



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2005-2006年中国白色家电产业 研究年度报告

# 一、调研说明

《2005-2006年中国白色家电产业研究年度报告》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/42865.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](mailto: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

**报告推荐** 中国是白色家电产品生产和消费的大国。中国白色家电企业在积极开拓国内市场的同时，积极走出国门。中国白色家电产业肩负着国民经济和民族产业发展壮大的重任。

虽然如此，中国白色家电产业在发展中还受到很多的不利因素的影响。很多的国内家电企业陷入了价格竞争而积贫积弱的恶性循环，国际竞争受制于技术、专利和环境标准的形势越来越严峻，渠道变革中的厂商矛盾经常爆发，市场需求和供给的不均衡比较严重……

为有效解决上述问题，帮助产业界和投资界人士对白色家电产业的技术演进、产业现状、竞争格局和发展前景有一个全面深入的把握，赛迪顾问资深分析师团队历时一年，通过对政府官员、企业管理者、消费者、技术专家等相关人士的调研，通过浩繁的资料收集和数据处理研发了《2005-2006年中国白色家电产业研究年度报告》。本报告的价值主要体现在：

1、以科学设计、审慎实施的市场调查，精准地评估了中国白色家电产业的规模、结构与发展现状，使客户对中国白色家电产业有一个全面、准确的认识； 2、大范围、深层次的企业访谈和消费者调查为白色家电企业进行成功的产品决策和营销决策提供信息支撑；

3、全面分析白色家电产业链上的各个环节，为中国白色家电产业通过产业链上下游的整合强化国际竞争力提供指导； 4、以定性分析和定量分析相结合的方法分析了中国白色家电产业未来五年的发展趋势，预测了未来五年中国白色家电产业的发展前景，为厂商和投资机构进行相关规划与投资提供重要的决策依据。

**报告亮点** 愿意与白色家电产业领域的相关人士交流我们的部分研究发现，更深入细致的研究成果可以通过客户经理获得：

1、质量和性能成为影响消费决策的决定因素。在价格已基本符合消费者的心理预期之后，质量和性能成为消费者购买时最看中的因素。 2、价格战使产品利润不断减少。中国白色家电企业缺乏核心技术，为了拓展企业的生存空间和获得经营利润，众多企业不断扩大企业产能，希望通过产能的扩大而获得低成本的规模经济优势。

3、国际贸易中的绿色壁垒和国内的能效标准影响深远。这一方面使得白色家电企业的生产成本上升，另一方面，这对中国白色家电产业进行技术升级和摆脱价格战也不失为一个积极因素。 4、需求变化促进产品产业升级。随着消费者对家电产品特别是白色家电产品个性时尚、高效节能和环保健康的要求不断提高，白色家电产品也相应出现较快的更新换代，产业升级趋势明显。

5、产业重组继续进行。家电行业在微利的压力下，为了规避风险，实现企业的持续健康发展，产业并购、重组进入新阶段。同时全球白色家电产能向中国集中的趋势也越来越明显。

**研究对象 1 主要结论 1** 一、2005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 9 (二) 基本特点 10 1、技术与产业链：原材料和相关配件价格小幅上涨 10 2、产品走向：价格降幅趋缓，节能、环保、智能化成为产品优势 10 3、应用走

向：地域差异导致产品需求特点差别显著 11 (三) 主要国家和地区发展概要 11 1、美国：市场成熟、容量大、竞争激烈、需求平稳 11 2、欧洲：市场增长潜力有限、外资品牌进入有阻力 12 3、日韩：消费市场保持平稳，产能逐渐外移 13 4、印度：市场发育水平低，有待于进一步开发 14 二、2005年中国白色家电产业发展状况 16 (一) 发展现状 16 1、整体状况 16 2、空调 18 3、电冰箱 19 4、洗衣机 21 (二) 基本特点 22 1、整体特点 22 2、空调 23 3、电冰箱 23 4、洗衣机 24 (三) 重点地区发展概要 25 1、长三角：零配件供应体系完善、白色家电产业发展迅速 25 2、珠三角：企业品牌众多、产业链体系发达 25 3、其他重点发展区域 26 三、2005年中国白色家电市场发展概述 27 (一) 发展现状 27 1、整体状况 27 2、空调 28 3、电冰箱 30 4、洗衣机 32 (二) 市场特点 33 1、整体状况 33 2、空调 34 3、电冰箱 35 4、洗衣机 36 (三) 产品结构 37 1、空调产品结构 37 2、电冰箱产品结构 39 3、洗衣机产品结构 41 (四) 品牌结构 43 1、整体状况 43 2、空调 43 3、电冰箱 46 4、洗衣机 48 (五) 区域市场结构 50 1、整体状况 50 2、家用空调 52 3、电冰箱 54 4、洗衣机 56 四、2005年中国白色家电领域重点厂商分析 59 (一) 国内厂商 59 1、海尔 59 2、海信 59 3、美的 60 4、美菱 61 5、新飞 62 6、格力 62 (二) 国外厂商 63 1、LG 63 2、松下 64 3、西门子 65 五、2005年中国白色家电渠道发展概述 67 (一) 渠道发展现状 67 1、渠道形式 67 2、白电市场的渠道结构 68 3、细分市场的渠道结构 69 (二) 渠道发展特点 72 1、连锁电器商城发展速度迅猛，成为最主要的渠道形式 72 2、激烈的营销渠道竞争迅速向三四级市场蔓延 72 3、销售渠道厂商的市场讨价能力日益增强 73 (三) 重点渠道厂商发展策略分析 73 1、国美 73 2、苏宁 74 3、家乐福 75 4、单一品牌专营店 76 六、影响未来中国白色家电产业发展的因素 77 (一) 经济与社会发展 77 1、国民经济持续、健康、快速增长为我国白电市场发展提供了有利的宏观环境 77 2、需求层次上升为家电产业的发展提供了巨大的市场机会 77 3、国家宏观调控会给白电产业带来一些不稳定因素 77 4、能源和环保问题将给白电产业带来巨大的挑战 78 (二) 政策环境 78 1、白电国家标准的实施有利于规范厂商市场竞争行为，促进该产业健康发展 78 2、白电国家标准的提出会给各大厂商带来巨大库存和研发压力 78 (三) 产业集群分布影响 79 1、区域经济的高速运行促进产业集群健康发展 79 2、产业集群联系不足，结构同质化现象严重 79 (四) 产业链和技术 79 1、不具备完善的产业链 79 2、没有掌握相关的核心器件 80 (五) 国外白色家电制造基地兴起的影响 80 1、国外品牌的大力进入有利于整个白色家电产业的优化升级和成熟 80 2、白电市场竞争更加激烈、技术研发和成本压力加大 81 七、2006 - 2010年中国白色家电市场发展趋势分析及规模预测 82 (一) 市场发展趋势分析 82 1、空调市场发展趋势 82 2、电冰箱市场发展趋势 83 3、洗衣机市场发展趋势 83 (二) 市场规模预测 85 1、空调市场预测 85 2、电冰箱市场预测 87 3、洗衣机市场预测 90 (三) 市场结构预测 92 1、产品市场结构 92 2、区域市场结构 95 3、营销渠道结构 98 八、建议 101 (一) 主力厂商建议 101 1、产品策略 101 2、价格策略 101 3、渠道策略 102 4、品牌策略 102 5、服务策略 103 (二) 成长

性厂商建议 103 1、产品策略 103 2、价格策略 103 3、渠道策略 104 4、品牌策略 104 5、服务策略 105 报告说明 106 表目录 表1 2005年中国白电产业产能状况 17 表2 2005年中国空调行业产能状况 18 表3 2005年中国电冰箱行业产能状况 20 表4 2005年中国洗衣机行业产能状况 21 表5 2004 - 2005年中国空调产品结构(按制冷方式划分) 39 表6 2005年中国空调市场品牌结构 44 表7 2004 - 2005年中国空调市场内外资品牌销量结构变化 46 表8 2005年中国电冰箱市场品牌结构 47 表9 2005年中国洗衣机市场品牌结构 49 表10 2005年中国白电区域市场结构 51 表11 2005年中国白电区域市场价格变化 52 表12 2005年中国空调区域市场结构 53 表13 2004 - 2005年中国空调区域市场结构变化 54 表14 2005年中国电冰箱区域市场结构 55 表15 2004 - 2005年中国电冰箱区域市场结构变化 56 表16 2005年中国洗衣机区域市场结构 57 表17 2004 - 2005年中国洗衣机区域市场结构变化 58 表18 2005年中国白电市场渠道结构 69 表19 2005年中国空调市场渠道结构 70 表20 2005年中国电冰箱市场渠道结构 71 表21 2005年中国洗衣机市场渠道结构 71 表22 2006 - 2010年中国空调市场产品结构预测(按放置方式划分) 93 表23 2006 - 2010年中国空调市场产品结构预测(按制冷方式划分) 93 表24 2006 - 2010年中国电冰箱市场产品结构预测(按容积划分) 94 表25 2006 - 2010年中国电冰箱市场产品结构预测(按温控方式划分) 94 表26 2006 - 2010年中国洗衣机市场产品结构预测(按洗涤方式划分) 95 表27 2006 - 2010年中国空调市场区域结构预测 96 表28 2006 - 2010年中国电冰箱市场区域结构变化预测 97 表29 2006 - 2010年中国洗衣机市场区域结构预测 98 表30 2006 - 2010年中国家用空调市场渠道结构预测 99 表31 2006 - 2010年中国家用空调市场渠道结构预测 99 表32 2006 - 2010年中国洗衣机市场渠道结构变化预测 100 图目录 图1 2005年全球白电市场规模 5 图2 2001 - 2005年全球白电市场销售量及增长 5 图3 2001 - 2005年全球白电市场销售额及增长 6 图4 2005年全球空调市场销售量及增长 7 图5 2005年全球空调市场销售额及增长 7 图6 2005年全球电冰箱市场销售量及增长 8 图7 2005年全球电冰箱市场销售额及增长 8 图8 2005年全球洗衣机市场销售量及增长 9 图9 2005年全球洗衣机市场销售额及增长 10 图10 2005年美国白色家电销售量及增长 12 图11 2005年欧洲白色家电市场销售量及增长 13 图12 2005年日本和韩国白色家电市场销售量及增长 14 图13 2005年印度白色家电市场销售量及增长 15 图14 2004 - 2005年中国白电产业产能状况 16 图15 2001 - 2005年中国白色家电市场销售量及增长 27 图16 2001 - 2005年中国白色家电市场销售额及增长 28 图17 2001 - 2005年中国空调市场销售量及增长 29 图18 2001 - 2005年中国空调市场销售额及增长 29 图19 2001 - 2005年中国空调市场平均价格变化 30 图20 2001 - 2005年中国电冰箱市场销售量及增长 31 图21 2001 - 2005年中国电冰箱市场销售额及增长 31 图22 2001 - 2005年中国洗衣机市场销售量及增长 32 图23 2001 - 2005年中国洗衣机市场销售额及增长 33 图24 2005年消费者购买空调关注要素的偏好 34 图25 2005年中国空调市场销量价格结构 35 图26 2005年中国洗衣机市场价格结构 37 图27 2005年中国空调市场销售量结构(按放置方式划分) 38

图28 2005年中国空调市场销售量产品结构(按制冷方式划分) 38 图29 2005年消费者对变频空调的预期购买偏好 39 图30 2005年中国电冰箱市场销售量结构(按容积划分) 40 图31 2005年中国电冰箱市场销售量结构(按温控方式划分) 41 图32 2005年中国洗衣机市场销售量结构(按洗涤方式划分) 42 图33 2005年中国洗衣机市场销售量结构(按容积划分) 42 图34 2005年中国空调市场品牌销售量结构 45 图35 2004 - 2005年中国空调市场空调品牌内外资市场占有率情况 46 图36 2005年中国电冰箱市场品牌销售量结构 48 图37 2005年中国洗衣机市场品牌销售量结构 50 图38 2006 - 2010年中国空调市场销售量预测 85 图39 2006 - 2010年中国空调市场平均价格预测 86 图40 2006 - 2010年中国空调市场销售额及其增长率预测 87 图41 2006 - 2010年中国电冰箱市场销售量预测 88 图42 2006 - 2010年中国电冰箱市场平均价格预测 89 图43 2006 - 2010年中国电冰箱市场销售额预测 89 图44 2006 - 2010年中国洗衣机市场销售量预测 90 图45 2006 - 2010年中国洗衣机市场平均价格预测 91 图46 2006 - 2010年中国洗衣机市场销售额预测 92

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42865.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](http://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。