



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国白色家电市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国白色家电市场发展现状及战略咨询报告》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/277402.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

白色家电指可以替代人们家务劳动的电器产品，主要包括洗衣机、部分厨房电器和改善生活环境提高物质生活水平（如空调、电冰箱等）。早期这些家电大多是白色的外观，因此得名。目前中国大陆是世界上最大的白色家电生产基地。

2009年12月，世界著名的消费市场研究机构欧洲透视（Euromonitor）发布最新数据，中国海尔在世界白色家电品牌中排名第一，全球市场占有率5.1%。这是中国白色家电首次成为全球第一品牌。

2011年1月1日起，《废弃电器电子产品回收处理管理条例》正式实行，电器产品生产者需对冰箱、洗衣机等5类产品支付0.5%的废弃电子产品处理基金。另外，受流动性宽裕和供应紧张预期影响，国际铜价自2010年12月中上旬突破9000美元/吨，并一路上扬。

2015年年末白电行业整体存货规模为356.40亿元，同比下滑9.11%；2016年一季度存货为304.53亿元，同比下滑6.51%；具体到上市公司层面，2015年年末美的集团企业库存同比大幅下滑30.43%，带动行业整体存货有所下滑；而2016年一季度虽然海尔、小天鹅、惠而浦等公司存货延续涨势，但由于格力及美的在去库存背景下存货同比分别下滑12.28%及9.96%，行业整体存货规模持续回落；总的来说，空调行业渠道去库存背景下行业整体存货规模有所收缩也在预期之中。白电行业各上市公司存货同比变动一览

品牌	15Q4	14Q4	同比变动	16Q1	15Q1	同比变动
格力电器	94.74	85.99	10.18%	53.42	60.9	-12.28%
美的集团	104.49	150.2	-30.43%	99.31	110.29	-9.96%
青岛海尔	85.59	75.58	13.24%	80.31	73.11	9.85%
小天鹅A	7.45	6.06	22.94%	5.37	4.6	16.74%
惠而浦	9.93	9.54	4.09%	8.94	8.52	4.93%
美菱电器	15.44	17.66	-12.57%	15.33	16.96	-9.61%
奥马电器	6.32	7.95	-20.50%	5.94	8.77	-32.27%
春兰股份	9.74	9.97	-2.31%	9.66	9.77	-1.13%
海信科龙	22.7	29.16	-22.15%	26.25	32.8	-19.97%
合计	356.4	392.11	-9.11%	304.53	325.72	-6.51%

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第1章：中国白色家电行业产业链分析

1.1 白色家电行业产业链简介

1.1.1 白色家电行业相关综述

(1) 定义

(2) 家电的分类

1.1.2 白色家电行业产业链简介

1.1.3 白色家电产业链上游行业分布

(1) 上游原材料

(2) 上游零部件行业

1.1.4 白色家电产业链中游行业分布

1.1.5 白色家电产业链下游行业分布

(1) 家电连锁

(2) 百货商店和大型超市

(3) 零散家电卖场、家电商店

(4) 各家电厂商自建的渠道

1.2 白色家电零部件——家电线束市场分析

1.2.1 我国线束产业市场规模分析

1.2.2 家电线束产业影响因素分析

1.2.3 家电线束产业应用领域分析

1.2.4 家电线束生产厂家经营分析

(1) 常州时利电子有限公司

1) 公司简介

2) 产品展示

3) 合作伙伴

(2) 深圳市得润电子股份有限公司

1) 企业简介

2) 公司大事记

3) 经营情况

1、企业主要经济指标分析

2、企业盈利能力分析

3、企业运营能力分析

4、企业偿债能力分析

5、企业发展能力分析

4) 企业最新发展动态分析

(3) 派纳维森(苏州)线束系统有限公司

1) 企业简介

2) 产品介绍

(4) 青岛吉瑞鑫电子有限公司

1) 企业简介

2) 经营领域

3) 业务能力

(5) 昆山品联电子有限公司

(6) 东莞志业电子有限公司

1) 企业简介

2) 企业人员构成

3) 企业产品展示

4) 企业合作伙伴

1.2.5 家电线束产品安全标准分析

1.2.6 家电线束产业技术风险分析

1.2.7 家电线束技术发展趋势分析

1.3 白色家电零部件——压缩机市场分析

1.3.1 压缩机产业经济运行情况分析

1.3.2 压缩机产业市场需求分析

(1) 市场需求疲软,产品销售、订货增长依然乏力

(2) 出口产品稳步增长

1.3.3 压缩机生产厂家分布情况

1.3.4 压缩机产业新产品研发、转型升级结构调整情况分析

1.3.5 压缩机行业基础建设及技改情况分析

1.3.6 压缩机行业重组并购分析

(1) 开山压缩机与卧龙电气联合出资设立合资公司

(2) 上海信然压缩机公司重组生产基地将搬迁至江苏徐州

(3) 阿特拉斯 科普柯收购新西兰兰卡斯特集团的压缩机分销和服务业务

1.4 白色家电零部件——电机市场分析

1.4.1 电机产业生产能力分析

(1) 交流电机

(2) 直流电动机

1.4.2 电机产业市场需求分析

1.4.3 电机生产厂家经营分析

1.4.4 电机技术发展趋势分析

(1) 设计技术

(2) 制造技术

(3) 集成技术

(4) 检验技术

1.4.5 电机企业经营效益分析

1.5 白色家电产业下游分析

1.5.1 白色家电品牌商发展分析

1.5.2 白色家电零售商发展分析

1.5.3 白色家电个人消费者分析

第2章：全球白色家电市场发展分析

2.1 全球白色家电行业市场现状

2.1.1 全球白色家电行业市场特点分析

2.1.2 全球白色家电行业市场规模分析

2.1.3 全球白色家电行业品牌分析

2.1.4 全球白色家电行业市场格局分析

2.1.5 全球白色家电行业细分市场分析

(1) 全球空调市场发展状况分析

(2) 全球洗衣机市场发展状况分析

(3) 全球电冰箱市场发展状况分析

2.2 日本白色家电市场分析

2.2.1 日本白色家电市场状况分析

2.2.2 日本白色家电企业表现情况

(1) 总体表现情况

(2) 大金与松下

2.2.3 日本白色家电市场的销售渠道

(1) 东芝与创维在白电领域展开深度合作，通过创维渠道重返中国白电市场

(2) 合作方式与前景

2.2.4 日本白色家电市场的消费者分析

- (1) 日本家电商战升温，消费者因电价提升追求节能产品
- (2) 消费者越来越注重内容、应用和操作简单性

2.3 德国白色家电市场分析

2.3.1 德国白色家电市场状况分析

2.3.2 德国白色家电行业厂商介绍

2.3.3 德国白色家电市场的销售渠道

- (1) 家电专业连锁店
- (2) 采购集团

2.3.4 德国白色家电市场的消费者分析

2.4 韩国白色家电市场分析

2.4.1 韩国白色家电市场状况分析

2.4.2 韩国白色家电行业厂商介绍

- (1) 韩国三星集团
- (2) 韩国LG集团

2.4.3 韩国白色家电市场的销售渠道

- (1) LG在中国销售情况
- (2) 韩国白电企业在美国销售情况

2.4.4 韩国白色家电市场的消费者分析

2.5 美国白色家电市场分析

2.5.1 美国白色家电市场状况分析

2.5.2 美国白色家电行业厂商介绍

- (1) 通用电气公司
- (2) 惠而浦公司
- (3) 美泰克公司
- (4) 开利公司
- (5) 约克公司
- (6) 富达工业集团

2.5.3 美国白色家电市场的销售渠道

2.5.4 美国白色家电市场的消费者分析

第3章：中国白色家电行业发展现状

3.1 行业发展的阶段与周期

3.1.1 行业生命周期理论

3.1.2 行业周期判断标准

3.1.3 行业发展阶段判断

3.2 行业发展现状分析

3.2.1 行业市场发展现状

3.2.2 行业市场发展趋势

- (1) 白色家电内部正在悄然加快"智能化"的步伐
- (2) 跳出产品，真正回归用户需求来打造智能化白电产品
- (3) 白电产品线上销量大增，高端化成发展趋势

1) 白电产品线上销量大增

2) 高端化成发展趋势

- (4) 消费升级带动产业升级
- (5) 跨界融合是必然趋势

3.2.3 行业发展问题解析

- (1) 产量库存仍处高位
- (2) 行业进入调整期

3.2.4 行业发展阻碍因素

- (1) "互联网"企业纷纷进入家电行业
- (2) 黑白家电混战
- (3) 宏观经济影响，商品房销售下跌

3.3 白色家电行业运行状况分析

3.3.1 白色家电行业经营效益分析

3.3.2 白色家电行业盈利能力分析

2015 年白电行业整体毛利率为27.73%，同比下滑1.39 个百分点，其中四季度为27.65%，同比下滑4.09 个百分点；2016 年一季度行业整体毛利率为29.76%，同比提升1.93 个百分点；整体而言2015 年受渠道去库存拖累营收增速影响，白电毛利率中枢有所下行，但随着去库存成效渐显，行业在结构升级及原材料成本相对低位带动下毛利率仍将回归上行通道。 2009-2016年中国白电行业整体毛利率

3.3.3 白色家电行业运营能力分析

3.3.4 白色家电行业偿债能力分析

3.3.5 白色家电行业发展能力分析

第4章：中国白色家电行业竞争格局分析

4.1 白色家电行业主要参与主体分析

4.1.1 白色家电行业参与主体分析

4.1.2 国内白色家电企业结构特征

4.2 白色家电行业参与者进入模式分析

4.2.1 国有大型企业进入模式

（1）进入市场模式分类

（2）青岛海尔进入世界市场模式

1) 海尔在美国市场进入模式

2) 海尔在欧洲市场进入模式

3) 海尔在非洲市场进入模式

4.2.2 外资企业进入模式分析

4.2.3 国内民营企业进入模式

4.3 国内白色家电行业竞争格局

4.3.1 国际白色家电企业在华竞争分析

（1）国际白色家电企业跨国投资情况

（2）国际白色家电企业在华经营效益

（3）跨国公司在华市场竞争策略分析

4.3.2 国内白色家电行业集中度分析

（1）格力一家独大，占据一半以上关注比例

（2）中国洗衣机市场依旧保持着海尔一家独大、西门子领跑第二阵营的市场关注格局

（3）海尔蝉联品牌关注榜冠军，西门子领跑第二阵营

4.4 白色家电行业并购重组分析

4.4.1 白色家电行业并购重组驱动因素

（1）品牌优势驱使

（2）企业内部管理失误

（3）应对跨国家电公司的竞争

4.4.2 白色家电行业并购重组规模分析

（1）国际白色家电企业并购重组分析

1) 惠而浦收购合肥三洋

2) 惠而浦宣布拟斥资7.58亿欧元收购意黛喜

(2) 国内白色家电企业并购重组分析

- 1) 长虹收购美菱获证监会批准
- 2) 美的16.8亿成功收购小天鹅24.01%股权
- 3) 青岛海尔拟54亿美元并购通用电气家电业务
- 4) 海尔通过海外收购，奠定全球白电霸主地位

4.4.3 白色家电行业并购重组趋势与建议

(1) 我国家电产业集团化、整合化发展趋势明显

(2) 家电企业并购重组建议

(3) 案例分析

4.5 白色家电行业竞争程度分析

4.5.1 白色家电行业上下游议价能力

(1) 白色家电行业上游议价能力

1) 上游原材料

2) 上游零部件

(2) 白色家电行业下游议价能力

4.5.2 白色家电行业现有竞争者分析

4.5.3 白色家电行业潜在进入者分析

4.5.4 白色家电行业替代品威胁分析

4.5.5 白色家电行业竞争五力分析总结

4.5.6 白色家电行业竞争情况分析

(1) 竞争现状分析

- 1) 外资品牌国内市场份额有所下降
- 2) 农村市场需求增长，未来市场集中度将进一步提升
- 3) 白电行业竞争格局稳定
- 4) 中国的家电行业在全球具备相当好的竞争力提升潜质

(2) 核心竞争要素分析

1) 成本

2) 品牌和体验

3) 技术创新能力

第5章：中国白色家电行业细分市场投资前景分析

5.1 洗衣机市场投资前景分析

5.1.1 洗衣机市场容量及预测

(1) 洗衣机行业发展现状

(2) 洗衣机行业市场容量预测

5.1.2 洗衣机市场投资风险分析

(1) 市场风险

(2) 成本风险

(3) 政策风险

5.1.3 洗衣机市场竞争现状分析

(1) 产品格局分析

(2) 品牌竞争分析

5.1.4 洗衣机市场投资机会分布

(1) 产品类型

(2) 营销渠道

(3) 市场布局

5.1.5 洗衣机市场投资回报预测

5.2 电冰箱市场投资前景分析

5.2.1 电冰箱市场容量及预测

(1) 我国电冰箱行业发展现状

2015年1-12月中国冰箱出口数量为3,966万台，同比增长2%；2015年1-12月中国冰箱出口金额为5,445,731千美元，同比下降2.6%。2015年1-12月中国冰箱出口量统计表如下表所示：2015

2015年1-12月中国冰箱出口量统计表											
月份	数量（万台）	金额（千美元）	数量同比（%）	金额同比（%）	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
1月	315	448,171	-0.5	0	2月	301	414,424	51.8	43.2	3月	278
2月	301	414,424	51.8	43.2	3月	278	383,756	-8.6	-10.7	4月	361
3月	278	383,756	-8.6	-10.7	4月	361	483,679	-5.4	-7.2	5月	412
4月	361	483,679	-5.4	-7.2	5月	412	544,455	1.7	-1	6月	375
5月	412	544,455	1.7	-1	6月	375	514,340	6.7	1.2	7月	366
6月	375	514,340	6.7	1.2	7月	366	509,987	-5.7	-11.2	8月	351
7月	366	509,987	-5.7	-11.2	8月	351	483,047	3.7	-4.9	9月	310
8月	351	483,047	3.7	-4.9	9月	310	456,473	-4.2	-3	10月	317
9月	310	456,473	-4.2	-3	10月	317	426,145	5.3	-4.4	11月	270
10月	317	426,145	5.3	-4.4	11月	270	369,506	-7.5	-13.3	12月	311
11月	270	369,506	-7.5	-13.3	12月	311	414,506	8.6	-1.7		
12月	311	414,506	8.6	-1.7							

(2) 电冰箱市场容量预测

5.2.2 电冰箱市场投资风险分析

5.2.3 电冰箱市场竞争现状分析

(1) 产品格局分析

(2) 品牌竞争分析

5.2.4 电冰箱市场投资机会分布

(1) 节能冰箱

(2) 智能化冰箱

(3) 大容量冰箱

5.2.5 电冰箱市场投资回报预测

5.3 空调市场投资前景分析

5.3.1 空调市场容量预测

(1) 我国空调行业发展现状

(2) 空调市场容量预测

5.3.2 空调市场投资风险分析

5.3.3 空调市场竞争现状分析

(1) 产品格局分析

(2) 品牌竞争分析

5.3.4 空调市场投资机会分布

(1) 高端产品

(2) 智能产品

5.3.5 空调市场投资回报预测

5.4 微波炉市场投资前景分析

5.4.1 微波炉市场容量预测

(1) 我国微波炉行业发展现状

(2) 我国微波炉市场容量预测

5.4.2 微波炉市场投资风险分析

(1) 市场风险

(2) 技术风险

5.4.3 微波炉市场竞争现状分析

(1) 产品格局分析

(2) 品牌竞争分析

5.4.4 微波炉市场投资机会分布

(1) 智能产品

(2) 多功能产品

5.4.5 微波炉市场投资回报预测

5.5 电饭煲市场投资前景分析

5.5.1 电饭煲市场容量预测

(1) 电饭煲市场发展现状

(2) 电饭煲市场容量预测

5.5.2 电饭煲市场投资风险分析

(1) 政策风险

(2) 技术风险

(3) 产品结构风险

5.5.3 电饭煲市场竞争现状分析

(1) 产品格局分析

1) 电饭煲容积

2) 电饭煲功率

(2) 品牌竞争分析

5.5.4 电饭煲市场投资机会分布

(1) IH加热型产品

(2) 线上市场

5.5.5 电饭煲市场投资回报预测

第6章：中国白色家电行业盈利增长空间分析

6.1 白色家电行业盈利影响因素

6.1.1 白色家电行业盈利来源分析

(1) 白色家电行业主要盈利点分析

(2) 白色家电行业未来利润增长点

1) 研发智能化产品

2) 开拓线上营销渠道

6.1.2 国家宏观引导政策分析

(1) 家电下乡政策

(2) 《关于加快中国家用电器行业转型升级的指导意见》

(3) 节能产品惠民工程

(4) 《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》

6.1.3 白色家电行业管理效率与成本

6.1.4 白色家电行业设备及技术因素

6.2 白色家电行业盈利模式分析

6.2.1 白色家电行业现有盈利模式及代表企业

(1) 低价格盈利模式

(2) 品牌盈利模式

(3) 渠道领先盈利模式

(4) 区域领先盈利模式

6.2.2 白色家电行业盈利模式分析

(1) 洗衣机、电冰箱行业盈利模式

1) 产品设计研发+自主品牌+制造生产+订单处理+批发经营+零售

2) OEM+外贸销售

(2) 空调行业盈利模式

1) 差异化产品

2) 技术更新

(3) 电饭煲行业盈利模式

1) 自有品牌销售

2) OEM代工生产

3) ODM(自行设计,贴牌生产)和OBM(自创品牌)

6.2.3 白色家电行业盈利模式创新

6.3 白色家电行业成本费用分析

6.3.1 白色家电行业整体成本费用分析

6.3.2 不同子行业成本结构分析

(1) 洗衣机成本结构

(2) 电冰箱成本结构

(3) 空调成本结构

(4) 微波炉成本结构

(5) 电饭煲成本结构

6.3.3 白色家电行业成本费用变化趋势

6.4 白色家电行业利润空间拓展

6.4.1 白色家电企业开拓三四级市场

6.4.2 白色家电企业创新业务模式

(1) 长虹建立创投基金

(2) 海尔实施三化战略

(3) TCL建设创新孵化基地

(4) 美的搭建创新平台

第7章：中国白色家电行业标杆企业经营分析

7.1 青岛海尔股份有限公司经营分析

7.1.1 企业基本信息

7.1.2 白色家电产品结构

7.1.3 销售渠道及营销网络

7.1.4 企业经营情况分析

(1) 主要经济指标

(2) 盈利能力分析

(3) 运营能力分析

(4) 偿债能力分析

(5) 发展能力分析

7.1.5 企业竞争优势劣势分析

7.1.6 企业最新发展动向分析

7.2 四川长虹电器股份有限公司经营分析

7.2.1 企业基本信息

7.2.2 白色家电产品结构

7.2.3 销售渠道及营销网络

7.2.4 企业经营情况分析

(1) 主要经济指标

(2) 盈利能力分析

(3) 运营能力分析

(4) 偿债能力分析

(5) 发展能力分析

7.2.5 企业竞争优势劣势分析

7.3 美的集团股份有限公司经营分析

7.3.1 企业基本信息

7.3.2 白色家电产品结构

7.3.3 销售渠道及营销网络

7.3.4 企业经营情况分析

(1) 主要经济指标

(2) 盈利能力分析

(3) 运营能力分析

(4) 偿债能力分析

(5) 发展能力分析

7.3.5 企业竞争优势劣势分析

7.4 珠海格力电器股份有限公司经营分析

7.4.1 企业基本信息

7.4.2 白色家电产品结构

7.4.3 销售渠道及营销网络

7.4.4 企业经营情况分析

(1) 主要经济指标

(2) 盈利能力分析

(3) 运营能力分析

(4) 偿债能力分析

(5) 发展能力分析

7.4.5 企业竞争优势劣势分析

7.4.6 企业最新发展动向分析

7.5 青岛海信电器股份有限公司经营分析

7.5.1 企业基本信息

7.5.2 白色家电产品结构

7.5.3 销售渠道及营销网络

7.5.4 企业经营情况分析

(1) 主要经济指标

(2) 盈利能力分析

(3) 运营能力分析

(4) 偿债能力分析

(5) 发展能力分析

7.5.5 企业竞争优势劣势分析

7.6 海信科龙电器股份有限公司经营分析

7.6.1 企业基本信息

7.6.2 白色家电产品结构

7.6.3 销售渠道及营销网络

7.6.4 企业经营情况分析

(1) 主要经济指标

(2) 盈利能力分析

(3) 运营能力分析

(4) 偿债能力分析

(5) 发展能力分析

7.6.5 企业竞争优势劣势分析

7.7 合肥美菱股份有限公司经营分析

7.7.1 企业基本信息

7.7.2 白色家电产品结构

7.7.3 销售渠道及营销网络

7.7.4 企业经营情况分析

(1) 主要经济指标

(2) 盈利能力分析

(3) 运营能力分析

(4) 偿债能力分析

(5) 发展能力分析

7.7.5 企业竞争优势劣势分析

7.7.6 企业最新发展动向分析

7.8 江苏春兰制冷设备股份有限公司经营分析

7.8.1 企业基本信息

7.8.2 白色家电产品结构

7.8.3 销售渠道及营销网络

7.8.4 企业经营情况分析

(1) 主要经济指标

(2) 盈利能力分析

(3) 运营能力分析

(4) 偿债能力分析

(5) 发展能力分析

7.8.5 企业竞争优势劣势分析

7.9 无锡小天鹅股份有限公司经营分析

7.9.1 企业基本信息

7.9.2 白色家电产品结构

7.9.3 销售渠道及营销网络

7.9.4 企业经营情况分析

- (1) 主要经济指标
- (2) 盈利能力分析
- (3) 运营能力分析
- (4) 偿债能力分析
- (5) 发展能力分析

7.9.5 企业竞争优势劣势分析

7.10 澳柯玛股份有限公司经营分析

7.10.1 企业基本信息

7.10.2 白色家电产品结构

7.10.3 销售渠道及营销网络

7.10.4 企业经营情况分析

- (1) 主要经济指标
- (2) 盈利能力分析
- (3) 运营能力分析
- (4) 偿债能力分析
- (5) 发展能力分析

7.10.5 企业竞争优势劣势分析

7.10.6 企业最新发展动向分析

第8章：中国白色家电行业前景预测与投资战略规划

8.1 白色家电行业融资模式分析

8.1.1 债权融资模式

8.1.2 内源融资模式

8.1.3 租赁融资模式

8.2 白色家电行业发展前景预测

8.2.1 白色家电行业前景影响因素

- (1) 白色家电行业政策影响分析 (P)
- (2) 白色家电行业经济影响因素 (E)
- (3) 白色家电行业社会影响因素 (S)
- (4) 白色家电行业技术影响因素 (T)

8.2.2 白色家电行业竞争趋势分析

- (1) 竞争由大城市转向中小城市
- (2) 竞争由国内企业间延伸到国际间
- (3) 小型企业面临挑战

8.2.3 白色家电行业投资规模预测

- (1) 白色家电行业整体投资规模预测
- (2) 白色家电行业子行业投资规模预测

1) 洗衣机市场

2) 电冰箱市场

3) 空调市场

4) 微波炉市场

5) 电饭煲市场

8.3 白色家电行业投资战略规划

8.3.1 白色家电行业投资风险分析

- (1) 技术风险
- (2) 供求风险
- (3) 产品结构风险
- (4) 其他风险

8.3.2 白色家电行业投资机会分析

- (1) 智能高端产品是投资的主要方向
- (2) 三四级城市是投资的主要市场

8.3.3 白色家电企业战略布局建议

8.3.4 白色家电行业投资重点建议

- (1) 转向农村领域
- (2) 投向饱和程度低的领域
- (3) 投向出口具有品牌支撑的领域
- (4) 投资高端电器产品
- (5) 发展网购渠道 (AK WZY)

图表目录：

图表1：白色家电简介

图表2：家电按功能分类

图表3：家电按外观分类

图表4：家电按功能+外观分类

图表5：家电按技术分类

图表6：家电按商场分类

图表7：白色家电行业产业链示意图

图表8：白色家电原材料成本占比分析（单位：%）

图表9：白色家电工业区及转移承接区

图表10：家电（包括黑白电和小家电）各种渠道销售额占比情况（单位：%）

图表11：国内主要白电企业专卖店数量及销售占比（单位：家，%）

图表12：2007-2015年中国线束产业市场规模（单位：亿元）

图表13：2012-2018年中国线束产业生产情况及预测（单位：亿套）

图表14：2007-2015年中国线束消费量情况（单位：亿套）

图表15：我国家电线束产业影响因素

图表16：2013-2015年我国家用空调行业运行情况对比（单位：万台，%）

图表17：常州时利电子有限公司基本信息情况表

图表18：常州时利电子有限公司产品展示

图表19：常州时利电子有限公司合作伙伴

图表20：深圳市得润电子股份有限公司基本信息情况表

图表21：深圳市得润电子股份有限公司大事年表

图表22：2012-2016年深圳市得润电子股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表23：2012-2016年深圳市得润电子股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表24：2012-2016年深圳市得润电子股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表25：2012-2016年深圳市得润电子股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表26：派纳维森（苏州）线束系统有限公司基本信息情况表

图表27：派纳维森（苏州）线束系统有限公司产品简介

图表28：派纳维森（苏州）线束系统有限公司产品展示

图表29：青岛吉瑞鑫电子有限公司基本信息情况表（单位：万元）

图表30：青岛吉瑞鑫电子有限公司产品展示

图表31：昆山品联电子有限公司产品展示

图表32：东莞志业电子有限公司企业简介

图表33：东莞志业电子有限公司白色家电线束部分产品展示

图表34：东莞志业电子有限公司合作伙伴

图表35：2015年我国压缩机产业经济运行情况（单位：家，亿元，万台，%）

图表36：2015年压缩机产业76家产业协会会员经济运行情况（单位：家，亿元，万台，人，%）

图表37：2013-2015年我国压缩机产业需求规模（单位：万元）

图表38：2013-2015年我国压缩机产业完成出口交货值（单位：万元）

图表39：2011-2015年我国压缩机产业完成出口交货值占销售产值比重（单位：%）

图表40：2006-2015年全国交流电动机产量及其增长年度统计图（单位：万千瓦，%）

图表41：2012-2015年交流电机制造行业销售收入前十位企业（单位：亿元）

图表42：2012-2015年交流电机制造行业利润总额前十位企业（单位：亿元）

图表43：2016年全球白色家电行业十大品牌排名

图表44：1990年以来我国居民每百户年末主要白色家电拥有量（单位：台）

图表45：2011-2015年全球白色家电行业市场规模及趋势（单位：亿美元，%）

图表46：2014-2016年全球洗衣机行业市场销量及趋势（单位：万台，%）

图表47：2005-2016年全球电冰箱行业出货总量及趋势（单位：亿美元，%）

图表48：2014-2016年日本白色家电市场状况（单位：亿日元，%）

图表49：大金近15年收入增速和净利率变化情况（单位：%）

图表50：松下电器近15年收入增速和净利率变化情况（单位：%）

图表51：2014-2015财年西门子经营情况（单位：亿欧元）

图表52：德国主要家电连锁公司（单位：家）

图表53：Samsung近10年收入增速和净利率变化情况（单位：%）

图表54：韩国LG集团简介

图表55：LG近10年收入增速和净利率变化情况（单位：%）

图表56：美国白电市场占有率（单位：%）

图表57：行业周期判断标准

图表58：白色家电行业所处生命周期

图表59：2016年1季度我国的家电网购市场规模（单位：亿元）

图表60：2016年1季度我国的白色家电分产品线上市场规模（单位：万台，亿元）

图表61：2016年1季度我国的白色家电高端化产品市场占有率（单位：%）

图表62：2012-2016年家电产业预警灯号图

图表63：1990-2015年我国商品房销售面积走势（单位：万平方米）

图表64：2013-2015年我国白色家电行业销售收入情况（单位：亿元）

图表65：2015年我国10家上市白电企业盈利能力分析（单位：%）

图表66：2015年我国10家上市白电企业运营能力分析（单位：%）

图表67：2015年我国10家上市白电企业偿债能力分析（单位：%）

图表68：2015年我国10家上市白电企业发展能力分析（单位：%）

图表69：白色家电行业参与主体

图表70：2016年1季度三大白电企业主要产品占比（按营业收入）（单位：%）

图表71：2016年1季度中国空调市场品牌关注比例分布（单位：%）

图表72：2015年中国洗衣机市场品牌关注比例分布（单位：%）

图表73：2015年中国冰箱市场品牌关注比例分布（单位：%）

图表74：合肥荣事达三洋电器股份有限公司收购前股份构成（单位：%）

图表75：合肥荣事达三洋电器股份有限公司收购后股份构成（单位：%）

图表76：白色家电行业竞争五力分析模型

图表77：空调企业品牌集中度（单位：个，台，%）

图表78：劳动力成本对白电企业生产成本的敏感性影响（单位：%）

图表79：2010-2016年我国家用洗衣机产量情况（单位：万台，%）

图表80：2010-2016年我国家用洗衣机销量情况（单位：万台，%）

图表81：2010-2016年我国家用洗衣机产销率走势图（单位：%）

图表82：2016-2022年我国家用洗衣机市场规模预测（单位：万台）

图表83：2016年1季度我国洗衣机线下、线上市场产品格局（单位：%）

图表84：2015年度我国洗衣机在线零售市场品牌竞争情况（单位：%）

图表85：2010-2016年我国电冰箱产量及增速（单位：万台，%）

图表86：2010-2016年我国电冰箱销量及增速（单位：万台，%）

图表87：2016-2022年我国电冰箱市场规模预测（单位：万台）

图表88：2016年1季度我国电冰箱市场产品格局（单位：%）

图表89：2010-2016年我国空调产量情况（单位：万台，%）

图表90：2010-2016年我国空调销量情况（单位：万台，%）

图表91：2010-2016年我国空调产销率走势图（单位：%）

图表92：2016-2022年我国空调市场规模预测（单位：万台）

图表93：2010-2016年我国微波炉产量走势图（单位：万台，%）

图表94：2010-2016年我国微波炉出口情况分析（单位：万台，百万美元）

图表95：2016-2022年微波炉市场规模预测（单位：万台）

图表96：2015年我国微波炉市场不同操作方式关注比例（单位：%）

图表97：2015年我国微波炉市场品牌关注比例（单位：%）

图表98：2010-2016年电饭煲产量情况（单位：万台，%）

图表99：2010-2016年电饭煲销量情况（单位：万台，%）

图表100：2010-2016年电饭煲产销率走势图（单位：%）

图表101：2016-2022年电饭煲销量情况（单位：万台）

图表102：2015年我国电饭煲产品容积关注比例（单位：%）

图表103：2015年我国电饭煲产品功率关注比例（单位：%）

图表104：2016年3月电饭煲网络零售销售额排名（单位：%）

图表105：我国家电下乡行业进程及白色家电行业的影响分析

图表106：《关于加快中国家用电器行业转型升级的指导意见》的内容及对白色家电行业的影响分析

图表107：节能产品惠民工程内容及对白色家电行业的影响分析

图表108：白色家电行业主要成本分析

图表109：2011-2016年白色家电行业典型企业三项费用增长率分析（单位：%）

图表110：洗衣机成本构成情况（单位：%）

图表111：电冰箱成本构成情况（单位：%）

图表112：空调成本构成情况（单位：%）

图表113：微波炉成本构成情况（单位：%）

图表114：电饭煲成本构成情况（单位：%）

图表115：青岛海尔股份有限公司基本信息表

图表116：截至2015年底青岛海尔股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系图

图表117：2016年1季度青岛海尔股份有限公司产品结构（按营业收入）（单位：%）

图表118：2016年1季度青岛海尔股份有限公司产品销售区域分布（按营业收入）（单位：%）

图表119：2011-2016年青岛海尔股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表120：2011-2016年青岛海尔股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表121：2011-2016年青岛海尔股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表122：2011-2016年青岛海尔股份有限公司偿债能力分析（单位：%）

图表123：2011-2016年青岛海尔股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表124：青岛海尔股份有限公司优劣势分析

图表125：四川长虹电器股份有限公司基本信息表

图表126：截至2015年底四川长虹电器股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系图

图表127：2016年1季度四川长虹电器股份有限公司产品结构（按营业收入）（单位：%）

图表128：2016年1季度四川长虹电器股份有限公司产品销售区域分布（按营业收入）（单位

: %)

图表129：2011-2016年四川长虹电器股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表130：2011-2016年四川长虹电器股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表131：2011-2016年四川长虹电器股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表132：2011-2016年四川长虹电器股份有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）

图表133：2011-2016年四川长虹电器股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表134：四川长虹电器股份有限公司优劣势分析

图表135：美的集团股份有限公司基本信息表

图表136：截至2015年底美的集团股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系图

图表137：2016年1季度美的集团股份有限公司产品结构（按营业收入）（单位：%）

图表138：2016年1季度美的集团股份有限公司产品销售区域分布（按营业收入）（单位：%）

图表139：2013-2016年美的集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表140：2013-2016年美的集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表141：2013-2016年美的集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表142：2013-2016年美的集团股份有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）

图表143：2014-2016年美的集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表144：美的集团股份有限公司优劣势分析

图表145：珠海格力电器股份有限公司基本信息表

图表146：截至2015年底珠海格力电器股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系图

图表147：2016年1季度珠海格力电器股份有限公司产品结构（按营业收入）（单位：%）

图表148：2016年1季度珠海格力电器股份有限公司产品销售区域分布（按营业收入）（单位：
： %）

图表149：2011-2016年珠海格力电器股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表150：2011-2016年珠海格力电器股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表151：2011-2016年珠海格力电器股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表152：2011-2016年珠海格力电器股份有限公司偿债能力分析（单位：%）

图表153：2011-2016年珠海格力电器股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表154：珠海格力电器股份有限公司优劣势分析

图表155：青岛海信电器股份有限公司基本信息表

图表156：截至2015年底青岛海信电器股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系图

图表157：2016年1季度青岛海信电器股份有限公司产品结构（按营业收入）（单位：%）

图表158：2016年1季度青岛海信电器股份有限公司产品销售区域分布（按营业收入）（单位：％）

图表159：2011-2016年青岛海信电器股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表160：2011-2016年青岛海信电器股份有限公司盈利能力分析（单位：％）

图表161：2011-2016年青岛海信电器股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表162：2011-2016年青岛海信电器股份有限公司偿债能力分析（单位：％）

图表163：2011-2016年青岛海信电器股份有限公司发展能力分析（单位：％）

图表164：青岛海信电器股份有限公司优劣势分析

图表165：海信科龙电器股份有限公司基本信息表

图表166：截至2015年底海信科龙电器股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系图

图表167：2016年1季度海信科龙电器股份有限公司产品结构（按营业收入）（单位：％）

图表168：2016年1季度海信科龙电器股份有限公司产品销售区域分布（按营业收入）（单位：％）

图表169：2011-2016年海信科龙电器股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表170：2011-2016年海信科龙电器股份有限公司盈利能力分析（单位：％）

图表171：2011-2016年海信科龙电器股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表172：2011-2016年海信科龙电器股份有限公司偿债能力分析（单位：％）

图表173：2011-2016年海信科龙电器股份有限公司发展能力分析（单位：％）

图表174：海信科龙电器股份有限公司优劣势分析

图表175：合肥美菱股份有限公司基本信息表

图表176：截至2015年底合肥美菱股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系图

图表177：2016年1季度合肥美菱股份有限公司产品结构（按营业收入）（单位：％）

图表178：2016年1季度合肥美菱股份有限公司产品销售区域分布（按营业收入）（单位：％）

图表179：2011-2016年合肥美菱股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表180：2011-2016年合肥美菱股份有限公司盈利能力分析（单位：％）

图表181：2011-2016年合肥美菱股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表182：2011-2016年合肥美菱股份有限公司偿债能力分析（单位：％）

图表183：2011-2016年合肥美菱股份有限公司发展能力分析（单位：％）

图表184：合肥美菱股份有限公司优劣势分析

图表185：江苏春兰制冷设备股份有限公司基本信息表

图表186：截至2015年底江苏春兰制冷设备股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系

图

图表187：2016年1季度江苏春兰制冷设备股份有限公司产品结构（按营业收入）（单位：%）

图表188：2016年1季度江苏春兰制冷设备股份有限公司产品销售区域分布（按营业收入）（单位：%）

图表189：2011-2016年江苏春兰制冷设备股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表190：2011-2016年江苏春兰制冷设备股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表191：2011-2016年江苏春兰制冷设备股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表192：2011-2016年江苏春兰制冷设备股份有限公司偿债能力分析（单位：%）

图表193：2011-2016年江苏春兰制冷设备股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表194：江苏春兰制冷设备股份有限公司优劣势分析

图表195：无锡小天鹅股份有限公司基本信息表

图表196：截至2015年底无锡小天鹅股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系图

图表197：2016年1季度无锡小天鹅股份有限公司产品结构（按营业收入）（单位：%）

图表198：2016年1季度无锡小天鹅股份有限公司产品销售区域分布（按营业收入）（单位：%）

图表199：2011-2016年无锡小天鹅股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表200：2011-2016年无锡小天鹅股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表201：2011-2016年无锡小天鹅股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表202：2011-2016年无锡小天鹅股份有限公司偿债能力分析（单位：%）

图表203：2011-2015无锡小天鹅股份有限公司年发展能力分析（单位：%）

图表204：无锡小天鹅股份有限公司优劣势分析

图表205：澳柯玛股份有限公司基本信息表

图表206：截至2015年底澳柯玛股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系图

图表207：2016年1季度澳柯玛股份有限公司产品结构（按营业收入）（单位：%）

图表208：2016年1季度澳柯玛股份有限公司产品销售区域分布（按营业收入）（单位：%）

图表209：2011-2016年澳柯玛股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表210：2011-2016年澳柯玛股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表211：2011-2016年澳柯玛股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表212：2011-2016年澳柯玛股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表213：2011-2016年澳柯玛股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表214：澳柯玛股份有限公司优劣势分析

图表215：2010-2016年中国城乡居民人均收入变化情况（单位：元，%）

图表216：2010-2016年我国用电量及发电量走势图（单位：亿千瓦时，%）

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/277402.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。