

2019年中国家电行业分析报告- 行业运营态势与未来趋势研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国家电行业分析报告-行业运营态势与未来趋势研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/422789422789.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

中国家电企业随着行业的稳健发展，现金流日益改善，未来存在更强的海外并购趋势。家电企业通过海外并购，将国内企业在产品制造上的突出能力与海外企业在品牌上的强竞争力，得到有机结合，推动国内企业的高端化转型，同时实现品牌的逆向中国化。我们关注到，近年来尤其以大型家电制造企业的海外并购增多，一方面，海外并购有助于实现国内企业品牌层次的多元化，将海外品牌引入快速推动其逆向中国化；另一方面，海外并购有助于快速公司进入弱势领域，并直接在短期内突破资源能力瓶颈，迅速实现战略目标。

1、海尔的海外收购的逆向中国化：细化品牌定位，发力厨电领域

海尔近年海外品牌的收购着力于品牌层次丰富，形成了以斐雪派克为首、GEA紧随其后，以及卡萨帝、Aqua（针对日本市场）、海尔、统帅等组成的差异化品牌层次。

采购、研发、供应链三大业务协同。在全球化经营上，海尔已在全球拥有10大研发基地（其中海外8个）、7个工业园、24个制造工厂、24个贸易公司，初步形成了设计、制造、营销、服务、供应链五大业务协同。同时强调并购带来的“研发协同”资源，能够最大程度的利用海外品牌，针对国内市场形成匹配的海外产品中国引入，成就更强的逆向中国化预期。

海尔海外收购情况 资料来源：公开资料，观研天下数据中心整理

重点发力厨电领域，收获顶级厨电品牌，布局长期消费升级市场。顶级厨电品牌斐雪派克及GEA丰富的嵌入式厨电产品，引入符合中国市场的产品品类，配合海尔拥有的渠道及营销资源，搭建更丰富的产品层次。

海尔品牌层次

资料来源：公开资料，观研天下数据中心整理

（1）、收购新西兰斐雪派克：实现顶级厨电品牌的国内市场卡位收购主要目的 1

提升技术实力：斐雪派克在洗衣机DD电机和新型压缩机（于海外冰箱压缩机龙头恩布拉克合作项目）等方面具有先进的技术实力，将于海尔相对薄弱的上游关键零部件制造能力形成有效互补；

2) 拓展市场与品牌：斐雪派克定位高端，将与海尔品牌在海内外市场形成互补型市场定位，并将快速拓展海尔在海外的营销网络。目前斐雪派克在新西兰拥有55%的市场份额，位居第一，在澳大利亚拥有18%市场份额，位居第二。收购历史：2009年5月27日，海尔以2850万美元获得斐雪派克20%的股份以及两个董事会席位。2012年11月6日，海尔以每股1.28新西兰元的要约收购价格，收购新西兰家电制造商斐雪派克电器有限公司（Fisher & Paykel，以下简称斐雪派克）超过90%的股份。

斐雪派克收购基本情况

资料来源：公开资料，观研天下数据中心整理

斐雪派克主要业务情况 资料来源：公开资料，观研天下数据中心整理

收购后效应

1) 研发整合增效。以洗衣机为例，利用海尔的产品平台和斐雪派克的先进技术，2014年海尔将滚筒洗衣机投入澳大利亚和新西兰市场，仅18个月时间市场占有率就从1%跃升至22%。使用了斐雪派克技术的洗衣机也牢牢占据着中国国内的高端市场。

2) 核心部件能力整合提升。2013年斐雪派克在青岛成立了高端电机的互联网智能工厂，3年内产能从150万台提升到500万台。

3) 智能装备整合。斐雪派克有近30年的智能装备制造经验，为海尔在中国的八大互联工厂提供软硬件支持。基于斐雪派克先进的智能制造技术，海尔自主研发了全球领先的工业互联网平台，为企业转型升级搭建了平台和标准。

(2)、收购GE家电业务：中高端产品全面融入中国厨家电市场收购目的

1) 增补青岛海尔的产品项目：由于GE在美国市场主要经营大型家电，如厨电产品、冰箱、洗衣机等，此次并购将有助于增补青岛海尔的产品项目，实现中高端产品的丰富化。

2) 可获原料采购的规模效益：公司可获得原料采购的规模效益与更强的议价能力，可通过集中采购与全球供应链优化来降低生产成本。

3) 更强的研发能力：青岛海尔目前于中国、日本、新西兰、德国共有5座研发中心，GE则在美国、中国、韩国、印度设有4座研发中心，通过运用所有研发中心强项，将可获得产品开发综效。

4) 取得美国市场的渠道网络综效：GE (被收购公司)在美国市场具领先地位，于当地市场有完整的配销网络。在合并后，青岛海尔有机会整并其旗下Haier、Fisher & Paykel (于2012年被海尔并购)、GE等品牌的美国市场销售网络。(WW) 中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。

《2019年中国家电行业分析报告-行业运营态势与未来趋势研究》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中

国家电、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国家电行业发展概述

第一节 家电行业发展情况概述

- 一、 家电行业相关定义
- 二、 家电行业基本情况介绍
- 三、 家电行业发展特点分析

第二节 中国 家电行业上下游产业链分析

- 一、 产业链模型原理介绍
- 二、 家电行业产业链条分析
- 三、 中国 家电行业产业链环节分析
 - 1、 上游产业
 - 2、 下游产业

第三节 中国 家电行业生命周期分析

- 一、 家电行业生命周期理论概述
- 二、 家电行业所属的生命周期分析

第四节 家电行业经济指标分析

- 一、 家电行业的赢利性分析
- 二、 家电行业的经济周期分析
- 三、 家电行业附加值的提升空间分析

第五节 中国 家电行业进入壁垒分析

- 一、 家电行业资金壁垒分析
- 二、 家电行业技术壁垒分析
- 三、 家电行业人才壁垒分析
- 四、 家电行业品牌壁垒分析

五、 家电行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球 家电行业市场发展现状分析

第一节 全球 家电行业发展历程回顾

第二节 全球 家电行业市场区域分布情况

第三节 亚洲 家电行业地区市场分析

一、 亚洲 家电行业市场现状分析

二、 亚洲 家电行业市场规模与市场需求分析

三、 亚洲 家电行业市场前景分析

第四节 北美 家电行业地区市场分析

一、 北美 家电行业市场现状分析

二、 北美 家电行业市场规模与市场需求分析

三、 北美 家电行业市场前景分析

第五节 欧盟 家电行业地区市场分析

一、 欧盟 家电行业市场现状分析

二、 欧盟 家电行业市场规模与市场需求分析

三、 欧盟 家电行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界 家电行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球 家电行业市场规模预测

第三章 中国 家电产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、 中国GDP增长情况分析

二、 工业经济发展形势分析

三、 社会固定资产投资分析

四、 全社会消费品 家电总额

五、 城乡居民收入增长分析

六、 居民消费价格变化分析

七、 对外贸易发展形势分析

第二节 中国 家电行业政策环境分析

一、 行业监管体制现状

二、 行业主要政策法规

第三节 中国 家电产业社会环境发展分析

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、消费观念分析

第四章 中国 家电行业运行情况

第一节 中国 家电行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国 家电行业市场规模分析

第三节 中国 家电行业供应情况分析

第四节 中国 家电行业需求情况分析

第五节 中国 家电行业供需平衡分析

第六节 中国 家电行业发展趋势分析

第五章 中国 家电所属行业运行数据监测

第一节 中国 家电所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国 家电所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国 家电所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国 家电市场格局分析

第一节 中国 家电行业竞争现状分析

一、中国 家电行业竞争情况分析

二、中国 家电行业主要品牌分析

第二节 中国 家电行业集中度分析

一、中国 家电行业市场集中度分析

二、中国 家电行业企业集中度分析

第三节 中国 家电行业存在的问题

第四节 中国 家电行业解决问题的策略分析

第五节 中国 家电行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国 家电行业需求特点与动态分析

第一节 中国 家电行业消费市场动态情况

第二节 中国 家电行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 家电行业成本分析

第四节 家电行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国 家电行业价格现状分析

第六节 中国 家电行业平均价格走势预测

一、中国 家电行业价格影响因素

二、中国 家电行业平均价格走势预测

三、中国 家电行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国 家电行业区域市场现状分析

第一节 中国 家电行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区 家电市场分析

一、华东地区概述

- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区 家电市场规模分析
- 四、华东地区 家电市场规模预测
- 第三节 华中地区市场分析
 - 一、华中地区概述
 - 二、华中地区经济环境分析
 - 三、华中地区 家电市场规模分析
 - 四、华中地区 家电市场规模预测
- 第四节 华南地区市场分析
 - 一、华南地区概述
 - 二、华南地区经济环境分析
 - 三、华南地区 家电市场规模分析
 - 四、华南地区 家电市场规模预测

第九章 2016-2018年中国 家电行业竞争情况

第一节 中国 家电行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国 家电行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国 家电行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 家电行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国 家电行业发展前景分析与预测

第一节 中国 家电行业未来发展前景分析

一、 家电行业国内投资环境分析

二、中国 家电行业市场机会分析

三、中国 家电行业投资增速预测

第二节 中国 家电行业未来发展趋势预测

第三节 中国 家电行业市场发展预测

- 一、中国 家电行业市场规模预测
- 二、中国 家电行业市场规模增速预测
- 三、中国 家电行业产值规模预测
- 四、中国 家电行业产值增速预测
- 五、中国 家电行业供需情况预测

第四节 中国 家电行业盈利走势预测

- 一、中国 家电行业毛利润同比增速预测
- 二、中国 家电行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国 家电行业投资风险与营销分析

第一节 家电行业投资风险分析

- 一、 家电行业政策风险分析
- 二、 家电行业技术风险分析
- 三、 家电行业竞争风险分析
- 四、 家电行业其他风险分析

第二节 家电行业企业经营发展分析及建议

- 一、 家电行业经营模式
- 二、 家电行业销售模式
- 三、 家电行业创新方向

第三节 家电行业应对策略

- 一、 把握国家投资的契机
- 二、 竞争性战略联盟的实施
- 三、 企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国 家电行业发展战略及规划建议

第一节 中国 家电行业品牌战略分析

- 一、 家电企业品牌的重要性
- 二、 家电企业实施品牌战略的意义
- 三、 家电企业品牌的现状分析
- 四、 家电企业的品牌战略
- 五、 家电品牌战略管理的策略

第二节 中国 家电行业市场的关键客户战略实施

- 一、 实施重点客户战略的必要性
- 二、 合理确立重点客户

- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国 家电行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国 家电行业发展策略及投资建议

第一节 中国 家电行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国 家电行业定价策略分析

第三节 中国 家电行业营销渠道策略

- 一、家电行业渠道选择策略
- 二、家电行业营销策略

第四节 中国 家电行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国 家电行业重点投资区域分析
- 二、中国 家电行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/422789422789.html>