

主要相关内容

1

中国家用电器协会

2021年5月

《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

2

商务部、发改委等十二部门

2021年1月

《关于提振大宗消费重点消费促进释放农村消费潜力若干措施的通知》

促进家电家具家装消费。激活家电家具市场，鼓励有条件的地区对淘汰旧家电家具并购买绿色智能家电、环保家具给予补贴

3

中共中央

2020年10月

《关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》

全面促进消费，顺应消费升级趋势，提升传统消费，培育新型消费，适当增加公共消费。以质量品牌为重点，促进消费向绿色、健康、安全发展，鼓励消费新模式新业态发展

4

发改委、科技部

2019年4月

《关于构建市场导向的绿色技术创新体系的指导意见》

推进建立统一的绿色产品认证制度，对家用电器、汽车、建材等主要产品，基于绿色技术标准，从设计、材料、制造、消费、物流和回收、再利用环节开展产品全生命周期和全产业链绿色认证。积极开展第三方认证，加强认证结果采信，推动认证机构对认证结果承担连带责任

5

发改委

2019年1月

《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成国内市场的实施方案》

支持绿色、智能家电销售,明确有条件的地方可对产业链条长、带动系数大、节能减排协同效应明显的新型绿色、智能化家电产品销售给予消费者适当补贴；促进家电产品更新换代，指出有条件的地方可对消费者交售旧家电并购买新家电产品给予适当补贴，推动高质量新产品销售

6

工信部、中国家用电器协会

2018年3月

《家用电器行业实施“三品”战略蓝皮书》（2017）

系统剖析了中国家用电器行业品种、品质、品牌的现状、特点和问题及家电企业实施“三品”战略的变化和成效，总结优秀企业经验，推动家用电器产业进一步升级发展

7

国务院办公厅

2018年1月

《国务院办公厅关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》

明确了六大政策助力电商和快递协同发展；优化协同发展政策法规环境；完善电子商务快递物流基础设施；优化电子商务配送通信管理；提升快递末端服务能力；强化标准化智能化，提高协同运行效率；强化绿色理念，发展绿色生态链等

8

商务部

2017年1月

《商务部关于进一步推进国家电子商务示范基地建设工作的指导意见》

提出发挥市场主导作用，进一步完善基础设施和服务体系，推动电子商务与生产制造、商贸流通、民生服务、文化娱乐等产业的深度融合

9

商务部、网信办、发改委

2016年12月

《电子商务“十三五”发展规划》

以新理念引领发展，激发电子商务市场活力，不断拓展电子商务创新发展领域，积极营造宽松的电子商务创业环境，大力发展电子商务产业。坚持通过创新监管方式规范发展，加快建立开放、公平、诚信的电子商务市场秩序

10

环境保护部、科技部

2016年11月

《国家环境保护“十三五”科技发展规划纲要》

在水污染防治领域，水专项共设置100个项目、259个课题，开展流域减负修复关键技术、饮用水安全保障技术和水环境监控预警业务化运行技术研究

11

国务院

2016年9月

《消费品标准和质量提升规划（2016-2020）》

适应家用电器高端化、智能化发展趋势，加大团体标准和高水平企业标准的供给力度；开展家用电器产品等分级和评价标准化工作等

12

工信部

2016年8月

《轻工业发展规划

（2016年-2020年）》

推动家用电器工业向智能、绿色、健康方向发展。加强质量品牌建设，进一步提高家电产品性能、可靠性和工业设计水平，提高中国家电产品美誉度

13

广东省政府

2016年4月

《广东省国民经济和发展“十三五”规划纲要》

将新型、节能、智能化家电产品作为重点发展目标，到2020年预计产业产值达1万亿元，积极支持智能家电、智能移动终端等智能产品研发和产业化

14

国务院

2015年11月

《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》

加快推动轻工、纺织、食品加工等产业转型升级，瞄准国际标准和细分市场需求，从提高产品功效、性能、适用性、可靠性和外观设计水平入手，全方位提高消费品质量；支持可穿戴设备、智能家居、数字媒体等市场前景广阔的新兴消费品发展

15

国务院

2015年5月

《中国制造2025》

加快发展智能制造设备和产品，统筹布局和推动智能交通工具、智能工程机械、智能家电等产品研发和产业化

16

中国家用电器协会

2011年11月

《中国家电产业技术路线图》

对社会和市场需求、产业目标、技术瓶颈进行分析，从节能、低碳环保、性能及可靠性、智能化等方面编制了家电产业技术路线图

17

工信部

2011年1月

《工业和信息化部关于加快我国家用电器行业自有品牌建设的指导意见》

坚持以企业为主体，发挥企业在技术、产品、服务和市场创新方面的主体作用，不断提升品牌价值；坚持以市场为主导，加强国际合作，充分运用全球资源，促进优势品牌企业的发展壮大；坚持以政策为引导，综合运用指导和规范等方式，为自有品牌成长创造良好的发展环境

资料来源：观研天下整理（YYJ）

观研报告网发布的《中国小家电行业发展趋势分析与未来前景研究报告（2022-2029年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，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市场调研分析。

行业报告是业内企业、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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国小家电行业发展概述

第一节 小家电行业发展情况概述

一、小家电行业相关定义

二、小家电行业基本情况介绍

三、小家电行业发展特点分析

四、小家电行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、小家电行业需求主体分析

第二节中国小家电行业生命周期分析

- 一、小家电行业生命周期理论概述
- 二、小家电行业所属的生命周期分析

第三节小家电行业经济指标分析

- 一、小家电行业的赢利性分析
- 二、小家电行业的经济周期分析
- 三、小家电行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球小家电行业市场发展现状分析

第一节全球小家电行业发展历程回顾

第二节全球小家电行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲小家电行业地区市场分析

- 一、亚洲小家电行业市场现状分析
- 二、亚洲小家电行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲小家电行业市场前景分析

第四节北美小家电行业地区市场分析

- 一、北美小家电行业市场现状分析
- 二、北美小家电行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美小家电行业市场前景分析

第五节欧洲小家电行业地区市场分析

- 一、欧洲小家电行业市场现状分析
- 二、欧洲小家电行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲小家电行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界小家电行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球小家电行业市场规模预测

第三章 中国小家电行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节我国宏观经济环境对小家电行业的影响分析

第三节中国小家电行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对小家电行业的影响分析

第五节中国小家电行业产业社会环境分析

第四章 中国小家电行业运行情况

第一节中国小家电行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国小家电行业市场规模分析

一、影响中国小家电行业市场规模的因素

二、中国小家电行业市场规模

三、中国小家电行业市场规模解析

第三节中国小家电行业供应情况分析

一、中国小家电行业供应规模

二、中国小家电行业供应特点

第四节中国小家电行业需求情况分析

一、中国小家电行业需求规模

二、中国小家电行业需求特点

第五节中国小家电行业供需平衡分析

第五章 中国小家电行业产业链和细分市场分析

第一节中国小家电行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、小家电行业产业链图解

第二节中国小家电行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对小家电行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对小家电行业的影响分析

第三节我国小家电行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国小家电行业市场竞争分析

第一节中国小家电行业竞争要素分析

- 一、产品竞争
- 二、服务竞争
- 三、渠道竞争
- 四、其他竞争

第二节中国小家电行业竞争现状分析

- 一、中国小家电行业竞争格局分析
- 二、中国小家电行业主要品牌分析

第三节中国小家电行业集中度分析

- 一、中国小家电行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国小家电行业市场集中度分析

第七章 2018-2022年中国小家电行业模型分析

第一节中国小家电行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国小家电行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国小家电行业SWOT分析结论

第三节中国小家电行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述

- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国小家电行业需求特点与动态分析

第一节中国小家电行业市场动态情况

第二节中国小家电行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节小家电行业成本结构分析

第四节小家电行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节中国小家电行业价格现状分析

第六节中国小家电行业平均价格走势预测

- 一、中国小家电行业平均价格趋势分析
- 二、中国小家电行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国小家电行业所属行业运行数据监测

第一节中国小家电行业所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节中国小家电行业所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节中国小家电行业所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析

- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十章 2018-2022年中国小家电行业区域市场现状分析

第一节 中国小家电行业区域市场规模分析

影响小家电行业区域市场分布的因素

中国小家电行业区域市场分布

第二节 中国华东地区小家电行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区小家电行业市场分析

(1) 华东地区小家电行业市场规模

(2) 华南地区小家电行业市场现状

(3) 华东地区小家电行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区小家电行业市场分析

(1) 华中地区小家电行业市场规模

(2) 华中地区小家电行业市场现状

(3) 华中地区小家电行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区小家电行业市场分析

(1) 华南地区小家电行业市场规模

(2) 华南地区小家电行业市场现状

(3) 华南地区小家电行业市场规模预测

第五节 华北地区小家电行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区小家电行业市场分析

(1) 华北地区小家电行业市场规模

(2) 华北地区小家电行业市场现状

(3) 华北地区小家电行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区小家电行业市场分析

(1) 东北地区小家电行业市场规模

(2) 东北地区小家电行业市场现状

(3) 东北地区小家电行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区小家电行业市场分析

(1) 西南地区小家电行业市场规模

(2) 西南地区小家电行业市场现状

(3) 西南地区小家电行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区小家电行业市场分析

(1) 西北地区小家电行业市场规模

(2) 西北地区小家电行业市场现状

(3) 西北地区小家电行业市场规模预测

第十一章 小家电行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2022-2029年中国小家电行业发展前景分析与预测

第一节 中国小家电行业未来发展前景分析

- 一、小家电行业国内投资环境分析
- 二、中国小家电行业市场机会分析
- 三、中国小家电行业投资增速预测

第二节 中国小家电行业未来发展趋势预测

第三节 中国小家电行业规模发展预测

- 一、中国小家电行业市场规模预测
- 二、中国小家电行业市场规模增速预测
- 三、中国小家电行业产值规模预测
- 四、中国小家电行业产值增速预测
- 五、中国小家电行业供需情况预测

第四节 中国小家电行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国小家电行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国小家电行业进入壁垒分析

- 一、小家电行业资金壁垒分析
- 二、小家电行业技术壁垒分析
- 三、小家电行业人才壁垒分析
- 四、小家电行业品牌壁垒分析
- 五、小家电行业其他壁垒分析

第二节 小家电行业风险分析

- 一、小家电行业宏观环境风险
- 二、小家电行业技术风险
- 三、小家电行业竞争风险

四、小家电行业其他风险

第三节中国小家电行业存在的问题

第四节中国小家电行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国小家电行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国小家电行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国小家电行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节小家电行业营销策略分析

一、小家电行业产品营销

二、小家电行业定价策略

三、小家电行业渠道选择策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202202/575262.html>