

2024-2029年中国互联网+家电行业市场调研及投资前景预测报告

报告简介

随着互联网+时代的来临，家电行业也在不断开拓新的营销模式，那就是利用众筹。在经历了一年的发展后，众筹买家电政策成为众多家电品牌推品牌、聚人气、募资金的重要途径之一。

互联网正在对零售、金融、教育、医疗、汽车、农业、化工、环保、能源等行业产生深刻影响，对传统行业的升级换代将起到重要作用。

互联网+彻底地改变了家电业。在互联网浪潮的冲击下，中国家电行业的竞争，正在从冷冰冰的硬件比拼向集软件、硬件、内容、服务、运营于一体的竞争模式转变，各种对原有旧商业模式的破坏式创新行为层出不穷，并在重新构筑行业竞争格局。

未来消费升级将继续成为推动中国家电业发展的主要动力，高端、大气、上档次的智能家电将逐渐成为家电市场的主要消费趋势。未来，人们会喜欢智能家电带来的省时高效，方便可控。智能家电会给人们带来前所未有的家居体验，未来家中的家电产品都是智能的，都是相连的。虽然这些场景只是对未来的想象，停留在概念的层面，但是确实是智能家电未来发展的方向。所以，软件定义并融入硬件的家电智能路线将会成为中国家电行业发展的主要路径。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国互联网+家电行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国互联网+家电行业发展状况和特点，以及中国互联网+家电行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球互联网+家电行业发展态势作了详细分析，并对互联网+家电行业进行了趋向研判，是互联网+家电经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前互联网+快递行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分产业环境透视

第一章 电子商务与家电行业概况

第一节 电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

六、电子商务规模分析

第二节 互联网+的相关概述

一、互联网+的提出

二、互联网+的内涵

三、互联网+的发展

四、互联网+的评价

五、互联网+的趋势

第三节 家电行业发展概况

一、传统家电行业发展现状

二、互联网趋势下家电行业面临的转型

三、家电行业发展趋势

第二章 互联网+环境下家电行业的机会与挑战

第一节 2019-2023年中国互联网环境分析

一、总体网民规模分析

二、分省网民规模分析

三、手机网民规模分析

四、网民属性结构分析

第二节 电子商务的发展概况

一、电子商务发展现状

二、电子商务市场规模

三、电子商务运营模式

四、电子商务构物优势

第三节 互联网+环境下家电行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

第四节 互联网+家电行业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变生产厂商营销模式

三、互联网导致行业利益重新分配

四、互联网改变行业未来竞争格局

第五节 家电行业与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势分析

二、电子商务消费环境趋势分析

三、互联网技术对行业支撑作用

四、电商黄金发展期机遇分析

第二部分 行业深度分析

第三章 家电行业发展概况分析

第一节 家电行业发展现状分析

一、家电行业产业政策分析

二、家电行业发展现状分析

三、家电行业主要企业分析

四、家电行业市场规模分析

第二节 家电行业市场前景分析

一、家电行业发展机遇分析

二、家电行业市场发展预测

三、家电行业发展前景分析

第四章 家电行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 互联网+家电市场规模与渗透率

一、互联网+家电总体开展情况

二、互联网+家电交易规模分析

三、互联网+家电渠道渗透率分析

第二节 互联网+家电行业盈利能力分析

一、互联网+家电发展有利因素

二、互联网+家电发展制约因素

三、互联网+家电行业经营成本分析

四、互联网+家电行业盈利模式分析

五、互联网+家电行业盈利水平分析

第三节 互联网+家电行业未来前景及趋势预测

一、互联网+家电行业市场空间测算

二、互联网+家电市场规模预测分析

三、互联网+家电发展趋势预测分析

第五章 家电企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 家电企业转型电商构建分析

一、互联网+家电关键环节分析

1、产品采购与组织

2、电商网站建设

3、网站品牌建设及营销

4、服务及家电配送体系

5、网站增值服务

二、家电企业电子商务网站构建

- 1、网站域名申请
- 2、网站运行模式
- 3、网站开发规划
- 4、网站需求规划

第二节 家电企业转型电商发展途径

- 一、电商B2B发展模式
- 二、电商B2C发展模式
- 三、电商C2C发展模式
- 四、电商O2O发展模式

第三节 家电企业转型电商平台选择分析

- 一、家电企业电商建设模式
 - 二、自建商城网店平台
 - 1、自建商城概况分析
 - 2、自建商城优势分析
 - 三、借助第三方网购平台
 - 1、第三方网购平台的优劣势
 - 2、第三方网购平台盈利模式
 - 四、电商服务外包模式分析
 - 1、电商服务外包的优势
 - 2、电商服务外包可行性
 - 3、电商服务外包前景
- 五、家电企业电商平台选择策略

第六章 互联网+家电运营模式分析

第一节 互联网+家电B2C模式分析

一、互联网+家电B2C市场概况

二、互联网+家电B2C家电模式

三、互联网+家电B2C发展趋势

第二节 互联网+家电C2C模式分析

一、互联网+家电B2C市场概况

二、互联网+家电B2C家电模式

三、互联网+家电B2C发展趋势

第三节 互联网+家电O2O模式分析

一、互联网+家电B2C市场概况

二、互联网+家电B2C家电模式

三、互联网+家电B2C发展趋势

第三部分 竞争格局分析

第七章 家电主流网站平台分析

第一节 京东购物商城

一、网站发展基本概述

二、网站对家电行业的影响

三、与家电行业合作策略分析

第二节 苏宁易购

一、网站发展基本概述

二、网站对家电行业的影响

三、与家电行业合作策略分析

第三节 天猫商城

一、网站发展基本概述

二、网站对家电行业的影响

三、与家电行业合作策略分析

第四节 国美电器

一、网站发展基本概述

二、网站对家电行业的影响

三、与家电行业合作策略分析

第五节 当当网

一、网站发展基本概述

二、网站对家电行业的影响

三、与家电行业合作策略分析

第八章 家电企业竞争格局分析

第一节 海尔集团

一、企业基本概况

二、企业经营状况分析

三、企业家电销售网络覆盖分析

四、互联网+应用分析

五、未来发展方向分析

第二节 美的集团

一、企业基本概况

二、企业经营状况分析

三、企业家电销售网络覆盖分析

四、互联网+应用分析

五、未来发展方向分析

第三节 珠海格力电器股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业家电销售网络覆盖分析
- 四、互联网+应用分析
- 五、未来发展方向分析

第四节 三星家电(中国)有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业家电销售网络覆盖分析
- 四、互联网+应用分析
- 五、未来发展方向分析

第五节 海信集团有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业家电销售网络覆盖分析
- 四、互联网+应用分析
- 五、未来发展方向分析

第六节 TCL集团股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业家电销售网络覆盖分析
- 四、互联网+应用分析
- 五、未来发展方向分析

第七节 四川长虹电器股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业家电销售网络覆盖分析
- 四、互联网+应用分析
- 五、未来发展方向分析

第八节 LG集团

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业家电销售网络覆盖分析
- 四、互联网+应用分析
- 五、未来发展方向分析

第九节 康佳集团股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业家电销售网络覆盖分析
- 四、互联网+应用分析
- 五、未来发展方向分析

第十节 广东志高空调有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业家电销售网络覆盖分析
- 四、互联网+应用分析
- 五、未来发展方向分析

第四部分 行业投资分析

第九章 家电企业进入互联网领域投资策略分析

第一节 家电企业电子商务市场投资要素

- 一、企业自身发展阶段的认知分析
- 二、企业开展电子商务目标的确定
- 三、企业电子商务发展的认知确定
- 四、企业转型电子商务的困境分析

第二节 家电企业转型电商投资分析

一、家电企业电商自建平台分析

- 1、电商自建家电的优势分析
- 2、电商自建家电的负面影响

二、家电电子商务平台分析

- 1、家电业务量完成情况
- 2、家电业务的收入情况
- 3、家电业竞争格局分析

第三节 家电企业电商市场策略分析

第十章 2024-2029年互联网+家电行业投资机会与风险防范

第一节 互联网+家电行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、互联网+家电行业投资现状分析
 - 1、互联网+家电产业投资经历的阶段
 - 2、2019-2023年互联网+家电行业投资状况回顾
 - 3、2019-2023年中国互联网+家电行业风险投资状况
 - 4、2024-2029年我国互联网+家电行业的投资态势

第二节 2024-2029年互联网+家电行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、互联网+家电行业投资机遇

第三节 2024-2029年互联网+家电行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第四节 中国互联网+家电行业投资建议

- 一、互联网+家电行业未来发展方向
- 二、互联网+家电行业主要投资建议
- 三、中国互联网+家电企业融资分析
 - 1、中国互联网+家电企业IP轮融资分析
 - 2、中国互联网+家电企业再融资分析

第五部分 发展战略研究

第十一章 2024-2029年互联网+家电行业面临的困境及对策

第一节 2019-2023年互联网+家电行业面临的困境

- 一、互联网+发展制约因素
- 二、传统家电行业面临困境

第二节 互联网+家电企业面临的困境

- 一、互联网+家电企业面临的困境
- 二、中小互联网+家电企业发展困境
- 三、国内互联网+家电企业的出路分析

第三节 中国互联网+家电行业的发展对策

- 一、中国互联网+发展对策
- 二、互联网+家电行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第十二章 互联网+家电行业发展战略研究

第一节 互联网+家电行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国互联网+家电品牌的战略思考

- 一、互联网+家电品牌的重要性
- 二、互联网+家电实施品牌战略的意义
- 三、互联网+家电企业品牌的现状分析
- 四、我国互联网+家电企业的品牌战略
- 五、互联网+家电品牌战略管理的策略

第三节 互联网+家电经营策略分析

- 一、互联网+家电市场细分策略
- 二、互联网+家电市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、互联网+家电新产品差异化战略

第四节 互联网+家电行业投资战略研究

- 一、2019-2023年互联网+家电行业投资战略
- 二、2024-2029年互联网+家电行业投资战略

图表目录

图表：互联网+家电行业生命周期

图表：互联网+家电行业产业链结构

图表：2019-2023年中国互联网+家电行业市场增长情况

图表：2019-2023年中国互联网+家电行业市场规模

图表：2019-2023年互联网+家电行业重要数据指标比较

图表：2019-2023年中国互联网+家电市场占全球份额比较

图表：2019-2023年互联网+家电行业销售收入

图表：2019-2023年互联网+家电行业利润总额

图表：2019-2023年互联网+家电行业资产总计

- 图表：2019-2023年互联网+家电行业负债总计
- 图表：2019-2023年互联网+家电行业竞争力分析
- 图表：2019-2023年互联网+家电市场价格走势
- 图表：2019-2023年我国网民数量及同比增速
- 图表：2019-2023年我国家电企业数量及同比增速
- 图表：2019-2023年我国家电企业销售网点分析
- 图表：2019-2023年我国家电商务规模及同比增速
- 图表：2019-2023年我国电子商务网民数量增加情况
- 图表：2019-2023年海尔集团盈利水平分析
- 图表：2019-2023年海尔集团资产负债表分析
- 图表：2019-2023年美的集团盈利水平分析
- 图表：2019-2023年美的集团资产负债表分析
- 图表：2019-2023年互联网+家电市场规模及同比增速
- 图表：2019-2023年中国互联网+家电交易规模及同比增速
- 图表：2024-2029年国内互联网+家电市场规模预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170123/12096.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)