

2014-2020年中国白色家电 市场调研与发展前景研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2020年中国白色家电市场调研与发展前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201404/103123.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

2013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。

在2013年度，简单的价格促销方式、买赠行为都难以刺激需求空间的释放。消费者更加注重个性化需求的满足、注重对产品的体验、注重自我价值在品牌产品上的体现，这给家电企业在产品开发设计、终端促销方式等各个方面带来了挑战，也促进家电企业自身进行调整，更带动了自制造至流通整个产业链的转型。在物资富饶和信息对称的背景下，现在的家电顾客需求的价值取向、核心内容和消费形式等都发生了根本性的变化，其需求越来越趋向于整体解决方案、更多选择与价值体验、便利快捷和权益保障等方面，这些就引导零售终端更加关注消费者，要增强消费者体验为主，以消费者需求为导向进行生产。这使得制造企业仅在其生产线上已无法创造出满足顾客需求的价值，必须要提升和整合渠道的职能和资源，共同提供完整的产品和服务，并维护好客户关系。

电子商务线上销售平台成为了绝大多数企业集体性的选择，不仅仅像苏宁和国美这样的流通大鳄对线上销售平台搭建投入巨大的资源，而且各个企业在与京东这样的专业化线上企业进行合作的同时，还纷纷建立了自身的网上销售渠道，包括进入淘宝、天猫等等。个性化、多样化、自我价值实现、节能环保等等需求特征的出现，也使得立足于此的定制模式正在成为线上销售的一个崭新通道，消费者可以通过自己的喜好来向企业定制产品。线上销售发展迅速，正在成为白色家电的一个重要销售渠道。随着网络和物流的发展，电商渠道的销量不

断突破，2013年上半年在空调的各个销售渠道中，电商渠道实现111.0%的高增长，百货渠道同比增长8.9%，家电专营渠道同比增长17.6%，超市渠道增长21.4%。

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、国家海关总署、国家经济信息中心、全国商业信息中心、中国家电协会、中国轻工业协会、国内外相关刊物杂志的基础信息以及白色家电研究单位等公布和提供的大量资料，结合对白色家电相关企业的实地调查，对我国白色家电行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了白色家电行业的前景与风险。报告揭示了白色家电市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【 目录 】

第一部分行业发展概况

第一章全球白色家电行业发展分析 1

第一节 2012年全球白色家电市场分析 1

一、2012年全球白色家电市场回顾 1

二、2012年全球白色家电市场环境 3

三、2012年全球白色家电产销分析 8

四、2012年全球白色家电市场需求 11

第二节世界白色家电行业市场情况 15

一、2013年世界白色家电产业发展现状 15

二、2013年国际白色家电产业发展态势 17

三、2013年国际白色家电行业产销分析 18

四、2013年全球白色家电行业挑战与机会 20

第三节部分国家地区白色家电行业发展状况 21

一、2012-2013年美国白色家电行业发展分析 21

二、2012-2013年欧洲白色家电行业发展分析 23

三、2012-2013年日本白色家电行业发展分析 26

四、2012-2013年韩国白色家电行业发展分析 33

第二章我国白色家电行业发展现状 40

第一节我国白色家电行业发展状况	40
一、2012年中国白色家电行业发展回顾	40
二、2012年白色家电行业发展情况分析	43
三、2012年我国白色家电市场特点分析	61
四、2013年我国白色家电市场发展分析	65
第二节白色家电市场销量分析	87
一、2012年白色家电市场销量分析	87
二、2013年白色家电市场销量预测	91
第三节白色家电市场价格分析	95
一、白色家电市场价格影响因素	95
二、2012年白色家电市场价格走势	99
三、2013年白色家电市场价格走势	100
第四节中国白色家电行业供需分析	100
一、2012年中国白色家电市场供给总量分析	100
二、2012年中国白色家电市场供给结构分析	103
三、2013年中国白色家电市场需求总量分析	104
四、2013年中国白色家电市场需求结构分析	105
五、2013年中国白色家电市场供需平衡分析	105
第三章 2012-2013年中国白色家电产业发展现状	107
第一节白色家电行业的有关概况	107
一、白色家电的定义	107
二、白色家电的特点	109
第二节白色家电的产业链情况	111
一、产业链模型介绍	111
二、白色家电行业产业链分析	114
第三节上下游行业对白色家电行业的影响分析	116
第二部分市场运行分析	
第四章中国白色家电行业消费市场分析	118
第一节中国白色家电消费者收入分析	118
一、中国人口、人民生活分析	118

二、2012-2013年消费者收入水平	122
三、2013年消费者信心指数分析	124
第二节白色家电消费市场状况分析	126
一、白色家电行业消费特点	126
二、白色家电消费者分析	126
三、白色家电消费结构分析	129
四、白色家电消费的市场变化	129
五、白色家电市场的消费方向	131
第三节白色家电市场消费需求分析	137
一、白色家电市场的消费需求变化	137
二、白色家电行业的需求分析	139
三、2013年白色家电品牌市场消费需求分析	141
第五章白色家电行业投资与发展前景分析	144
第一节2012-2013年白色家电行业投资情况分析	144
一、2012-2013年总体投资结构	144
二、2012-2013年投资规模情况	145
三、2012-2013年投资增速情况	146
四、2012-2013年分行业投资分析	146
五、2012-2013年分地区投资分析	147
第二节白色家电行业投资机会分析	149
一、白色家电投资项目分析	149
二、可以投资的白色家电模式	149
三、2013年白色家电投资机会	152
四、2013年白色家电细分行业投资机会	154
五、2013年白色家电投资新方向	155
第三节白色家电行业发展前景分析	158
一、白色家电市场发展前景分析	158
二、我国白色家电市场蕴藏的商机	159
三、2014-2020年白色家电市场面临的发展商机	160
第六章白色家电行业竞争格局分析	163

第一节白色家电行业集中度分析	163
一、白色家电市场集中度分析	163
二、白色家电企业集中度分析	165
三、白色家电区域集中度分析	166
第七章白色家电产品消费调查	170
第一节产品消费量调查	170
第二节白色家电专题研究调查	170
第三节消费群体调查	172
一、消费群体构成	172
二、不同群体消费特点	172
三、消费市场需求调查	173
第四节消费区域市场调查	173
第五节品牌满意度调查	174
一、品牌结构	174
二、品牌地域性差异调查	175
三、品牌满意度	175
第六节需求调查	176
一、白色家电需求调查	176
二、白色家电使用需求调查	177
第七节渠道调查	178
一、销售渠道分析	178
二、消费场所构成	180
第八章 2014-2020年中国白色家电行业发展形势分析	182
第一节白色家电行业发展概况	182
一、白色家电行业发展特点分析	182
二、白色家电行业投资现状分析	182
三、白色家电行业总产值分析	184
四、白色家电行业技术发展分析	185
第二节 2012-2013年白色家电行业市场情况分析	187
一、白色家电行业市场发展分析	187

二、白色家电市场存在的问题	190
三、白色家电市场规模分析	194
第三节 2012-2013年白色家电产销状况分析	195
一、白色家电产量分析	195
二、白色家电产能分析	196
三、白色家电市场需求状况分析	197
第四节 产品发展趋势预测	199
一、产品发展新动态	199
二、技术新动态	205
三、产品发展趋势预测	208
第九章 中国白色家电行业整体运行指标分析	215
第一节 2013年中国白色家电行业总体规模分析	215
一、企业数量结构分析	215
二、行业生产规模分析	216
第二节 2013年中国白色家电行业产销分析	217
一、行业产成品情况总体分析	217
二、行业产品销售收入总体分析	217
第三节 2013年年中国白色家电行业财务指标总体分析	221
一、行业盈利能力分析	221
二、行业偿债能力分析	223
三、行业营运能力分析	225
四、行业发展能力分析	226
第十章 白色家电行业赢利水平分析	228
第一节 成本分析	228
一、2012-2013年白色家电原材料价格走势	228
二、2012-2013年白色家电行业人工成本分析	228
第二节 产销运存分析	230
一、2012-2013年白色家电行业产销情况	230
二、2012-2013年白色家电行业库存情况	231
三、2012-2013年白色家电行业资金周转情况	233

第三节盈利水平分析 234

- 一、2012-2013年白色家电行业价格走势 234
- 二、2012-2013年白色家电行业营业收入情况 238
- 三、2012-2013年白色家电行业毛利率情况 239
- 四、2012-2013年白色家电行业赢利能力 241
- 五、2012-2013年白色家电行业赢利水平 242
- 六、2014-2020年白色家电行业赢利预测 244

第十一章白色家电行业盈利能力分析 246

第一节 2013年中国白色家电行业利润总额分析 246

- 一、利润总额分析 246
- 二、不同规模企业利润总额比较分析 246
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析 247

第二节 2013年中国白色家电行业销售利润率 247

- 一、销售利润率分析 247
- 二、不同规模企业销售利润率比较分析 248
- 三、不同所有制企业销售利润率比较分析 248

第三节 2013年中国白色家电行业总资产利润率分析 249

- 一、总资产利润率分析 249
- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析 249
- 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析 250

第四节 2013年中国白色家电行业产值利税率分析 250

- 一、产值利税率分析 250
- 二、不同规模企业产值利税率比较分析 250
- 三、不同所有制企业产值利税率比较分析 251

第三部分重点企业分析

第十二章白色家电重点企业发展分析 252

第一节青岛海尔股份有限公司 252

- 一、企业概况 252
- 二、企业主要经济指标分析 254
- 三、企业盈利能力分析 257

四、企业偿债能力分析	260
五、企业运营能力分析	262
六、企业成长能力分析	264
第二节珠海格力电器股份有限公司	266
一、企业概况	266
二、企业主要经济指标分析	267
三、企业盈利能力分析	268
四、企业偿债能力分析	270
五、企业运营能力分析	272
六、企业成长能力分析	274
第三节广东美的电器股份有限公司	275
一、企业概况	275
二、企业主要经济指标分析	276
三、企业盈利能力分析	277
四、企业偿债能力分析	279
五、企业运营能力分析	281
六、企业成长能力分析	283
第四节合肥美菱股份有限公司	284
一、企业概况	284
二、企业主要经济指标分析	288
三、企业盈利能力分析	289
四、企业偿债能力分析	291
五、企业运营能力分析	293
六、企业成长能力分析	295
第五节海信科龙电器股份有限公司	296
一、企业概况	296
二、企业主要经济指标分析	297
三、企业盈利能力分析	298
四、企业偿债能力分析	300
五、企业运营能力分析	302
六、企业成长能力分析	304
第六节无锡小天鹅股份有限公司	305

一、企业概况	305
二、企业主要经济指标分析	306
三、企业盈利能力分析	307
四、企业偿债能力分析	309
五、企业运营能力分析	311
六、企业成长能力分析	313
第四部分行业发展前景及投资分析	
第十三章白色家电行业投资策略分析 315	
第一节行业发展特征 315	
一、行业的周期性	315
二、行业的区域性	315
三、行业的上下游	315
四、行业经营模式	316
第二节行业投资形势分析 319	
一、行业发展格局	319
二、行业进入壁垒	322
三、行业SWOT分析	322
四、行业五力模型分析	325
第三节白色家电行业投资效益分析 325	
一、2013年白色家电行业投资状况分析	325
二、2013年白色家电行业投资效益分析	327
三、2014-2020年白色家电行业投资方向	327
四、2014-2020年白色家电行业投资建议	328
第四节白色家电行业投资策略研究 329	
一、2012年白色家电行业投资策略	329
二、2013年白色家电行业投资策略	329
三、2014-2020年白色家电行业投资策略	330
四、2014-2020年白色家电细分行业投资策略	330
第十四章白色家电行业投资风险预警 334	
第一节影响白色家电行业发展的主要因素	334

一、2013年影响白色家电行业运行的有利因素	334
二、2013年影响白色家电行业运行的稳定因素	334
三、2013年影响白色家电行业运行的不利因素	335
四、2013年我国白色家电行业发展面临的挑战	337
五、2013年我国白色家电行业发展面临的机遇	338
第二节白色家电行业投资风险预警	339
一、2014-2020年白色家电行业市场风险预测	339
二、2014-2020年白色家电行业政策风险预测	340
三、2014-2020年白色家电行业经营风险预测	340
四、2014-2020年白色家电行业技术风险预测	341
五、2014-2020年白色家电行业竞争风险预测	341
六、2014-2020年白色家电行业其他风险预测	344
第十五章白色家电行业发展趋势分析	345
第一节2014-2020年中国白色家电市场趋势分析	345
一、2012-2013年我国白色家电市场趋势总结	345
二、2014-2020年我国白色家电发展趋势分析	346
第二节2014-2020年白色家电发展趋势分析	347
一、2014-2020年白色家电技术趋势分析	347
二、2014-2020年白色家电价格趋势分析	348
第三节2014-2020年中国白色家电行业供需预测	349
一、2014-2020年中国白色家电供给预测	349
二、2014-2020年中国白色家电需求预测	350
三、2014-2020年中国白色家电价格预测	351
第四节2014-2020年白色家电行业规划建议	352
一、白色家电行业“十二五”整体规划	352
二、白色家电行业“十二五”发展预测	376
三、2014-2020年白色家电行业规划建议	376
第十六章白色家电企业管理策略建议	378
第一节市场策略分析	378
一、白色家电价格策略分析	378

二、白色家电渠道策略分析	378
第二节销售策略分析	379
一、媒介选择策略分析	379
二、产品定位策略分析	380
三、企业宣传策略分析	381
第三节提高白色家电企业竞争力的策略	381
一、提高中国白色家电企业核心竞争力的对策	381
二、白色家电企业提升竞争力的主要方向	383
三、影响白色家电企业核心竞争力的因素及提升途径	384
四、提高白色家电企业竞争力的策略	385
第四节对我国白色家电品牌的战略思考	388
一、白色家电实施品牌战略的意义	388
二、白色家电企业品牌的现状分析	390
三、我国白色家电企业的品牌战略	391
四、白色家电品牌战略管理的策略	392

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103123.html>