

快速了解 产业链 之

白色家电

INDUSTRY
CHAIN

目录

01

概况

02

全景

03

上游

04

中游

05

下游

06

挑战

07

趋势



右滑阅读

概况

中国白色家电产量在全球市场中占有重要地位，部分产品的全球产能占比超过60%

中国白色家电产业经过多年的发展，已经成为全球最大的白色家电生产基地。白色家电，简称白电，主要包括空调、冰箱、洗衣机等大型家用电器。中国白色家电产业的发展历程可以划分为引进与探索期、快速发展期、成熟期和转型期四个阶段。目前，中国白色家电产量在全球市场中占有重要地位，部分产品的全球产能占比超过60%。

行业现状

供给情况：近年来，中国白色家电产量呈现波动上升趋势。2023年，全国家用电冰箱产量达到9632.3万台，房间空气调节器产量24487.0万台，家用洗衣机产量10458.3万台，均呈现不同程度的增长。

市场需求：随着居民生活水平的提高，高端白电产品的需求逐渐增长。2024年上半年，高端白色家电线下市场零售额占比有所提升，尤其是冰箱、干衣机、洗碗机等产品。

价格行情：2024年上半年，由于下游消费疲软，大多数白色家电主要产品线上价格有所下跌。

竞争格局

企业竞争：中国白色家电行业竞争激烈，主要上市公司包括美的集团、海尔智家、格力电器等。这些企业在空调、冰箱、洗衣机等白色家电领域具有较强的市场竞争力。

区域竞争：白色家电产业主要集中在广东、浙江、江苏等东南沿海地区，这些地区拥有完善的产业链和较强的产业协作能力。

行业趋势

绿色智能化：在“双碳”政策和智能制造的推动下，白色家电行业正朝着绿色化、智能化、高端化方向转型升级。

需求空间：未来白色家电的需求将主要以存量换新为主，随着智能化、绿色化、高端化转型升级的推进，市场规模有望继续增大。

全景

上游 – 原材料与零部件供应

原材料涉及钢铁、塑料、铜等，而零部件包括压缩机、电机、电子元器件等。代表性的上游企业有东方电热、三花智控、盾安环境等。



中游 – 家电整机制造企业

包括空调、冰箱、洗衣机等产品的制造。这一环节的代表性企业有美的集团、格力电器、海尔智家、海信家电等。



下游 – 销售与售后服务

包括线上和线下渠道。线上销售平台有淘宝、京东、苏宁易购等，而线下销售渠道包括苏宁易购、国美电器、红星美凯龙等；此外售后服务也是下游的重要组成部分，许多企业建立了完善的售后服务体系，以提升客户满意度。



上游 - 原材料与零部件供应

关键组件与主要供应商

关键组件

压缩机和电机是白色家电的核心部件，尤其在空调和冰箱中占有重要地位。企业如美的和格力分别投资于上游零部件厂，以确保压缩机和电机的稳定供应，这不仅增强了成本控制能力，也提升了整体生产效率。



主要供应商



区域分布与产业集聚

中国的白色家电产业链上游主要集中在东南沿海地区，如广东、浙江、江苏等省份。这些地区不仅拥有丰富的资源，还具备较强的产业链协作能力。

相比之下，中部和西部地区的白色家电产业布局相对较少，发展水平也较低，这导致了区域间的发展不平衡。



投资动向与未来趋势

在“十四五”规划期间，中国政府鼓励白色家电行业向**智能化、高端化和绿色化转型**。这一政策背景下，上游企业正在加大对智能化和核心零部件的投资，以提升产品竞争力和市场占有率。

此外，随着消费者对智能家电需求的增加，相关投融资事件也逐渐增多，表明行业未来的发展潜力。

中游 - 家电整机制造企业

主要产品



空调

市场上主要品牌包括美的、格力和海尔，这些企业在技术创新和市场占有率方面处于领先地位。



冰箱

海尔、美的和西门子等品牌在冰箱市场中占据重要份额，海尔在2023年线上市场零售额占比达到34.6%。



洗衣机

海尔、小天鹅和美的为洗衣机领域的主要竞争者。

代表性企业



美的集团

作为行业领导者，美的在多个产品线中表现出色，业务营收超过千亿。



格力电器

以空调为主打产品，持续进行技术研发和市场扩展。



海尔智家

在智能家居领域积极布局，推动产品智能化和高端化发展。

市场竞争格局

区域分布：白色家电整机制造企业主要集中在东南沿海地区，尤其是广东省。广东省内集聚了如美的、格力和海信等大型企业，形成了强大的产业链协作能力。

全球化布局：许多领先企业如美的、海尔和格力不仅在国内市场占据主导地位，还积极拓展国际市场，实现全球化业务布局。

下游 - 销售与售后服务

销售渠道

线下渠道

专卖店

各大品牌都有自己的专卖店，提供产品展示和销售。

家电卖场

国美、苏宁等大型家电卖场在全国范围内布局。

家居建材店

一些家居建材店也销售白色家电产品。

线上渠道

电商平台

天猫、京东等电商平台成为白色家电的重要销售渠道。

品牌官网

各大品牌都有自己的官方商城。

社交电商

拼多多等社交电商平台也在白色家电领域崭露头角。

其他渠道

家电下乡

政策支持下，白色家电下乡成为拓展农村市场的重要举措。

以旧换新

以旧换新政策鼓励消费者更新淘汰旧家电。

售后服务

维修服务

各品牌都有自己的维修网点，提供上门维修和送修服务。

延保服务

很多品牌提供1-5年的免费延保服务。

回收服务

一些品牌提供旧家电回收服务，鼓励消费者更新换代。

智能服务

随着智能家电的兴起，远程诊断和智能管家等服务也逐渐普及。

产业挑战

01 市场需求疲软

01

随着补库空间的逐步消耗，2024年的零售端需求显露出疲软的态势，导致上半年整体零售额同比下滑7.0%。

02 原材料成本上涨

02

原材料价格上涨、人工成本增加等因素导致家电企业的成本压力增大，需要通过优化供应链管理、提高生产效率等方式来实现成本的降低。

03 技术创新压力

03

行业内竞争对手的技术实力持续攀升，迫使企业必须不断加大研发投入，以确保技术上的持续领先。

04 国内外竞争激烈

04

随着市场的成熟，白色家电行业的竞争也在加剧，企业之间的市场份额争夺变得更加激烈。

05 消费者需求变化

05

消费者对家电产品的需求从基本功能转向高品质和个性化设计，推动白色家电向高端化、个性化发展，企业需要紧跟消费者需求的变化。

06 外贸环境的不确定性

06

白色家电产品出口面临品牌优势不明显、海外运费昂贵、出口订单不稳定以及地缘政治风险等挑战。

07 智能化转型的挑战

07

家电产品的智能化转型需要深度融合外设与无线通信技术，增加对物联网的投入，这对企业的技术创新能力提出了更高要求。

08 政策和标准的变化

08

国家和地方政府的政策导向对白色家电行业的发展有着重要影响，企业需要及时适应政策和标准的变动，以符合发展要求。

产业趋势

绿色化转型

随着全球对环保和可持续发展的重视，白色家电行业正朝着绿色化方向转型。这包括采用环保材料、提高能效和减少废物排放等方面。

01

智能化升级

技术的进步推动了家电产品的智能化，如通过Wi-Fi连接、语音控制等实现远程操控和智能交互。

02

高端化发展

消费者对家电的需求逐渐从基本功能转向高品质和个性化设计，推动白色家电向高端化发展。高端产品如智能冰箱、变频空调等越来越受到市场的欢迎。

03

个性化和定制化

随着消费者需求的多样化，白色家电行业也在提供更多个性化和定制化的产品和服务，以满足不同消费者群体的需求。

04

供应链优化

白色家电产业链的上游原材料和零部件供应正变得更加集中和高效，以适应快速变化的市场需求和降低成本。

05

线上线下融合

销售渠道的融合是白色家电行业的另一个发展趋势，线上销售平台和线下实体店的结合为消费者提供了更多的购物便利。

06

市场竞争加剧

随着市场的成熟，白色家电行业的竞争也在加剧，企业之间的市场份额争夺变得更加激烈。

07

全球化布局

一些领先的白色家电企业如美的、海尔等，正在加速全球化布局，拓展国际市场。

08



觉得内容有用，
欢迎点赞收藏~