



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年白色家电行业投资 策略及深度研究咨询报告

# 一、调研说明

《2012-2016年白色家电行业投资策略及深度研究咨询报告》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/216408.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

2012年，全球经济持续低迷、国内家电刺激政策退出、劳动力等成本优势衰减，内忧外患之下，中国白电企业长期以来依赖的“规模化制造+低成本分销”商业模式，难以适应新环境挑战。在此情况下，白电行业更应注重产业链的整合，以创造新的商业模式。以长虹为代表的家电企业垂直整合全产业链，通过产业协同管理和创新取得了逆势上扬的成绩。长虹压缩机业务居全球第二，冰箱业务居国内三甲，空调业务则位居国内八强。其白电依托“全产业链+高端化运营”战略的发展轨迹值得其他企业借鉴。白色家电经过多年的市场竞争，行业结构逐渐趋于稳定。白色家电行业的竞争格局非常稳定，海尔主导着冰箱、洗衣机市场，格力和美的主导着空调市场，从这三家市场领导者的竞争策略来看，价格战绝对不是首选，技术的升级和服务的深化是主要竞争手段，合理的竞争和创造价值成为企业共识。目前我国家电消费升级，家电消费逐渐由功能单一、差异化小向功能丰富、个性化强转变，居民的消费特点也表现为由重产品、轻服务、价格敏感性强转向产品价格都看重，价格敏感性降低。寻求产品向高端结构、技术创新升级已成为企业抵御市场下滑的有效武器。白电业虽然近期发展受阻，但是其基本面仍是好的，消费升级导致企业品牌的重要性日趋加强，有品牌影响力的企业将在消费升级的过程中享受超越行业平均的增长水平，进一步占据更多市场份额。

2012年全球经济相对低迷引发的需求危机已经传导致实体经济层面，从国内电子上市公司公布的市场半年报业绩来看，全球消费电子企业“衰”声一片，或亏损或业绩下滑，而家电零售业也未能独善其身，业绩相对下滑成为整个行业的发展现状，家电零售业的全球性低迷也预示着整个行业正迎来战略调整。欧债危机的持续发酵引发的全球经济形势动荡打破了中国家电零售业长期以来形成的发展逻辑，家电零售业态开始逐步走向成熟，需求驱动型的产业发展模式正在取代跑马圈地式的规模扩张。以供需链整合为核心的定制性商业模式开始出现，连锁企业正由单向的产品通道转变为紧密连接消费者与制造商并准确创造需求的平台，这是当前连锁业态变革的核心本质。从全球白色家电产业的发展来看，随着其产业链的成熟与生产规模的扩大，呈现出大型白色家电跨国公司由原产地向其他低成本国家或地区转移的趋势。近年来，中国的白色家电产业也已经发展成熟，随着中国劳动力和原材料成本的上涨，中国是否也将会遵循产业转移的规律，实现白色家电的产业转移？

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家工信部、国家海关总署、国务院发展研究中心、国民经济景气监测中心、中华全国商业信息中心、全国商业信息中心、家电行业协会、各家电研究机构等公布和提供的大量资料，对我国的家电行业进行了全面的分析。首先介绍了白电行业的基本知识以及在国内外的

现状等，接着分析了国内白电的市场运行，然后对白电市场进行了调查，并对白电行业主要企业的运行情况进行了总结，最后描绘了白电的发展前景以及投资机会，是白电企业、投资机构、相关单位等准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

## 第一部分 行业发展概述

### 第一章 白色家电行业发展概述 1

#### 第一节 白色家电行业定义 1

##### 一、白色家电定义 1

##### 二、白色家电种类 2

#### 第二节 白色家电行业产业链分析 3

##### 一、上游产业链 3

##### 二、下游产业链 5

### 第二章 白色家电行业特性分析 10

#### 第一节 市场集中度分析 10

##### 一、空调市场集中度 10

##### 二、洗衣机 11

#### 第二节 白色家电行业SWOT分析 12

##### 一、白色家电行业优势 12

##### 二、白色家电行业劣势 13

##### 三、白色家电行业机会 16

##### 四、白色家电行业风险 19

#### 第三节 白色家电行业波特五力模型分析 21

##### 一、波特五力模型分析 21

##### 二、白色家电行业波特五力分析 24

## 第二部分 市场发展分析

### 第三章 国外白色家电行业的发展 35

#### 第一节 世界白色家电产业的发展综述 35

##### 一、全球白色家电产业正逐渐转向中国市场 35

##### 二、世界白色家电巨头加快争夺中国市场 37

## 第二节 2012年全球白色家电市场网络零售消费情况详解 38

### 一、白色家电网络销售渠道 38

### 二、2012年全球白色家电板块进入大规模的板块重组期 43

## 第四章 白色家电行业国外市场发展现状 45

### 第一节 全球白色家电市场现状分析 45

#### 一、国内白色家电市场现状 45

#### 二、国外白色家电市场现状 53

### 第二节 亚洲地区主要国家市场概况 58

#### 一、中国 58

#### 二、日本 61

### 第三节 欧洲地区主要国家市场概况 65

#### 一、德国 65

#### 二、法国 71

### 第四节 美洲地区主要国家市场概况 73

#### 一、美国 73

#### 二、加拿大 77

### 第五节 全球白色家电市场发展趋势 80

#### 一、家电网络化 80

#### 二、家电综合化 81

#### 三、家电电脑化 81

#### 四、我国白色家电“十二五”发展目标 82

## 第三部分 相关行业分析

## 第五章 2012年中国白色家电细分市场运行概况分析--冰箱市场 84

### 第一节 2012年中国冰箱市场运行主要特点分析 84

#### 一、冰箱市场的趋势发展 84

#### 二、2012年我国冰箱市场销售情况 87

#### 三、2012年家电市场进出口情况 90

### 第二节 2012年我国家电市场运行态势分析 92

#### 一、2012年我国冰箱产量统计 92

#### 二、冰箱市场的未来的发展方向 92

三、冰箱市场呈现一二级市场向高端倾斜 94

第三节 2012年中国冰箱市场竞争格局分析 96

一、我国家电市场占有分布特点 96

二、全球冰箱产业向中国转移 103

第四节 2012年中国冰箱行业发展前景及趋势分析 107

一、家电下乡政策分析 107

二、2012年农村冰箱普及概况分析 110

三、农村冰箱市场前景 112

第六章 2009-2012年中国洗衣机行业发展前景和趋势分析 114

第一节 洗衣机行业进入规模竞争时代 114

一、2012年洗衣机市场销售及趋势分析 114

二、我国筒式洗衣机发展分析 116

第二节 变频滚筒洗衣机发展情况 119

一、变频滚筒洗衣机发展现状 119

二、洗衣机未来的发展方向 120

第七章 2012-2016年中国白色家电细分市场运行态势分析--空调市场 124

第一节 2012空调市场现状 124

一、空调市场现状分析 124

二、空调行业销售策略 129

三、外资空调品牌在我国的发展现状 134

第二节 2012年国内空调市场价格形势分析 136

一、国内空调市场价格趋势 136

二、商用空调市场前景 137

第三节 2012-2016年国内空调行业发展趋向预测分析 140

一、空调行业品牌集中度进一步提高 140

二、变频空调迎来发展机会 143

三、欧债危机下空调企业的发展之路 149

第八章 白色家电行业相关产业分析 155

第一节 主要原材料市场情况 155

- 一、铜等原材料价格剧烈波动产生的影响 155
- 二、影响铜、钢铁价格的主要因素 157
- 三、铜、钢材等原材料价格下跌带来白电降价 162
- 四、空调整机盈利受铜价波动影响 165
- 第二节 国际金融环境变化对家电行业影响 167
  - 一、欧债危机下出口面临挑战 167
  - 二、产能过剩 170
- 第三节 企业化解成本压力的措施 174
  - 一、家电企业新产品开发的方向和策略分析 174
  - 二、调整产品结构，实现品牌高端化 185
  - 三、转变企业发展模式 188
- 第四节 贸易保护对家电行业的影响 194
  - 一、人民币不断升值，出口环境日益严峻 194
  - 二、国际竞争加剧将使出口环境更加趋紧 200
  - 三、贸易保护主义更加盛行 204

#### 第四部分 行业竞争分析

#### 第九章 2012-2016年中国白色家电行业优势企业 215

##### 第一节 TCL集团股份有限公司 215

- 一、公司基本概述 215
- 二、公司竞争优势 216
- 三、2011-2012年财务分析 220
- 四、公司发展前景 223

##### 第二节 青岛海尔股份有限公司 226

- 一、公司基本概述 226
- 二、公司竞争优势 228
- 三、2011-2012年财务分析 230
- 四、公司发展前景 232

##### 第三节 格力电器股份有限公司 236

- 一、公司基本概述 236
- 二、公司竞争优势 238
- 三、2011-2012年财务分析 242

四、公司发展前景	245
第四节 海信电器股份有限公司	254
一、公司基本概述	254
二、公司竞争优势	255
三、2011-2012年财务分析	259
四、公司发展前景	262
第五节 美菱电器股份有限公司	268
一、公司基本概述	268
二、公司竞争优势	270
三、财务分析	272
四、公司发展前景	275
第六节 康佳集团股份有限公司	278
一、公司基本概述	278
二、公司竞争优势	280
三、2011-2012年财务分析	282
四、公司发展前景	285
第七节 小天鹅股份有限公司	287
一、公司基本概述	287
二、公司竞争优势	288
三、2011-2012年财务分析	291
四、公司发展前景	295
第十章 2012年金融危机对中国白色家电行业的影响分析	298
第一节 2012年金融危机冲击我国家电行业发展	298
一、行业整体规模出现萎缩	298
二、小家电行业受影响较小	299
三、金融危机下我国白电企业盈利能力疲软	303
第二节 2012年欧债危机下中国家电企业应对措施分析	308
一、注意品牌的推广	308
二、2012年家电市场出口分析	321
第三节 2012年金融危机下中国白电行业面临发展机遇分析	323



- 一、国家政策调整或利好白电行业 323
- 二、跨国收购存在良机 324
- 三、家电行业调整战略，寻求发展 327
- 四、家电行业发展的瓶颈 330

## 第五部分 行业发展趋势与投资

### 第十一章 白色家电行业投资机会与风险 335

#### 第一节 白色家电市场现状总结及前景分析 335

##### 一、白色家电市场趋势 335

##### 二、白色家电行业发展历程 339

##### 三、白色家电行业SWOT分析 341

#### 第二节 2012-2016年白色家电行业投资风险防控 351

##### 一、经济波动风险及控制策略 351

##### 二、市场风险及控制策略分析 354

##### 三、管理风险及控制策略分析 354

## 图表目录

图表：2012年我国液晶电视不同价格段产品市场关注度 51

图表：2011-2012年变频空调关注比例走势分析预测 51

图表：2012年我国液晶电视不同价格段产品关注比例走势 52

图表：2012年我国液晶电视均价走势分析 52

图表：2012年我国液晶电视主流品牌均价对比 53

图表：2008-2012年我国家用冰箱产量统计 87

图表：2008-2012年我国家用冰箱产量统计 87

图表：2012年我国冰箱销售数量统计 90

图表：2012年冰箱市场品牌关注度统计分析 99

图表：2012年我国冰箱市场品牌关注市场排名 99

图表：2012年冰箱市场产品类型关注比例 100

图表：2012年我国冰箱市场不同容积产品关注比例分布 100

图表：2012年我国冰箱市场不同价格段产品关注比例分析 101

图表：2012年我国冰箱市场容声品牌产品关注比例走势 101

图表：2012年我国冰箱市场容声品牌部用产品类型关注比例 102

图表：2008-2012年我国家用洗衣机产量统计 115

图表：2012年洗衣机市场不同价格段产品关注比例分析 115

图表：2012年洗衣机市场占有率排名统计 116

图表：2012年我国洗衣机市场品牌关注度市场对比 116

图表：2012年我国洗衣机市场不同产品类型关注度统计 119

图表：2012年洗衣机市场不同产品类型关注比例走势 120

图表：2012年洗衣机不同容量产品市场关注度统计 120

图表：2012年洗衣机市场不同价格段产品关注比例走势 123

图表：2012年洗衣机市场不同品牌市场产品数量统计 123

图表：2012年空调用户购买目的调查分析 127

图表：2012年中国空调用户现有空调数量分析 127

图表：2012年空调用户现有空调品牌统计分析 128

图表：2012年空调市场品牌关注度分析 128

图表：2012年空调市场品牌关注度排名对比 129

图表：2012年空调市场变频与低频产品关注比例 133

图表：2012年空调用户现有空调使用时间统计 133

图表：2012年空调用户现有空调使用满意度调查分析 134

图表：2012年空调市场不同产品类型关注度 134

图表：2012年空调不同匹数类型销售情况 139

图表：2012年空调用户对于促销方式的选择 140

图表：2012年空调用户购买空调的品牌倾向调查 140

图表：2012年空调用户对空调类型选择分析 145

图表：消费者选购空调时最关注的要素分析 146

图表：消费者购买空调时渠道选择统计 146

图表：消费者在购买空调对无氟空调的选择 147

图表：消费者在购买空调时对空调性能的关注 147

图表：消费者在购买空调对变频、定频的选择 148

图表：消费者对于空调品牌的选择 148

图表：消费者对变频空调温度控制能力的评价 149

图表：基本金属现货价格涨跌幅对比 155

图表：2011-2012年有色金属矿采选与冶炼行业毛利率走势 156

图表：2011-2012年国内外铜价走势图 157

图表：2008-2012年我国黑色金属购进价格指数 162

图表：2008-2012年我国工业出厂价格指数 165

图表：2008-2012年我国一般日用品出厂价格指数 188

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司每股指标分析 220

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司成长能力分析 220

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司盈利能力分析 221

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司盈利质量分析 221

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司运营能力分析 221

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司财务风险指标分析 221

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司资产负债表分析 222

图表：2011-2012年TCL集团股份有限公司利润表分析 222

图表：2011-2014年TCL集团股份有限公司盈利预测 222

图表：2011-2014年营业收入预测 223

图表：2011-2014年净利润增长预测 223

图表：2011-2012年青岛海尔股份有限公司每股指标分析 230

图表：2011-2012年青岛海尔股份有限公司成长能力分析 230

图表：2011-2012年青岛海尔股份有限公司盈利能力指标分析 230

图表：2011-2012年青岛海尔股份有限公司盈利质量指标分析 231

图表：2011-2012年青岛海尔股份有限公司运营能力指标分析 231

图表：2011-2012年青岛海尔股份有限公司财务风险指标分析 231

图表：2011-2012年青岛海尔股份有限公司资产负债表分析 231

图表：2011-2012年青岛海尔股份有限公司利润表分析 232

图表：2011-2012年格力电器股份有限公司每股指标分析 242

图表：2011-2012年格力电器股份有限公司成长能力分析 242

图表：2011-2012年格力电器股份有限公司盈利能力分析 242

图表：2011-2012年格力电器股份有限公司盈利质量分析 242

图表：2011-2012年格力电器股份有限公司运营能力分析 243

图表：2011-2012年格力电器股份有限公司财务风险指标 243

图表：2011-2012年格力电器股份有限公司资产负债表分析 243

图表：2011-2012年格力电器股份有限公司利润表分析 243

图表：2011-2014年格力电器股份有限公司每股收益预测 244

图表：2011-2014年格力电器股份有限公司净利润增长预测 244

图表：2012-2014年格力电器股份有限公司营业收入预测 245

图表：2011-2012年海信电器股份有限公司每股指标分析 259

图表：2011-2012年海信电器股份有限公司成长能力分析 260

图表：2011-2012年海信电器股份有限公司盈利能力分析 260

图表：2011-2012年海信电器股份有限公司盈利质量分析 260

图表：2011-2012年海信电器股份有限公司运营能力分析 260

图表：2011-2012年海信电器股份有限公司财务风险分析 261

图表：2011-2012年海信电器股份有限公司资产负债表分析 261

图表：2011-2012年海信电器股份有限公司利润表分析 261

图表：2011-2014年海信电器股份有限公司每股盈利预测 262

图表：2011-2014年海信电器股份有限公司净利润增长预测 262

图表：2011-2012年美菱电器股份有限公司每股指标分析 272

图表：2011-2012年美菱电器股份有限公司成长能力分析 272

图表：2011-2012年美菱电器股份有限公司盈利能力分析 272

图表：2011-2012年美菱电器股份有限公司盈利质量分析 273

图表：2011-2012年美菱电器股份有限公司运营能力分析 273

图表：2011-2012年美菱电器股份有限公司财务风险分析 273

图表：2011-2012年美菱电器股份有限公司资产负债表分析 273

图表：2011-2012年美菱电器股份有限公司利润表分析 274

图表：2011-2014年美菱电器股份有限公司盈利增长预测 274

图表：2011-2014年美菱电器股份有限公司净利润增长预测 274

图表：2011-2014年美菱电器股份有限公司营业收入预测 275

图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司每股指标分析 282

图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司成长能力分析 282

图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司盈利能力分析 282

图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司盈利能力分析 282

图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司财务风险指标分析 283

图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司资产负债表分析 283

图表：2011-2012年康佳集团股份有限公司利润表分析 283

图表：2011-2014年康佳集团股份有限公司盈利增长预测 284

图表：2011-2014年康佳集团股份有限公司净利润增长预测 284

图表：2011-2014年康佳集团股份有限公司营业收入增长预测 285

图表：2011-2012年小天鹅股份有限公司每股指标分析 291  
图表：2011-2012年小天鹅股份有限公司成长能力指标 291  
图表：2011-2012年小天鹅股份有限公司盈利质量指标 292  
图表：2011-2012年小天鹅股份有限公司盈利质量指标 292  
图表：2011-2012年小天鹅股份有限公司运营能力指标分析 292  
图表：2011-2012年小天鹅股份有限公司财务风险指标 292  
图表：2011-2012年小天鹅股份有限公司资产负债表分析 293  
图表：2011-2012年小天鹅股份有限公司利润表分析 293  
图表：2011-2012年小天鹅股份有限公司收益增长预测 294  
图表：2011-2014年小天鹅股份有限公司净利润预测 294  
图表：2011-2014年小天鹅股份有限公司营业收入预测 295  
图表：2008-2012年我国生产者购进价格数299  
略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/216408.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。