



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年家电行业研究与市场预测 报告

一、调研说明

《2006年家电行业研究与市场预测报告》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/42789.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

摘要

2005年国内生产总值182321亿元，同比增长9.9%。国民经济呈现增长较快的良好发展态势，为家电行业的平稳发展提供了良好的经济环境。同时，政府在2005年为应对欧盟非关税壁垒的规定颁布了相应的法规，主要集中在节能和环保上，家电行业的节能和环保技术将为以后政策关注的焦点和技术发展的重点。

2005年，家电行业竞争程度加剧，上游钢铁和塑料等原材料价格成本的上涨，下游渠道商进一步扩张导致家电企业话语权更低，在这些因素的影响下，家电产品的产销增速放缓，从家用制冷电器、家用空调器、家用洗衣机和彩电四类主要家电产品看，在2005年产量分别为3105.58万台、7469.10万台、2952.63万台和8283.2万台，同比分别增长2.38%、12.38%、25.71%和13.2%，其中国内销量分别为1256万台、2547万台、2500万台和8044.7万台。

2005年，家电行业的进出口继续保持增长的趋势。家用制冷电器、家用空调器、洗衣机和彩电的出口量增速分别为14.15%、4.99%、50.92%和57.55%，可见2005年我国家电产品的国外需求较强，其中彩电的出口量增速最快。但在2006年因一些不利因素的影响，家电产品出口形势与2005年相比较将比较严峻。

2005年，我国家电行业产品的消费结构也出现变化，从国内电冰箱市场的消费看，多门大容积冰箱的市场份额增加，2005年多门冰箱市场的份额达到5.62%，是2004年的2倍；其次国内空调器市场的消费看，柜机市场份额增加，挂机仍占主流，挂机销量占整体空调市场的70.4%；而柜机的比例上升至26.8%；另外从国内洗衣机市场的消费看，节水环保产品走俏，大容量产品成为亮点。5.5公斤以上容量段则由2004年的19.1%一路攀升到2005年的25.8%。彩电市场高端产品成为热点，其中低端液晶电视对等离子电视造成很大冲击。

2006年我国经济的稳步发展、城镇化进程的加快以及出口竞争力的提高，为家电市场的稳定发展提供了需求支撑，特别是随着城乡居民收入水平的提高，城镇居民家电消费将进入更新换代周期，农村居民家电消费进入快速普及阶段，市场需求将稳定增长。但近年来国家对房地产市场实施宏观调控措施，对家电市场销售的影响在2006年上半年将进一步显现，另外

，普通家电产能过剩等因素也将增加市场的供求压力。

存在机会的同时，2006年及未来几年，我国的家电产业面临的主要风险表现在：钢、铜和塑料等原材料价格的上涨在短时间内不会发生根本变化，而原材料成本价格上涨的拉动，产品价格上涨的可能性极小，这样使得家电行业利润空间较小，下游渠道商对家电厂商利润的挤压仍不可避免；另外拉动家电产品销量的国外市场也面临着反倾销和非关税贸易壁垒等诸多因素的考验，对家电的生产企业提出了较高的技术要求，可能会因增加产品的生产成本而失去价格优势，引起国外市场的萎缩。

在上下游行业的共同挤压下,家电行业品牌淘汰进程明显加快。其中空调行业由于竞争加剧,当年品牌淘汰率超过50%。市场竞争和中国企业国际化的加剧，家电行业在2004 - 2005年出现行业大规模的并购和重组事件，从而带来市场格局的变化，从而影响了家电企业的经营和投资。

第一部分 家电行业分析及预测

第一章 家电行业发展环境影响分析

第一节 宏观经济环境及影响分析

一、GDP增长及结构分析

（一）GDP增长速率趋缓

（二）GDP增长结构变化分析

二、投资、消费、进出口分析

（一）固定资产投资分析

（二）居民消费价格指数分析

（三）进出口变化分析

第二节 家电行业政策变化及影响分析

一、宏观经济及相关政策变化及影响

（一）宏观经济政策的变化及影响

（二）人民币汇率政策及影响

（三）出口退税机制及其影响

二、家电行业的政策变化及影响

- (一) 三大法规梳理废旧家电回收行业
- (二) 我国节能方面的政策规定
- (三) 《家用和类似用途电器噪声限值》
- (四) 2006年开始实施的相关政策

第三节 家电行业关联行业发展及影响分析

一、上游行业发展变化及影响

- (一) 钢铁行业的发展及影响
- (二) 塑料化工行业发展变化及影响
- (三) 压缩机行业发展变化及影响
- (四) 液晶屏行业

二、下游行业发展及影响

- (一) 家电维修业的发展及影响
- (二) 消费群体发展及影响

第四节 家电渠道对家电行业影响分析

- 一、渠道在家电行业中的地位
- 二、我国家电渠道演变过程
- 三、目前渠道对家电厂商发展的制约作用

第五节 影响我国家电出口的国外相关因素

- 一、欧盟的环保政策
- 二、认证问题
- 三、反倾销政策

第二章 2005年家电行业市场供需状况分析

第一节 我国家电市场供需状况分析

- 一、我国主要家电产品销量分析
- 二、我国主要家电产品出口分析
 - (一) 出口量分析
 - (二) 出口额分析
- 三、我国主要家电产品供给分析
- 四、我国主要家电产品产销综合分析

第二节 家电产品出口总体形势分析

第三章 2005年家电行业经营状况分析

第一节 家电行业工业总产值及资产状况分析

一、家电行业在国民经济中的地位

(一) 家电行业带动产业链的发展

(二) 家电行业所占国民经济的份额

二、家电行业累计资产状况分析

第二节 家电行业效益的主要影响因素分析

一、基础能源原材料价格上涨，增加了家电行业的成本压力

二、住房、教育、医疗的支出挤占了居民对耐用消费品的需求

三、人民币升值对家电产品出口形成冲击

四、房地产业降温影响家电产品的更新需求

第四章 2005年家电行业重点区域分析

第一节 家电产业区域分布分析

二、家电行业运行区域比较分析及排名

(一) 家电行业销售收入区域分布及排名

(二) 家电行业利润总额区域分布及排名

第二节 2005年广东省家电产业发展分析

一、2005年广东省经济发展概况

(一) 工业生产增势强劲

(二) 固定资产投资稳定增长

(三) 消费市场稳中见旺，市场价格温和上涨

(四) 对外经济迈上新台阶

二、2005年广东省家电产业产量变化分析

三、2005年广东省家电产业总体财务分析

第三节 2005年山东省家电产业发展分析

一、2005年山东省经济发展概况

(一) 经济增长的稳定性和协调性增强

(二) 固定资产投资规模扩大，投向优化重点突出

(三) 城乡居民消费倾向趋好，消费市场活跃旺销

二、2005年山东省家电产业产量变化

三、2005年山东省家电产业总体效益分析

第四节 2005年浙江省家电产业发展分析

一、2005年浙江省经济发展概况

- (一) 经济持续平稳较快增长，结构调整和增长方式转变取得新的进展
- (二) 三大需求保持较强的拉动力
- (三) 财政金融形势稳定，居民收入持续增长，就业和社会保障工作加强
- (四) 市场价格涨幅得到抑制

二、浙江省家电产业2005年产能、产量变化

三、2005年浙江省家电产业总体效益分析

第五节 2005年江苏省家电产业发展分析

一、江苏省2005年经济发展概况

- (一) 工业生产
- (二) 固定资产投资
- (三) 消费品市场
- (四) 外向型经济

二、江苏省家电产业2005年产能、产量变化

三、2005年江苏省家电产业总体效益分析

第二部分 家电企业分析与评价

第五章 2005年家电行业企业竞争态势分析及预测

第一节 家电企业总体分析

一、不同规模企业数量集中度

- (一) 企业数量集中度
- (二) 资产集中度
- (二) 从业人员集中度

二、不同经济类型企业集中度分析

- (一) 企业数量集中度
- (二) 资产集中度
- (三) 从业人员集中度

三、地区集中度分析

- (一) 企业数量集中度分析
- (二) 资产集中度分析
- (四) 从业人员集中度分析

第二节 家电企业盈亏状况分析

一、2005年企业亏损状况分析

（一）不同规模类型企业亏损分析

（二）不同经济类型企业亏损分析

（三）不同地区企业亏损分析

二、2005年企业盈利水平分析

（一）总体盈利水平分析

（二）不同规模类型企业盈利水平分析

（三）不同经济类型企业盈利水平分析

（四）不同地区企业盈利水平分析

第三节 家电市场竞争结构分析

一、冰箱市场企业竞争结构分析

（一）电冰箱市场价格分析

（二）冰箱产品结构分析

二、空调市场企业竞争结构分析

（一）品牌占有率

（二）价格分析

（三）产品结构分析

三、洗衣机市场企业竞争结构分析

（一）品牌占有率分析

（二）洗衣机价格分析

（三）产品结构分析

四、彩电市场企业竞争结构分析

（一）平板电视市场内外销旺盛

（二）LCD TV市场规模不断扩大，各品牌交替领先

第四节 家电企业竞争趋势分析

一、冰箱市场竞争趋势分析

二、洗衣机市场竞争趋势分析

三、空调市场竞争趋势分析

（一）转型整合加剧，资源整合动作频繁

（二）强调实用性、重视三四级市场开发

（三）服务理念进一步提升

(四) 出口风险加大, 国际化进度慢

(五) 渠道争霸赛加剧

四、彩电市场竞争趋势分析

(一) 技术与品质竞争决定电视市场走向

(二) 厂家重视高清晰

(三) 大屏、平板市场争夺激烈

(四) 数字电视将获得突破

第六章 2005年家电行业企业绩效综合比较分析

第一节 大型家电企业综合指标评价体系

第二节 大型企业综合比较分析

一、大型企业规模指标分析

(一) 企业规模指标排名

(二) 企业规模指标分析

二、大型企业效益指标比较分析

(一) 企业效益指标排名

(二) 企业效益指标分析

三、大型企业营运指标比较分析

(一) 企业营运指标排名

(二) 企业营运指标分析

四、大型企业偿债指标比较分析

(一) 企业偿债指标排名

(二) 企业偿债指标分析

五、大型企业增长指标比较分析

(一) 企业增长指标排名

(二) 企业增长指标分析

六、大型企业绩效指标综合排名及分析

(一) 企业综合指标排名

(二) 企业综合指标分析

第三节 中小型企业综合比较分析

一、中小型家电企业综合指标评价体系

二、中小型企业规模比较分析

(一) 企业规模指标排名

(二) 企业规模指标分析

三、中小型企业效益指标比较分析

(一) 企业效益指标排名

(二) 企业效益指标分析

四、中小型企业营运指标比较分析

(一) 企业营运指标排名

(二) 企业营运指标分析

五、中小型企业偿债指标比较分析

(一) 企业偿债指标排名

(二) 企业偿债指标分析

六、中小型企业绩效指标综合排名及分析

(一) 企业综合指标排名

(二) 企业综合指标分析

第七章 2005年家电行业典型企业分析

第一节 格力电器股份有限公司分析

一、企业概况

二、竞争战略

(一) 格力的专业化经营战略

(二) 格力的专业化营销战略方式

(三) 市场开发战略

(四) 管理和服务创新

三、企业经营状况分析

四、企业研发状况

五、企业发展前景分析

第二节 海尔集团分析

一、企业概况

二、竞争战略

三、企业经营状况分析

四、企业研发状况

五、企业发展前景分析

第三节 河南新飞电器分析

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业研发状况
- 四、企业国际化进程
- 五、企业发展前景分析

第三部分 2006家电行业风险评价及投资建议

第八章 家电行业风险评价

- 一、宏观经济波动风险评价
- 二、国内政策风险评价
 - (一) 废旧家电回收三大法规
 - (二) 节能方面的政策规定
- 三、上下游行业风险评价
 - (一) 原材料、燃料成本上升导致成本的上漲压缩利润的风险
 - (二) 家电连锁零售业的积压,限制了家电行业的议价能力
 - (三) 维修行业的不规范,限制了家电产品需求的进一步扩大
- 四、家电产品的市场风险
 - (一) 国内市场进一步扩大受到限制
 - (二) 国外市场面临巨大风险
- 五、家电企业多元投资风险
- 六、家电企业规模经营的极限风险
- 七、家电产品的价格战能力风险
 - (一) 成本转移的困境
 - (二) 国内外企业价格战的地位差异
- 八、家电行业的并购风险
- 九、家电产品替代及技术淘汰风险

第九章 家电行业投资建议

- 一、家电行业的投资策略
 - (一) 家电行业总体投资策略
 - (二) 重点投资领域及方向

(三) 使用合适的金融工具

二、投资风险防范

(一) 关注投资投向企业

(二) 关注家电及相关行业动态

(三) 关注相关政策和国际贸易动态

附表

表1 我国GDP 结构状况

表2 主要家电耗钢材的情况

表3 主要家电产品的单耗水平

表5 2005年我国家电企业区域分布情况

表6 2005年电行业销售收入区域分布及排名

表7 2005年家电行业利润总额区域分布及排名

表8 2005年广东省主要家电产品产量变化

表9 2005年广东省家电行业经营指标状况

表10 2005年山东省主要家电产品产量变化

表11 2005年山东省家用制冷电器行业经营指标状况

表12 浙江省主要家电2005年产量变化

表13 2005年浙江省家电产业总体效益

表14 江苏省主要家电2005年产量变化

表15 2005年江苏省家电产业总体效益

表16 2005年不同规模家电企业资产结构

表17 2005年不同规模家电企业人员结构

表18 2005年不同经济类型家电企业数量结构

表19 2005年不同经济类型家电企业资产情况

表20 2005年不同经济类型家电企业从业人员情况

表21 2005年不同地区家电企业数量结构

表22 2005年不同地区家电企业资产情况

表23 2005年不同地区家电企业从业人员情况

表24 2005年家电企业亏损金额情况(按规模分)

表25 2005年不同经济类型亏损企业数量

表26 2005年不同经济类型亏损企业亏损金额

表27	2005年家电企业亏损个数（不同地区）
表28	2005年家电企业亏损额（不同地区）
表29	2005年家电企业总体盈利水平
表30	2005年家电企业盈利水平（不同规模）
表31	2005年不同经济类型企业盈利水平
表32	2005年家电企业盈利水平（不同地区）
表33	家用空调内销市场品牌格局分析
表34	2005年1-9月洗衣机分品牌结构零售量、零售额对比
表35	2004 - 2005年滚筒洗衣机分价位段结构零售量对比
表36	2004 - 2005年洗衣机容量结构变化
表37	2005 年前三季度高端电视国内销售情况
表38	2005 年前3Q 季度液晶电视国内销售同比、环比情况
表39	家电企业绩效评价指标体系
表40	2005年家电企业规模指标评分排名
表41	2005年家电企业效益指标评分排名
表42	2005年家电企业营运指标评分排名
表43	2005年家电企业偿债指标评分排名
表44	2005年家电企业增长指标评分排名
表45	2005年大型企业综合指标评分排名
表46	中小型家电企业综合指标评价体系
表47	2005年家电企业规模指标评分排名
表48	2005年家电企业效益指标评分排名
表49	2005年家电企业营运指标评分排名
表50	2005年家电企业偿债指标评分排名
表51	2005年大型企业综合指标评分排名
表52	格力电器公司经营指标状况
表53	海尔集团经营指标状况
表54	新飞电器公司经营指标状况

附 图

图1 1993-2005我国GDP的增速变化情况

图2 2005年0.5MM冷轧硅钢和0.6MM镀锌板价格走势

图3 2003 - 2005年我国主要家电产品销量 31

图4 2003 - 2005年我国主要家电产品销量增长速度

图5 2002 - 2005年我国主要家电产品出口量

图6 2002 - 2005年我国主要家电产品出口增长速度

图7 2002 - 2005年我国主要家电产品出口额

图8 2002 - 2005年我国主要家电产品出口额增长速度

图9 2003 - 2005年我国主要家电产品产量

图10 2003 - 2005年我国主要家电产品产销量差

图11 2005年不同规模类型家电企业数量结构情况

图12 2005年我国家电企业亏损个数（按规模分）

图13 2004年 - 2005年我国电冰箱主要品牌平均价格走势

图14 2004 - 2005年内不同类型电冰箱的变化趋势

图15 空调市场的品牌数目变化情况

图16 空调行业前三大品牌市场份额

图17 2000 - 2005中国家用空调平均价格

图18 2005年家用空调器产品需求结构

图19 2005年6月洗衣机零售量统计

图20 2004 - 2005年洗衣机分价格段结构动态变化

图21 2004 - 2005年国内不同类型洗衣机产品销量结构

图22 LCD-TV出口月度跟踪

图23 PDP-TV出口月度跟踪图24 内销市场份额2005年前三个季度均处于前列的品牌累计销售情况

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42789.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。