




2020年4月电饭煲销售量前十名型号价格变动分析

汇报人:

2024-01-18



目

CONTENCT

录

- 引言
- 电饭煲市场概述
- 前十名型号销售情况分析
- 价格变动趋势分析
- 价格变动对销售量的影响
- 消费者行为分析
- 结论与建议



01

引言



目的和背景



分析2020年4月电饭煲销售量前十名型号的价格变动情况，为消费者提供参考。

了解市场价格波动趋势，为企业制定销售策略提供依据。



数据来源和范围



数据来源

中国家用电器研究院、中怡康等权威机构发布的销售数据和价格信息。

数据范围

2020年4月电饭煲销售量前十名的型号，包括不同品牌、不同功能、不同价格区间的产品。



02

电饭煲市场概述



市场规模与增长

市场规模

根据中怡康数据显示，2020年电饭煲市场规模达到150亿元人民币，同比增长5.3%。其中，线上市场占比达到60%，线下市场占比为40%。

市场规模增长原因

随着消费者对生活品质的追求和厨房电器的升级换代，电饭煲作为厨房必备电器之一，其市场规模不断增长。同时，线上市场的快速发展也为电饭煲市场的增长提供了有力支持。



竞争格局与主要品牌

竞争格局

目前，电饭煲市场呈现出多品牌竞争的格局。根据中怡康数据显示，2020年电饭煲市场前十大品牌占比达到80%，市场集中度较高。

主要品牌

在电饭煲市场中，美的、苏泊尔、九阳等品牌占据主导地位。其中，美的电饭煲以其高品质和良好的用户口碑赢得了消费者的青睐；苏泊尔电饭煲则以其多样化的产品线和精准的市场定位获得了市场份额；九阳电饭煲则以其创新的技术和智能化的产品特点吸引了年轻消费者的关注。



消费者需求与偏好

消费者需求

消费者在购买电饭煲时，主要关注产品的品质、功能、容量和价格等方面。其中，品质和功能是消费者最为关注的因素，而容量和价格则根据家庭人口和预算的不同而有所差异。

VS

消费者偏好

随着消费者对生活品质的追求和厨房电器的升级换代，智能化、多功能化、大容量和高颜值的电饭煲更受消费者欢迎。同时，消费者对于品牌的认知度和信任度也逐渐提高，品牌效应在消费者购买决策中起到越来越重要的作用。

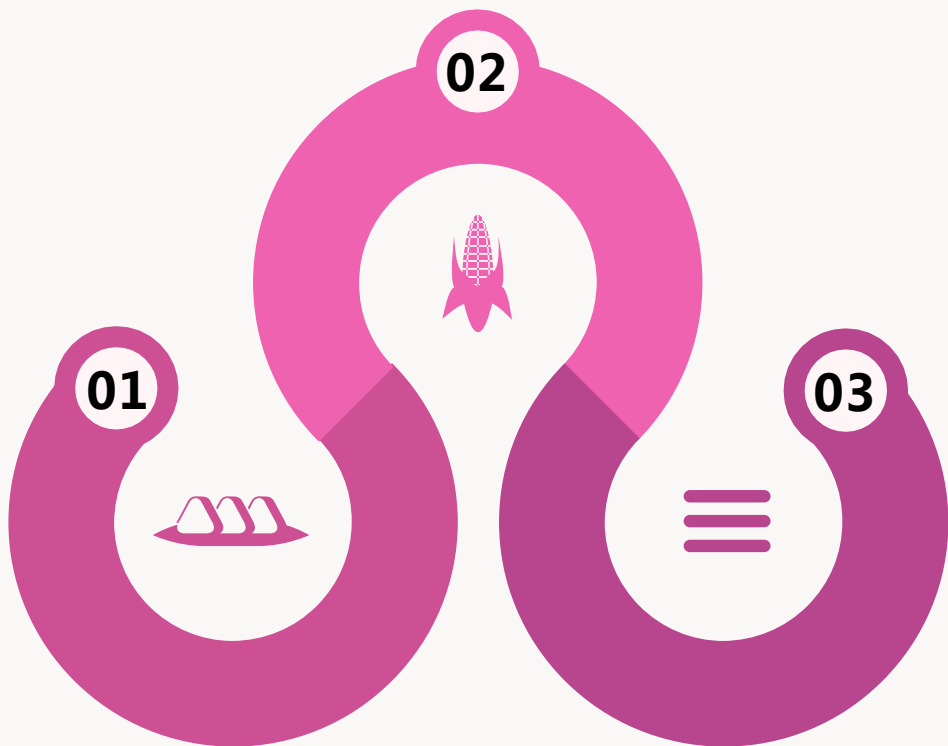


03

前十名型号销售情况分析



销售量排名及占比

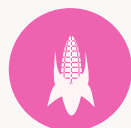


第一名



美的MB-FS4089，占比18%

第二名



苏泊尔SF40FC875，占比15%

第三名



九阳F40FY-F530，占比12%



价格区间分布

01

200元以下：2款，占比20%

02

200-400元：5款，占比50%

03

400-600元：2款，占比20%

04

600元以上：1款，占比10%



不同品牌型号销售对比



01

美的MB-FS4089与苏泊尔SF40FC875在功能上相似，但美的价格略低，销量领先。



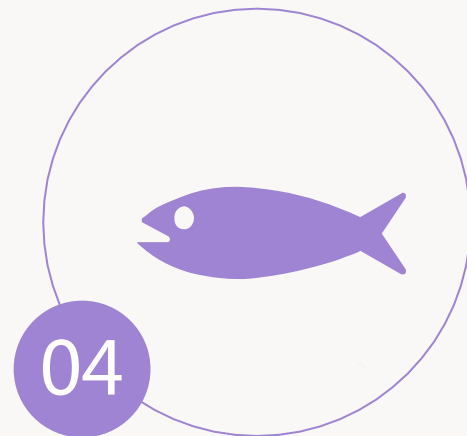
02

美的MB-FS4089与苏泊尔SF40FC875在功能上相似，但美的价格略低，销量领先。



03

美的MB-FS4089与苏泊尔SF40FC875在功能上相似，但美的价格略低，销量领先。



04

美的MB-FS4089与苏泊尔SF40FC875在功能上相似，但美的价格略低，销量领先。



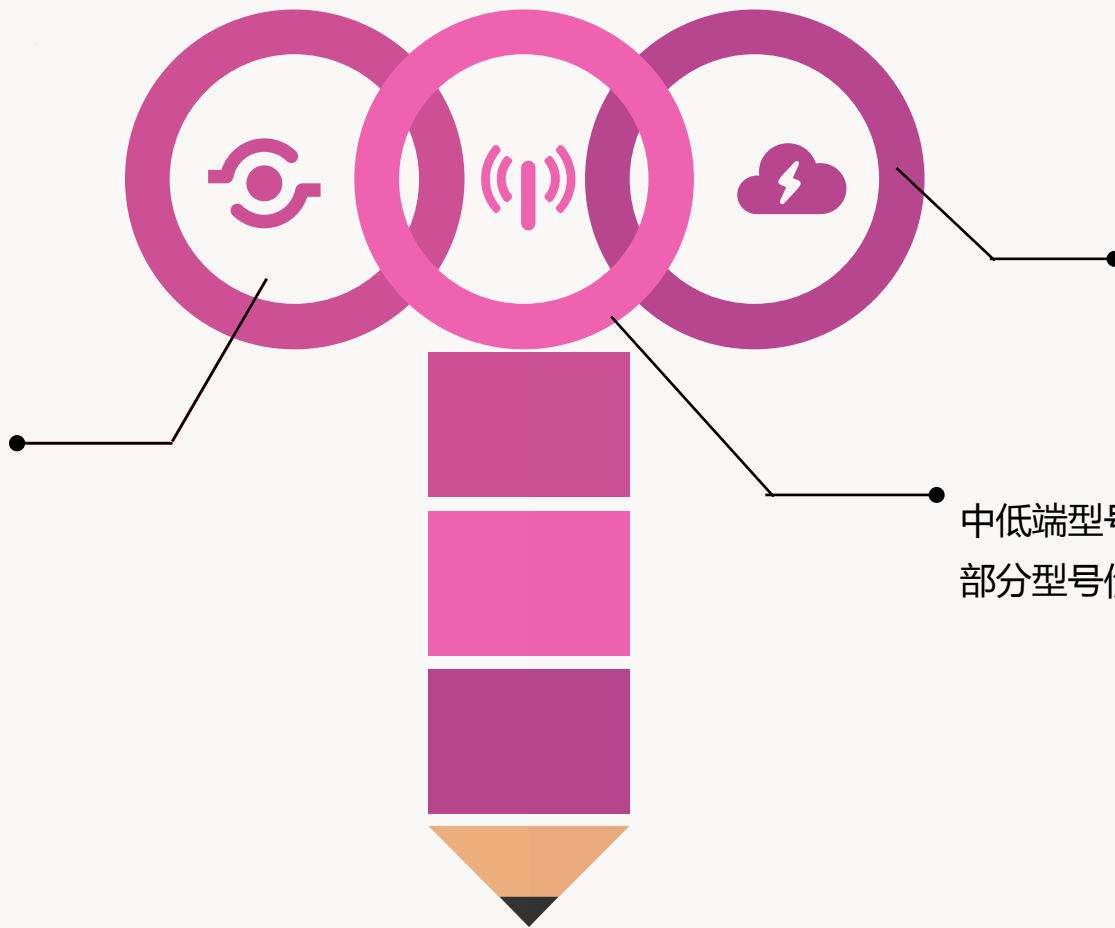
04

价格变动趋势分析



总体价格变动情况

2020年4月电饭煲销售量前十名型号总体价格呈现上升趋势。与上月相比，平均价格上涨了约8%。



高端型号的价格涨幅较大，其中部分型号价格甚至上涨了超过20%。

中低端型号价格相对较为稳定，部分型号价格略有下降。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/87712500061006115>