

2022-2028年中国白色家电 行业分析与发展前景预测报告

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

《2022-2028年中国白色家电行业分析与发展前景预测报告》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/202201/266661.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

白色家电是对家电的一种分类的具体类别名称。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）。

2007年以来，我国城镇家庭每百户白色家电持有量有所波动，但空调、冰箱和洗衣机拥有量一直处于高位。截至2017年末，我国城镇居民家庭每百户冰箱拥有量达到98.0台，城镇居民家庭每百户洗衣机拥有量达到95.7台，城镇居民家庭每百户空调拥有量达到128.6台。由于城镇居民每百户洗衣机和冰箱拥有量已经处于高位，且洗衣机、电冰箱具有家庭共用属性，未来城镇居民每百户洗衣机和冰箱拥有量上升空间较小。中国居民每百户主要白色家拥有量情况

中企顾问网发布的《2022-2028年中国白色家电行业分析与发展前景预测报告》共九章。首先介绍了中国白色家电行业市场发展环境、白色家电整体运行态势等，接着分析了中国白色家电行业市场运行的现状，然后介绍了白色家电市场竞争格局。随后，报告对白色家电做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国白色家电行业发展趋势与投资预测。您若想对白色家电产业有个系统的了解或者想投资中国白色家电行业，本报告是您不可或缺的重要工具。 本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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：第一章 中国白色家电所属行业链分析

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（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 第二章 全球白色家电所属行业市场发展分析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 第三章 中国白色家电所属行业发展现状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 白色家电所属行业运行状况分析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 第四章 中国白色家电所属行业竞争格局分析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 第五章 中国白色家电所属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（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2018年，由于我国房地产销售下滑滞后对家电销售产生影响及2017年销售增速较快，导致需求提前释放等影响，我国空调产销量增速同比出现明显下降。2018年1-9月我国家用空调累计产量为1.21亿台；销量1.23亿台，同比增长7.02%。2016-2018年中国家用空调产量及增长走势（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 第六章 中国白色家电所属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_订购.电话01.0-66.1.8 1 .0.99（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 第七章 中国白色家电所属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(1)企业发展简况分析(2)企业经营情况分析(3)企业经营优劣势分析7.2 四川长虹电器股份有限公司经营分析(1)企业发展简况分析(2)企业经营情况分析(3)企业经营优劣势分析7.3 美的集团股份有限公司经营分析(1)企业发展简况分析(2)企业经营情况分析(3)企业经营优劣势分析7.4 珠海格力电器股份有限公司经营分析(1)企业发展简况分析(2)企业经营情况分析(3)企业经营优劣势分析7.5 青岛海信电器股份有限公司经营分析(1)企业发展简况分析(2)企业经营情况分析(3)企业经营优劣势分析7.6 海信科龙电器股份有限公司经营分析(1)企业发展简况分析(2)企业经营情况分析(3)企业经营优劣势分析7.7 合肥美菱股份有限公司经营分析(1)企业发展简况分析(2)企业经营情况分析(3)企业经营优劣势分析7.8 江苏春兰制冷设备股份有限公司经营分析(1)企业发展简况分析(2)企业经营情况分析(3)企业经营优劣势分析7.9 无锡小天鹅股份有限公司经营分析(1)企业发展简况分析(2)企业经营情况分析(3)企业经营优劣势分析7.10 澳柯玛股份有限公司经营分析(1)企业发展简况分析(2)企业经营情况分析(3)企业经营优劣势分析 第八章 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 第九章 电商行业发展分析()9.1 电子商务发展分析9.1.1 电子商务定义及发展模式分析9.1.2 中国电子商务行业政策现状9.1.3 2015-2019年中国电子商务行业发展现状9.2 “互联网+”的相关概述()9.2.1 “互联网+”的提出9.2.2 “互联网+”的内涵9.2.3 “互联网+”的发展9.2.4 “互联网+”的评价9.2.5 “互联网+”的趋势9.3 电商市场现状及建设情况9.3.1 电商总体开展情况9.3.2 电商案例分析9.3.3 电商平台分析(自建和第三方网购平台)9.4 电商行业未来前景及趋势预测9.4.1 电商市场规模预测分析()9.4.2 电商发展前景分析() 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 12：2015-2019年中国线束产业市场规模（单位：亿元）图表 13：2015-2019年中国线束产业生产情况及预测（单位：亿套）图表 14：2015-2019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 16：2015-2019年我国家用空调行业运行情况对比（单位：万台，%）更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/266661.html>