



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年白色家电行业市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2007年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/42415.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

本报告的研究对象是白色家电，主要包括空调、冰箱、洗衣机。空调，是指作为家庭生活消费品的房间空气调节器，主要包括窗机、分体壁挂机、柜机和家用中央空调，不包括运用于商业、教育、医疗、运输等领域的房间空气调节器。洗衣机，指家用洗衣机，不包括工业或商业用洗衣、干衣机。电冰箱，指家庭或商业用、具有冷藏或冷冻功能的电冰箱，不包括家庭或商业用电冰柜，不包括工业用冷藏或冷冻设备。

空调行业压力增大，冰箱、洗衣机行业欣欣向荣：国家统计局资料显示，2006年，中国家电企业总产量达到16000万套(台)，比2005年减少345万套(台)；其中空调器产量8000万台，比2005年下降了8.1%；电冰箱产量4410万台，比2005年增长9.7%；洗衣机产量3600万台，与2005年基本持平。空调行业之所以有如此大的下降，一方面是由于2005年空调产量激增而带来的巨大库存的影响，另一方面也是由于2006年市场需求增长缓慢，而使厂家信息动摇所致。

高端市场抢夺激烈：外资家电品牌对中国白色家电消费市场已经逐渐熟悉，他们不断优化自己产品的市场定位，其竞争努力从2004年开始就集中在盈利丰厚的高端消费市场，想凭借其强大的品牌号召力和核心技术优势引导中国市场消费潮流。2006年也使中国消费能力增长迅速的一年，中国的高端消费市场增长速度飞快，这一块也引起了国内大厂商的关注。因而这一年高端市场的增多异常激烈。2006年各大厂家轮番推出含有高新技术和更符合科学生活理念以及设计更加个性化的产品，借此来抢夺在高端市场的份额。

白色家电营销渠道厂商向三四级消费市场加速扩张：在中国白色家电一、二级市场，渠道格局相对稳定，大型连锁电器商城高居渠道市场占有率的首位，远远领先于其他类型的销售形式。而广大的中低端消费市场今后几年的空间巨大，有非常大的购买潜力；这些市场都成了各类型销售商相继争夺的热点，传统的百货商场、新兴的大型超市、灵活的品牌专营店等都在2006年纷纷加大了在三、四级消费市场的融入力度。另外，一部分白色家电企业也主动深入三四级市场建立自己的专属销售网点，铺设品牌服务渠道，抢占市场先机。

国家标准相继出台，白色家电产业服务要求更加严格、规范：即2005年国家出台一些列环保和能源方面的家电标准，2006年又对白色家电服务领域内出台了一系列标准和措施

来提高白色家电进入市场的标准，这些政策的实施，对规范中国整个白色家电产业及其产业链合理、有序的竞争起到了推动作用。这些措施有效的敦促各大家电生产企业转换传统的市场竞争模式，提升企业整体竞争能力，更加有利于中国的白色家电行业健康发展。

出口依然保持高速增长，但出口风险加大：海关统计,2006年，白色家电出口总额达271亿美元，同比增长19.8%。其中出口253.1亿美元，同比增长23.0%，进口17.9亿美元，同比下降了5.6%，累计实现贸易顺差187亿美元。但是，人民币汇率的变动、欧盟关于进口家电环保法规的出台以及潜在的倾销诉讼等都加大了中国白色家电企业的出口的风险，危及国内上千家出口企业。

【 目录 】

一、2006年全球白色家电产业发展概述4

(一)发展现状4

- 1、整体状况4
- 2、空调6
- 3、电冰箱7
- 4、洗衣机8

(二)基本特点10

- 1、行业进入壁垒低，竞争者众多，市场逐渐呈现饱和状况。10
- 2、厂家差异化道路10
- 3、市场细分更加明显10
- 4、产品走向10
- 5、行业加速整合10

(二)主要国家与地区11

- 1、美国:市场成熟、需求增长平稳，品牌众多，市场竞争激烈11
- 2、欧洲:市场首次出现负增长、新的环保政策加大外来品牌进入的难度11
- 3、日韩:消费市场保持平稳，产量逐渐外移13
- 4、印度:市场潜力巨大，未来战略要地14

二、2006年中国白色家电产业发展概况

(一)发展现状

- 1、产业规模
- 2、产业结构
- 3、产业竞争

(二)基本特点19

- 1、国内厂商的市场地位优势依旧明显19
- 2、各厂商上纷纷将注意力瞄向三四级消费市场20
- 3、没有掌握核心技术制约行业发展
- 4、中国白色家电产业正处于整合关键期
- 5、宏观政策利于行业整体发展

(三)重点地区发展概要

- 1、长三角
- 2、珠三角
- 3、其他重点区域

三、2007—2011年中国白色家电发展预测

(一)2007—2011年中国白色家电产业趋势分析

- 1、空调市场发展趋势
- 2、电冰箱市场发展趋势
- 3、洗衣机市场发展趋势

(二)2007—2011年中国白色家电产业规模预测

- 1、空调市场预测
- 2、电冰箱市场预测27
- 3、洗衣机市场预测28

(三)2007—2011年中国白色家电产业结构预测29

- 1、产品市场结构29
- 2、区域市场结构 32
- 3、营销渠道结构34

四、2006年中国白色家电细分产业研究37

(一)空调产业37

- 1、发展状况与特点37
- 2、驱动力44

3、阻碍因素44

(二)电冰箱产业45

1、发展状况与特点45

2、驱动力49

3、阻碍因素50

(三)洗衣机产业

1、发展状况与特点

2、驱动力:技术创新成为产业热点

3、阻碍因素

五、中国白色家电产业竞争分析

(一)国内厂商

1、竞争策略

2、各厂商比较分析

(二)国外厂商

1、竞争策略

2、各厂商比较分析

(三)渠道厂商

1、竞争策略

2、白电市场的渠道结构

3、细分市场的渠道结构68

4、渠道发展特点71

5、各厂商比较分析72

六、中国白色家电产业链分析75

(一)中国白色家电产业链发展研究75

1、特征75

2、趋势75

(二)中国白色家电产业链模式演进76

1、产业生命周期76

2、传统模式与新型模式7了

3、演进路径与挑战7了

七、投资建议 78

(一)对政府的建议78

- 1、宏观调控78
- 2,更加发挥家电行业协会的帮助企业经营的作用78
- 3、指导家电行业发展方向，增强其在国际上的竞争力78

(二)对厂商的建议79

- 1、产品策略79
- 2、价格策略79
- 3、道策略 79
- 4、品牌策略80
- 5、服务策略80

(三)对渠道商的建议81

- 1,改进运作模式达到与厂家的双底 81
- 2,避免盲目投资，减少渠道成本扩大销售利润81
- 3、品牌店、超市和大型百货商场惟有建立自己的品牌才能保存自己的份额81

附表

表1 2006年我国白色家电行业进出口情况 5

表1 2006年中国白电产业产量状况.....

表2 2007-2011年中国空调市场销售量预测.....

表3 2007-2011年中国电冰箱市场销售量预测.....

表4 2007-2011年中国洗衣机市场销售量预测.....

表5 2007-2011年中国空调市场产品结构预测〔按放置方式划分〕

表6 2007-2011年中国空调市场产品结构预测〔按制冷方式划分〕

表7 2007-2011年中国电冰箱市场产品结构预测〔按容积划分〕..

表8 2007-2011年中国电冰箱市场产品结构预测〔按温控方式划分〕.

表9 2007-2011年中国洗衣机市场产品结构预测〔按洗涤方式划分〕.

表10 2007-2011年中国空调市场区域结构预测.....

表11 2007-2011年中国电冰箱市场区域结构变化预测.....

表12 2007-2011年中国洗衣机市场区域结构预测.....

表13 2007-2011年中国家用空调市场渠道结构预测.....

| | | |
|-----|----------------------------------|----|
| 表14 | 2007-2011年中国家用冰箱市场渠道结构预测..... | |
| 表15 | 2007-2011年中国洗衣机市场渠道结构变化预测..... | |
| 表16 | 2005-2006年中国空调产品结构(按制冷方式划分)..... | 41 |
| 表17 | 2005-2006年中国空调市场内外资品牌销量结构变化..... | 43 |
| 表18 | 2006年中国空调区域市场结构..... | 43 |
| 表19 | 2006年中国电冰箱区域市场结构..... | 48 |
| 表20 | 2005-2006年中国电冰箱区域市场结构变化..... | 48 |
| 表21 | 2006年中国洗衣机行业产量状况..... | 51 |
| 表22 | 2006年中国洗衣机市场品牌结构..... | 55 |
| 表23 | 2006年中国洗衣机区域市场结构..... | 55 |
| 表24 | 2006年中国白电市场渠道结构..... | 68 |
| 表25 | 2005年中国空调市场渠道结构..... | 69 |
| 表26 | 2005年中国电冰箱市场渠道结构..... | 70 |
| 表27 | 2005年中国洗衣机市场渠道结构..... | 70 |

附 图

| | | |
|-----|-----------------------------|----|
| 图1 | 2006年全球白电市场规模..... | 5 |
| 图2 | 2002-2006年全球白电市场销售量及增长..... | 5 |
| 图3 | 2002-2006年全球白电市场销售额及增长..... | 5 |
| 图4 | 2006年全球空调市场销售量及增长..... | 6 |
| 图5 | 2006年全球空调市场销售额及增长..... | 了 |
| 图6 | 2006年全球电冰箱市场销售量及增长..... | 了 |
| 图7 | 2006年全球电冰箱市场销售额及增长..... | 8 |
| 图8 | 2006年全球洗衣机市场销售量及增长..... | 9 |
| 图9 | 2006年全球洗衣机市场销售额及增长..... | 9 |
| 图10 | 2006年美国白色家电销售量及增长..... | 11 |
| 图11 | 2006年欧洲白色家电市场销售量及增长..... | 12 |
| 图12 | 2006年日本和韩国白色家电市场销售量及增长..... | 14 |
| 图13 | 2006年印度白色家电市场销售量及增长..... | 15 |
| 图14 | 2005-2006年中国白电产业产量状况..... | 17 |
| 图15 | 2007-2011年中国空调市场销售量预测..... | 26 |
| 图16 | 2007-2011年中国电冰箱市场销售量预测..... | 28 |

| | |
|--|----|
| 图17 2006-2010年中国洗衣机市场销售量预测..... | 29 |
| 图18 2002-2006年中国空调市场销售量及增长..... | 37 |
| 图19 2002-2006年中国空调市场销售额及增长..... | 38 |
| 图20 2006年消费者购买空调关注要素的偏好..... | 38 |
| 图21 2006年中国空调市场销量价格结构..... | 39 |
| 图22 2006年中国空调市场销售量结构(按放置方式划分)..... | 40 |
| 图23 2006年中国空调市场销售量产品结构(按制冷方式划分)..... | 40 |
| 图24 2006年消费者对变频空调的预期购买偏好..... | 41 |
| 图25 2006年中国空调市场品牌销售量结构..... | 42 |
| 图26 2005-2006年中国空调市场空调品牌内外资市场占有率情况.... | 42 |
| 图27 2002-2006年中国电冰箱市场销售量及增长..... | 45 |
| 图28 2002-2006年中国电冰箱市场销售额及增长..... | 46 |
| 图29 2006年中国电冰箱市场销售量结构(按容积划分)..... | 47 |
| 图30 2002-2006年中国洗衣机市场销售量及增长..... | 52 |
| 图31 2002-2006年中国洗衣机市场销售额及增长..... | 52 |
| 图32 2006年中国洗衣机市场价格结构..... | 53 |
| 图33 2006年中国洗衣机市场销售量结构(按洗涤方式划分)..... | 54 |
| 图34 2006年中国洗衣机市场销售量结构(按容积划分)..... | 54 |
| 图35 2006年中国洗衣机市场品牌销售量结构.. | 56 |

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42415.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提供专业投资咨询报告、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。