

# 家 电 参 考

2015 年第 3 期 总第 155 期

中国家用电器协会信息咨询部

2015 年 5 月 4 日

## 版权声明

本报告由中国家用电器协会独家制作出版，本刊所有文章、图片、图表未经中国家用电器协会书面同意，不得以任何方式转载、复印、制作各种纸介或电子读物。违者追究法律责任。

我们力求使本报告所述内容及所用资料的客观和公正，但并不保证其完全精确与完整。文中观点与建议仅供参考，据此导致的任何决策后果与中国家电协会无关。

中国家用电器协会

# 目 录

## 家电行业分析

三月份家电行业运行形势分析 .....	4
“规范价格竞争、繁荣空调市场”提醒告诫会在北京召开 .....	12
“中国绿色热水器高峰论坛”在京举行 .....	16
新常态下中国家电渠道迎来新变革 .....	18
关于开展中国家电科技进步奖申报工作 .....	21
2015 年中国家用电器技术大会论文征集 .....	23
最新数据信息 .....	- 24 -
1. 家用电器工业产成品及销售收入 .....	- 24 -
2. 主要家用电器产品产量 .....	- 24 -
3. 主要家用电器产品进出口量 .....	- 25 -
4. 重点国家/地区市场出口（按累计出口量排序） .....	- 27 -
5. 全国城市主要家用电器产品零售量监测数据 .....	- 33 -

主办：中国家用电器协会信息咨询部

北京市崇文区广渠门内大街 80 号通正国际大厦 709 室

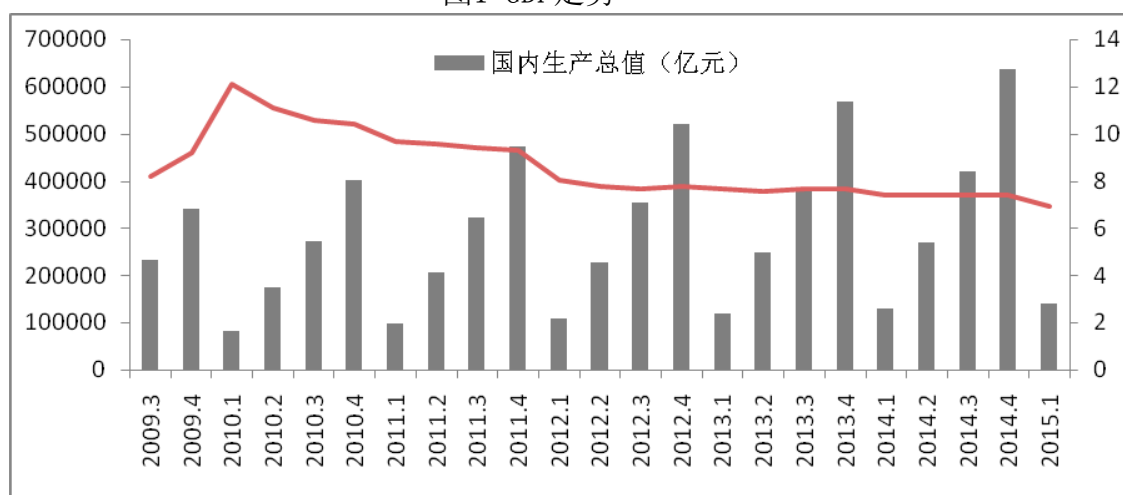
电话：010-51696605      传真：010-51696621

编码：BS00-20150310

## 三月份家电行业运行形势分析

中国国家统计局发布数据显示，一季度GDP增长7%，工业增加值增速6.4%，其中3月份增长5.6%。一季度GDP增速低于2014年全年的7.4%，增速创6年来的新低，特别是3月份与前两月相比增长动能明显减弱，内外需大幅度回落，经济惯性下滑压力加大。

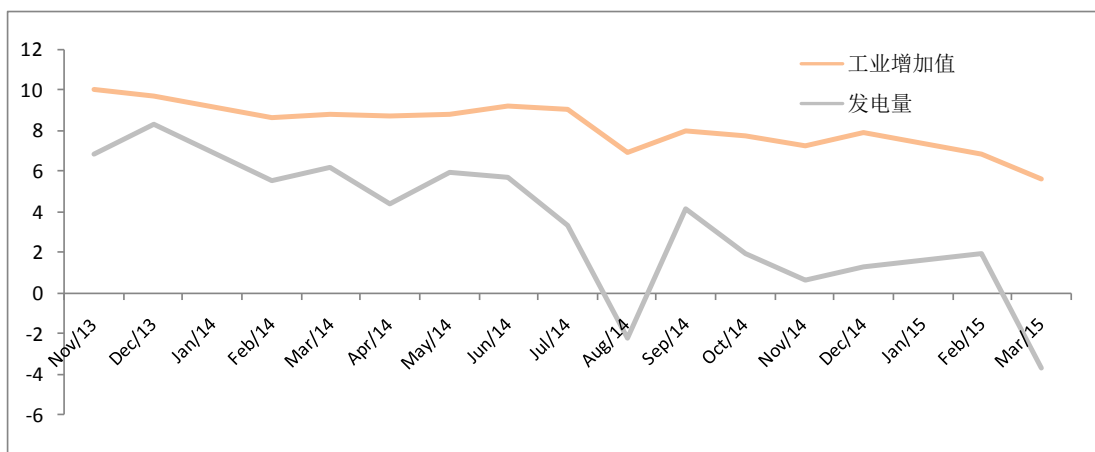
图1 GDP走势



数据来源：国家统计局

3月份，工业增加值同比增长5.6%，较1-2月份下降1.2个百分点。相比今年1-2月工业增速6.8%，去年10-12月份工业增速平均7.6%，1-9月份8.5%的平均增速，明显又下了一个台阶。同比增速的表现，反映出近期工业失速下滑后在新的一个平台弱势企稳。今年1-2月份工业增加值环比增速回落至0.45%，3月份环比增加0.25%，这也是自2011年以来同期的最低增速，表明工业增速恢复力度明显不足。季调环比的走势，反映了近期工业缺乏扩张动力的弱势表现，与工业通缩加剧恶化的境况一致。

图1 工业增加值增速以及发电量增速



中国家用电器协会信息咨询部

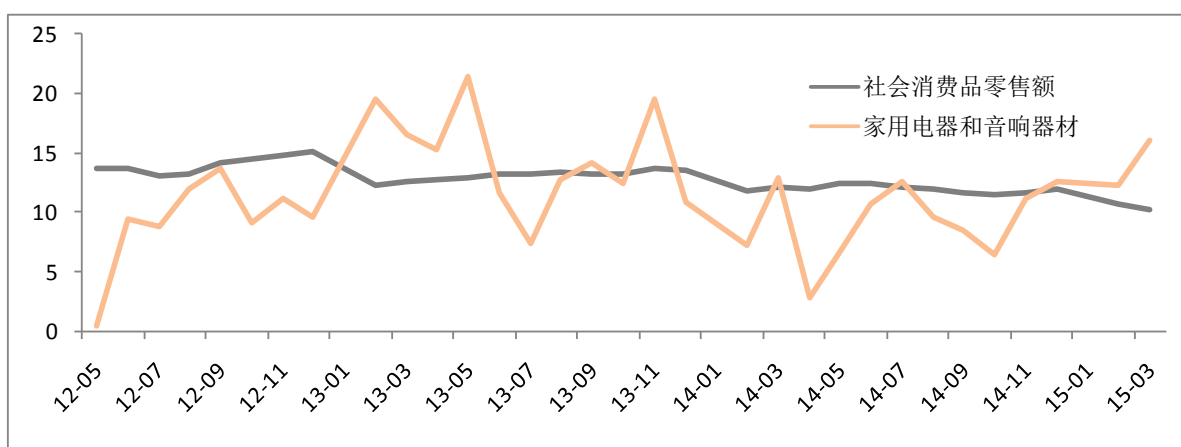
数据来源：国家统计局

其次，消费方面的表现也不振。3月份社会消费品零售总额同比名义增长10.2%，增速下降0.5个百分点。连续两月累计增速降到10%的水平。网上零售增速回落但占比略有提高。餐饮消费平稳增长，一季度限额以上单位商品零售30534亿元，同比增长7.8%，增速回落0.3个百分点，网上零售额6310亿元，增长41.0%，增速回落6.4个百分点，占社会消费品零售总额的比重为8.9%，占比提高0.6个百分点。

从主要商品分类看，一季度民生消费类的项目，日用品、化妆品类、粮油、食品、饮料、烟酒类和服装等销售增速均有所回升，手机通讯工具销售略有放缓但仍维持高速；住宅消费类里面，家用电器和音像器材类、建筑装潢类和家具类消费增速回升，与地产销售有所改善有关。其中家用电器和音像器材类消费同比增速回升至16.2%，改善相当明显。

结合工业生产和投资数据来看，经济下行难以避免，消费方面也不能幸免，但消费表现好于工业和投资，有可能成为下一阶段稳增长的主力。

图2 社会消费品零售总额以及家用电器和音响器材销售额单月同比增速



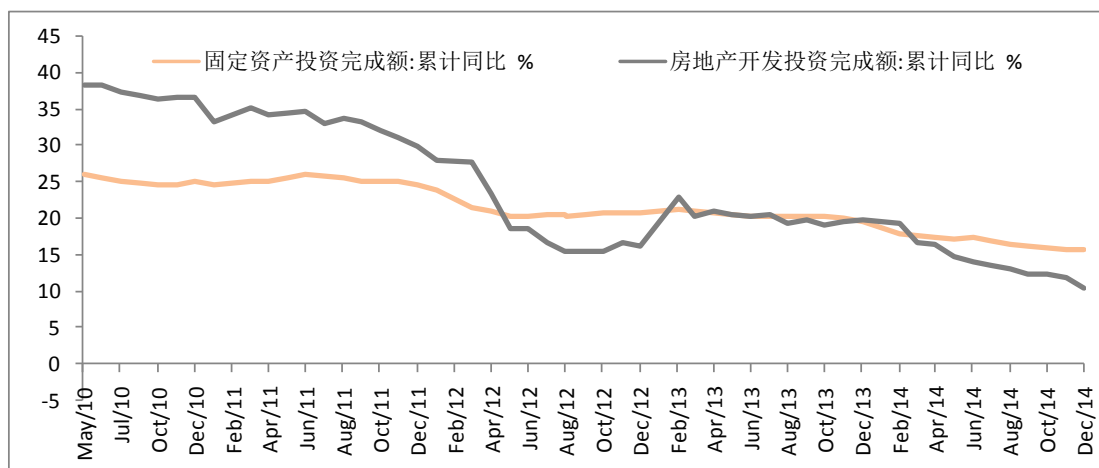
数据来源：国家统计局

2015年全国固定资产投资（不含农户）77511亿元，同比名义增长13.5%（扣除价格因素实际增长14.5%），增速比1-2月份回落0.4个百分点。从环比速度看，3月份固定资产投资（不含农户）增长1.04%。其中，基建投资增速提升。基础设施建设投资完成额1-3月份同比增长23.1%，增速比1-2月份提高2.5个百分点。其次，房地产投资增速回落，商品房销售有所改善，新开工仍低迷。最后，制造业投资增速略有回落。制造业投资完成额一季度增长10.4%，较前两个月增速下降0.2个百分点。3月份制造业投资同比增长10.3%，比去年同期减少5.0个百分点。回顾近6个月制造业投

资走势，9月反弹、10月份重现下滑、11月又现回升、12月稳定，2015年开年出现回落，一季度低位，制造业的低迷仍较为显著。

从投资的领先指标看，1-3月份固定资产投资到位资金同比增长6.8%，较前两个月增速回升0.1个百分点；新开工项目计划总投资同比增加6.1%，增速提高7.9个百分点。这可能反映资金到位和项目开工进度正在提速，后续的稳增长投资需要进一步加快资金到位和施工，方能对投资完成额形成支撑。

图3 固定资产投资以及房地产开发投资增速



数据来源：国家统计局

2015年1-3月份，全国房地产开发投资16651亿元，同比名义增长8.5%（扣除价格因素实际增长9.5%），增速比1-2月份回落1.9个百分点。其中，住宅投资11156亿元，增长5.9%，增速回落3.2个百分点。住宅投资占房地产开发投资的比重为67.0%。

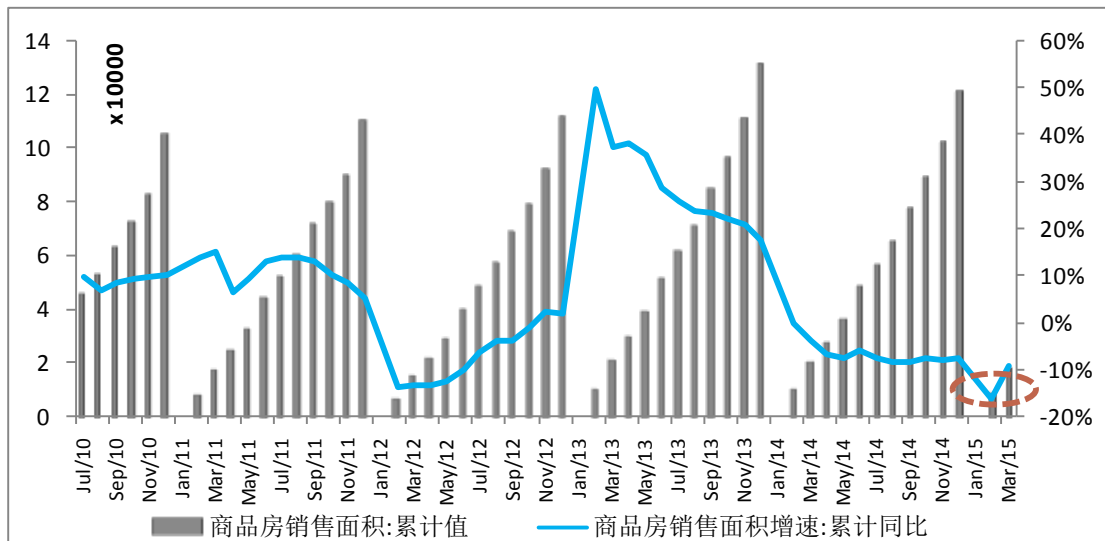
1-3月份，商品房销售面积18254万平方米，同比下降9.2%，降幅比1-2月份收窄7.1个百分点。其中，住宅销售面积下降9.8%，办公楼销售面积下降23.3%，商业营业用房销售面积增长5.4%。商品房销售额12023亿元，下降9.3%，降幅比1-2月份收窄6.5个百分点。其中，住宅销售额下降9.1%，办公楼销售额下降26.5%，商业营业用房销售额增长1.8%。

房地产开发投资完成额1-3月份增速8.5%，增速比1-2月份回落1.9个百分点。3月楼市整体环境向好，成交量反弹，房企采取积极销售策略。虽然去年三季度以来持续放松或取消限购、放松限贷条件等政策松绑，房地产市场需求有所回暖，但受制于高库存消化，房地产新开工仍将滞后。3月份房地产开发景气指数93.11，比上月回落0.66点，反映地产投资增速仍未见底。

近期持续的政策春风已对购房者预期产生较明显的冲击，多次救市信号进一步加快了购房者的入市步伐，对需求形成提振。我们预计330地产新政短期对地产销售有脉冲式的两个月左右需求刺激，改善性需求将有望迎来一波释放，4-5月份市场可

能会有明显的交易量反弹，价格仍将保持震荡调整态势。但销售改善趋势恐难持续，在此预期下，地产开发商将以去库存为主，对新开工投资仍将比较谨慎，预计地产投资仍将向5%左右水平收敛，因此我们预计地产新政可以有效化解地产硬着陆风险，但难以改变其景气下行趋势。

图4 商品房累计销售面积以及增速



数据来源：国家统计局

海关总署数据显示，今年一季度，中国外贸进出口总值5.54万亿人民币，比去年同期下降6%，其中出口3.15万亿元，增长4.9%，进口2.39万亿元，下降17.3%。贸易顺差7553.3亿元，扩大6.1倍。

三月单月进出口双双下降。数据显示，与上月暴涨48.9%相比，3月出口同比下降14.6%，进口则同比下降12.3%，但较上月20.1%的跌幅有所收窄。外需不振、经济下行、出口竞争优势削弱、大宗商品价格低迷等基本面因素对外贸发展形成了明显的制约。

另外，春节假期因素是导致今年一季度各月出口增速波动较大的主要原因，3月出口超预期下滑主要受到农历春节假期以及全球需求疲软的影响。从区域来看，中国对美国、欧洲和日本的出口3月份分别下跌了8.0%、19.1%和24.8%，而上个月则分别增长了48.5%、44.1%和23.6%。出口商面临高额劳动成本以及人民币汇率压力。因国内经济面临相对较大的下行压力，进口一直在下降。大宗商品进口价格仍然低迷，大幅拉低了进口值的增速。

同时，人民币未来阶段性贬值概率仍然存在，本月出口减速再次提高了人民币贬值的压力，加上未来还有降息降准预期，所以短期贬值趋势已现。

具体到家电行业方面：

### 一、家电产品产量数据

根据统计局的数据，2015年3月，电冰箱产量810万台，同比减少8.99%，1-3月份累计产量为2068万台，同比减少3.30%。洗衣机3月份产量为667万台，同比增长6.56%，1-3月累计产量1725万台，同比增长9.69%。空调3月份产量为1720万台，同比增长2.90%，1-3月累计产量3855万台，同比减少1.47%。

其他家电方面，电饭锅1-3月份产量5441万台，同比增长10.76%。家用微波炉1-3月份累计产量1927万台，同比增速为16.93%；家用吸排油烟机1-3月累计产量540万台，同比增速-2.67%。电热水器1-3月累计产量924万台，同比增长10.23%。

3月份大家电中冰箱的产量与去年同期相比有比较明显的下降，而空调和洗衣机产量则呈现了小幅增长迹象。其他家电方面，电热水器和微波炉产量有较大幅度增长。

表1 主要家电产品生产情况

产品	1-2月份同比增速	3月份同比增速	1-3月份同比增速
电冰箱	0.99%	-8.99%	-3.30%
冷柜	2.18%	-1.84%	-1.15%
房间空调器	-7.05%	2.90%	-1.47%
家用吸排油烟机	-7.29%	1.13%	-2.67%
电风扇	20.80%	-6.08%	8.03%
电饭锅	19.79%	-1.67%	10.76%
微波炉	20.23%	11.63%	16.93%
洗衣机	12.22%	6.56%	9.69%
电热水器	1.76%	26.01%	10.23%

数据来源：国家统计局

### 二、2015年3月冰洗空销售情况

产业在线数据显示，2015年3月国内空调产销总体规模水平环比均出现较大幅度增长，主要是2月春节企业都放了长时间的假期，假期结束后生产步入正轨，产量回升也属正常。3月家用空调的行业生产总量为1350.1万台，同比下降0.7%，环比增长116.22%；销售总量为1505.07万台，同比增长2.66%，环比增长102.54%。总体来看，3月产量和去年同期相比有小幅下降。

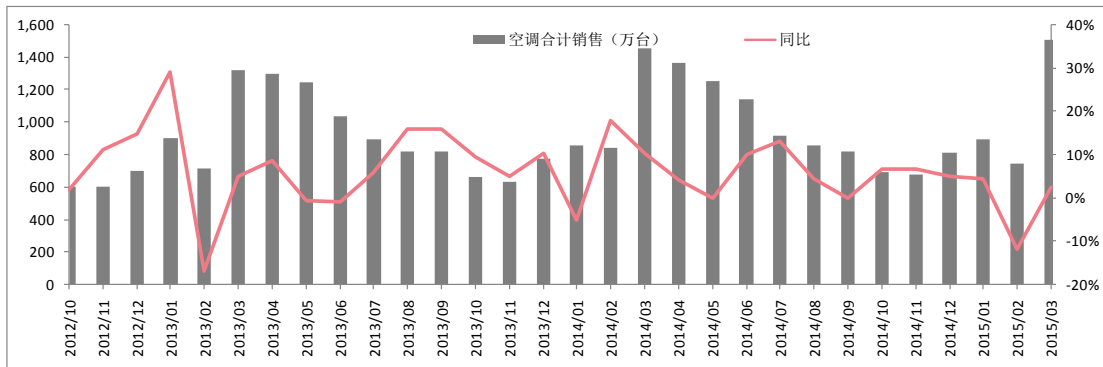
3月内销量874.77万台，同比增长7.39%，环比增长147.18%。3月内销同比环比增长，确实有些意外，因为从无论是从终端销售还是区域出货情况来看，大家的反馈都不甚理想，但仍有这么大的出货量，主要原因还是春节过后，厂家陆续旺季开盘，都推出了很优惠的政策力度，促进了出货，另外一轮又一轮的价格战也直接刺



激了出货。

3月份工厂出库好，在一定程度上是因为工厂库存转移给渠道的原因。实际上行业生存和竞争压力很大，如果今年6-8月旺季不热，会给很多厂家很大压力。终端售价在下降，主要是行业过度促销、价格战所致。但实际终端销售一般，经销商库存压力较大，影响后期销售，4月份各厂商会将工作重心转到零售工作。

图5 空调月度销售量

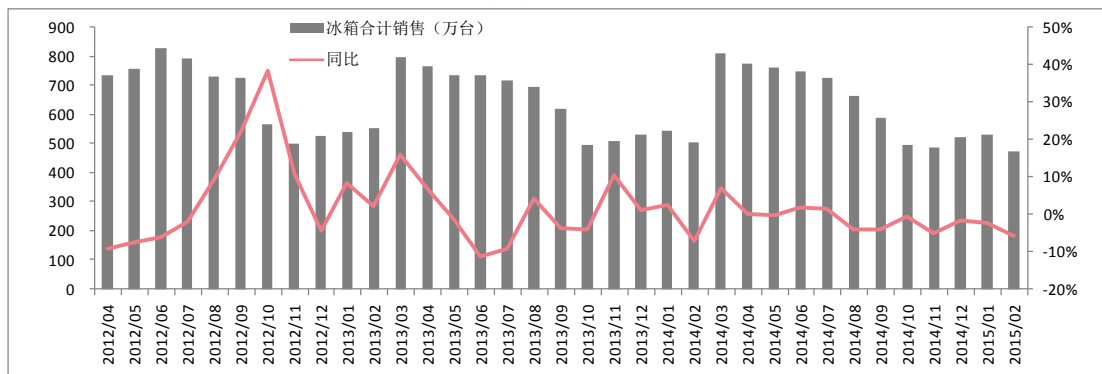


数据来源：产业在线

产业在线监测数据显示：产业在线监测数据显示：2015年3月冰箱市场下滑态势未能得到改变，但是下降幅度明显收窄，在结束了春节休假的影响后，冰箱产销量环比大幅提升。产业在线监测数据显示，3月冰箱总产量为802万台，同比下滑2.9%，环比增长75.1%；总销量为784.6万台，同比下滑3.4%，环比增长65.7%；从冰箱的内销表现来看，本月冰箱出口和内销同比均下滑，其中出口由于基数小，下滑幅度大于内销。本月库存环比增长7%，同比略有下滑。

2015年2月受春节影响，冰箱行业生产缩水明显，许多企业春节放假长达十天甚至更长，另外春节放假结束后不少企业还会遇到工人难招等各种情况，企业生产受影响颇大，主流企业都有不小程度的下降。3月份，这一趋势有所缓解，冰箱市场环比略有好转。

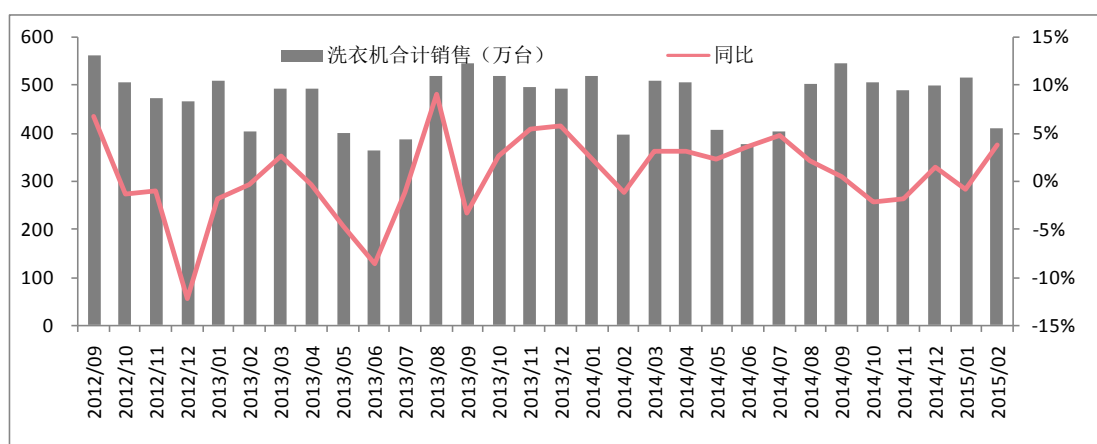
图6 冰箱月度销售量



数据来源：产业在线

产业在线数据显示,3月,洗衣机行业进入小旺季,为即将到来的清明和五一备货中,产销环比2月有大幅提升,但同比2014年来看,未能实现增长。产业在线统计数据 displays:本月,我国家用洗衣机行业总产量497.9万台,同比下滑3.1%;总销量468.0万台,同比下滑6.5%。其中内销出货量347.3万台,同比增长1.9%,环比2015年2月增长26.3%。出口出货量120.6万台,同比下滑24.4%,环比2月下月滑9.8%。1-3月累计,我国家用洗衣机行业总产量1383.9万台,同比下滑0.7%;总销量1391.0万台,同比下滑1.6%。其中内销出货量976.3万台,同比基本持平;出口量414.7万台,同比下滑5.3%。

图7 洗衣机月度销售量

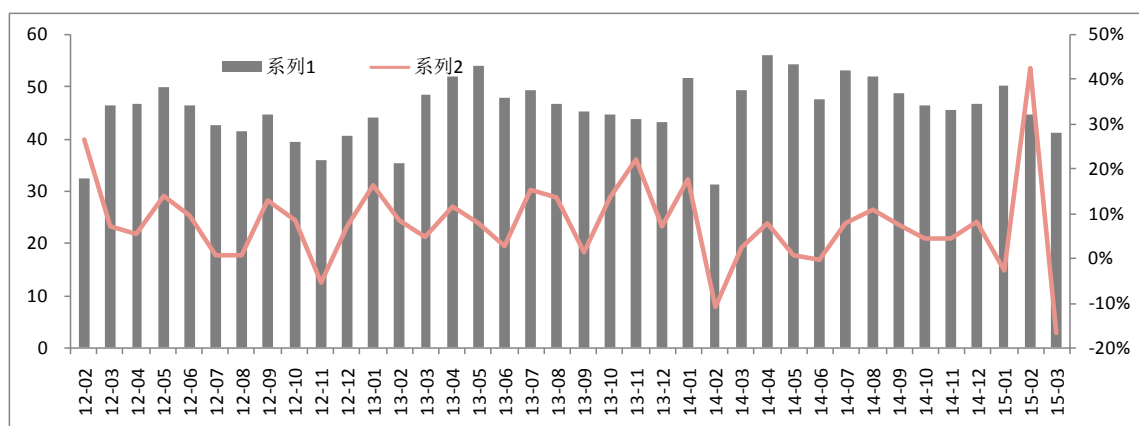


数据来源:产业在线

### 三、家电行业出口情况

从海关的数据来看家电行业的出口情况:2015年3月家电产品出口额41.0亿美元,同比下降16.8%。1-3月累计出口额135.6亿美元,同比增长2.7%。

图8 家电行业当月出口额及其同比增速



根据海关数据,2015年3月压缩式冰箱累计出口量520.4万台、出口额7.6亿美

元，同比分别增长11.4%和3.6%。出口增长主要来自于英国出口量累计35.7万台，同比增长17.6万台。降幅较大的是德国出口70.0万台，减少9.4万台，日本出口50.5万台，减少10.4万台。

洗衣机累计出口量495.7万台、出口额8.2亿美元，同比降低1.9%和5.5%。出口第一大国日本累计出口量96.6万台，同比减少27.98万台，第二大国美国出口量57.9万台，同比增长10.3万台。

家用空调器的累计出口量1279.5万台、出口额27.0亿美元，同比减少9.6%和9.8%。出口主要两大国家日本和美国同比继续下降，美国累计出口374.9万台，同比减少58.7万台，日本累计出口72.2万台，同比减少38.1万台。沙特阿拉伯增长明显，累计出口69.0万台，同比增长30.8万台。

微波炉累计出口量1312.8万台、出口额6.4亿美元，同比增长6.4%和4.6%。其中，美国累计出口367.7万台，增长66.4万台。

空调压缩机累计出口量759.3万台，出口额4.7亿美元，同比增长8.1%和4.6%；冰箱压缩机累计出口量935.9万台，出口额2.6亿美元，同比增长17.8%和1.5%。

## “规范价格竞争、繁荣空调市场”提醒告诫会在北京召开

2015年4月30日,由国家发改委价格监督检查与反垄断局组织的“规范价格竞争、繁荣空调市场”提醒告诫会在北京召开。家电协会和主要空调器生产制造企业参加了会议。反垄断局主要告诫内容如下:

### 一、空调市场兴旺发达,行业同仁功不可没

**1、空调行业发展迅猛。**据有关方面统计,2001年至2013年,我国家用空调产量以年均17.29%的速度递增,家用空调产量占世界总产量的80%,销售量占50%,成为全球空调产销重地。截至2014年,全国空调保有量接近5亿台。

**2、民族品牌快速崛起。**2014年三星、松下、大金、夏普、日立、LG、约克等外资空调在中国市场占有率全部加起来不足6%。出口方面,国产品牌格力、美的、海尔、志高则牢牢占据前四强。格力空调已经从“民族品牌”跃升为“世界品牌”,业务遍及全球160多个国家和地区。目前格力累计申请技术专利14000多项,其中发明专利近5000项;海尔累计申请或授权的专利超过20000项。

**3、企业利税不断攀升。**2014年家电业完成利税1407.3亿元,利润931.6亿元,分别比上年增长19.5%和18.4%。其中,格力纳税148.07亿元,累计纳税超过400亿元,累计实现利税超过770亿元,连续13年位居中国家电行业纳税首位;美的、海尔紧追其后。

### 二、空调业竞争激烈,价格战此起彼伏

进入21世纪以来,中国空调行业持续高速发展,盛况空前。但繁荣背后有隐忧,当前中国空调市场渐趋饱和,竞争日益激烈。

**1、空调市场增长放缓,厂商库存积压较多。**房地产行业持续低迷,国家能效补贴、以旧换新等政策结束,消费推动力减弱。2014年空调生产量高达15716.93万台,比2013年增长9.7%,产出过剩,库存压力大。截至年底,空调行业库存总量已超4000万台,相当于年销量的80%。

**2、行业竞争日趋惨烈,整合重组屡见不鲜。**由于中国空调产业发展很难再依靠外部环境的放量增长来推动,企业之间需要优胜劣汰。最近15年来,空调品牌淘汰率高达95%以上。2000年中国空调品牌大约400家,2004年仅剩50家左右,现在消费者普遍认可的空调品牌也就10余家,空调市场品牌越来越趋向集中。

**3、传统渠道遭受冲击,部分企业难以适应。**目前越来越多的企业着手电商渠道开发建设,2014年空调产品线上市场规模已达90亿元,同比上涨68%,但仍有

部分企业行动滞后，窘迫被动，难以顺应形势发展的要求。

**4、价格战火愈演愈烈，行业巨头纷纷卷入。**空调市场价格战由来已久，2014年下半年以来尤其火爆。去年9月，格力宣布“20年首次发动价格战，斥资百亿元回馈消费者”，家电零售巨头苏宁随即领衔多家空调品牌强势对垒，价格战火急剧升温。2014年底至今短短几个月时间，格力、苏宁、国美接二连三的价格战硝烟弥漫，跌宕起伏，市场震荡之剧烈前所未有，受到各界广泛关注。

### 三、务必保持高度警觉，切勿触碰法律红线

目前已经进入空调销售旺季，价格战方兴未艾。不少企业沉浸在低价刺激带来短期销量猛增的所谓“业绩”中沾沾自喜。但是在这里要敲响警钟，务必保持高度警觉，切勿触碰法律红线。

**1、涉嫌横向垄断：**横向垄断，是指具有竞争关系的经营者之间达成垄断协议、采取协同行为。苏宁携手众多空调品牌联合对阵格力，展开降价促销活动，很可能存在相互串通操纵市场价格、达成横向垄断协议的行为，涉嫌违反《价格法》第十四条和《反垄断法》第十三条。比如，2014年12月29日，苏宁易购在官方微博上贴出的广告漫画，六大空调品牌采用统一格式、在同一时段用高度近似的用语促销宣传，之前肯定有过商议、之间很可能存在某种协同。而且“破格行动”的“格”字采用特殊字体，指向明确、意图明显。苏宁作为策划者、组织者、召集者，可能涉嫌违反《反垄断法》第十三条第（六）项，其他空调生产厂家作为具有竞争关系的经营者，涉嫌违反《反垄断法》第十三条第（一）项。

**2、涉嫌纵向垄断：**纵向垄断协议，是指在同一产业中处于不同层次、没有直接竞争关系但是有买卖关系的上下游经营者之间达成的垄断协议。空调价格战中，作为家电零售巨头的苏宁与上游空调厂商之间的关系十分微妙，可能出现纵向垄断协议，涉嫌违反《反垄断法》第十四条。据《家电圈》报道，2015年3月22日晚，苏宁云商营销管理总部执行副总裁向家电圈独家披露，“其实，早在今年年初，由我们C00侯恩龙挂帅，副C00李斌和我等高管牵头，与各大空调品牌进行了密集的磋商和动员，着手规划在3月启动大规模空调促销让利活动——空袭72小时”。该报道附有苏宁与各大空调品牌召开“空袭72小时战前动员会”的会议照片。由于本次价格战规模大、范围广，因此部分空调厂家为了实行全国统一价，可能强势要求分散在各地的下游经销商统一售价，达成纵向垄断协议，同样涉嫌违反《反垄断法》第十四条。

**3、涉嫌低价倾销：**低价倾销是指经营者以排挤竞争对手为目的，以低于成本的价格销售商品，通常呈现降价时间长、降价幅度高、降价数量大的特点。在空调价格战中，各大品牌售价一降再降。苏宁和相关企业国产1匹空调每台999元、合

资1.5匹1899元、国产1.5匹变频空调1999元、国产2匹柜机2599元，创历史新低。格力在第三轮价格战中更是放出豪言，3天卖出50万台，价格回到六年前。空调价格的大幅下降，其中可能存在低价倾销行为，涉嫌违反《价格法》第十四条和《关于制止低价倾销行为的规定》第七条。具有市场支配地位的企业，有可能涉嫌违反《反垄断法》第十七条第（二）项。

**4、涉嫌价格欺诈：**价格欺诈是指经营者利用虚假或者使人误解的价格条件，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易。价格欺诈表现形式多样，空调价格战可能涉及到的主要有虚假折扣、隐藏价格附加条件、虚构原价和未履行价格承诺等行为。

**虚假折扣**是指降价销售所标示的折扣幅度与实际不符。最近的空调价格战存在大量打折优惠活动，这些折扣的背后可能存在“先涨后降”等虚假折扣行为。

**隐藏价格附加条件**是指销售商品、提供服务有价格附加条件时，不标示或者含糊标示附加条件。在空调价格战中，“预存抵券”、“以旧换新”等活动噱头层出不穷，尽管确实吸引了消费者的眼球，但有些附加条件并未如实标示出来。据媒体报道，尽管“以旧换新”口号响亮，但实体店方面却表现平淡，因为参与“以旧换新”活动，享受抵扣优惠的门槛太高。“首先，必须是在指定年份以前购买的空调且目前仍能正常使用；其次，旧空调和换购的新机必须全部位于原始购机发票中的地址；最后，用户报名时还必须提供旧空调购机发票的原件、空调内机条形码等原始资料，以上三条缺一不可。”如此苛刻的条件，让不少消费者乘兴而来，败兴而归。

**虚构原价**是指以虚构或者无依据的所谓“原价”进行价格比较。在价格战中，大部分的空调标价均采用“原价多少、现价多少”的对比形式来促销，刺激消费者购买。如果这里的原价不真实不准确，经销商不能提供按原价进行过交易的记录，做不到有据可查，就涉嫌违法。

**不履行价格承诺**是指销售商品和提供服务前有价格承诺，但不履行或者不完全履行。空调价格战中，生产商或销售商在招徕顾客时所给予的折扣幅度、“预存抵券”、“满\*\*返\*\*”等促销承诺，如果不能真正兑现，就涉嫌违法。

生产商或销售商在空调价格战中如果存在上述问题，就涉嫌违反《禁止价格欺诈行为的规定》第六、七、八条。此外，还可能在不按规定明码标价等其它涉嫌违法行为。各有关企业都要高度重视，谨慎小心。

#### 四、摒弃恶性竞争，共创美好未来

针对空调行业低水平的价格战，各企业要摒弃恶性竞争，维护良好的市场秩序，共创行业的美好未来。

##### 1、价格战可以打，无休止的恶性价格战不能打。价格战是企业竞争的必要手

段，但不是最重要的手段，更不是唯一手段。空调价格战的根源在于目前市场趋于饱和，供过于求，产能过剩，产量过剩，库存过剩，产品同质化现象严重。如今，价格战已经不再是单纯的营销方式策略，而是成了常态，成了过度的恶性竞争行为。一味纠缠打价格战是缘木求鱼、饮鸩止渴，付出的代价和潜藏的风险都很高。

**2、着力差异化竞争，开辟发展新路径。**空调市场要提倡进行差异化竞争，需要在产品创新、技术创新、管理创新、服务创新上多下功夫，需要以用户为中心，根据市场的不同需求，生产个性化、差异化产品，提供独具特色的服务。

**3、切勿以身试法，否则代价很惨痛后果很严重。**根据《价格法》第四十条，经营者有价格串通、低价倾销、价格欺诈等违法行为之一的，责令改正，没收违法所得，可以并处违法所得五倍以下罚款；没有违法所得的，予以警告，可以并处罚款；情节严重的，责令停业整顿，或者由工商行政管理机关吊销营业执照。《反垄断法》更严厉，根据《反垄断法》第四十六条，经营者违法达成并实施垄断协议，由反垄断执法机构责令停止违法行为，没收违法所得，并处上一年度销售额百分之一以上百分之十以下罚款；尚未实施所达成垄断协议的，可以处五十万元以下罚款。根据《反垄断法》第四十七条，经营者滥用市场支配地位，由反垄断执法机构责令停止违法行为，没收违法所得，并处上一年度销售额百分之一以上百分之十以下的罚款。

**4、完善自律机制，从根本上防范杜绝违法行为发生。**经过调查发现，目前空调行业普遍缺少法制意识，尤其缺少对《价格法》、《反垄断法》的正确认识，亟待加强学习。要通过学法、知法、懂法、守法，一方面严格自律，规范价格行为；另一方面在自身合法权益受到侵害时，善于运用法律武器积极维权。有的企业对价格工作、对法律事务不重视，不注意引进培育高端专业人才，内部机制不健全，市场营销、财务价格管理、法律事务相互脱节。各企业要完善内部价格管理程序、制度和机制，配备专职或者懂行的兼职人员，对定价策略、促销方式的法律风险进行预先把控。要加强与政府部门的实时沟通，遇到价格问题或者自身合法价格权益受到侵害，及时向政府价格主管部门反映，争取尽快妥善解决。

会议由国家发改委价格监督检查与反垄断局主持，参会单位包括北京市发改委、广东省发改委、中国连锁经营协会、中国家用电器协会；零售及渠道经营企业包括苏宁云商、国美电器、京东、阿里巴巴；空调生产企业包括格力、美的、海尔、志高、奥克斯、海信科龙、TCL、长虹、新科、惠而浦、松下、三菱重工。

## “中国绿色热水器高峰论坛”在京举行

4月22日是世界性环保节日——世界地球日。今年世界地球日，海尔、A.O.史密斯、美的、万家乐、樱花、林内、能率、博西家电、博世热力、格美淇、安心电器、太阳雨、四季沐歌、清华阳光、力诺瑞特等中国市场主流品牌齐聚北京“中国绿色热水器高峰论坛”，共同为热水器产业的节能环保事业站台。

我国是热水器全球产销大国，中国市场热水器产品的能效水平对于我国乃至全球的环保事业都有着重大意义。

### 热水器市场进入新常态

论坛现场，国家信息中心信息资源开发部副主任蔡莹介绍说，2014年我国热水器产品的总销售量已经超过3600万台，其中电热水器销量超过1750万台，燃气热水器销量达到1180万台，太阳能热水器销量为700多万台，热泵热水器销量近30万台。具体到全国重点城市，这一数据依然可观：2014年电热水器、燃气热水器的销售量达到2210万台，销售额是422.72亿元，分别同比增长3.03%和6.39%。

进入2015年，这一趋势仍在延续。一季度全国重点城市电热水器、燃气热水器线下销售量为514.64万台，同比增长1.45%；销售额101.19亿元，同比增长6.50%。

与其他家电品类一样，热水器线上销售的增幅比线下更为明显。据奥维云网最新报告，一季度电商渠道热水器销量为69万台，销售规模达到8.4亿元，零售量和零售额分别同比增长82%和66.3%。而据京东方面提供的数据，今年一季度，京东热水器销售额同比增长高达108%，2015年全年预计同比增幅将达到104%。

线上市场在扩容，但是分蛋糕者并未增多，2014年京东线上主流品牌零售额份额达到85%，京东自营TOP10热水器品牌零售额份额高达92.1%。

### 能效标识成为选购产品的核心指标

“前几年热水器市场一直增长强劲，许多企业扩张了自己的产能规模，新常态下市场需求不振和产能过剩的矛盾会进一步加剧，这也会给行业未来发展带来一定的压力”，论坛上，中国家用电器协会秘书长徐东生表示。但他同时指出，热水器产业节能水平不断提升，也非常值得肯定。

徐东生认为，热水器产品越来越节能，一方面得益于前几年国家政策的大力推动；另一方面也源于相关企业在市场竞争压力下的“主动出击”——目前市场主流



电热品牌都先后推出了超一级能效的超节能产品。此外，消费者消费观念的转变也在倒逼企业进行节能升级。而从线上渠道热水器产品的能效等级来看，奥维云网数据显示，一季度一级能效销量占比为23.0%，二级能效销量占比为66.3%，一、二级能效的总体占比接近9成，说明绿色节能产品已经成为市场的绝对主流。

### 节能、节水等高附加值产品未来可期

与此同时，作为耗水大户，热水器产品的节水需求也已经迫在眉睫。中国家用电器研究院副总工程师张亚晨说，洗浴用水在人们生活用水中的占比居高，且浪费严重，他提供的数据显示，家庭洗浴用水量在生活总用水量中的占比超过50%，而单人单次洗浴平均用水量为30-80L。与此同时，全国600多个城市中，缺水的就有400多个，严重缺水的超过100个。因此他认为，通过技术手段改良热水器产品，“既能够实现更为节水的洗浴解决方案，也能够为相关企业带来新的商机”。

而从目前的市场反映来看，节能、节水等高附加值产品的市场份额确实在不断的扩大之中。论坛现场发布的《2014-2015年中国热水器市场研究报告》显示，2015年一季度，在热水器整体市场微增的情况下，3000元以上的高端产品的销售量和销售额均呈现较大程度的增长，同比分别增长了12.36%和15.98%，远高于行业整体。“2015年，高端产品依然能够保持上升和发展，这是我们对热水器行业高端市场的一个基本判断”，蔡莹分析称。

## 新常态下中国家电渠道迎来新变革

渠道变革是2014年我国家电业发展的一大亮点，但事实上，一个更加剧烈的动荡期仍在前方，而且即将到来。

实体渠道压缩、电商市场成熟、移动消费崛起、渠道下沉加速、消费需求升级……如今，家电渠道的“玩法”已经远非往昔可比，为了深入了解与探讨国内家电渠道业态变革的方向与特点，由中国家电协会举办的“中国家电产业渠道商大会”在上海AWE展会期间召开，制造商代表、渠道商代表、业内专家、媒体代表等1000余名嘉宾出席了此次会议。

“中国家电产业渠道商大会”至今已经成功举办了三届，作为中国家电博览会(Appliance&electronics World Expo, 简称AWE)的重要组成部分，会议旨在通过家电产业主流渠道商的集会，揭示家电渠道业态在新时期的方向和特点，搭建政府主管部门、家电厂商、渠道商、家电产业链相关企业之间沟通的桥梁，共同探讨家电渠道在新的历史时期的转型与变革，引导家电渠道向更具融合化、专业化与网络化的方向发展。

中国家用电器协会理事长姜风在致辞中指出，2014年家电市场电商渠道发展快速，三四级市场开拓也进一步深化。核心品牌开始占据线上销售的主流地位，另外产品结构升级也是线上销售的一大特点，白电市场中高性能、变频机、智能化等卖点正在被消费者广泛接受。

正如本届会议的主题“新常态、新模式、新机会”所言，中国经济的新常态正在给中国家电渠道产业带来更大的挑战，奥维云网总裁喻亮星在大会上说，2015年开年，中国家电市场所面临的市场环境并未得到明显改观，“我国经济仍面临着较大的下行压力，房地产市场依旧冷清，整体市场需求动力不足，消费者对节点促销的敏感度大幅下降”。据奥维云网的数据，2015年1-2月，我们家电市场整体实现零售额937亿元，同比微增0.2%。

但是新常态也在创造着全新的模式，并将带来更多的机遇。北京大学新闻与传播学院教授博士生导师胡泳发表了主题为“新常态下中国宏观经济环境分析与家电制造业的转型”的演讲，他在演讲中指出，中国6亿在线消费者构成了一个“黑洞”，会对不同的产业产生吸附效应，会出现“一个一个产业的电商化”，具体到家电业来

说，中国拥有 6.32 亿互联网用户，这催生了充满活力的科技行业、繁荣的社交网络和世界上最大的电子零售市场，但到目前为止，大部分活动仍都发生在消费端，各个重要行业都没有跨越向线上转型的早期阶段，“事实上，大约一半的中国中小企业才开始利用互联网进行采购、销售和营销等活动，这意味着家电渠道最激烈的变化还没有到来”。

为了应对上述变化，本届渠道商大会对互联网时代家电制造商以及传统渠道模式变革予以了深刻的探讨和重点关注，大部分演讲嘉宾也都围绕这一主题展开演讲：海尔家电产业集团副总裁孙京岩的演讲主题为“用户零距离，网络 OTO”，苏宁云商总裁侯恩龙诠释了“传统零售商的电商化自我改造之路”，重庆百货大楼股份有限公司电器事业部副总经理周晓均讲解了“新常态下，区域强势渠道如何做好战略转型”，而汇通达网络有限公司总裁徐秀贤的演讲主题则是“电商与传统渠道融合，农村、三四级市场渠道布局新模式”。

电商之外，我国城镇化进程的加速也在为家电渠道产业带来深刻的变革和广阔的发展空间，徐秀贤说，中国的乡镇市场非常庞大，如果将业务下沉到“镇”一级，每个镇大约 12 个村，每个村 200 到 300 户，每户平均 3.5 人，而他们当中三分之一都有购置家电的需求。但如果企业“以纯电商的角度来经营这一巨大的市场，最终必将失败”，乡镇市场需要电商化，但是更得接地气，以满足乡镇消费者体验式购物、个性化定制的需求。

传统渠道需要下沉，而面对新型城镇化建设的推进，电商渠道更需要下沉，可以预见的是，2015 年家电产业的物流、服务、体验、O2O 也将会在与农村及三四级家电市场的碰撞中，摩擦出不一样的火花。

本届中国家电产业渠道商大会还评选出中国家电渠道商贡献奖、卓越服务奖以及新锐奖三类大奖，其中，渠道贡献奖表彰那些在与企业构建上下游合作中做出努力的渠道商，渠道卓越服务奖则瞄准具备良好服务水平和与时俱进的创新服务能力者，而渠道新锐奖则表彰在中国家电流通领域迅速崛起、服务形式创新具有时代风采的新兴渠道商。中国家电渠道商奖项的评选，旨在针对在家电流通领域中具有引领作用，并对服务创新、转型升级、消费服务等各方面具有突出贡献和影响力的典型渠道商进行表彰和宣传，更是为了进一步加强家电流通产业链上下游合作共赢关系，进而推动家电产业健康快速发展。最终，重庆百货大楼股份有限公司电器事业部、江西四平家电集团有限公司斩获渠道贡献奖；湖南步步高集团、山东银座电器

有限责任公司、东南电器（福建）有限公司、深圳市顺电连锁股份有限公司、四川家福来实业集团有限公司、包头市同利家电有限责任公司、山东潍坊百货集团股份有限公司荣获渠道卓越服务奖；北国商城股份有限公司、安徽国生电器有限责任公司、青岛宇恒电器有限公司、国美电器控股有限公司、长春欧亚集团股份有限公司、汇通达网络有限公司、河南惠民城电器有限公司、京东商城、天猫商城、海尔巨商汇、百诚网络科技发展有限公司获得渠道新锐奖。

国美电器总裁王俊洲表示，在互联网时代，消费者不拒绝任何一个渠道。零售的本质在于渠道具备多少能力，消费者最后落脚到哪，要看渠道提供的服务和价格。

中国家用电器协会秘书长徐东生表示，中国经济高速增长的时代已经结束，开始进入中速发展的阶段，家电行业在这样的背景下也步入“新常态”，而伴随行业的转型调整，渠道商也面临新的挑战，服务更专业、售后物流更完善、给用户更佳体验等将是渠道商需要不断提升的层面。

## 关于开展中国家电科技进步奖申报工作

由中国家用电器协会组织的中国家电科技进步奖申报活动自2011年起已经成功组织四年，得到了业内企业的普遍认同和重视。随着行业技术进步的步伐加快，申报项目的水平逐年提高，获奖项目的水平则代表出我国家电行业技术进步的最新成果。

当前，在经济新常态下，行业对转型升级更加迫切，技术创新的重要作用和作用越来越得到凸现，技术创新对于行业发展的作用也日益明显。中国家用电器协会将继续做好2015年中国家电科技进步奖评选工作，评选出近些年对行业发展做出贡献的科学技术成果，以期能够继续为引导中国家电行业的技术进步和提升了行业整体技术水平贡献力量。

为了进一步做好2015年中国家电科技进步奖申报工作，规范填报申报材料，根据《中国家电科技进步奖奖励办法》、《中国家电科技进步奖奖励办法实施细则》，现将2015年申报工作有关事宜通知如下：

### 一、申报和要求

本奖项只面向于中国家用电器协会会员，奖项的申报范围包括单位和个人，接受单位统一组织的申报和个人申报。个人申报的需得到所在单位的同意。范围包括与家电技术有关的整机企业或核心零配件企业等。

### 二、报送申报材料

1、各申报单位按照申报书填写说明的具体要求，组织填写申报书和报送相关申报材料。

2、申报科技进步奖的有关信息可从中国家用电器协会的官方网站[www.cheaa.org](http://www.cheaa.org)或中国家用电器技术大会在线报名系统<http://jsdh.cheaa.org>下载，可下载的有关资料有：

- (1) 中国家电科技进步奖奖励办法；
- (2) 中国家电科技进步奖奖励办法实施细则；
- (3) 中国家电科技进步奖申报书（2015年度）；
- (4) 中国家电科技进步奖申报书填写说明。

### 三、申报书的填写

1、申报书是科技进步奖评审的主要依据，要按照科技进步奖申报书填写说明的要求认真填写。

2、申报科技进步奖需提供真实、完整的资料，如有专利，应当提供获得专利证明的材料。

3、各种新闻媒体的报道及个人信件不作为评价的证明。

4、项目申报书的主件不超过25页，附件不超过40页。其书面申报书应将主件和附件材料合订，不需要另加任何封面，装订成册，平整为佳。

5、项目申报书的主件电子版材料为word文件，请勿将基本情况表修改为jpg或pdf格式文件。可插入jpg格式图片，且每幅图片大小不超过140KB；附件电子版可以是PDF和JPG文件。

#### 四、报送申报材料的要求

1、每个项目报送书面申报书（含附件）1份，首页必须有申报单位盖章，《主要完成人情况》表应有本人签字。

2、每个项目必须报送电子版（光盘）申报书（含附件），应根据申报书填写说明的要求按顺序排列，且与书面版本一致。

#### 五、申报截止时间

请各申报单位于2015年8月1日前，将申报材料的书面版和电子版统一报送至中国家用电器协会，逾期不予受理。

#### 六、其它事项

1、凡存在知识产权以及完成单位、完成人员等方面争议的，在争议未解决之前不得申报参加评审。

2、对经评审获奖项目将按《中国家电科技进步奖奖励办法》颁发证书并在中国家用电器协会官方网站公布；对于无效申请和经评审未获奖项目不通知，申报资料不予退回。

3、中国家电科技进步奖评审结果将在2015年中国家用电器技术大会上公布，并举办颁奖仪式。请申报企业在协会官方网站上关注会议有关信息。

#### 4、中国家用电器协会联络信息：

联系人：窦艳伟 彭敏

联系电话：010-51696595；51696560

传 真：010-51696621

## 2015年中国家用电器技术大会论文征集

中国家用电器技术大会成功举办了11届，已经成为中国家电行业最重要和权威的技术交流平台，为推动中国家电技术进步发挥了重要作用。当前，中国经济发展进入新常态，创新驱动成发展主要动力。新形势下，把握行业发展需求，探索技术发展趋势，跟踪国际最新技术进展，提高企业技术水平显得更为重要，是中国家电行业能否提高在全球家电产业链中的地位，由全球家电大国向强国转变的关键。

结合当前家电行业技术发展趋势，2015年中国家用电器技术大会将以家电“智能制造、智能产品、节能环保和新材料”为主题，并围绕该主题邀请相关演讲。希望2015年中国家用电器技术大会能够继续为家电研发人员搭建好技术交流平台，推动行业可持续发展和进步。

本届技术大会将继续出版论文集，欢迎家用电器制造企业、企业技术中心、博士后工作站、大专院校、研究单位的专家、学者、工程技术人员以个人或团体名义发表论文。论文应围绕本届会议主题，包括家用电器及相关领域的研究成果、新技术的应用以及有关边缘学科、交叉学科的最新突破和进展。论述的内容可涵盖：网络与信息家电、电子技术应用、新材料技术与应用、产品工业设计、HCFC替代/节能/节水/回收环保等方面的最新成果；对家用电器的设计、操作、功能、降低成本等带来革新性改进的材料和元器件方面的研究成果；关于家电法规、标准、操作管理规程等的研究等。同时，欢迎有关行业技术进步及标准动态等方面的综述性文章。中国家用电器协会将聘请行业专家对论文进行综合评价，入选论文将编辑成《2015年中国家用电器技术大会论文集》并交由出版社正式出版发行。本届会议将继续评选优秀论文，并向优秀论文作者颁发证书，部分优秀论文将在会议上进行宣读。

需要强调的是，本次论文集的出版模式将有新的变化。本次论文出版采纳与会代表的建议，借鉴国际同类会议论文集的通用做法，论文集将采用纸质版和光盘电子版的形式正式出版发行。论文集纸质版将刊登论文题目、作者、中文和英文摘要、关键词和第一作者简介，不再登载论文正文，光盘电子版将收录论文的全部内容。

《电器》杂志社负责大会论文集的编辑工作。需要投稿的作者，请于2015年6月30日前将论文及800字以内的中英文论文摘要，提交给编辑部。

论文及摘要提交，请登录<http://jsdh.cheaa.org/login.html>，注册登录后在线提交，或者以电子邮件递交。论文应未在公开刊物、学术刊物上发表过。中国家用电器协会将聘请专家对论文进行评审，并于2015年8月15日前通知您论文是否被采用。

《电器》杂志联系人：陈莉 赵明

电话：010-65228518 65222594 65231814 传真：010-65285639

中国家用电器协会信息咨询部

## 最新数据信息

## 1. 家用电器工业产成品及销售收入

## 2015年3月家用电器分行业产成品及销售收入

行业名称	累计产成品(亿元)	累计销售收入(亿元)
家用制冷电器具	200.82	756.42
家用空气调节器	314.86	1169.64
家用通风电器具	24.86	96.40
家用厨房电器具	64.08	451.88
家用清洁卫生电器具	43.91	344.72
家用美容、保健电器具	9.56	70.44
家用电力器具专用配件	27.02	206.80
其他家用电力器具	22.40	127.45
合计	707.51	3223.75

数据来源：国家统计局

## 2. 主要家用电器产品产量

## 2015年3月主要家用电器产品产量

产品名称	当月产量(万台)	累计产量(万台)
家用电冰箱	810.53	2068.02
家用洗衣机	666.94	1725.44
房间空气调节器	1720.78	3854.97
家用冷柜	195.48	497.61
家用电风扇	1569.59	4010.32
家用电热烘烤器具	1360.33	3561.05
微波炉	705.50	1927.74
电饭锅	2088.97	5441.28
家用吸尘器	641.29	1894.73
家用电热水器	370.47	924.01
电冷热饮水机	216.81	520.80
家用吸排油烟机	215.79	540.04
家用燃气灶具	270.83	747.72
家用燃气热水器	94.58	252.46
太阳能热水器	120.00	301.03

数据来源：国家统计局



## 3. 主要家用电器产品进出口量

## 2015年3月主要家用电器产品出口量

产品名称	当月数量(万台)	累计数量(万台)	累计同比增长
冰箱压缩机	322.87	935.95	17.84
彩电	415.51	1354.17	-12.88
电炒锅	9.11	40.37	19.94
电吹风机	432.37	2120.97	14.68
电磁炉	42.64	237.76	-9.05
电动剃须刀	322.17	1139.69	10.02
电饭锅	255.42	1104.82	10.21
电风扇	1246.28	3942.71	3.93
电机	4275.25	14333.30	13.62
电烤面包器	415.54	1812.51	10.31
电气空间加热器	156.44	693.88	-41.63
电热干手器	4.22	26.35	8.73
电热烘烤烧烤器具	638.58	2772.75	20.27
电热水器	51.09	194.56	-0.02
电熨斗	446.23	2159.72	5.57
干衣机	0.13	1.13	-9.18
干燥机	11.00	31.01	19.99
黑白电视	0.00	0.82	80.89
激光视盘机	357.26	1548.85	-2.95
咖啡机和电茶壶	423.12	1782.23	-12.25
空调器	487.44	1279.47	-9.61
空调器压缩机	255.19	759.29	8.11
冷冻箱	68.21	230.26	11.21
气体净化器	53.03	190.54	-23.82
燃气灶	5615.54	18761.81	1.74
食品加工处理机、榨汁机	1002.60	4138.01	6.91
水净化器	145.01	500.85	52.64
通讯产品	8659.30	28703.91	0.49
瓦斯煎烤器	175.26	643.59	33.03
微波炉	386.78	1312.79	6.39
吸尘器	596.21	2292.01	2.59
吸油烟机	36.76	164.54	2.80
洗碗机	25.22	78.15	10.80
洗衣机	147.26	495.67	-1.90
压缩式冰箱	170.34	520.41	11.43
饮水机	54.57	188.00	16.50

2015年3月主要家用电器产品进口量

产品名称	当月数量(台)	累计数量(台)	累计同比增长
冰箱压缩机	311978	964236	-14.20
彩电	882	3972	-71.11
电炒锅	21	2174	413.95
电吹风机	1466	5144	-83.15
电磁炉	735	3022	64.15
电动剃须刀	85861	211547	135.96
电饭锅	36500	74935	22.88
电风扇	10020	18528	1, 402.68
电机	5205611	18025111	-0.98
电烤面包器	19047	28260	63.60
电气空间加热器	25744	65220	6.23
电热干手器	0	1274	32.43
电热烘烤烧烤器具	29965	82297	-10.10
电热水器	1733	5021	98.93
电熨斗	6611	20930	-78.63
干衣机	36	134	-2.19
干燥机	1140	3356	-23.12
黑白电视			
激光视盘机	4359	17347	-46.27
咖啡机和电茶壶	11913	26616	-49.73
空调器	942	2204	-70.55
空调器压缩机	311591	910897	-12.58
冷冻箱	183	1355	-63.30
气体净化器	29296	164450	-29.59
燃气灶	71423	210594	87.79
食品加工处理机、榨汁机	80868	267660	-36.54
水净化器	467650	974280	124.76
通讯产品	1859923	3419926	75.81
瓦斯煎烤器	397	7939	-16.99
微波炉	595	2332	-9.44
吸尘器	27008	59887	-17.45
吸油烟机	482	1923	-58.02
洗碗机	8149	24376	104.45
洗衣机	15997	45957	21.53
压缩式冰箱	26486	79137	5.31
饮水机	437	2791	286.03

数据来源：海关总署

## 4. 重点国家/地区市场出口（按累计出口量排序）

2015年3月电冰箱出口国家/地区前15名（单位：万台/万美元）

国家/地区	当月数量	同比(%)	当月出口额	同比(%)	累计数量	同比(%)	累计出口额	同比(%)
美国	29.75	-5.65	3952.92	-11.88	78.34	4.84	10732.47	-2.78
德国	17.59	-20.01	2003.00	-21.62	70.03	-11.78	7994.96	-14.12
日本	17.17	-12.26	3152.65	-33.94	50.52	-17.09	10483.93	-28.19
英国	11.99	73.58	1652.30	40.24	35.71	97.13	5099.45	63.84
法国	8.26	-17.77	1247.45	-5.71	21.56	6.98	3416.81	16.89
荷兰	7.24	8.32	737.51	9.71	19.52	39.93	2120.74	49.12
沙特阿拉伯	8.63	63.68	985.05	74.57	18.33	73.93	2168.62	57.73
加拿大	4.39	55.96	486.02	16.88	14.79	119.91	1793.71	61.92
伊拉克	2.78	6.98	371.49	26.38	13.28	92.27	1860.34	131.28
意大利	3.85	-33.23	465.09	-33.48	12.84	31.73	1656.95	19.72
阿尔及利亚	4.50	12.89	718.76	68.42	11.39	13.11	1755.45	38.69
南非	2.89	-9.75	355.62	-24.79	10.98	55.90	1257.03	11.10
尼日利亚	3.35	-30.11	379.75	-17.57	10.50	-6.34	1101.14	-4.01
澳大利亚	3.42	38.06	823.12	31.21	10.04	23.71	2450.63	28.75
西班牙	3.34	127.12	425.96	42.01	7.46	58.26	1142.19	24.15

2015年3月冷柜出口国家/地区前15名（单位：万台/万美元）

国家/地区	当月数量	同比(%)	当月出口额	同比(%)	累计数量	同比(%)	累计出口额	同比(%)
美国	11.88	17.43	2123.31	25.32	42.26	22.35	7358.66	34.62
尼日利亚	4.18	-32.12	612.71	-26.12	12.85	-25.46	1776.75	-26.23
英国	2.90	6.97	561.41	6.40	11.69	69.23	1941.89	45.86
印度	2.02	27.41	370.54	13.72	10.21	62.80	1937.30	55.11
意大利	2.49	-21.30	368.96	-32.75	9.17	14.42	1642.84	13.29
法国	2.30	25.68	379.94	8.36	6.99	51.29	1176.43	37.84
伊拉克	1.70	-13.06	228.70	-14.48	6.66	24.72	949.54	28.06
澳大利亚	1.63	3.82	844.27	51.58	5.84	23.92	2712.75	56.31
加拿大	2.06	32.23	262.68	23.91	5.61	32.46	737.00	16.62
德国	1.60	-21.74	321.78	-28.71	5.60	0.28	1218.25	7.99
荷兰	1.97	-16.96	217.51	-30.50	5.25	0.53	741.03	4.62
阿尔及利亚	2.37	10.04	342.88	3.31	5.18	-22.48	804.80	-19.49
安哥拉	1.52	-27.89	173.76	-34.14	5.01	-11.73	641.77	-10.37
沙特阿拉伯	2.46	371.47	459.96	253.79	4.97	126.31	966.08	115.50
日本	1.11	-55.11	201.08	-50.15	4.35	-21.30	792.10	-15.97

2015年3月家用空调器出口国家/地区前15名(单位:万台/万美元)

国家/地区	当月数量	同比(%)	当月出口额	同比(%)	累计数量	同比(%)	累计出口额	同比(%)
美国	138.96	-28.14	18797.58	-26.79	374.91	-13.53	52738.87	-11.19
日本	32.31	-22.01	8810.01	-25.71	72.17	-34.59	20494.82	-38.10
沙特阿拉伯	29.03	51.66	8308.73	53.87	69.01	80.56	19170.09	81.69
印度	17.36	56.34	3525.50	44.48	59.49	66.96	12140.97	61.84
巴西	17.54	29.68	3085.10	19.32	59.12	32.10	9795.74	17.08
墨西哥	18.33	-26.33	3759.66	-27.30	58.20	14.58	11799.59	9.42
阿根廷	23.94	153.06	4539.81	133.70	54.50	107.13	10492.44	113.12
伊拉克	18.71	-18.10	5624.98	-24.72	47.02	-12.86	14506.56	-19.17
阿联酋	13.87	3.95	3691.83	-1.73	32.53	34.41	9022.22	30.33
俄罗斯	8.37	-69.06	1465.01	-75.06	30.84	-58.19	5882.21	-61.21
中国香港	14.24	-2.04	2437.34	-11.94	28.51	-13.52	5021.79	-19.21
伊朗	8.80	23.26	2937.64	38.01	22.55	71.56	7564.71	70.96
巴基斯坦	8.16	20.14	1888.74	16.93	20.41	14.73	4645.12	18.72
西班牙	7.65	36.93	2107.94	22.28	19.74	37.70	5586.67	22.87
意大利	10.02	-49.42	2450.99	-53.17	18.90	-49.83	4878.52	-53.19

2015年3月洗衣机出口国家/地区前15名(单位:万台/万美元)

国家/地区	当月数量	同比(%)	当月出口额	同比(%)	累计数量	同比(%)	累计出口额	同比(%)
日本	25.90	-40.60	4465.27	-44.28	96.64	-22.36	17032.03	-29.15
美国	22.82	12.42	8270.82	22.34	57.87	21.54	20423.74	29.57
墨西哥	5.92	39.33	586.27	47.88	15.91	70.20	1466.43	59.09
印度尼西亚	3.26	-55.68	322.75	-56.05	15.82	-12.23	1444.44	-22.08
沙特阿拉伯	4.53	14.66	400.61	12.81	14.95	34.05	1314.18	28.75
哥伦比亚	4.86	38.56	464.35	20.93	13.44	43.14	1449.80	36.84
英国	3.81	7.07	686.03	-8.36	13.03	28.55	2313.85	11.05
波兰	3.05	-23.34	440.30	-28.71	12.80	-4.08	1683.37	-15.89
阿联酋	3.07	-42.97	423.44	-45.98	12.57	-2.37	1723.39	-12.79
摩洛哥	2.82	-26.84	204.72	-18.49	10.55	8.47	793.28	3.92
阿尔及利亚	1.52	-43.60	98.11	-67.11	10.37	1.11	1027.94	-17.68
法国	3.22	34.68	511.57	17.23	10.05	50.28	1697.32	36.34
多米尼加	1.68	164.97	127.29	195.52	7.91	199.33	556.65	185.71
马来西亚	3.08	-3.84	290.76	-1.31	7.63	21.64	841.01	42.72
突尼斯	4.10	583.80	254.74	312.40	7.38	101.00	399.44	83.40

2015年3月微波炉出口国家/地区前15名(单位:万台/万美元)

国家/地区	当月数量	同比 (%)	当月出口额	同比 (%)	累计数量	同比 (%)	累计出口额	同比 (%)
美国	112.36	9.57	6816.99	7.52	367.74	22.05	21393.72	18.32
巴西	20.47	-51.12	787.74	-45.31	114.13	-7.19	3941.53	-5.36
英国	30.21	3.46	1298.85	4.81	101.75	23.22	4207.83	17.94
日本	22.78	-16.64	1406.21	-30.05	84.10	-6.94	5545.58	-15.90
德国	22.60	-12.35	941.48	-18.14	73.94	29.77	3334.75	21.54
法国	18.32	0.60	782.27	-0.89	57.38	24.86	2450.44	19.83
墨西哥	20.10	-11.10	863.01	-17.13	51.78	14.55	2318.41	9.36
加拿大	15.85	24.32	840.29	5.06	44.34	13.93	2400.37	9.38
俄罗斯	7.15	-57.13	238.89	-64.64	32.86	-30.18	1138.28	-39.40
西班牙	9.28	-13.87	383.98	-14.27	27.78	-17.67	1198.01	-16.47
南非	6.02	11.15	229.13	18.04	24.77	92.35	989.41	103.85
澳大利亚	5.77	-16.52	325.45	-9.10	21.47	-2.12	1174.52	0.98
韩国	6.20	-4.37	262.17	-3.40	20.25	17.65	928.40	23.27
意大利	6.33	-36.86	332.59	-40.35	19.85	-20.77	1074.98	-21.16
土耳其	6.18	-23.44	246.85	-14.18	15.10	-25.78	566.80	-19.59

2015年3月电风扇出口国家/地区前15名(单位:万台/万美元)

国家/地区	当月数量	同比 (%)	当月出口额	同比 (%)	累计数量	同比 (%)	累计出口额	同比 (%)
美国	418.17	-11.29	8168.94	-5.98	1481.15	16.33	27258.26	15.92
印度	39.26	-24.57	543.93	-14.30	174.47	20.80	2347.93	27.97
英国	55.04	24.06	572.79	34.93	150.41	35.12	1517.13	41.53
加拿大	39.77	-40.48	582.28	-30.86	134.39	-15.78	1839.07	-3.44
伊拉克	28.19	-33.00	420.07	-17.91	133.30	30.72	1823.19	49.82
德国	39.63	-9.81	460.82	-3.87	120.39	11.66	1460.05	19.72
墨西哥	30.98	19.46	367.17	-6.70	119.34	1.31	1496.49	-4.46
西班牙	38.71	-1.07	582.19	12.84	93.17	4.70	1417.02	18.31
法国	23.91	-41.51	291.36	-35.88	86.05	-11.92	1063.70	-9.97
日本	71.72	22.81	1135.13	23.29	84.59	15.69	1325.10	17.35
马来西亚	18.00	-48.14	408.66	-32.58	81.76	-5.03	1200.20	-12.38
阿联酋	27.20	-2.26	340.65	-11.05	78.39	9.62	1062.87	9.95
荷兰	16.99	-1.47	241.69	52.88	72.69	-3.18	828.87	8.30
越南	49.36	252.10	640.19	91.84	64.08	201.82	975.67	88.44
孟加拉国	22.16	128.29	313.89	91.29	53.43	154.45	857.51	135.56

2015年3月吸尘器出口国家/地区前15名(单位:万台/万美元)

国家/地区	当月数量	同比 (%)	当月出口额	同比 (%)	累计数量	同比 (%)	累计出口额	同比 (%)
美国	187.50	-15.65	6034.72	-21.47	708.21	2.39	24064.38	3.58
日本	64.92	-24.27	2840.66	-27.50	205.85	-18.48	9476.06	-16.98
德国	32.55	-40.09	1425.53	-25.99	168.37	0.07	5634.45	0.09
英国	34.39	-25.43	1246.15	-21.48	160.70	26.05	5463.19	32.17
法国	25.23	-24.61	759.40	-27.93	95.43	8.72	2712.03	-6.34
荷兰	13.61	-24.46	520.14	-9.00	74.86	17.01	2242.98	30.32
巴西	21.31	44.23	260.91	40.64	71.48	16.72	1009.59	13.61
韩国	18.56	4.19	426.30	9.68	64.98	47.48	1464.16	54.44
加拿大	15.55	12.36	457.80	15.99	55.90	7.08	1675.58	-3.93
意大利	12.03	-42.78	426.09	-33.27	54.76	-9.10	1537.29	-5.91
比利时	8.69	-41.40	200.47	-47.86	48.68	7.91	1113.46	10.60
澳大利亚	13.99	-49.10	556.01	-46.59	46.73	-26.84	1899.13	-24.69
土耳其	10.37	-32.58	416.63	-31.05	43.80	10.22	1740.12	5.71
西班牙	8.05	-8.27	271.18	-11.81	39.59	22.33	1029.09	-1.48
阿根廷	22.08	1044.00	64.75	92.17	29.89	345.35	252.09	79.43

2015年3月食品加工机出口国家/地区前15名(单位:万台/万美元)

国家/地区	当月数量	同比 (%)	当月出口额	同比 (%)	累计数量	同比 (%)	累计出口额	同比 (%)
美国	158.71	-37.81	2332.94	-37.55	679.52	-5.34	10034.88	0.34
德国	87.91	-12.34	1124.08	-11.12	302.09	7.58	3882.56	10.76
荷兰	57.79	29.58	837.94	28.60	232.40	46.50	3066.34	50.85
英国	39.01	-11.01	703.35	-6.27	198.22	23.97	3014.39	25.02
阿联酋	33.93	-42.40	576.61	-27.25	165.04	-16.29	2453.19	-5.77
意大利	19.40	-46.13	541.38	-31.09	134.71	15.66	2658.68	14.78
西班牙	58.49	112.50	623.86	108.31	134.59	50.46	1379.29	37.54
澳大利亚	30.80	-14.29	591.96	-14.87	122.22	20.69	2313.64	10.78
法国	30.30	-37.40	625.54	-31.94	117.76	-10.01	2124.43	-8.31
日本	32.20	-33.53	502.63	-22.81	114.54	1.46	1697.87	-4.09
巴西	20.45	-51.32	274.92	-39.76	101.08	-19.79	1337.30	2.32
中国香港	30.05	8.00	527.21	40.70	94.49	-8.98	1461.09	-6.51
俄罗斯	17.05	-48.42	235.84	-54.29	85.55	-16.20	1138.77	-20.54
波兰	18.76	39.63	143.87	38.09	78.76	91.60	678.88	74.54
沙特阿拉伯	22.82	5.26	392.18	-24.86	78.14	58.40	1295.25	28.67

2015年3月电热烘烤、烧烤器出口国家/地区前15名(单位:万台/万美元)

国家/地区	当月数量	同比(%)	当月出口额	同比(%)	累计数量	同比(%)	累计出口额	同比(%)
美国	194.62	16.46	4001.45	14.47	739.72	32.13	15527.97	35.78
巴西	21.89	-46.98	519.53	-50.64	161.31	22.32	3972.31	23.36
日本	43.60	-32.79	894.30	-37.90	155.42	-13.32	3749.32	-16.06
荷兰	35.97	-18.66	651.19	-17.72	118.15	-2.15	2328.82	-0.32
德国	28.43	-28.93	599.55	-22.71	114.36	8.58	2243.07	4.84
韩国	26.54	-10.71	537.64	4.97	101.45	37.48	1943.55	49.95
南非	16.59	-49.10	266.28	-35.23	93.66	21.47	1110.50	18.96
英国	19.62	11.44	448.56	3.08	88.29	37.61	2141.76	44.87
法国	22.22	-6.07	566.21	3.20	87.04	24.89	2077.65	31.88
阿联酋	14.07	-16.17	227.56	-41.15	66.04	17.06	1111.52	-5.44
泰国	8.62	-30.08	162.28	-14.41	61.90	18.70	923.37	18.55
越南	10.25	-24.58	265.89	-0.72	51.82	48.82	1162.87	66.99
加拿大	10.64	-28.93	226.59	-27.55	50.17	18.37	1009.12	14.13
澳大利亚	13.80	-28.05	380.04	-30.34	48.48	4.29	1530.40	7.46
比利时	11.29	14.38	183.49	28.21	45.69	47.21	763.82	59.57

2015年3月咖啡机、电水壶出口国家/地区前15名(单位:万台/万美元)

国家/地区	当月数量	同比(%)	当月出口额	同比(%)	累计数量	同比(%)	累计出口额	同比(%)
美国	138.79	-19.92	2824.58	-38.75	604.94	0.25	12776.56	-5.88
德国	45.57	-44.07	1224.59	-53.44	169.28	-28.30	4412.68	-43.30
巴西	22.80	13.91	265.62	-11.55	103.36	11.84	1289.33	4.06
法国	22.85	-29.92	631.47	-10.03	88.33	-26.99	2072.35	-3.65
日本	22.34	-29.20	388.21	-15.42	76.09	-21.38	1265.95	-8.11
意大利	9.41	-18.73	434.82	-7.16	49.81	25.04	2312.22	38.39
荷兰	9.25	-59.17	193.67	-47.26	45.43	-33.50	946.78	-17.37
英国	12.06	-33.75	422.07	-4.38	41.69	-53.01	1194.48	-20.84
中国香港	8.73	-24.85	465.80	-3.23	40.51	-13.16	1903.33	-11.32
加拿大	9.44	-30.60	207.46	-30.46	38.49	-22.01	825.17	-31.06
墨西哥	9.53	-43.68	125.42	-38.41	38.09	-8.10	572.40	20.14
西班牙	4.84	-50.09	94.22	-58.47	27.61	-1.13	648.74	3.90
俄罗斯	5.70	-56.51	87.98	-55.64	27.21	-41.60	355.75	-44.92
阿联酋	6.72	7.25	79.84	-10.71	22.88	23.06	361.54	33.69
比利时	1.16	-82.78	52.86	-80.34	22.15	51.92	636.12	-2.25

2015年3月空调压缩机出口国家/地区前15名(单位:万台/万美元)

国家/地区	当月数量	同比 (%)	当月出口额	同比 (%)	累计数量	同比 (%)	累计出口额	同比 (%)
印度	66.57	38.11	3714.08	26.23	192.67	29.26	10796.25	18.10
泰国	44.34	-7.50	2731.11	-3.47	155.89	7.93	9294.51	12.61
中国香港	14.56	0.35	607.63	10.77	50.47	-4.11	1985.94	-2.83
日本	20.21	-11.53	1537.43	-30.12	48.03	-24.57	4339.44	-28.32
巴西	12.42	18.94	839.24	6.07	41.23	9.09	2671.62	2.15
韩国	11.26	-27.46	1022.13	-15.60	34.82	-6.26	2832.13	-6.24
台湾	10.34	-35.21	604.59	-29.47	28.47	-18.13	1606.33	-17.31
马来西亚	8.39	-5.02	488.35	-4.49	28.47	13.92	1681.50	16.63
土耳其	10.77	69.67	605.31	67.30	23.77	60.04	1323.12	58.72
美国	6.89	-37.18	674.45	-15.35	21.74	-4.97	1932.48	9.15
波兰	5.29	116.85	171.44	106.88	21.66	23.60	659.05	18.35
印度尼西亚	6.60	83.10	280.75	89.97	16.54	43.12	706.85	48.74
埃及	8.67	21.25	507.46	-7.05	14.21	-28.62	858.60	-38.53
德国	3.15	52.74	190.11	121.84	9.95	-14.62	448.46	8.42
菲律宾	2.95	-10.53	129.06	-17.39	9.52	11.60	426.98	8.55

2015年3月冰箱压缩机出口国家/地区前15名(单位:万台/万美元)

国家/地区	当月数量	同比 (%)	当月出口额	同比 (%)	累计数量	同比 (%)	累计出口额	同比 (%)
土耳其	43.13	10.00	1080.08	-8.83	103.92	10.98	2641.21	-4.49
印度尼西亚	33.16	3.05	824.89	-5.32	98.90	40.09	2423.36	28.56
印度	30.44	52.75	696.37	37.32	87.75	25.97	1916.29	10.18
泰国	21.36	-3.98	628.65	-9.18	66.74	8.80	1948.57	1.52
俄罗斯	17.81	-26.09	411.47	-45.25	62.79	-17.52	1548.70	-28.99
罗马尼亚	23.68	3.97	535.09	-19.26	59.67	36.04	1394.34	5.20
美国	21.02	633.07	596.43	429.14	53.11	515.05	1497.50	330.29
南非	18.55	22.64	364.45	-5.30	47.55	39.90	968.56	14.14
墨西哥	12.21	50.38	413.06	62.21	40.96	80.67	1352.69	89.94
伊朗	5.05	-42.75	161.49	-44.97	31.47	91.50	1137.31	108.75
意大利	9.15	6.98	251.34	-29.17	31.32	36.77	884.98	-4.63
波兰	7.29	-55.85	146.49	-67.11	25.64	-26.70	543.16	-42.52
德国	6.64	-26.86	184.06	-52.91	20.03	-20.59	602.48	-47.05
巴基斯坦	9.75	35.49	332.68	36.74	17.11	-10.29	574.35	-10.31
匈牙利	4.84	1.32	109.02	-18.38	16.71	6.29	394.56	-10.46



## 5. 全国城市主要家用电器产品零售量监测数据

## 2015年3月全国城市主要家用电器产品零售量监测数据

序号	电冰箱		空调器		洗衣机	
	品牌	占有率	品牌	占有率	品牌	占有率
1	海尔	25.24%	格力	46.06%	海尔	24.79%
2	美的	12.47%	美的	20.01%	小天鹅	15.74%
3	容声	11.08%	海尔	11.98%	荣事达	9.11%
4	美菱	9.78%	海信	3.91%	西门子	8.39%
5	西门子	7.85%	奥克斯	3.32%	美的	8.11%
6	伊莱克斯	5.07%	伊莱克斯	3.18%	合肥三洋	6.73%
7	海信	4.28%	志高	2.88%	松下	5.35%
8	三星	3.79%	TCL	2.72%	小鸭	4.24%
9	新飞	3.45%	科龙	1.81%	LG 熊猫	3.99%
10	创维	1.79%	三菱电机	1.79%	三星	3.49%

序号	彩色电视机		热水器	
	品牌	占有率%	品牌	占有率%
1	海信	12.72%	A.O 史密斯	16.21%
2	创维	11.49%	海尔	15.99%
3	夏普	10.96%	美的	13.19%
4	王牌	10.20%	林内	7.88%
5	三星	9.60%	万家乐	7.12%
6	长虹	9.51%	能率	6.58%
7	三洋	9.38%	万和	6.51%
8	索尼	8.31%	伊莱克斯	4.37%
9	康佳	7.78%	樱花	3.12%
10	海尔	5.56%	华帝	3.10%

注:此数据并未按市场份额比例大小排序。

数据来源:

所有市场监测数据来源于国家信息中心信息资源开发部对24个商业活动发达城市和近500家百货、专营连锁企业月度销售情况监测,并经中国家电网整理后提供。欲了解详细情况请与中国家电网联系,联系电话:010-67183151,电子邮件:info@cheaa.com,网址:www.cheaa.com