

2012-2016年中国白色家电行业市场研究与投资前景预测研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年中国白色家电行业市场研究与投资前景预测研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/101203.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

近年来，中国家电行业整体发展平稳，但受产品结构调整和竞争结构等因素影响，白色家电成为家电行业中增长最快的品种。白色家电经过多年的市场竞争，行业结构逐渐趋于稳定。随着中国白色家电制造业实力的逐渐增强，整个白电产业链已经建立完成，即从零部件、关键零部件、芯片控制的生产到整机制造能够紧跟国际上的先进技术水平，中国白色家电的制造水平已经发生了根本改变，令国际同行刮目相看。从国内的产业分布来看，长三角、环渤海湾和珠三角地区是白色家电行业的主产区，占据了空调产能的84%、电冰箱产能的71%、洗衣机产能的75%、微波炉产能的93%和电冰柜产能的76%。

艾凯数据研究中心根据及中国白色家电行业发展的现状，综合国家统计局、商务部、工信部、行业协会等权威部门发布的统计信息和统计数据，糅合各类年鉴信息数据、各类财经媒体信息数据、各类商用数据库信息数据，依靠强大的研究和调查团队，对白色家电行业发展状况和发展前景，在独立、公正、公开的原则指引下，撰写了《2012-2016年中国白色家电行业消费者市场研究与投资前景预测研究报告》，较为系统、全面地分析了白色家电产业的市场状况和发展趋势，能够为企事业单位深入细致地认知白色家电产业的市场情况提供具有价值和指导意义的成果。

第一章 国际白色家电行业市场运行分析

第一节 国际白色家电市场总况分析

- 一、全球白色家电市场的发展概况
- 二、全球白色家电产业正逐渐转向中国市场
- 三、世界白色家电巨头加快争夺中国市场
- 四、全球白色家电市场网络零售消费情况分析

第二章 2011年国际白色家电市场运行动态分析

- 一、海尔跃居世界白色家电第一品牌
- 二、世界白色家电主要品牌分析
- 三、中国标准改写全球洗衣机市场版图

第三章 世界主要国家白色家电行业的发展态势分析

第一节 日本

- 一、日本白色家电业逆市增长看好新兴市场
- 二、日本白电出货额走势分析
- 三、日本白色家电业大力挖掘市场需求

第二节 德国

- 一、德国白色家电市场状况分析
- 二、德国白色家电行业厂商介绍
- 三、德国白色家电市场的销售渠道

四、德国白色家电市场的消费者分析

第三节 韩国

一、韩国白色家电市场状况分析

二、韩国白色家电行业厂商介绍

三、韩国白色家电市场的销售渠道

四、韩国白色家电市场的消费者分析

第四章 中国白色家电产业运行环境分析

第一节 2010中国经济环境分析

一、国民经济运行情况

二、消费价格指数

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、2011年经济预测分析

第二节 2011年中国白色家电产业政策环境分析

一、新政策对白色家电行业的影响

二、轻工业振兴规划为白电行业带来利好

三、中国能耗指标趋严加速白电行业整合

四、我国白色家电有望出台待机节能标准

第三节 2011年中国白色家电产业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第五章 2011年中国白色家电行业运行走势分析

第一节 2011年中国白色家电发展现状分析

一、白电在家电行业中具有优势地位

二、我国白色家电进入大品牌时代，盈利来源趋于高端产品

三、白色家电涨价空调旺季提前

四、白色家电的智能之路

第二节 2011年中国白色家电消费者需求影响因素分析

一、消费者对产品新概念的认知

二、品牌、技术品质和外观时尚是影响消费者的三大因素

三、节能环保、健康时尚成为刺激和引导消费者未来消费的主要因素

第三节2011年影响中国白色家电价格因素分析

一、原材料成本持续攀升

二、新劳动合同法抬高人工成本

三、节能减排提高产品成本

第六章2011年中国白色家电细分市场运行概况分析—冰箱市场

第一节2011年中国冰箱市场运行主要特点分析

一、高端市场成角逐重点

二、高端新品销售比重上升，三四级市场普及率提升

三、市场销售额增幅大于销售量增幅

第二节2011年中国冰箱行业市场运行态势分析

一、冰箱产量稳定增长

二、多开门和大容量冰箱成市场的热点

三、双门冰箱市场份额始现萎缩

四、冰箱市场呈现一二级市场向高端倾斜

五、容声艾弗尔冰箱新品上市

第三节2011年中国冰箱市场竞争格局分析

一、品牌集中度加强

二、外资品牌冰箱在中国市场销量下降

三、市场份额继续向大厂商集中

第四节2011年中国冰箱产品发展趋势分析

一、美容冰箱发展趋势

二、走向环保与智能

三、艺术冰箱发展趋势

四、消费的两极化趋势

第七章2011年中国白色家电细分市场运行情况分析—洗衣机市场

第一节2011年亚太地区洗衣机市场分析

一、亚太地区洗衣机市场回顾

二、亚太洗衣机的品牌结构变化

三、亚太洗衣机市场的渠道特征

第二节2011年中国洗衣机产业发展分析

一、新标准掀起洗衣机行业环保革命

二、中国洗衣机品牌结构

三、洗衣机市场价格分布情况

四、小天鹅荆州基地洗衣机产能

第三节 解读海尔洗衣机的消费者决策模式分析

第四节2011年中国洗衣机竞争进入综合实力比拼

一、市场：零售额同比增两成

二、品牌：进入强者恒强时代

三、产品：滚筒开始放量增长

四、价格：均价小幅上涨

五、渠道：看好百货、超市

六、趋势：技术是立足根本

七、中外洗衣机市场竞争状况

第五节2012-2016年中国滚筒洗衣机的发展趋势分析

一、滚筒洗衣机四大发展新趋势

二、大容量滚筒洗衣机发展前景

三、斜式滚筒洗衣机发展前景

四、顶开式滚筒洗衣机发展前景

第八章2011年中国白色家电细分市场运行态势分析—空调市场

第一节2011年中国空调市场运行概况分析

一、空调市场规模走低原因分析

二、从产品类别看市场销售情况

三、中国空调市场悄然呈现出“四足方鼎”格局

四、空调销量排行

第二节2011年中国空调市场价格形势分析

一、2100元以下机型市场空间继续萎缩

二、空调价格呈现“过山车”式变化

第三节2011年中国空调行业集中度分析

一、空调行业品牌集中度进一步提高

二、格力是空调旺盛需求和渠道建设的最大赢家

三、美的业内排名：内销第二，出口第一

第四节2012-2016年中国空调行业发展趋向预测分析

一、变频空调迎来发展机会

二、海外市场被寄予厚望

三、海外建厂，谋求自主品牌

四、空调价格分析

第九章2011年中国白色家电市场进出口情况分析

第一节2011年中国白电出口市场现状分析

一、白电产品中空调中出口量居首，增速下降

二、我国白电企业对出口依存度高

三、新兴出口市场保持增长

第二节2011年中国冰箱出口市场运行状况分析

一、中国冰箱出口态势分析

二、中国冰箱产品出口结构稳步升级

三、中国冰箱出口企业分析

四、中国冰箱出口市场：非洲实现大幅增长

第三节2011年中国洗衣机出口市场运行态势分析

一、中国洗衣机出口局势分析

二、中国洗衣机出口产品结构：双缸为主滚筒增长明显

三、中国洗衣机出口市场：亚洲仍是出口大区

四、中国洗衣机出口产区：五大地区划走七成份额

第四节2011年中国空调出口市场运行形势分析

一、中国空调出口态势分析

二、继欧美后，亚洲成我国另一主要空调出口地

第五节2012-2016年中国白色家电出口前景分析

一、中国白电行业竞争力强

二、白电龙头企业将受益于出口

三、新兴市场出口快速增长

四、2012-2016年白色家电产品出口市场依然看好

第十章 2007-2011年中国白色家电主要产品产量数据统计分析

第一节2007-2011年中国家用电冰箱产量统计分析

一、2007-2010年全国家用电冰箱产量分析

二、2011年9月全国及主要省份家用电冰箱产量分析

三、2011年9月家用电冰箱产量集中度分析

第二节2007-2011年中国家用洗衣机产量统计分析

一、2007-2010年全国家用洗衣机产量分析

二、2011年9月全国及主要省份家用洗衣机产量分析

三、2011年9月家用洗衣机产量集中度分析

第三节2007-2011年中国房间空气调节器产量统计分析

一、2007-2010年全国房间空气调节器产量分析

二、2011年9月全国及主要省份房间空气调节器产量分析

三、2011年9月房间空气调节器产量集中度分析

第四节2007-2011年中国家用电风扇产量统计分析

一、2007-2010年全国家用电风扇产量分析

二、2011年9月全国及主要省份家用电风扇产量分析

三、2011年9月家用电风扇产量集中度分析

第五节2007-2011年中国电饭锅产量统计分析

一、2007-2010年全国电饭锅产量分析

二、2011年9月全国及主要省份电饭锅产量分析

三、2011年9月电饭锅产量集中度分析

第六节2007-2011年中国微波炉产量统计分析

一、2007-2010年全国微波炉产量分析

二、2011年9月全国及主要省份微波炉产量分析

三、2011年9月微波炉产量集中度分析

第七节2007-2011年中国家用吸排油烟机产量统计分析

一、2007-2010年全国家用吸排油烟机产量分析

二、2011年9月全国及主要省份家用吸排油烟机产量分析

三、2011年9月家用吸排油烟机产量集中度分析

第十一章2011年中国白色家电市场竞争状况分析

第一节2011年中国白电企业市场格局分析

一、五大巨头脱颖而出

二、我国白电需产业规模化

三、中国白电企业冲刺全球白电前五位

第二节2011年中国白色家电市场占有率情况分析

一、白色家电国产品牌市场占有率分析

二、欧韩萎缩，日系强势

第三节2011年中国白色家电分产品市场占有率情况分析

一、空调市场占有率

二、国产洗衣机领跑市场

三、冰箱市场格局已悄然改变

第四节2011年中国白色家电渠道厂商的竞争格局分析

第五节2011年外资白电在中国市场的表现分析

一、本土品牌仍占主要地位

二、外资品牌在我国高端产品市场具有优势地位

第十二章2011年中国白色家电重点企业竞争性财务数据分析

第一节 青岛海尔股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 珠海格力电器股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 广东美的电器股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 合肥美菱股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 海信科龙电器股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 无锡小天鹅股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十三章2011年中国白色家电行业相关行业发展态势分析

第一节2011年中国白色家电主要原材料市场情况分析

一、钢材价格剧烈波动下的白家企业

1、追涨钢价套牢企业

2、成本压力有所缓解

二、铜材料和纸包装行业发展态势分析

第二节2011年中国冰箱压缩机市场发展形势分析

一、中国市场上的冰箱压缩机竞争格局

二、2011年中国冰箱压缩机经历“断弦”之痛

三、冰箱能效政策使冰箱压缩机需求增加

第三节2011年中国空调压缩机市场运行状态分析

第四节2011年中国白色家电企业化解成本压力的措施分析

一、积极与上游原材料厂商开发新产品

二、尽可能的与上游原材料签订相对长期供货合同

三、寻找替代材料

第十四章2012-2016年中国白色家电行业前景展望分析

第一节2012-2016年中国宏观经济外围环境预测分析

一、政府政策基调：稳健转向积极

二、原材料价格下跌降低家电制造业成本

三、农村收入增加农村家电需求将上升

四、产品出口量下降，政府有望上调出口退税率

第二节2012-2016年中国白色家电行业发展趋向分析

一、产品结构升级

二、行业整合加速

三、黑白色巨头多元化发展

四、渠道厂商寻求突破

五、企业合作方式正远离“贴牌代工”

第三节2012-2016年中国农村市场需求潜力巨大

一、农村市场缺口巨大

二、新农村改革惠及白电行业

第十五章2012-2016年中国白色家电行业投资前景分析

第一节2012-2016年中国白色家电行业投资机会分析

一、投资潜力分析

二、投资吸引力分析

第二节2012-2016年中国白色家电行业投资风险分析

一、金融危机风险分析

二、原材料价格上涨风险分析

三、出口压力与汇兑风险分析

四、竞争风险分析

五、贸易技术性壁垒风险分析

第三节 专家建议

通过《2012-2016年中国白色家电行业市场研究与投资前景预测研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/101203.html>