

2009-2010年中国家电行业研究报告



2009年初，随着政府针对家电类产品的“家电下乡”、“以旧换新”、节能产品惠民工程等各项刺激消费政策的出台及实施，中国家电产品总销量开始反转回升。彩色电视机、家用电冰箱、家用洗衣机等主要家电产品销量都在2009年初触底反弹。“家电下乡”政策刺激了农村消费，极大程度上拉动了行业增长。2009年家电全行业利润总额达到了295亿元，同比增长50%；利润率由上年的3.0%上升到4.7%。

2010年一季度，家电行业延续了自09年第四季度以来产销快速回升的势头，家电行业销售产值较去年同期增长31.3%，新产品产值累计同比增长35.3%，累计产销率为95.8%，累计出口交货值同比增长15.16%。家用电冰箱完成产量1596.3万台，累计同比增长27.40%；家用冷柜完成产量369.3万台，累计同比增长40.4%；房间空气调节器完成产量2375.7万台，累计同比增长30.0%；家用洗衣机完成产量1438.6万台，累计同比增长40.7%。

2010年一季度，全国累计销售家电下乡产品1603.3万台，同比增长4.9倍；实现销售额316.7亿元，同比增长6.9倍。分产品看，家电下乡一季度销售彩电113亿元、冰箱90亿元、洗衣机42亿元。环比分别增长33%、35%与29%。以旧换新的销售量、销售额与去年第四季度相比分别增长60.9%和61.6%。3月份家电以旧换新日均销量约5.7万台。

电视机市场

2009年中国彩电产量9966万台，增长9.3%，其中LCD电视机增长85.2%。2009年中国市场彩电销量达到3950万台，比上年增长10.5%，其中LCD电视销量2550万台。2009年LCD电视销量占彩电总体销量从2008年的32.84%上升到67.02%，销量增幅达一倍多。新一轮更新换代已经开始，未来仍有较大提升空间。互联网电视、3D电视、LED电视将成为市场热点。海信拥有先进LCD电视技术，其LCD电视市场份额由08年的13.1%上升到09年的19.8%，成为全行业第一；不仅如此，其电视机市场份额也由08年的14%提高到17.2%，仅次于TCL的18.3%。

2, 洗衣机市场

2009年中国洗衣机共实现产量4940万台，同比增长13%；内销2680万台，同比增加12%。品牌集中度高是洗衣机行业的一大特点。2010年4月，海尔与美的系洗衣机在内销市场上市场份额分别为27.6%和23.9%。洗衣机外销市场依然以外资为主。海尔虽然保持了第一的位置，但销量同比增速略低于市场平均。在整合基本到位之后，美的系小天鹅和荣事达开始发力，销量同比增速分别为81%和33%，远高于行业内销17.7%的平均增速。

3, 电冰箱市场

2009年中国电冰箱共实现产量6064万台，同比增长28%，销量5998万台，同比增长26%。城市方面，产品结构变化是2009年市场最大的亮点，中高端冰箱的消费比重迅速提升，一二级市场强力复苏；农村方面，家电下乡亦取得不俗成绩。2009年前三季度，海尔冰箱家电下乡销量份额高达32%，领跑家电下乡品牌。但2010年3月，海尔在全国的市场份额较2月有明显下滑，美的系，海信系和美菱系共同瓜分了海尔的市场份额。

4, 空调市场

2009年中国空调共实现产量8153万台，同比减少4.1%，销量8070万台，同比减少5.2%。2009年下半年，政府对一、二级高效空调进行300-800元不等的补贴，此后高效空调迅速实现规模化生产，成为市场主流产品。变频空调应时而出，各大厂家迅速跟进。格力与美的经过产品结构的调整后，在变频空调和家电下乡领域发力，各种产品均有不同程度增幅。2009年9月，格力空调家电下乡市场份额为47%，高于美的16个百分点，“双寡头”市场份额高达78%。外资品牌由于渠道结构因素，三四级市场拓展不利，销售比例下降明显。

5. 微波炉市场

2009年中国微波炉累计完成产量6038万台，同比下降4.7%，出口量4490万台，同比下降7.6%。微波炉消费地区主要集中在欧美等发达国家，国内市场有待扩展。国内每百户居民平均拥有60台微波炉，农村每百户不足20台，这与国外发达国家以及国内其它家电产品相比仍有很大差距。格兰仕和美的依然是最受关注的两大品牌，2010年3月微波炉市场零售量前10畅销型号中，格兰仕和美的各占一半。

本报告首先研究了2009~2010年中国家电行业的产业环境和整体运营情况，然后从产销结构，品牌竞争格局及重点企业等层面详细分析了电视机、洗衣机、电冰箱、空调、微波炉、其它主要小家电等细分市场现状及发展趋势。

报告目录

第一章 中国家电行业环境分析

1.1 政策环境

- 1.1.1 空调新能效标准
 - 1.1.2 家电以旧换新实施区域范围扩大
 - 1.1.3 家电以旧换新回收企业运费补贴提高
 - 1.1.4 家电下乡补贴范围扩大
 - 1.1.5 高效能空调补贴政策调整
 - 1.1.6 大力推广高效节能产品
- ### 1.2 家电行业与宏观经济
- 1.2.1 家庭设备用品及服务价格CPI
 - 1.2.2 城乡居民家电拥有量对比

第二章 2009-2010年家电行业整体运营情况

- 2.1 整体规模
- 2.2 运营情况
- 2.3 主要家电运行趋势

第三章 电视机市场

- 3.1 电视机市场整体运营情况
 - 3.1.1 彩电生产情况
 - 3.1.2 彩电销售情况
 - 3.1.3 产销结构
- 3.2 CRT电视

- 3.2.1 CRT电视生产情况
- 3.2.2 CRT电视销售情况
- 3.3 LCD电视
 - 3.3.1 LCD电视产销情况
 - 3.3.2 LCD电视出口情况
- 3.4 PDP电视
 - 3.4.1 PDP电视生产情况
 - 3.4.2 PDP电视销售情况
- 3.5 品牌竞争分析
- 3.6 重点企业分析
 - 3.6.1 海信Hisense
 - 3.6.2 TCL
 - 3.6.3 长虹Changhong
 - 3.6.4 康佳KONKA
 - 3.6.5 创维数码Skyworth Digital
 - 3.6.6 广电信息SVA
 - 3.6.7 夏华Xoceco

第四章 洗衣机市场

- 4.1 生产情况
- 4.2 销售情况
 - 4.2.1 内销情况
 - 4.2.2 出口情况
- 4.3 品牌竞争分析
- 4.4 重点企业分析
 - 4.4.1 小天鹅Little Swan

- 4.4.2 合肥三洋Sanyo
- 4.4.3 海尔Haier
- 4.4.4 小鸭Little Duck
- 4.4.5 惠而浦Whirlpool

第五章 电冰箱市场

- 5.1 生产情况
- 5.2 销售情况
 - 5.2.1 内销情况
 - 5.2.2 出口情况
- 5.3 价格及品牌份额
- 5.4 重点企业分析
 - 5.4.1 美菱Meiling
 - 5.4.2 澳柯玛Aucma
 - 5.4.3 三花股份Sanhua
 - 5.4.4 青岛海尔Haier

第六章 空调市场

- 6.1 供给情况
 - 6.1.1 生产情况
 - 6.1.2 进口情况
- 6.2 销售情况
 - 6.2.1 内销情况
 - 6.2.2 出口情况
- 6.3 重点企业分析
 - 6.3.1 格力GREE
 - 6.3.2 美的Midea

- 6.3.3 海信科龙Hisense Kelon
- 6.3.4 常发股份Changfa
- 6.3.5 春兰Chunlan

第七章 微波炉市场

- 7.1 生产情况
- 7.2 销售情况
- 7.3 格兰仕Glanz
 - 7.3.1 公司简介
 - 7.3.2 公司发展战略
- 7.4 美的Midea

第八章 其它主要小家电

- 8.1 家用电磁炉
- 8.2 家用电饭锅
- 8.3 家用吸尘器
- 8.4 家用电热水器
- 8.5 家用电冷热饮水机
- 8.6 家用吸排油烟机
- 8.7 家用电热烘烤器具
- 8.8 家用电风扇
- 8.9 重点企业分析
 - 8.9.1 苏泊尔SUPOR
 - 8.9.2 九阳Joyoung
 - 8.9.3 浙江阳光Yankon Group
 - 8.9.4 德豪润达Elec-Tech
 - 8.9.5 伊立浦Elecpro

图表目录

- 图：2005.05~2010.03家庭设备及服务价格变化与CPI对比图
- 图：2000.12~2009.12城镇居民每百户家电产品拥有量季度变化图
- 图：2000.12~2009.12农村居民每百户家电产品拥有量季度变化图
- 图：2008.12~2010.02家用电器制造业产品销售收入(单位：十亿元)
- 图：2008~2010Q1中国家电行业销售产值状况及增长率变化
- 图：2009.02~2010.02家用电器制造业资产总计（单位：十亿元）
- 表：2009.02~2010.02家用电器制造业企业数及从业人员年均人数统计
- 图：2009.01~2010.04中国彩电月度产量变化
- 图：2004~2010中国彩电季度销售量变化
- 图：2009年中国电视机、电冰箱、洗衣机出口增长率对比
- 图：2009.01~2010.04中国电视机月度出口量变化
- 图：2004~2010年彩电累计产销率及库存增减季度变化
- 图：1995~2008年城镇与农村每百户电视机拥有量对比
- 图：2008~2009国内彩电市场销量结构
- 图：2009年第三季度各月家电下乡彩电零售量市场份额
- 图：2009.01~2010.03CRT电视月度产量及增长率变化
- 图：2009.01~2010.03CRT电视月度内销量变化
- 图：2009年CRT电视与LCD电视各月内销量对比
- 图：2009.01~2010.03CRT电视月度出口量对比
- 图：2008与2009年中国液晶电视各月内销量对比
- 图：2009.01~2010.03LCD电视月度内销量变化图
- 图：2009.01~2010.03液晶电视月度产量变化
- 图：2008.01~2010.01液晶电视内销量内外品牌年度变化

- 图：2009.01~2010.03LCD电视月度出口量与电视机整体月度出口量对比
- 图：2009年1~12月液晶电视（分地区）出口量构成
- 图：2010年3月中中国液晶电视（分地区）出口量构成（单位：千台）
- 图：2009年1~11月中国液晶电视（分城市）市场零售量构成
- 图：2009.01~2010.03PDP电视月度产量变化
- 图：2008年和2009年电视（分产品）销量构成
- 图：2009.01~2010.03PDP电视内销量变化
- 图：2009.01~2010.03PDP电视出口量变化
- 图：2009年液晶电视各主要品牌销售构成
- 图：2008年和2009年中国主要LCD电视品牌市场占有率对比
- 图：2009.02~2010.02LED电视占液晶电视销售比例
- 图：2008年和2009年中国主要电视机品牌市场占有率对比
- 图：2007Q1~2010Q1海信电器营业收入季度变化
- 图：2008~2009Q01海信电器销售毛利率和净净利率对比
- 表：2008和2009海信电器（分产品）营业收入统计（单位：十亿元）
- 表：2008和2009海信电器（分地区）销售收入统计（单位：十亿元）
- 图：2007~2010Q1TCL集团营业出入及同比增幅对比
- 表：2009年TCL集团（分产品）营业成本、营业利润及毛利率统计
- 表：2009年TCL集团（分地区）营业收入及占比统计
- 图：2009年TCL集团（分业务）营业收入构成
- 图：2009年TCL集团（分产品）营业收入构成
- 图：2007Q1~2010Q1四川长虹营业收入季度变化
- 图：2006~2010Q1四川长虹净利率变化
- 表：2009年四川长虹（分行业）营业收入和营业成本统计
- 表：2009年四川长虹（分地区）营业收入、营业成本及毛利润统计

- 图：2009年四川长虹分产品营业收入构成及同比增长对比图
- 图：2009年中国平板电视中PDP电视内销和出口占比
- 表：2009年12月长虹和松下PDP电视销量占比统计
- 图：2008Q1~2010Q1康佳季度营业收入对比
- 图：2009年康佳（分产品）营业收入构成
- 表：2008和2009年（分产品）营业收入增长及构成（单位：十亿元）
- 表：2008和2009年（分地区）销售收入增长及构成（单位：十亿元）
- 图：2007~2009创维数码半年度营业额变化
- 图：2007~2010Q1广电信息营业收入对比
- 图：2006~2010Q1广电信息净利润对比
- 图：2009年广电信息（分业务）销售收入构成
- 图：2009广电信息（分地区）销售收入构成
- 图：2006~2010夏华营业收入构成及其增长率变化（单位：百万元）
- 图：2006~2010夏华净利润状况（单位：百万元）
- 图：2008年和2009年其它业务收入构成（单位：百万元）
- 图：2004.09~2010.03家用洗衣机累计产销率及库存增减
- 图：2009.01~2010.04家用洗衣机月度产量变化
- 图：2009.01~2010.03洗衣机月度内销量及同比增长
- 图：2009.01~2010.04洗衣机月度出口量
- 图：2005~2010洗衣机年度出口量
- 图：2009.01~2010.04洗衣机月度出口额度
- 表：2009.04和2010.04（分品牌）洗衣机销量及品牌市场份额（单位：千台）
- 表：2008年12月和2010年3月主要品牌商场覆盖率变化趋势
- 图：2007~2010Q1小天鹅营业收入及增长率变化
- 图：2008Q1~2010Q1小天鹅毛利率、费用比率分季度变化

- 图：2000~2009小天鹅（分产品）营业收入和毛利率状况（单位：亿元、%）
- 图：2006~2009合肥三洋营业收入状况及增长率变化
- 图：2001~2010Q1合肥三洋净利率、毛利率、销售费用率变化
- 图：2004~2009合肥三洋销售结构对比
- 图：2007~2009合肥三洋洗衣机产品结构
- 图：2009.01~2010.04家用冰箱月度产量及增长率对比
- 图：2004.09~2010.03家用电冰箱累计产销率及库存增减
- 图：2009.01~2010.03冰箱月度内销量
- 图：2009.01~2010.03冰箱月度出口量
- 图：2007~2009各月冰箱价格变化
- 图：2009年9月冰箱家电下乡企业销量构成
- 图：2008.01~2010.03电冰箱各主要品牌销售量份额
- 图：2007~2010Q1美菱电器营业收入与成本对比
- 图：2007~2010Q1美菱电器毛利率变动
- 图：2008年和2009年美菱电器（分产品）营业收入构成
- 图：2008年和2009年美菱电器营业收入按地区构成对比
- 图：2007~2010Q1澳柯玛营业收入、营业成本及毛利率变化
- 图：2008年和2009年澳柯玛（分产品）营业收入构成
- 图：2008年和2009年澳柯玛（分地区）营业收入构成
- 图：2007~2010Q1三花股份营业收入、营业利润及利润总额对比
- 图：2009年三花股份（分产品）营业收入、营业成本对比
- 图：2009年三花股份（分产品）营业收入构成
- 表：2009年三花股份（分地区）营业收入统计
- 图：2007~2010青岛海尔营业出入状况及增长率变化（单位：十亿元）
- 图：2007~2010青岛海尔净利润状况及增长率变化（单位：百万元）

- 图：2007~2009青岛海尔（分产品）营业收入构成（单位：十亿元）
- 图：2009.01~2010.04中国空调月度产量对比
- 图：2009.01~2010.03中国空调月度进口量对比
- 图：2009.01~2010.03中国空调月度进口额
- 图：2006~2009中国空调各年出口情况月度对比（单位：万台）
- 图：2009.01~2010.04中国空调月度内销量对比
- 图：2009.01~2010.02变频空调内销量占比
- 图：2004.09~2010.03空调累计产销率及库存增减
- 图：2009.01~2010.04中国空调月度出口量
- 图：2010年3月份中国空调出口各大洲情况对比
- 图：2007.01~2010.03中国空调主要出口区域的月度出口量同比增速
- 图：2001~2010空调年度出口量及增长率对比
- 表：2009.01~2010.03中国空调进出口价格对比
- 图：2007~2010Q1格力电器营业收入、净利润变化
- 图：2008年和2009年格力电器（分产品）营业收入构成
- 图：2008年和2009年格力电器（分地区）营业收入构成
- 图：2005~2009美的电器公司营业收入及净利润状况
- 图：2008年和2009年美的电器（分产品）营业收入及营业利润对比
- 图：2008年和2009年美的电器（分地区）营业收入构成（单位：十亿元）
- 图：2007~2010海信科龙全年和第一季度营业收入及增长率对比
- 图：2008年和2009年海信科龙（分产品）营业收入构成（单位：十亿元）
- 图：2007~2009常发股份（分产品）营业收入构成（单位：百万元）
- 图：2009年常发股份（分产品）营业收入构成
- 图：2009年常发股份（分产品）毛利润构成
- 图：2007~2009春兰营业收入状况及增长率变化（单位：百万元）

- 图：2007~2009春兰净利润状况（单位：百万元）
- 图：2009.01~2010.03中国微波炉月度产量
- 表：2010年3月微波炉市场零售量前10畅销型号
- 图：1999~2009城镇家庭平均每百户微波炉拥有量变化（单位：台）
- 图：2008年底城镇家庭（分地区）平均每百户拥有微波炉量（单位：台）
- 图：2009年下半年家电下乡微波炉月度销售量（单位：千台）
- 图：2009.01~2010.04中国微波炉月度出口量及增长率对比
- 图：2009.01~2010.04中国微波炉月度出口额度及增长率对比
- 图：2009年中国电磁炉品牌市场结构
- 图：2009年下半年家电下乡电磁炉月度销量
- 图：2008~2010年家用电磁炉月度出口量
- 图：2009.01~2010.04家用电饭锅月度产量
- 表：2009.01~2010.04家用电饭锅累计产量及累计增长率统计
- 图：2009.01~2010.04家用吸尘器月度产量
- 图：2009.01~2010.04家用电热水器月度产量
- 图：2009.01~2010.04家用电冷热饮水机月度产量
- 图：2009.01~2010.04家用吸排油烟机月度产量
- 图：2009.01~2010.04家用电热烧烤器具月度产量
- 图：2009.01~2010.03家用电风扇月度产量
- 表：2009.01~2010.03家用电风扇累计产量及同比增长统计
- 图：2006~2010苏泊尔营业收入状况及其增长率对比（单位：百万元）
- 图：2006~2010苏泊尔净利润状况及其增长率对比（单位：百万元）
- 图：2007~2009苏泊尔（分行业）营业收入构成（单位：百万元）
- 图：2007~2010九阳股份营业收入状况（单位：百万元）
- 图：2007~2010九阳股份净利润状况（单位：百万元）

- 图：2007~2009九阳股份（分产品）营业收入构成
- 图：2007~2010浙江阳光营业收入状况及增长率变化（单位：百万元）
- 图：2007~2010浙江阳光净利润状况及增长率变化（单位：百万元）
- 图：2008年和2009年浙江阳光（分产品）营业收入构成
- 图：2008年和2009年浙江阳光（分地区）营业收入构成
- 图：2006~2010年德豪润达营业收入状况及增长率变化（单位：百万元）
- 图：2006~2010年德豪润达净利润状况（单位：百万元）
- 图：2008年和2009年德豪润达主营业务（分产品）构成
- 图：2006~2010伊立浦营业收入状况
- 图：2006~2010伊立浦净利润状况

购买报告

价 格	电子版： 8000元	电话： 010-8260. 1561/62/63
	纸质版： 7500元	传真： 010-8260. 1570
页数： 165页		邮箱： hanyue@waterwood. com. cn
发布日期： 2010-06		网址： www. pday. com. cn
链接： http://www.pday.com.cn/Htmls/Report/201006/24511098.html		
地址： 北京市海淀区苏州街18号长远天地大厦A2座1008室		

如何申请购买报告

1, 请填写《研究报告订购协议》(http://www.pday.com.cn/research/pday_report.doc), 注明单位名称、联系人、联系办法(含传真和邮件)、申请报告名称, 然后签字盖章后传真到: 86-10-82601570。

2, 研究中心在签订协议后, 将回复传真给您。

3, 会员或客户按照签订的协议汇款到以下帐户:

开户行: 交通银行世纪城支行

帐号: 110060668012015061217

户名: 北京水清木华科技有限公司

4, 研究中心在收到会员或客户汇款凭证的传真确认后, 按时提供信息服务资料或研究报告的文档。

电话: 86-10-82601561、82601562、82601563 传真: 86-10-82601570

版权声明

该报告的所有图片、表格以及文字内容的版权归北京水清木华科技有限公司（水清木华研究中心）所有。其中，部分图表在标注有其他方面数据来源的情况下，版权归属原数据所有公司。水清木华研究中心获取的数据主要来源于市场调查、公开资料和第三方购买，如果有涉及版权纠纷问题，请及时联络水清木华研究中心。