



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国白色家电行业市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2009年中国白色家电行业市场分析及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/41810.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

日本电机工业协会家电世界需求预测专门委员会报告称：全球家电市场需求在2010年前将稳定增长。洗衣机在各种家电需求中将增幅最大，为3.7%，空调和冰箱次之，增幅为3.3%，微波炉和电饭煲增长2.7%，电动剃须刀增长2.3%，吸尘器增长幅度最小，为1.6%。全球白色家电市场将稳定增长的主要原因是亚洲、俄罗斯及东欧国家经济的持续增长会使白色家电的普及势头继续扩大。

国家统计局：在严峻的国际和国内经济形势下，未来2-3年，中国家电业将遭受到巨大的冲击。依据是：2008年前三季度，中国家电行业景气指数持续回落，预警指数不断下降；国内外需求逐步减弱，利润空间逐渐缩小；短期内，家电行业的景气度会继续下滑。

冰箱：2008年中外各大品牌纷纷将产品线引向高端，主打对开门、多门冰箱，从2005年开始，连续三年，三门、多门及对开门冰箱每年的零售量市场份额都在增长。多门冰箱(包括三门冰箱)2005-2007年的零售量市场份额依次是5.9%、7.8%、9.5%，而2008年前三季度已达到13.9%。08年9月份，冰箱零售渠道前15品牌合计占97.63%的市场份额。

洗衣机：2008年上半年滚筒洗衣机内销、出口分别同比增长37.36%、30.41%，而波轮洗衣机内销、出口仅增长24.55%、17.37%。2008年1-7月前十品牌销量份额已经达到96.44%。国内重点城市市场监测显示：在高端滚筒产品领域，前10大品牌销售量占有率为99.29%，销售额占有率为99.21%，其他品牌基本没有拓展空间。

空调：据业内专家评估，2008空调冷冻年度，我国空调总产量接近7000万台，在这7000万台空调中，能够符合新能效标准的只有10%-15%。我国空调企业目前生产的空调绝大部分都无法达到新的能效标准，这让大多数空调企业面临能效升级所需要的技术方向性难题，2009年空调市场价格下调在所难所。

我国空调、电冰箱、洗衣机的出口依存度分别为40%、44%和35%，小家电等占到约60% - 80%，我国家电行业出口对生产的拉动作用越来越突出。广交会素有中国对外贸易出口的“晴雨表”和“风向标”之称，104届广交会第一期结束后，家电类产品累计成交额比增14.2%，预示我国白电出口市场仍谨慎乐观。

商务部研究院副研究员梅新育：遭受美国金融危机直接冲击较大的还有房地产市场。唇亡齿寒，地产的上下游行业也正遭遇寒冬，白色家电将是次贷危机的下一棒。中国房地产行业前期的过度膨胀，已经偏离了正常发展的轨道，从而误导了某些相关行业的过度扩张，包括建筑、家具行业在内，白色家电行业受到冲击在所难免。

券商人士指出：新农村改革将惠及冰箱、洗衣机等，农村白色家电消费的增长，短期来自于农村居民消费信心明显增强的促进作用，中长期则源于各项农村体制改革措施实施后农民收入的提高和生活成本的下降。

【 目录 】

前 言 1

目 录 3

图目录 9

表目录 11

第一章 国际白色家电行业市场运行分析 12

第一节 国际白色家电市场总体状况分析 12

（一）白电四大巨头角逐中国高端市场 12

（二）海尔冰箱成全球行业风向标 13

（三）全球空调设计海尔第一 13

（四）中国标准改写全球洗衣机市场版图 14

第二节 国际白色家电市场现状 15

（一）中、美、日和主要欧洲国家的空调市场占世界的75% 15

（二）美国家电市场 15

（三）日本白色家电市场 17

（1）07财年日本白色家电市场出货量减出货额增 17

（2）08年9月末日本白电价格上扬 18

（3）日本家电销售渠道 19

（四）韩国白色家电生产基地外移 19

第三节	国际白色家电市场发展趋势分析	20
(一)	市场趋势：2010年前全球白电市场需求稳定增长	20
(二)	设计趋势：白色变“彩电”，时尚元素成企业新的利润增长点	20
(三)	技术趋势：功能创新	20
第二章	国内白色家电行业发展现状分析	21
第一节	家电行业市场总体概况	21
(一)	08年1 - 3季度家电行业景气指数持续回落	21
(二)	家电产品国内外需求逐步减弱	22
(三)	家电行业投资增速波动下滑	22
第二节	白色家电发展现状	23
(一)	白电在家电行业中具有优势地位	23
(二)	我国白色家电进入大品牌时代，盈利来源趋于高端产品	23
第三章	冰箱市场运行情况分析	24
第一节	冰箱市场运行主要特点分析	24
(一)	高端市场成角逐重点	24
(二)	高端新品销售比重上升，三四级市场普及率提升	24
(三)	市场销售额增幅大于销售量增幅	25
第二节	冰箱行业产销市场分析	25
(一)	冰箱产量稳定增长	25
(二)	多开门和大容量冰箱成市场的热点	25
(1)	08年前三季度三门冰箱零售量和零售额分别比增37.66%和34.77%	26
(2)	双门冰箱市场份额始现萎缩	27
第三节	冰箱市场竞争格局分析	27
(一)	品牌集中度加强	27
(二)	外资品牌冰箱在中国市场销量下降	29
(三)	市场份额继续向大厂商集中。	29
第四节	冰箱价格趋势	30
第五节	冰箱行业发展前景及趋势分析	30
(一)	“家电下乡”政策为冰箱业带来利来	30
(1)	2012年农村冰箱普及率将达39.17%	30

- (2) 冰箱成家电下乡系统销售单价最高的产品 31
- (3) 冰箱进入三、四级农村市场风险提示 31
- (二) 保鲜技术呈现多元化发展趋势 31
- (三) 节能依然是行业的竞争的焦点 33
- (1) 09年新能效标识使竞争更具针对性 33
- (2) 大容量高档冰箱中，直流变频冰箱发展前景看好 33

第四章 洗衣机市场运行情况分析 34

第一节 洗衣机市场主要运行特点 34

- (一) 我国已成世界洗衣机工厂 34
- (二) 我国洗衣机品牌淘汰率进一步加强 34
- (1) 重点城市市场品牌淘汰率接近超过40% 34
- (2) 品牌淘汰率提高的主要原因分析 35
- (三) 洗衣机高端产品市场优势得到巩固 35
- (四) 滚筒洗衣机成各企业与消费者的焦点 35
- (1) 国内企业加大滚筒洗衣机投入 35
- (2) 08年上半年滚筒洗及机内销、出口大幅增长 35

第二节 洗衣机市场产销现状 36

- (一) 产量不断增长 36
- (二) 销售细分市场分析 37
- (1) 分产品类别市场销售情况分析 37
- (2) 大容量5.5公斤以上洗衣机成市场主流规格 37
- (三) 洗衣机销售渠道分析 38

第四节 洗衣机市场集中度分析 38

- (一) 市场品牌集中度不断提高 38
- (1) 07年前20名品牌市场占有率达99.42% 39
- (2) 08年上半年洗衣机市场份额继续向大厂商集中 40
- (3) 品牌集中度进一步走高的原因分析 40
- (二) 不同品牌洗衣机在市场上的表现 40
- (1) 品牌整合，集中度加剧 40
- (2) 外资品牌高端溢价能力提升 41
- (三) 分地区看洗衣机市场占有率 41

(四) 外资、合资品牌整体市场占有率	42
第五节 洗衣机产品价格分析	44
(一) 洗衣机价格呈现整体上涨趋势	44
(二) 不同产品类别洗衣机市场价格分析	44
(三) 不同价格段市场情况分析	46
(四) 价格主要影响因素分析	46
(1) 产品结构调整	46
(2) 滚筒洗衣机价格增长较快	47
第六节 洗衣机行业发展前景和趋势	48
(一) 洗衣机行业进入规模竞争时代	48
(1) 趋势：品牌淘汰率将会进一步加强	48
(2) 产品结构：中高端产品市场需求加大	48
(3) 技术：健康化、智能化、人性化	48
(二) 销售渠道看：即将进入规模理新换代时期	48
第五章 空调市场运行情况分析	49
第一节 空调市场运行现状	49
(一) 08年上半年空调市场规模走低	49
(1) 国内需求减少是主因	49
(2) 天气因素导致市场需求走低	50
(二) 从产品类别看市场销售情况	51
第二节 空调价格分析	52
(一) 2100元以下机型市场空间继续萎缩	52
(二) 空调价格呈现“过山车”式变化	52
(三) 2009年空调价格总体将下降	53
(1) 4、5级空调面临退市，价格有望下调	53
(2) 2级能效比以上空调价格看涨	54
第三节 空调行业集中度分析	54
(一) 空调行业品牌集中度进一步提高	54
(二) 07年空调品牌表现	54
(1) 格力是空调旺盛需求和渠道建设的最大赢家	54
(2) 美的业内排名：内销第二，出口第一	55

第四节	空调行业发展趋向	55
(一)	变频空调迎来发展机会	55
(二)	海外市场被寄予厚望	55
(三)	海外建厂，谋求自主品牌	55
第六章	白色家电市场进出口情况分析	56
第一节	白电出口市场现状分析	56
(一)	白电产品中空调中出口量居首，增速下降	56
(二)	我国白电企业对出口依存度高	57
(三)	新兴出口市场保持增长	58
(四)	2008年广交会家电类产品出口订单增长	58
第二节	冰箱、洗衣机、空调出口市场	59
(一)	冰箱	59
(1)	出口量	59
(2)	产品出口结构稳步升级	59
(3)	冰箱出口企业	60
(4)	冰箱出口市场：非洲实现大幅增长	60
(二)	洗衣机	61
(1)	出口量	61
(2)	出口产品结构：双缸为主滚筒增长明显	61
(3)	出口市场：亚洲仍是出口大区	61
(4)	出口产区：五大地区划走七成份额	62
(三)	空调	62
(1)	1 - 8月份空调累计出口额增速超出口量增速	62
(2)	继欧美后，亚洲成我国另一主要空调出口地	63
第三节	我国白色家电出口前景	64
(一)	我国白电行业竞争力强	64
(二)	白电龙头企业将受益于出口	64
(三)	新兴市场出口快速增长	64
(四)	2009年白色家电产品出口市场依然看好	65
第七章	白色家电市场竞争分析	65

第一节 我国白电企业市场格局	65
(一) 五大巨头脱颖而出	65
(二) 我国白电需产业规模化	66
(三) 中国白电企业冲刺全球白电前五位	67
第二节 白色家电市场占有率分析	68
(一) 08年上半年白色家电国产品牌市场占有率达到60%	68
(二) 欧韩萎缩, 日系强势	68
第三节 白色家电分产品市场占有率情况	68
(一) 空调市场占有率	68
(二) 国产洗衣机领跑市场	69
(三) 冰箱市场格局已悄然改变	69
第四节 白色家电渠道厂商的竞争格局分析	69
第五节 外资白电在中国市场的表现	70
(一) 本土品牌仍占主要地位	70
(二) 外资品牌在我国高端产品市场具有优势地位	71
第八章 白色家电行业相关产业分析	73
第一节 主要原材料市场情况	73
(一) 钢材价格剧烈波动下的白家企业	73
(1) 追涨钢价套牢企业	73
(2) 成本压力有所缓解	73
(三) 铜材料和纸包装	74
第二节 冰箱压缩机市场	74
(一) 我国市场上的冰箱压缩机竞争格局	74
(二) 08年冰箱压缩机经历“断弦”之痛	74
(三) 冰箱能效政策使冰箱压缩机需求增加	75
第三节 空调压缩机市场	75
第四节 企业化解成本压力的措施	76
(一) 积极与上游原材料厂商开发新产品	76
(二) 尽可能的与上游原材料签订相对长期供货合同	76
(三) 寻找替代材料	76

第九章 白色家电行业主要影响因素分析 76

第一节 金融危机对我国白色家电行业的影响 76

(一) 金融危机冲击我国家电行业发展 77

(1) 行业整体规模出现萎缩 77

(2) 小家电行业受影响较小 77

(3) 金融危机下我国白电企业盈利能力疲软 78

(二) 业内人士分析纵览 79

(1) 美的制家电集团CEO方洪波：白电产业受影响有限，白电企业在遭遇挑战同时，也迎来崛起的良好机会 79

(2) 海尔家电冰洗产品本部海外部部长李洪明：家电出口困难已出现 79

(三) 金融危机下企业应对措施 79

(1) 注意质和品牌的推广 79

(2) 提高出口产品档次 80

(四) 金融危机下我国白电行业面临发展机遇 80

(1) 国家政策调整或利好白电行业 80

(2) 跨国收购存在良机 81

(3) 促使企业调整战略，寻求发展 81

第二节 消费者需求影响因素分析 81

(一) 消费者对产品新概念的认知 81

(二) 品牌、技术品质和外观时尚是影响消费者的三大因素 83

(三) 节能环保、健康时尚成为刺激和引导消费者未来消费的主要因素 83

第三节 白色家电价格影响因素分析 84

(一) 原材料成本持续攀升 84

(二) 新劳动合同法抬高人工成本 85

(三) 人民币升值，出口退税下调 85

(四) 节能减排提高产品成本 85

第四节 2007 - 2009年有关白色家电行业的主要政策点评 86

(一) 扩大内需“十项新政” 86

(二) 家电下乡政策 86

(三) 空调能效门槛09年提至2级 86

(四) 家电禁氟令 86

(五) 洗衣机须贴能效标识 87

(六) 将于09年1月1日起实施的《循环经济促进法》 87

(七) 白色家电国家服务标准将出台 87

第十章 白色家电重点企业分析 89

第一节 海尔 89

(一) 企业概况 89

(二) 海尔海外并购案例分析 90

(三) 2008年海尔市场份额 91

第二节 海信 92

(一) 企业概况 92

(二) 企业发展战略 92

(1) 与惠尔浦合作，构筑白电事业新版图 92

(2) 海信白电高溢价注入科龙 93

(三) 2008年市场份额 93

第三节 美的 93

(一) 企业基本概况分析 94

(二) 企业发展战略 94

(三) 公司产品市场分配 95

(四) 前景展望 95

第十一章 白色家电行业前景展望及行业发展趋势 96

第一节 宏观经济外围环境分析 96

(一) 政府政策基调：稳健转向积极 96

(二) 原材料价格下跌降低家电制造业成本 96

(三) 农村收入增加农村家电需求将上升 97

(四) 产品出口量下降，政府有望上调出口退税率 97

第二节 白色家电行业发展趋向分析 98

(一) 产品结构升级 98

(二) 行业整合加速 99

(三) 黑白色巨头多元化发展 100

(四) 渠道厂商寻求突破 100

(五) 企业合作方式正远离“贴牌代工” 101

(1)以产能换技术	101
(2)市场和市场的互换	101
第三节 农村市场需求潜力巨大	102
(一)农村市场缺口巨大	102
(二)新农村改革惠及白电行业	102
第十二章 白色家电行业信贷分析及建议	103
第一节 白色家电行业主要风险提示	103
(一)原材料价格的持续上涨与高位盘整带来成本的压力。	103
(二)人民币持续升值带来的出口压力与汇兑风险。	103
(三)国际贸易技术性壁垒及贸易摩擦带来的成本负担与市场拓展挑战。	104
第二节 白色家电行业投资风险提示	104
(一)大小非解禁,再融资导致市场估值下移	104
(二)价格战、季节气候等因素导致内需产生变化	104
(三)全球经济减速导致海外需求订单减少	104
(四)人民币持续升值带来的出口成本增加和汇兑损失、原材料价格的持续上涨导致产品竞争力下降等	104
第三节 白色家电行业信贷及发展建议	105
(一)对厂商的建议	105
(二)对金融机构的建议	105

图目录

图1-1 2006、2007年全球空调市场规模排名	15
图1-2 2007财年日本白色家电分品类市场出货量与出货额情况	17
图2-1 2008年1 - 4季度家电行业景气指数和预警指数	21
图2-2 2005 - 2008年5月份我国白色家电月度产量变化趋势	23
图3-1 2005 - 2008年三季度三门冰箱零售量市场份额变化趋势	26
图3-2 2008年9月份全国电冰箱零售市场主要品牌份额	28
图4-1 2007年度洗衣机市场品牌淘汰比例	34
图4-2 2005 - 2007年洗衣机整体市场变化情况	36
图4-3 2008年1 - 7月份不同类别洗衣机市场零售量情况	37
图4-4 2008年1 - 7月份不同容量洗衣机市场零售量占比情况	38

图4-5 2005 - 2008年洗衣机市场前十品牌销售量份额变化趋势	39
图4-6 2007年洗衣机品牌集中度情况	39
图4-7 2007年分区域市场占有率变化情况	41
图4-8 2005 - 2007年外资品牌市场占有率情况	43
图4-9 2008年7月份不同类别洗衣机价格及同比变化趋势	45
图4-10 2006 - 2007年洗衣机分类别平均价格及价格增长率趋势	45
图4-11 截至2008年7月不同价格段市场零售量占比情况	46
图4-12 2006、2007年不同价格会段产品销售量比例变化	47
图5-1 2005 - 2008年上半年空调市场规模趋势	50
图5-2 2008年1 - 6月份中国城市空调零售量同比增长趋势	50
图5-3 2006 - 2008年1.5HP和1HP机型市场零售量份额情况	52
图5-4 2000 - 2008年上半年1.5HP壁挂机平均价格走势	53
图6-1 2001 - 2008年1 - 8月份我国空调出口量占当年销售量比例及增长速度变化趋势	57
图6-2 2005 - 2008年1 - 8月份洗衣机、冰箱出口量占销售量的比例	57
图6-3 第96 - 104届广交会家电及消费类电子产品、机电产品成交额及增速情况	59
图6-4 2005年1 - 8月份至2008年1 - 8月份我国空调出口量变化趋势	62
图6-5 2007年10月 - 2008年8月空调出口量及出口额月度变化趋势	63
图6-6 2007年10月 - 2008年8月空调出口地区月度出口量趋势	63
图7-1 一、二级市场的电冰箱销售渠道构成	70
图7-2 2007年本土品牌与外资品牌市场份额分配情况	71
图7-3 冰箱、洗衣机、空调高端产品市场内外资品牌市场分配情况	71
图7-4 三星白电分品类市场销售额比例分配情况	73
图9-1 青睐产品概念的消费者对空调主要产品概念的认知度	84
图9-2 青睐产品概念消费者对冰箱主要产品概念的认知度	84
图9-3 消费者预期购买冰箱、空调、洗衣机产品主要关注因素	85
图10-1 2003 - 2007年海尔品牌价值	91
图10-2 2003 - 2007年美的品牌价值	96
图11-1 2008年1 - 10月份我国进出口贸易月度变化趋势	100

表目录

表1-1 2002 - 2008年海尔推出空调产品新款列表	13
表1-2 近几年来全球比较大的空调业兼并案及其影响	14

表1-3 美国南卡罗来纳州为海尔集团提供的优惠条件	16
表1-4 2008年1 - 8月份日本冰箱、洗衣机、空调价格变动情况	19
表3-1 2008年前三季度三门、多门、对开门冰箱零售量和零售额市场份额情况	26
表3-2 2008年8 - 9月份全国冰箱主要企业零售环比变化情况	28
表4-1 2005 - 2007年全国375个城市洗衣机国内市场集中度对比情况	39
表4-2 全国主要城市不同品类洗衣机销售量	42
表9-1 国际主要国家对空调产品的相关环保和节能措施	90
表10-1 近几年美的的重要并购重组案例	96
表10-2 2008年上半年美的电器股份公司主营业务分行业和产品情况	98
表11-1 2009、2010年农村冰箱和洗衣机增长率及行业贡献预测	105

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/41810.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数

据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。