

# 家 电 参 考

2015 年第 4 期 总第 156 期

中国家用电器协会信息咨询部

2015 年 6 月 2 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

四月份家电行业运行形势分析.....	1
2015 年国际家电制造商协会圆桌会议及全球能效论坛会议总结 .....	8
2015 年中国家用电器协会技术委员会工作会议会议纪要 .....	12
中国冰箱行业 2015 年高峰论坛召开 .....	16
中国家用电器协会电冰箱专委会 2015 第一次工作会议会议纪要.....	18
最新数据信息 .....	21
1. 家用电器工业产成品及销售收入.....	21
2. 主要家用电器产品产量.....	21
3. 主要家用电器产品进出口量.....	22
4. 重点国家/地区市场出口（按累计出口量排序） .....	24
5. 全国城市主要家用电器产品零售量监测数据.....	30

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

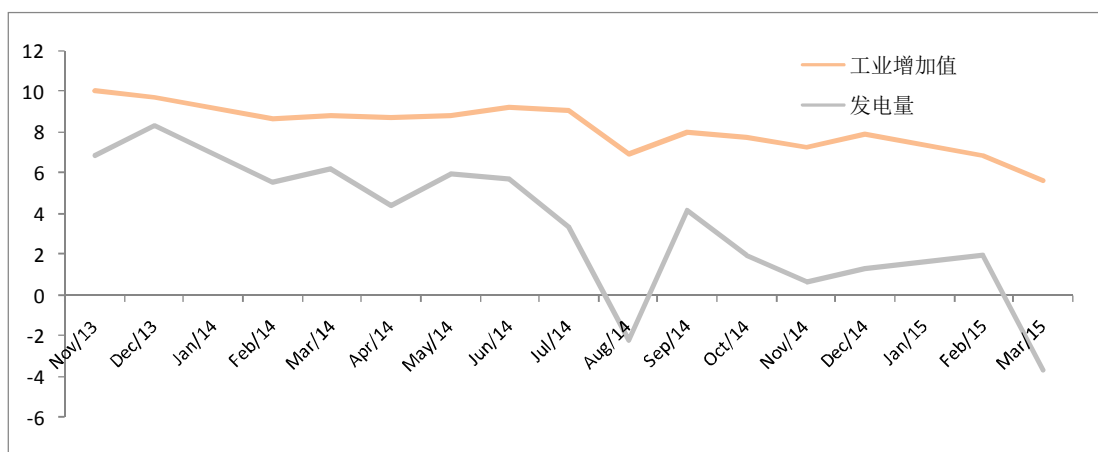
编码：BS00-20150410

## 四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，4月工业增加值同比增长5.9%，虽然较上个月小幅回升0.3个百分点，但相对于去年工业增加值的平均增速（8.3%），还是存在较大差距，仍然难言乐观。

随着大宗商品价格的企稳，企业补库存的活动将有所恢复，工业增加值的企稳和微幅改善还将阶段性延续。从5月调研指数和高频数据的情况来看，需求企稳和小幅改善的情况仍在持续。5月，耗煤、发电、钢铁、水泥等主要工业品产量也有边际改善。但市场普遍这样的改善缺乏持续性，关键在于目前需求仍没有持续回升的动力，地产和制造业投资短期难以恢复，特别是在地方政府表外负债渠道受限的情况下，基建投资增速很大概率将开始明显回落，带动经济在下半年再度下滑。

图1 工业增加值增速以及发电量增速

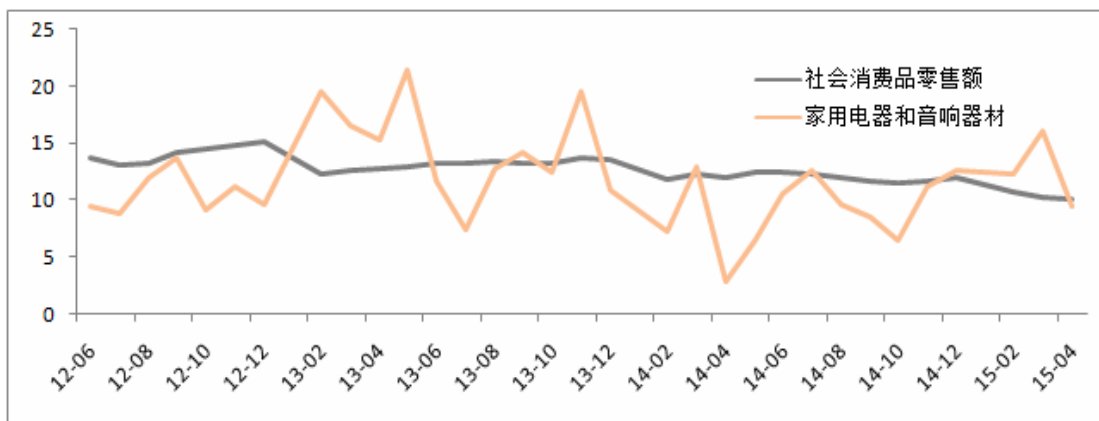


数据来源：国家统计局

其次，消费方面的表现也不振。4月消费同比增长10.0%，扣除价格因素实际增长9.9%。下降较多的主要是地产类消费的冲高回落以及日用品、黄金、办公用品增速的走弱。从主要商品分类看，前期表现较好的地产系消费全面回落。家电消费同比下降6.7个百分点至9.5%，家具同比下降3.9个百分点至16.4%，建筑装潢下降2.5个百分点至18.7%。此外，金银珠宝同比下降9个百分点至10.3%，办公用品下降12.9个百分点至9.0%，日用品下降3.8个百分点至11.8%。但前期表现比较差的汽车等消费等有所改善。

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，但与此同时，网上商品和服务零售额同比增长40.9%，维持较快增长。

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

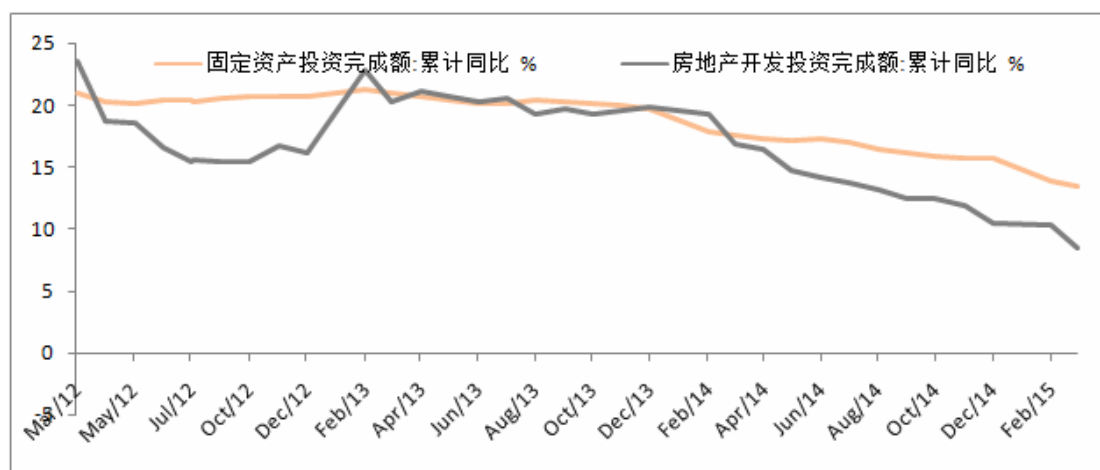


数据来源：国家统计局

4月固定资产投资明显回落，累计同比下降1.5个百分点至12.0%，若看单月同比，则从13.1%下降至9.6%。各个分项均明显下降。第一产业投资同比从23.9%降至18.7%，采矿业投资同比从-5.0%降至-12.8%，制造业投资同比从10.3%降至8.9%，房地产开发投资同比从6.5%降至0.5%，基建投资从24.4%降至16.1%。

目前财政支出与财政收入的巨大裂口难以持续，目前财政支出增速已经开始下降，土地出让金继续处于低位，城投债发行量明显下降，而地方政府债、PPP、产业基金等基建投资新的融资渠道均尚未成型，基建开支资金来源无以为继，今年基建投资增速难以维持在20%以上，预计累计增速将回落至15%左右，下半年将看到基建投资的明显下行。从现行的表现来看，在民间部门投资意愿仍然偏弱的情况下，仅仅靠增加基建来拉动投资和经济是难以如愿的。

图3 固定资产投资以及房地产开发投资增速



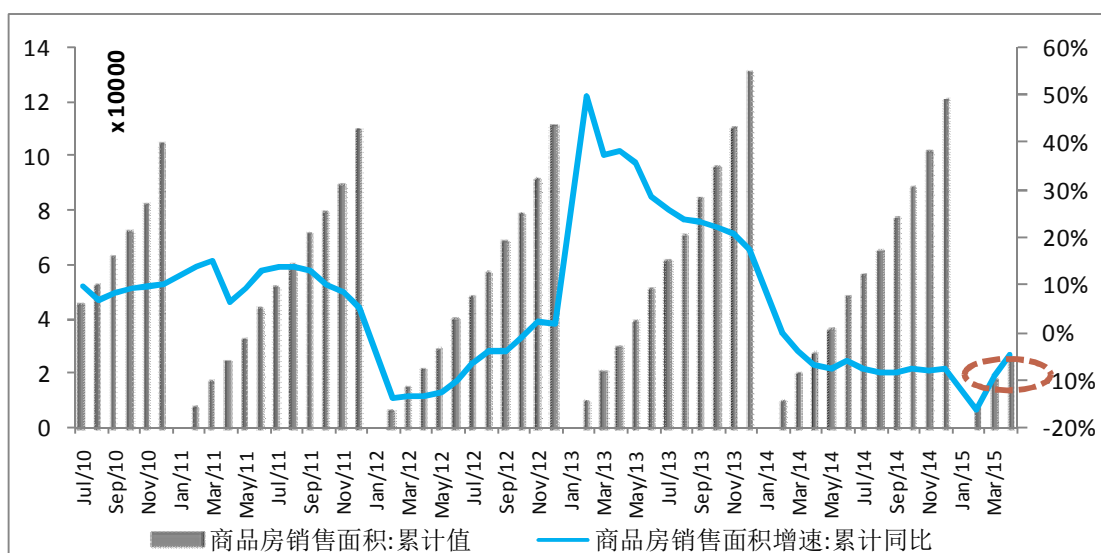
数据来源：国家统计局

4月份房地产销售明显回升，但投资大幅下行。房地产销售面积4月累计同比回

升4.4个百分点至-4.8%，从单月同比来看回升更为明显，从-1.6%上升到7.0%。而从大中城市房地产销售情况来看，4月销售面积同比增速在20%左右。这意味着4月房地产市场在大中城市销售明显回升的同时，三四线的销售同比也出现回升。预计单月同比从此前的-10%左右的水平回升到了0%左右。即使考虑到基数因素，也意味着三四线的销售情况非常稳定，并略有小幅改善。

地产新开工同比仍然回升缓慢，累计同比回升1.1个百分点至-17.3%，单月同比仅回升4.6个百分点至-14.9%，全面弱于销售改善幅度，销售对新开工的带动幅度较弱。地产投资4月大幅下跌，累计同比下降2.5个百分点至6.5%，单月同比从6.0%降至0.5%。虽然本月的房地产投资下行幅度过大，可能存在一定的扰动但无疑在去年开工面积负增长的情况下，今年地产投资面临较大下行的压力。即使未来销售进一步回升，地产投资的同比增速也可能只能维持在8%左右。

图4 商品房累计销售面积以及增速



数据来源：国家统计局

进出口方面：

海关总署数据显示，2014年4月，中国对外贸易进出口总值为3185.27亿美元，比去年下降11.1%。其中，出口为1763.31亿美元，同比下降6.4%；进口为1421.96亿美元，同比下降16.2%；当月贸易顺差341.34亿美元。

4月单月进出口持续双双下降，出口增速为-6.4%，比上个月-15%的增速有所好转，但仍为负数。进口增速由-12.7%继续下滑至-16.2%。这其中，对美日欧出口同比增速分别为3.1%、-13.3%和-10.4%；对东盟、印度、香港和澳大利亚出口分别为-6.6%、-3.1%、-9.0%和2.8%。整体看，对G3和新兴经济体出口均出现大幅下滑，展望未来，中国对东盟、印度的出口复苏态势可持续，而对资源型国家的出口将会持

续面临下行压力，而对G3的出口增速可能受到汇率压制。

另外，自2014年下半年以来，人民币实际有效汇率持续走强，削弱了我国外贸部门，尤其是劳密类制造企业的出口竞争力。这意味着汇率升值将促使中国产业结构的调整，迫使制造业加快升级。

出口持续处于低迷状态，对总需求产生持续负面的影响。4月份内需并没有产生明显的回升，预计短期内总需求仍处于低迷状态，4月政府出台了一系列稳增长的政策措施，但是这些政策仍然难以扭转当前经济下行趋势，从目前的形势看，未来刺激政策仍有可能继续出台，整体货币环境仍然以宽松为主。

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4月，电冰箱产量约950万台，同比增长0.56%，1-4月份累计产量为3001万台，同比减少1.65%。洗衣机4月份产量为616万台，同比增长2.81%，1-4月累计产量2322万台，同比增长6.24%。空调4月份产量为1798万台，同比增长11.32%，1-4月累计产量5637万台，同比增长2.02%。

其他家电方面，电饭锅1-4月份产量6973万台，同比增长1.05%。家用微波炉1-4月份累计产量2617万台，同比增速为15.14%；家用吸排油烟机1-4月累计产量788万台，同比增速0.59%。电热水器1-4月累计产量1230万台，同比增长8.00%。

从1-4月份的数据来看，4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。

表1 主要家电产品生产情况

产品	3月份同比增速	4月份同比增速	1-3月份同比增速	1-4月份同比增速
电冰箱	-8.99%	0.56%	-3.30%	-1.65%
冷柜	-1.84%	-0.08%	-1.15%	-1.49%
房间空调器	-1.47%	11.32%	-1.47%	2.02%
家用吸排油烟机	-2.67%	7.95%	-2.67%	0.59%
电风扇	-6.08%	7.29%	8.03%	7.72%
电饭锅	-1.67%	-22.96%	10.76%	1.05%
微波炉	11.63%	10.42%	16.93%	15.14%
洗衣机	6.56%	2.81%	9.69%	6.24%
电热水器	26.01%	0.84%	10.23%	8.00%

数据来源：国家统计局

#### 二、2015年4月冰洗空销售情况

产业在线数据显示，2015年4月国内空调生产总量同比环比均稳定增长。4月家

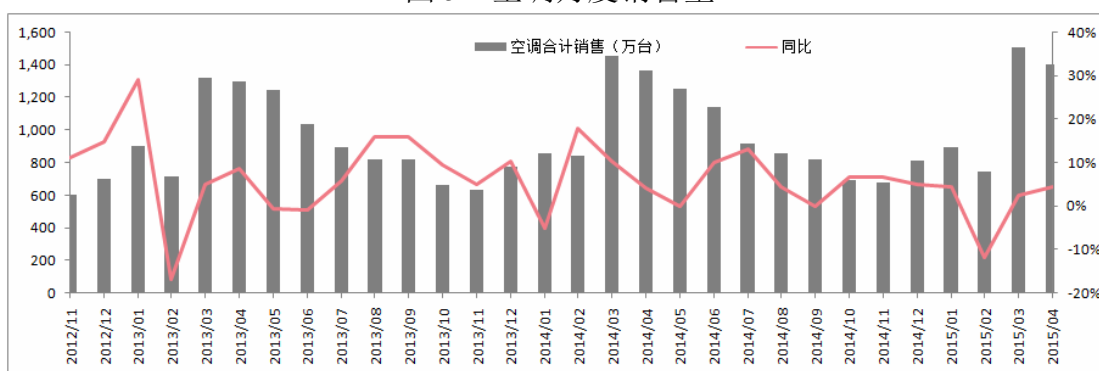
中国家用电器协会信息咨询部

用空调的行业生产总量为1390.9万台，同比增长5.4%，环比增长3.0%；销售总量为1397.1万台，同比增长4.65%，环比下降7.2%。总体来看，现在的空调生产仍然很旺，没有减产迹象。3月和4月都是传统的生产旺季，无论如何各家品牌在旺季总是要提前为销售旺季做准备，所以虽然现在渠道库存偏高，但大家在生产方面还是比较大胆，但4月下旬的采购节奏开始出现放缓迹象，5月一些品牌的排产也出现不同程度的下调，终端市场开始大力降库。

4月内销量799.6万台，同比增长10.4%，环比下降8.6%。从出货来看仍然增长很好，4月出货多也是为5月旺季做准备，不少厂家在旺季启动的电商平台压了不少货，但是终端的销售却差强人意，五一的终端销售同比是下降的，合并今年1-4月的终端销售也是同比下降的。进入5月，现在各厂家重点任务就是促销卖货，五一大多厂家提前预热促销，空调零售市场迎来一波小高峰，经过长时期的销库，个别企业的库存压力较之前小一些。但是，今年3、4月份价格战频繁，4月内销环比下滑，说明消费需求已被透支不少。

4月出口总量597.5万台，同比下降2.2%，环比下降5.2%；传统出口市场的需求疲软对中国空调出口影响很大，新兴的南美虽然一直保持了不错的增长，中东恢复性增长，包括亚洲的印度、泰国等都是不错的增长，但是对整体的拉动仍不及美国、日本、欧洲等地区对出口的消极影响。北美空调市场2016年将实行EPA基准，也分成了1-4级，美国也在淘汰5级能效的产品。对于今年的DOE来说，能效进一步提升。企业在开发2016年的新品。

图5 空调月度销售量



数据来源：产业在线

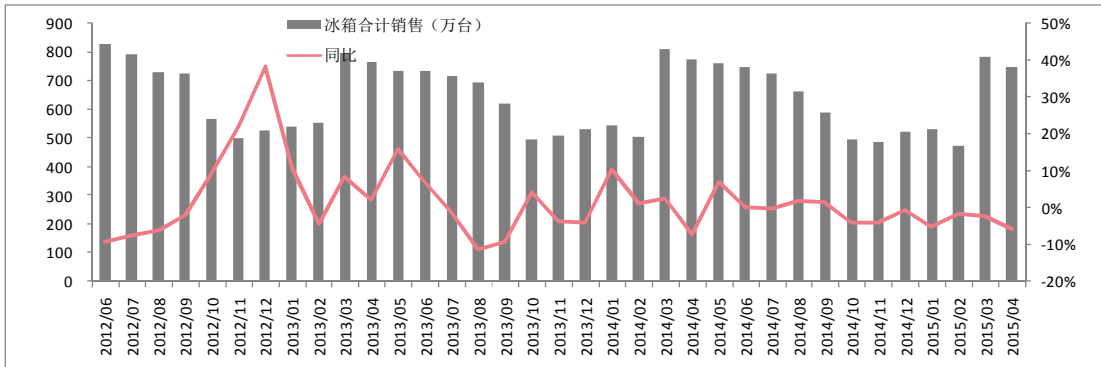
产业在线监测数据显示：2015年4月冰箱总产量为750万台，同比下滑3.4%，环比下滑6.5%；总销量为750.7万台，同比下滑3.1%，环比下滑4.3%；从冰箱的内外销出货来看，本月冰箱出口止住下滑态势，出口量达到218.7万台，同比增长2%，内销为532万台，同比下滑5%，下滑幅度继续加深。据悉8、9月份国庆节前将会颁布冰箱新能效法规并于今年年底或明年年初施行，届时可能有20%的旧能效产品被淘汰，因此未来几个月冰箱行业清库存的现象将更加明显。

中国家用电器协会信息咨询部



2015年4月冰箱内销表现不尽如人意，出现了持续下滑的迹象，龙头企业出货量均有不同程度的下滑，主要还是为了冰箱能效替换做准备，一些龙头企业进行了生产线改造。

图6 冰箱月度销售量



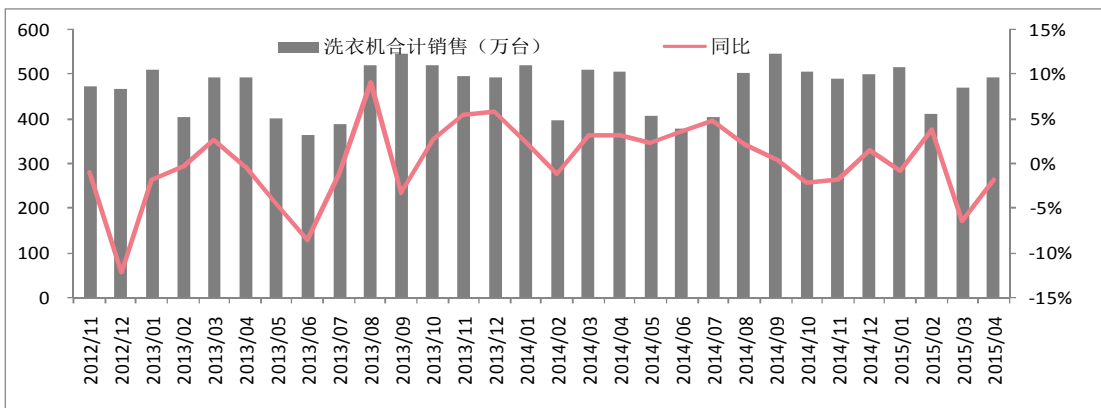
数据来源：产业在线

产业在线数据显示，2015年4月，我国家用洗衣机行业总产量518.7万台，同比基本持平；总销量492.9万台，同比下滑1.8%。其中内销出货量346.3万台，同比增长4.0%，环比2015年3月下滑0.3%。出口出货量146.6万台，同比下滑13.2%，环比3月增长21.5%。

2015年1-4月，我国家用洗衣机行业总产量1902.6万台，同比下滑0.5%；总销量1883.9万台，同比下滑1.7%。其中内销出货量1322.7万台，同比增长1.1%；出口量561.3万台，同比下滑7.5%。

从产品特征来看，2015年4月，国内滚筒洗衣机产量138.9万台，同比下滑1.1%；总销量134.0万台，同比增长4.5%。其中内销88.9万台，同比增长15.5%；出口45.2万台，同比下滑12.1%。同期波轮内销出货257.5万台，同比下滑3.9%，出口101.4万台，同比下滑13.7%。

图7 洗衣机月度销售量

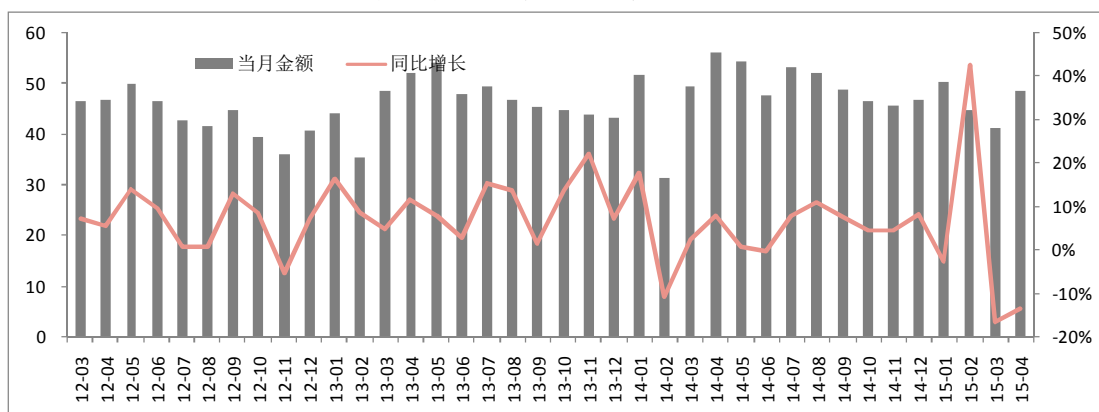


数据来源：产业在线

### 三、家电行业出口情况

从海关的数据来看：2015年4月份家电产品当月出口额48.2亿美元，同比下降13.9%，1-4月家电产品累计出口额183.9亿美元，同比下降2.3%。

图8 家电行业当月出口额及其同比增速



主要大家电产品中，压缩式冰箱当月出口量217.9万台，出口额2.9亿美元；累计出口量738.3万台、出口额10.5亿美元，分别增长9.0%和0.2%。出口主要国家中，日本出口65.9万台，减少7.1万台。出口增长主要来自于沙特阿拉伯和加拿大，分别增长13.7万台和12.9万台。

洗衣机当月出口量180.0万台，出口额3.1亿美元；累计出口量675.8万台、出口额11.3亿美元，分别下降4.4%和6.2%。出口第一大国日本累计出口量124.9万台，同比减少35.9万台，出口继续下降；第二大国美国出口量89.0万台，同比增长16.3万台。

空调器当月出口量579.6万台，出口额12.3亿美元；累计出口量1859.1万台、出口额39.3亿美元，分别下降9.8%和9.2%。出口两大主要国家日本和美国同比继续大幅度下降，美国累计出口540.1万台，同比减少107.6万台；日本累计出口113.4万台，同比减少54.7万台。沙特阿拉伯则继续保持高速增长，累计出口114.4万台，同比增长62.2万台。

微波炉当月出口量453.8万台，出口额2.28亿美元；累计出口量1766.6万台、出口额8.65亿美元，分别增长5.0%和2.8%。其中，美国累计出口530.5万台，增长86.8万台。

空调压缩机出口量1007.2万台，出口额6.25亿美元；冰箱压缩机1278.2万台，出口额3.52亿美元。

## 2015年国际家电制造商协会圆桌会议及全球能效论坛会议总结

2015年5月10-11日，第二届国际家电制造商协会圆桌会议（IRHMA）在美国华盛顿举行。中国家用电器协会作为IRHMA的创立成员之一参加了本届年会，协会代表团成员包括姜风理事长、标准法规部万春晖主任、信息咨询部行业研究员骆媛媛以及IRHMA智能家电工作组成员、博西家用电器（中国）有限公司信息技术部总监徐成茂博士等四人。

本次IRHMA年会还同时联合2015年全球能效论坛（EE Global）在华盛顿举行，后者于2015年5月12-13日召开，主办方为美国节能联盟。本届EE Global会议汇聚了来自世界各地的行业专家、学者和政策制定者，旨在通过分享最佳实践、团结公共和私营部门力量，推动能源的高效利用。协会代表团也受邀参与了这次全球能源效率领域的盛会。

### 一、国际家电制造商协会圆桌会议（IRHMA）



**IRHMA**  
International Roundtable  
of Household Appliance  
Manufacturer Associations

美国、欧盟、中国、日本、韩国和墨西哥等六个国家和地区的家电协会代表出席会议，根据首届会议上成立的5个工作组，各国代表分别报告了2014-2015年其主导工作组工作的进展。各国代表还就本国家电形势和发展进行了信息交流工作，并初步确定了下一届会议的举办时间和地点。

#### 1、工作组代表报告

第二届IRHMA年会，来自于美国家电制造商协会（AHAM）、欧盟家电制造商协会（CECED）、中国家用电器协会（CHEAA）、日本电机工业会（JEMA）和墨西哥家电制造商协会（ANFAD）5个国家的代表分别针对自己所负责的工作组进行报告。

根据首届IRHMA会议的决议，形成了5个工作组，经过一年左右的努力，工作组都取得一些进展，分别由5个创始成员代表进行汇报，具体内容如下：

#### 各地区家电行业数据收集（报告人来自CECED）

欧盟家电制造商协会（CECED）总干事 Paolo Falcioni 汇报了该项工作的进展以及结果，通过图表形式展示了数据收集的初步结果，确立了行业数据收集的7个产品品类及其范围，包括：冰箱、冰柜、洗衣机、干衣机、洗碗机、微波炉和吸油烟机。鉴于不同国家对于产品的定义和划分不同、对于产量和销量数据的统计方式不同，Paolo 建议这一工作仍需各位成员国通过平日更多的电话会议、邮件来沟通与细化。

### 智能家电标准化现状（报告人来自CHEAA）

徐成茂博士代表中国家用电器协会牵头组织的智能家电工作组，介绍了工作组情况及在智能家电信息收集方面的工作进展。工作组编写了2015版智能家电工作组报告，收集并分析了美国、欧盟、日本和中国目前在智能家电领域标准化工作现状及其成果，以及建立智能家电、智能家居的企业联盟和平台。目前除了日本的ECHONET Lite联盟标准成为国家推荐、企业统一遵守的标准外，大部分国家还处于家电制造企业、互联网企业均主导或参与智能化标准和平台建设，存在平台众多、标准不统一的状态。

智能家电工作组在汇报中提出了2015年工作建议，主要是继续收集智能家电相关的标准化和市场信息，此外对不同平台开展技术比较和分析工作。这一建议得到与会各国代表的认可。

### 市场监管（报告人来自ANFAD）

来自墨西哥家电协会（ANFAD）的主席Pablo Moreno先生报告了市场监管的重要性，阐述了应采用强制认证制度、市场抽检等方式进一步加强市场监管以确保高效、高品质的产品能在市场流通，从而提高市场上可流通产品的质量。

### 产品可持续性（报告人来自JEMA）

来自日本电机工业会（JEMA）的家电部部长田中智先生在此次会议中表示，鉴于日本在“环境足迹”方面所做的工作不多，希望能更换其所负责报告的工作组，建议成立名为“标准信息”的新工作组，针对不同国家在标准法规方面的信息差异提供信息交流。田中智指出，不同国家对于新标准的讨论、公布、实施的时间、方式不尽相同，企业在进入不同国家市场时，由于对标准信息的滞后掌握，难免会造成一定的损失。为改善这一现状，田中智先生建议以该项内容为新议题成立新的工作组，由JEMA汇报。

### 高效产品激励政策（报告人来自AHAM）

美国家电制造商协会（AHAM）的主席Joe McGuire先生报告了美国在推行高效产品时所采取的政策，详细介绍了美国在推行一项公共政策的过程中，企业、非政府组织和政府部门所需要做出的沟通和努力。同时还详细介绍了AHAM正在推行的家电以旧换新计划，计划目标是鼓励消费者用更高能效的新产品替代旧产品，继而实现节能高效，计划补贴由电厂承担，这样电厂能同时满足美国环保署“清洁能源计划”对电厂减排的要求。

## 2、行业信息交流

在下午的会议上，美国家电制造商协会（AHAM）、欧盟家电制造商协会（CECED）、中国家用电器协会（CHEAA）、日本电机工业会（JEMA）和韩国电子

情报通信产业振兴会（KEA）的代表介绍了各国家用电器行业的现状，并交流了对行业未来发展的看法。

其中，Joe McGuire 先生介绍了美国家电行业在 2014 年的发展概况，美国市场规模较为稳定，白电行业发展较为平稳。

Paolo Falcioni 先生介绍了由 CECED 制作的名为“欧洲家电 2025”行业愿景文件，CECED 希望在 2025 年时，欧洲的家电行业能成为推动可持续发展的生活方式、提供技术创新和成长、具备全球领导力的行业，并呼吁政府决策者能在政策和规则的制定、可持续发展、智能家居及欧洲经济发展上与企业、CECED 一起共同努力。

中国家用电器协会的姜风理事长介绍了中国家电行业在 2014 年的表现，在 2014 年复杂的经济环境下，尽管受到了较大的压力，中国家电行业还是在提升产品结构、技术创新、智能化、渠道变革等多方面迈出了坚实的步伐，同时姜理事长还介绍了协会主要工作，包括技术大会、AWE、政府政策建议等。

JEMA 的田中智先生介绍了 JEMA 在东南亚（印度、泰国）推行的实验室人员培训计划和实验室循环比对工作（日本家电企业），旨在提升东南亚相关人员工作能力以及实验室测试能力。

KEA 的国际通商 Team 长河梦烈先生介绍了韩国家电行业在 2014 年对外的贸易情况。韩国家电行业对 FTA 协议国的出口数量和数额出现了良好的增长，其中 2014 年对中国的冰箱、洗衣机等白电出口取得了高速的增长。

### 3、2016年IRHMA年会时间和地点讨论

会议还讨论了下两届会议举办的地点和时间。第三届年会将在2016年3月，上海家电博览会（AWE）期间在中国上海举办。中国家用电器协会作为轮值主席，理事长姜风女士代表协会欢迎IRHMA成员国代表在2016年来中国参会。

## 二、全球能效论坛

5月12日-5月13日，由美国节能联盟（ASE）主办的全球能效论坛（EE Global）在华盛顿举行，中国家用电器协会代表团也应邀参会。全球能效论坛自2007年开始，迄今已经成功举办了7届。在本次（即第8届）论坛上，来自美国、欧洲、中国、印度等多个国家和地区的政府部门、非政府组织以及企业代表参与了会议。

在本届论坛的开幕会议上，美国节能联盟的主席 Kateri Callahan 女士致开幕辞，并邀请自然资源保护委员会的高级律师、联合负责人 Rahph Cavanag 先生，联邦能源管理委员会的委员 Cheryl LaFleur 女士，纽约电力局的主席兼 CEO Gil Quiniones 先生，德国电力公司 RWE 4G 的首席经济学家 Graham Weale 先生发言。几位发言人在各自立场上，就提高能效以应对日益紧迫的能源挑战并向低碳经济转变这一话题进行了交流和探讨。美国资深参议员 Jeanne Shaheen 女士在会议上呼吁政府部门、非政

府组织、企业以及公众联合起来，在节能领域发挥更重要的作用。

全球能效论坛旨在为公共部门、私人部门和非政府组织搭建一个探索节能增效领域最新理论和实践的平台，用以推广新的技术、新的系统以及新的信息资源，来促进全球节能增效事业的发展。在分组会议中，来自政府部门、企业、非政府组织的代表从各自的角度探讨了能源效率的提高对于社会发展的意义以及如何从实际出发，推动相关能源政策的制定和推出，如何取得公众的理解和支持等话题。

在政府领导力这项分组会议上，美国家电制造商协会 AHAM 主席 Joe McGuire 先生、美国电气制造商协会 NEMA 副主席 Kyle Pistor 先生、欧盟家电制造商协会 CECED 总干事 Paolo Facioni 先生、惠而浦总裁 Nate Mouw 先生以及家用电器标准意识项目 ASAP 负责人 Adrew Delaski 先生就家电制造商如何通过推动政府政策以及其他计划和项目来推广高能效产品这一问题进行了发言和讨论。AHAM 主席 Joe McGuire 先生介绍了家电“以旧换新”这项计划的意义以及 AHAM 在该计划中所做的努力。惠而浦总裁 Nate 先生也表示，家电制造商应在产品的生产制造过程中更加注意能源效率以及环境因素，将高能效产品作为企业发展的方向。CECED 总干事 Paolo 先生则表示严格规范的市场监管有利于高能效产品在市场的销售和流通。所有发言人都认同高能效的家电产品有利于降低家庭能源账单，有利于未来环境的发展，从长远看是更经济高效的生活方式。

### 三、几点体会

IRHMA 的创立为全球家电业界提供了一个全新的交流与合作平台。在家电业界面临越来越多共同的全球性挑战的今天，业界亟需这样一个信息交流、知识分享并在必要时采取协调一致行动的平台。代表中国家电产业的中国家用电器协会是这个平台的创立成员之一。中国家电产业要实现从家电大国到家电强国的跨越，一个主要标志就是在国际事务中具有广泛的参与度与话语权。因此协会将在 IRHMA 指导委员会和工作组两个层面上发挥积极作用，也希望我们的会员企业能够积极支持和参与 IRHMA 工作组活动，以此为契机深化中国家电企业和行业的国际化进程。

能源效率、温室气体减排等能源和环境立法是家电业面临的诸多全球挑战之一，美国在这些领域都具有领先的、良好的实践和经验，特别是在对政府政策的谏言和建议方面，美国的非政府组织和企业有着十分先进的理念和运作经验。同时，我们也感受到美国和欧洲也在采取各种措施，包括以旧换新、能效标识等鼓励消费者购买更为高效的产品，有效降低家庭能源账单。我们的会员企业应积极关注产品标准和标识、产品可持续性、产品安全、市场监管、智能家电等领域的国际发展动向。

## 2015年中国家用电器协会技术委员会工作会议会议纪要

2015年5月26日，中国家用电器协会在杭州西溪宾馆召开2015年技术委员会工作会议。协会理事长姜风、副理事长王雷、秘书长徐东生出席了本次会议。参加会议的专家及协会工作人员共计56人，其中专家分别来自33家企业、研究院和高校。与会代表就“十二五”家电技术进步及“十三五”家电技术发展趋势，冰箱、空调、洗衣机、厨房电器技术路线图修订或制定方案进行了深入讨论，IRHMA智能家电工作组向会议提交了课题报告。

上午的全体会议由中国家用电器协会理事长、技术委员会主任姜风主持。中国家用电器协会技术委员会于2012年9月正式成立，至今已经3年。3年来，技术委员会编制了技术路线图，对推动产业技术进步起到重要作用。按照技术委员会工作规则，2015年应当换届。考虑到技术委员会是非常设机构，企业人员变动比较频繁，为更好地发挥技术委员会专家的作用，经姜风理事长提议，本次会议决定，今后技术委员会的专家实施动态管理方式，人员随时可以进行调整和补充；技术委员会专家不再分为委员和专家，均统称为专家；将来技术委员会的活动，会根据活动内容邀请相关专家。本次会议对协会技术委员会主任和副主任人选进行了补充和调整，技术委员会主任仍然由协会理事长姜风担任，上海海立（集团）股份有限公司董事长沈建芳继续担任技术委员会副主任，增补博西家用电器（中国）有限公司副总裁周小天、美的集团副总裁胡自强、海信科龙空调有限公司副总经理王志刚、海尔家电产业集团副总裁王晔为技术委员会副主任，原小天鹅电器股份有限公司总经理柴新建由于工作变动，不再参与技术委员会的工作。

2015年是“十二五”的收官之年，各行各业都在编制“十三五”发展规划。为引导中国家电行业健康发展，中国家用电器协会也启动了“十三五”规划（或称建议）的编制、研究工作。因此，本次技术委员会工作会议的重要内容，是讨论“十三五”家电的技术发展方向，还特别邀请部分专家在上午全体会上对此议题进行了主题发言。

海立集团董事长沈建芳从技术创新和发展、互联网及品牌三个方面，谈了自己对中国家电工业当前问题和未来趋势的看法。他指出，经过30多年的发展，中国家电的集中度大大提高，但技术能力与国外还是有差距，其根本原因是技术创新能力比较差。对于互联网+家电应该怎么搞，沈建芳认为，需要行业充分讨论、研究，中国移动在移动互联网初期只重视sim卡上的语音信息而忽视了数字信息，现在后悔也来不及了，家电行业要汲取教训，避免出现这样的失误。沈建芳指出，当前中国家电品牌影响力与中国家电尤其是白电在全球的产业地位不相适应。许多中国企业

在国际市场上喜欢窝里斗搞价格战，而且没有努力做自主品牌，仍以 OEM 为主，为世界做贡献。现在发达国家制造业回流，劳动力成本上我们与许多国家相比也不占优势。沈建芳建议，节能环保始终是主题，国家应在节能环保、新能源等产品有持续补贴政策，而且，要对影响行业发展的关键零部件技术如芯片等建立国家项目进行研究。

美的集团副总裁胡自强博士认为，中国家电技术进步是值得肯定的，各企业尤其是龙头企业技术提升很快。这与国内消费升级的大环境相吻合，消费者需要更好的东西，家电企业需要从技术上能够支撑，企业转型需要一个过程。趋势上看，老龄化及 80 后、90 后消费习惯的变化需要积极应对。品牌问题的确是个大问题，进行品牌建设，需要企业从长期战略目标与短期经营结果取得平衡。全球化是中国家电未来十年的大机会。中国家电产品，从技术上已经达到可以在全球市场上进行比拼的阶段。当然，当前中国家电原创技术寥寥无几，技术创新需要突破，很大的挑战来自企业文化和技术创新体系，需要自上而下的转变。同时，现在的创新也需要由过去封闭的变成开放的、跨行业来进行的，需要整合全球的资源。对于互联网+和中国制造 2025，胡自强强调，这根本不是简单的自动化问题，数字化重新定义了原来的边界和内涵。技术层面上，未来产品会智能、互联互通，用户也会数字化，制造、供应、物流、渠道、售后服务，未来都会打通。对消费者来说，应该是做减法，更便利、舒适、易用，不应更复杂。胡自强指出，家电核心技术和标准在国外企业手里，如芯片技术、操作系统、传感技术、集成系统、软件系统，包括大数据等，都在国外。这些核心技术支撑未来家电发展，国家层面应该就推动这些核心技术提升做些工作。此外，智能化方面，安全、隐私是大问题；智能产品互联互通后都要带电，智能模块的待机功耗需要重视，这些问题需要行业协同解决。

博西家用电器（中国）有限公司副总裁周小天用实际的销售数据肯定了“十二五”规划对冰箱、洗衣机产品趋势的判断。周小天预测，由于新能效标准 2016 年实施，到 2020 年，冰箱能耗将下降接近 40%，且变频冰箱比例将越来越大。未来，工业 4.0 对我们来说是挑战，有许多未知的课题。要真正实现互联互通，整机制造商需要与零部件供应商系统对接，这就是一个很大的挑战。虽然不清楚网络家电市场何时爆发，但 2025 年前肯定普及，届时会在网络、智能化能源管理上实现大突破。未来，我们可以根据消费者需求定制产品。这是真正的定制，以搭积木的方式实现整个自动化生产，是完整的闭环。

海信科龙空调有限公司副总经理王志刚通过海信的技术创新及自主品牌全球推广实践指出，中国家电在全球市场走自主品牌道路完全是没问题的。王志刚认为，家电行业转型困难主要体现在三个方面，一是没有忠实用户，二是品质存在问题，



三是核心技术不领先。品牌就是忠诚和信任。低成本换不来忠诚用户，低价格会损害产品质量和品质，进而影响品牌。尽管我们在压缩机等关键零部件有核心技术，但在半导体芯片、滤波器、电子膨胀阀等等许多配件领域还只能依赖国外技术，阻碍我们技术进步。对于突破的方法，王志刚指出，首先要有基于消费者需求的创新产品，寻找市场机会；二要有核心和领先的技术，可以跨行业寻找技术应用在家电领域；三是产品服务化，通过增加服务来赢得客户；四是利润网络化，通过网络渠道销售减少流通成本，通过互联网平台进行内部运营，提高效率还降低运营成本。

对于“十三五”机遇及家电产业机遇，海尔白电集团副总裁王晔进行了深入的思考，并从产品上档次、技术创新升级、技术标准化、节能环保等方面分别进行了阐述。王晔认为，“十二五”在技术、产品、标准的“量”等方面有很大提升，“十三五”的机遇在于“质”的提高和“智能互联”。在产品上档次方面，未来五年可能出现拐点，用户个性化需求显现，需求个性化和生产规模化如何整合，是对行业的挑战。技术创新方面，关键核心技术不足、智能家电布局不清晰是行业当前面临的挑战。工业4.0可以满足个性定制需求，而工业4.0的核心基础是模块化，单纯的工厂自动化最多只能是工业3.0，必须在模块化设计这块把前期技术标准化准备做好。节能环保方面，“十三五”时期的机遇来自针对雾霾、水污染的空气和水过滤、净化技术。对于“十三五”家电产业发展的方向，王晔指出，一是大规模个性化定制的普及，用户与研发、生产、模块供应商全流程互联对话，实现产品的大规模个性化定制，个性化定制的关键是标准化、模块化、互联、自动制造技术；二是智慧互联家电的实用化，关键技术则是传感器、通信、云计算、精密机械技术；三是关键核心技术的突破，重点则在于绿色环保和健康舒适方面的技术，未来绿色智能之家的关键是“能源管理”、“新能源”、“新材料”和“绿色新技术”等方面的创新。对于行业协会及政府方面的支持，王晔提出几点建议，一是建议家电协会牵头制定适合中国国情、具有前瞻性的家电行业“十三五”规划；二是建议协会在协同制造、智慧工厂方面打造具有高度模块化定制和标准支撑的体现“中国制造2025”思想的样板体系；三是支持企业全球布局、协同研发的模式，以及创业科技服务平台，如HOPE平台；四是完善竞争规范，进一步强化知识产权管理和保护；五是进一步加大对环保节能产品扶持力度。

美的集团厨房电器事业部研发中心主任栾春结合2014年德国IFA展、2015年美国CES展、消费者需求及政策法规等几个方面，介绍了厨房电器的发展趋势。从IFA展看，厨房电器的总体变化体现在由品质感到体验感，由单机化到智能网络化，由个体化到套系化，嵌入式产品流行。CES中，智能互联体现得更加充分，智能传感技术在高端产品上应用广泛，而且3D打印应用越来越多，3D增材制造将对未来先

进制造模式、对研发带来冲击和影响。从中国消费者需求角度，食品安全问题日益严重，让更多消费者回归家中餐桌，不仅一日三餐，烘焙、烧烤、酸奶等开始尝试DIY，要求厨房电器功能更加完备；天然气、电力等能源紧缺及日益严重的环境问题，导致各种节能环保政策出台，节能、环保产品及新能源产品更受关注；城镇化发展让二三线城市消费日益高端化，住宅类型两极化使得针对小户型的多功能型产品及针对大户型的高性能产品都可能受欢迎；生活节奏加快，要求快速搞定一餐，要求产品操作和处理时间更短；人们更加关注健康，不仅追求口感口味而且要求保留食物营养、合理膳食搭配；消费者品牌意识普遍提高，对品牌形象有更细致的认识，甚至追求小众品牌，要求品牌价值主张、外观及功能、广告等方面连贯统一；社会高度工业化发展使得人们开始对“自然”、“怀旧”产生渴望，出现复古潮流，传统工艺的效果则需要由科技手段来实现；女性决策权提升，单身贵族规模增长，青少年儿童往往影响家长的购买决策，90后消费习惯的变化，老龄群体消费能力提高，促使出现专门为女性、单身贵族、婴幼儿、90后、老年人等专门群体设计的产品。栾春认为，当前既是中国家电行业最困难的时刻也是机遇来临的时刻，互联网+以及消费升级后的需求都存在机遇。能否尽快转型升级是关键，需要全行业的共同努力。

由于时间关系，原定在全体会议上介绍的IRHMA智能家电工作组报告取消。姜风理事长介绍了不久前在美国召开的IRHMA2015年会议的情况后表示，IRHMA智能家电工作组目前以信息交流和沟通为主，重点仍然是标准和市场信息收集。2015年，智能家电工作组计划邀请专家对国际上各个智能家电平台进行评价；还会召开智能家电工作组会议，专门讨论智能家电的发展方向。

下午的会议按冰箱、空调、洗衣机、厨房电器分为4个组对各自产品技术路线图的修订和制定工作进行了研究、讨论和分工，由各组组长分别主持。冰箱、空调、洗衣机组分别就冰箱、空调、洗衣机技术发展趋势进行了深入研究和讨论，初步提出了技术路线图修订方案及制定了修订分工和时间表。本次会议为技术委员会首次设立厨房电器组并且决定制定厨房电器技术路线图。美的集团厨房电器事业部研发中心主任栾春担任组长，主持第一版厨房电器技术路线图的编制工作。与会专家们就厨房电器技术路线图将要涉及的主要产品及内容框架进行了研究，并根据内容及各专家擅长的领域进行了初步分工，安排了进一步讨论的时间。

## 中国冰箱行业 2015 年高峰论坛召开

5月28日,由中国家用电器协会和国家信息中心信息资源开发部指导、国家电网主办的2015中国冰箱行业高峰论坛在北京召开,海尔、卡萨帝、美的、美菱、容声、海信、帝度、新飞、奥马、TCL、创维、华日、荣事达、万宝、晶弘、惠而浦、博世家电、西门子家电、夏普、三星、LG、松下、倍科、大宇等国内外主流冰箱品牌,GMCC、恩布拉科、思科普等核心零部件企业及国美等渠道商代表齐聚一堂,共话“新常态”下我国冰箱行业的转型之路。

会议上,国家信息中心信息资源开发部与中国国家电网联合发布了《2014-2015年中国电冰箱市场研究报告》(以下简称《报告》),内容表明,2015年1-4月我国冰箱市场企稳回升,全年有望实现平稳增长。渠道变革、产品结构调整、能效标准升级,在给行业带来挑战的同时,也为企业在未来的市场竞争中获得新的增长点创造了可能。

### 市场企稳回升 四级市场与电商最耀眼

2014年,受宏观经济形势和产业环境影响,国内冰箱市场销售量、销售额较上年均略有下降。《报告》显示,2014年国内冰箱市场整体规模约为4300万台,其中重点城市市场销量为2156.6万台,同比下滑1.89%,销售额709.5亿元,下降1.65%。

进入2015年,冰箱行业景气度回升,市场呈现企稳向好迹象。国家信息中心数据显示,1-4月份国内重点城市市场冰箱销售规模为697.8万台,同比增长0.95%,销售额241.8亿元,上涨2.1%。

主流冰箱企业开年以来的战绩也印证了市场的回暖。记者从与会企业代表处获悉,一季度海尔冰箱的市场表现明显好于整个行业的平均水平,海信冰箱的国内市场表现要好于去年,博西家电冰箱产品的市场表现依然稳健。截止至四月中旬,美的冰箱销售量、额同比分别增长25%和27%,增长较为迅猛。冰箱行业在今年前四个月能够取得上述成绩,电商与四级市场功不可没。奥维云网数据显示,1-4月冰箱线上市场继续保持了高歌猛进的势头,零售量高达135.3万台,同比增长86%,零售额规模突破23.4亿元,同比增长78%。

表现同样耀眼的还有四级市场。《报告》显示,1-4月在四个级别城市中,只有四级城市保持同比增长态势,销售量、额同比增长均超过三成。国家信息中心信息资源开发部副主任蔡莹认为,未来三四级城市,特别是四级城市将是冰箱市场增量的主体。

### 能效标准升级 加剧市场竞争

“新常态”下的冰箱行业,面临着市场规模增长趋缓、渠道变革等多重挑战,

中国家用电器协会信息咨询部

其中最为紧迫的是来自产业政策层面的变化，能效标准升级将对企业的技术研发实力提出考验。据了解，新版 GB 12021.2《家用电冰箱耗电量限定值及能源效率等级》目前已完成定稿，并已递交国家标准化管理委员会报批。

据参与标准修订的有关人士介绍，较之旧版本，新版电冰箱能效标准 1 级能效要求冰箱耗电量大幅降低，新 1 级比老 1 级耗电量需下降 40%左右。新版标准的耗电量测试方法也出现了较大变更，按照新版能效标准测试方法，冰箱综合耗电量更加接近用户实际使用耗电量，因此产品在实际使用中的节能能力更加重要。

新能效标准实施后，产品差距将被拉开。据悉，目前市场上 1 级能效冰箱产品占比超过 85%，全部产品不低于 2 级。标准切换后，新 1 级产品占比在 5%左右，新 2 级产品占比 10%-20%左右。能效标准的大幅提升，也将加剧市场竞争，在多重压力下，一些不具竞争优势的品牌或将加速出局。

为了应对冰箱产品节能升级的要求，主流冰箱企业通过采用高效变频压缩机、新节能型保温材料及发泡技术、节能型门封、优化制冷系统效率等技术手段提升整机能效水平。冰箱企业也在尝试通过智能节能技术来提高冰箱整机的能效水平。目前，中外主流冰箱企业均有智能产品投放市场，如美菱的智能变频对开门冰箱、美的加载“i+冰箱智能管理系统”的对开门冰箱、惠而浦第六感智能保鲜冰箱等。

### 更新换代推动产品结构升级

除了产业技术升级为行业创造的机会，冰箱企业也面临市场消费趋势变化带来的机遇。目前，我国冰箱产品已进入更新换代高峰期，据相关机构测算，每年我国城市市场冰箱更新换代量约为 1500 万台。另外，85 后、90 后新消费群体兴起，对冰箱的品质与使用需求要求更高。这些因素共同推动冰箱产品结构向大容量、多温区、无霜、变频、智能方向升级，这些趋势也被提炼为本次峰会的主题——“大·美·智·变，步步领‘鲜’”。

今年前四个月，高端产品占销售量比例继续提升。为了更有效地反映市场的变化，本次峰会《报告》对高端冰箱零售价格线进行了调整，从过去的 4500 元提升到 6000 元。《报告》显示，今年 1-4 月，高端冰箱在重点城市市场的销量占比达到 13.82%，销售额占比高达 35.64%。

在中国家电网近期举行的一项消费者调查中，超过半数的受访者表示，大容量是购买冰箱时优先考虑的因素。国美电器副总裁宋林林表示，今后 300L 以上大容积冰箱市场将继续走高，预计 2015 年份额将达到 65%以上。从不同门数看，对开门、四门及以上冰箱继续保持了增长势头，尤其是十字四门冰箱，凭借容积大、存储精细化、使用便捷等优势异军突起，份额贡献最大。

## 中国家用电器协会电冰箱专委会 2015 第一次工作会议会议纪要

2015年4月29日，中国家用电器协会电冰箱专业委员会2015第一次工作会议在海南召开。参加本次会议的整机企业代表有海尔、美的、美菱、海信科龙、博西、惠而浦、LG、东芝、三星、奥马、索伊、尊贵、白雪、TCL、晶弘以及恩布拉科、万华化学、思科普等上游企业共计20余人。中国家用电器协会理事长姜风、秘书长徐东生出席了本次会议。

### 一、中国家用电器协会理事长姜风介绍冰箱行业总体情况

对于电冰箱行业的整体情况，姜风认为，最近十年是大家电行业最为困难的十年。但从2015年1-2月的市场表现来看，电冰箱、洗衣机的市场表现好于预期，正在逐渐起稳。从中怡康的统计数据来看，1-2月电冰箱销量的增长为1%，销售额的增长为8%，说明电冰箱行业的结构调整做得比较好。尽管2015年电冰箱行业开局不错，但姜风认为未来不确定因素还有很多，不能过度乐观，要做到稳中取胜。

对于未来的发展走向，姜风认为，2014年，电冰箱市场的增长主要来自于对开门冰箱和多门冰箱的市场增长。2015年，这一趋势会更加明显。在这样的市场趋势下，变频冰箱也将进一步普及。同时，电冰箱的智能化也是企业的研发重点，食品管理是最主要的研发方向。但食品管理并不是一个电冰箱行业就能解决的问题，所以应该说还没有找到比较理想的解决方式。除此之外，智能制造也是企业必须重视的一个方面。智能制造对企业制造和销售模式将会产生颠覆性影响。

### 二、冰箱企业分享 2015 冰箱行业形势

海尔、海信科龙、美的、博西家电、美菱、奥马和吉德与大家共享了第一季度企业的表现。海尔冰箱参会代表表示，海尔冰箱一季度的市场表现明显好于整个行业的平均水平。这得益于海尔对产品研发的追求，还有就是智能制造。海尔冰箱沈阳工厂是海尔冰箱第一个智能互联工厂，这种模式将会在海尔冰箱其他工厂得到复制。海信科龙的参会代表也表示，海信冰箱的国内市场表现要好于去年，整个海信集团自2008年起对海外市场的拓展，也让海信白电在海外市场收获颇丰。美的冰箱的市场增长异常迅猛，截至四月中旬，美的冰箱销售额同比增长27%，销售量同比增长25%。博西家电与会代表则透露，2014年博世收购了西门子出售的博西家电的股权，同时中国组织架构也进行了调整，2015年起博西中国新的体系正式开始运营。现在，博西家电重新塑造了六大经营理念，越来越重视用户体验，越来越关注智能

化产品。2015年第一季度，博西家电冰箱产品的市场表现依然稳健。奥马企业代表表示，奥马不仅在发力冰箱市场，从去年开始公司也进入了冷柜产品的研发和销售。宁波企业代表吉德则表示，吉德将继续秉承做“好产品”的理念，稳步前进。

### 三、主任委员单位海尔对新能效标准修订要点的解读及企业对策

对于正在修订的电冰箱新能效标准，海尔在会上与参会代表分享了新能效标准的修订情况以及新能效标准对未来产品开发的影响，也提出了企业的应对策略，与会代表也对新能效标准展开了热烈的讨论。

新能效等级的主要变化有：新能效标准一级能效要求耗电量大幅降低，比老能效标准一级下降40%，且耗电量测试方法变化大；强调综合耗电量更加接近用户实际耗电量，这使得产品实际使用节能设计能力更加重要；产品品类增加葡萄酒储藏柜，嵌入式冰箱，冷柜类产品细化，立卧柜分开等。

由于新旧两版新能效标准测试方法变化较大，测试周期长，与会代表一致认为从标准发布到实施，应该给予企业充足的准备期和过渡期；并且需要在实验室硬件、软件更新升级、人员培训及产品等方面给予指导。

### 四、对大冰箱许可证、节能领跑者制度的讨论

除了新能效标准修订外，大冰箱许可证、节能领跑者制度也是当前冰箱行业的热议的话题。会上，中国家用电器协会秘书长徐东生首先介绍了在争取取消大冰箱许可证上，协会经过各种途径向有关部门反映问题的进展。由于新能效标准的修订将影响到500L以上大冰箱执行的生产许可证制度，参会代表一致认为，在新能效标准执行前，应该妥善解决500L以上大冰箱的生产许可证制度，否则，按照冰箱新能效标准，以往400L以上但不超过500L的冰箱，也会需要生产许可证。徐东生同时也希望企业发动社会资源，希望政府尽快取消大冰箱许可证制度。

节能领跑者制度是受新能效标准修订影响的另一个行业热点。由于新能效标准刚刚审定，还没通过，预计今年底实施的可能性不大。关于节能领跑者制度的细则，有的参会企业代表希望有相应的财政资金作为技术创新的鼓励，但财政资金发放方式要慎重，避免出现“节能惠民工程”的后遗症，对如何核准符合节能领跑者制度的产品销售量提出了看法，并希望加强行业自律，防止出现能效虚标的现象。

### 五、关于冰箱国家抽查、地方抽查的讨论

在此次会议上，企业反映的比较集中的问题是抽检问题。一个较大规模的电冰箱生产企业透露，2014年，这家企业被各种“国抽”、“地方抽查”共计62次，平均不到一周就要被抽检一次。而有些企业的“被抽查次数”还高于这一数字。除此之外，

这其中还存在着乱收费、检测结果不客观真实等问题，已经干扰了企业的正常经营秩序。与会代表呼吁尽快解决这一问题，减少企业不必要的负担。

## 六、与会企业代表讨论专委会工作内容

为促进冰箱行业健康发展，与会企业代表就专委会工作内容和主题进行了充分的讨论。围绕冰箱产品朝大容量、智能化、风冷化的发展，行业应该积极加强技术研发，提高创新能力，在智能变频技术、智能控制技术、智能化霜、智能电网、太阳能、风能在冰箱的应用等有所突破，同时展开积极的消费者教育工作。与会代表一致认为，专委会的第二次活动将定于11月份，届时将吸纳更多的电冰箱零配件及原材料生产企业参与到专业委员会的工作中。2015年，电冰箱专业委员会的主要工作，将围绕电冰箱新能效标准、能效领跑者制度、推动实验室的培训、加强能效标识的宣传等。

## 最新数据信息

## 1. 家用电器工业产成品及销售收入

## 2015年4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	210.89	1040.40
家用空气调节器	304.23	1505.64
家用通风电器具	24.94	137.18
家用厨房电器具	68.49	588.59
家用清洁卫生电器具	46.99	467.98
家用美容、保健电器具	9.45	99.10
家用电力器具专用配件	27.79	288.53
其他家用电力器具	24.41	174.72
合计	717.19	4302.13

数据来源：国家统计局

## 2. 主要家用电器产品产量

## 2015年4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	949.95	3001.69
家用洗衣机	616.22	2322.83
房间空气调节器	1798.12	5637.50
家用冷柜	214.34	716.68
家用电风扇	1850.13	5839.15
家用电热烘烤器具	1488.88	5058.06
微波炉	689.57	2617.31
电饭锅	1532.33	6973.61
家用吸尘器	674.17	2569.00
家用电热水器	306.63	1230.50
电冷热饮水机	212.53	735.13
家用吸排油烟机	248.52	788.54
家用燃气灶具	327.41	1119.72
家用燃气热水器	112.61	365.07
太阳能热水器	100.47	403.87

数据来源：国家统计局



## 3. 主要家用电器产品进出口量

## 2015年4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	342.27	1278.22	10.78
彩电	543.69	1897.86	-15.20
电炒锅	18.26	58.63	31.81
电吹风机	851.78	2972.75	8.95
电磁炉	74.84	312.60	-17.77
电动剃须刀	469.47	1609.16	9.63
电饭锅	363.02	1467.84	3.21
电风扇	1725.55	5668.26	-0.75
电机	5302.55	19635.85	11.87
电烤面包器	676.06	2488.58	3.38
电气空间加热器	165.22	859.10	-39.92
电热干手器	8.19	34.54	-4.49
电热烘烤烧烤器具	945.47	3718.23	13.66
电热水器	47.07	241.62	-8.36
电熨斗	814.28	2973.99	1.10
干衣机	0.49	1.62	-30.66
干燥机	15.95	46.96	25.70
黑白电视	0.17	0.99	26.45
激光视盘机	611.82	2160.67	-5.06
咖啡机和电茶壶	565.66	2347.88	-16.06
空调器	579.67	1859.14	-9.80
空调器压缩机	247.92	1007.21	5.89
冷冻箱	98.64	328.90	6.88
气体净化器	50.80	241.34	-29.75
燃气灶	6132.08	24893.90	0.46
食品加工处理机、榨汁机	1534.97	5672.98	1.08
水净化器	198.61	699.45	53.06
通讯产品	11132.98	39836.89	2.30
瓦斯煎烤器	194.43	838.02	17.51
微波炉	453.81	1766.60	4.96
吸尘器	817.26	3109.27	-0.18
吸油烟机	59.84	224.38	-2.92
洗碗机	30.12	108.27	8.19
洗衣机	180.08	675.75	-4.36
压缩式冰箱	217.94	738.34	8.97
饮水机	75.27	263.28	10.87

2015年4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	323690	1287926	-17.21
彩电	8747	12719	-22.21
电炒锅	806	2980	218.04
电吹风机	2890	8034	-73.91
电磁炉	792	3814	-0.81
电动剃须刀	108701	320248	188.62
电饭锅	31789	106724	24.91
电风扇	8828	27356	249.28
电机	6441394	24466505	-2.29
电烤面包器	100	28360	49.59
电气空间加热器	23042	88262	5.89
电热干手器	1082	2356	3.02
电热烘烤烧烤器具	35368	117665	-12.28
电热水器	2532	7553	89.77
电熨斗	6957	27887	-79.65
干衣机	83	217	-2.25
干燥机	3471	6827	-6.02
黑白电视	0	0	
激光视盘机	3659	21006	-58.12
咖啡机和电茶壶	11013	37629	-47.91
空调器	1306	3510	-67.08
空调器压缩机	305054	1215951	-18.38
冷冻箱	1684	3039	-36.88
气体净化器	45679	210129	-44.85
燃气灶	140694	351288	81.46
食品加工处理机、榨汁机	138776	406436	-29.43
水净化器	689872	1664152	160.08
通讯产品	1762067	5181993	78.09
瓦斯煎烤器	4798	12737	-6.10
微波炉	746	3078	-10.21
吸尘器	25248	85135	-15.36
吸油烟机	2279	4202	-25.73
洗碗机	13339	37715	76.86
洗衣机	14410	60367	3.87
压缩式冰箱	34749	113886	2.24
饮水机	974	3765	112.47

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4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	45.56	-3.43	6066.96	-12.91	123.90	1.64	16799.42	-6.70
德国	19.87	61.64	2366.79	43.71	89.91	-1.93	10361.75	-5.42
日本	15.41	27.16	2624.23	-28.70	65.93	-9.75	13108.16	-28.29
英国	11.70	-57.25	1579.81	-51.47	47.41	4.22	6679.27	4.89
法国	14.98	12.83	1796.70	1.17	36.53	9.30	5213.51	10.95
沙特阿拉伯	11.04	117.27	1317.26	81.53	29.37	88.03	3485.88	65.95
荷兰	8.70	-7.72	845.85	-7.23	28.22	20.71	2966.59	27.11
加拿大	7.72	164.26	763.39	57.75	22.51	133.34	2557.10	60.65
意大利	5.70	50.41	668.23	26.84	18.54	36.96	2325.18	21.69
伊拉克	3.51	-34.07	518.58	-24.36	16.79	37.27	2378.92	59.67
南非	5.50	96.06	632.46	51.23	16.49	67.34	1889.49	21.93
澳大利亚	4.28	56.20	832.55	10.27	14.32	31.91	3283.19	23.50
阿尔及利亚	2.87	-24.20	471.28	5.03	14.26	2.91	2226.73	29.88
尼日利亚	1.97	-50.12	218.26	-44.06	12.47	-17.77	1319.40	-14.18
西班牙	5.00	240.88	675.30	131.88	12.45	101.61	1817.49	50.05

2015年4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	21.88	19.67	3478.76	27.92	64.14	21.42	10837.42	32.35
尼日利亚	3.47	-43.79	528.85	-41.03	16.31	-30.29	2305.59	-30.25
英国	3.66	30.17	688.87	3.78	15.35	57.92	2630.76	31.86
印度	2.34	114.09	413.04	83.16	12.55	70.41	2350.34	59.40
意大利	2.56	-23.31	435.27	-17.63	11.73	3.32	2078.11	5.03
法国	4.18	40.79	576.95	18.25	11.17	47.19	1753.37	30.71
伊拉克	3.00	-38.11	430.75	-34.19	9.66	-5.19	1380.29	-1.13
沙特阿拉伯	4.62	162.69	700.75	119.88	9.59	142.49	1666.84	117.32
德国	2.97	12.17	539.20	4.08	8.58	4.10	1757.45	6.76
荷兰	2.78	68.96	392.90	85.33	8.04	16.92	1133.94	23.21
加拿大	1.82	-14.14	238.17	-13.27	7.43	16.90	975.17	7.56
澳大利亚	1.35	21.07	676.58	27.80	7.19	23.38	3389.32	49.64
日本	2.41	-20.54	415.08	-22.31	6.77	-21.03	1207.17	-18.26
安哥拉	1.75	-48.44	217.63	-48.62	6.76	-25.49	859.40	-24.59
印度尼西亚	2.13	48.57	501.34	10.00	6.39	-15.27	1374.17	-21.68

2015年4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	165.18	-22.84	24537.68	-16.55	540.10	-16.61	77276.55	-12.97
沙特阿拉伯	45.36	225.28	12612.37	189.93	114.37	119.25	31782.46	113.29
日本	41.28	-28.66	10798.81	-34.77	113.45	-32.55	31293.63	-36.99
印度	19.24	273.21	3738.60	204.16	78.73	93.02	15879.56	81.87
墨西哥	19.95	-18.86	4027.15	-13.49	78.15	3.67	15826.74	2.51
巴西	17.79	-5.39	2742.53	-13.14	76.92	21.01	12538.28	8.80
阿根廷	21.52	22.43	3907.37	14.47	76.01	73.21	14399.81	72.73
伊拉克	23.20	37.40	7053.43	22.51	70.22	-0.88	21560.00	-9.05
中国香港	17.35	-6.44	3094.76	-9.75	45.86	-10.97	8116.56	-15.84
阿联酋	11.15	-20.81	3245.21	-15.59	43.68	14.10	12267.43	13.93
俄罗斯	8.13	-56.12	1620.60	-60.65	38.97	-57.78	7502.82	-61.09
意大利	13.67	-33.54	3194.28	-43.69	32.57	-44.08	8072.80	-49.84
伊朗	9.58	132.23	3027.35	99.17	32.13	86.05	10592.06	78.17
巴基斯坦	8.83	21.94	2094.74	29.88	29.24	16.81	6739.86	21.98
加拿大	8.62	-54.50	1481.12	-46.23	27.42	-46.70	4776.81	-40.45

2015年4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	28.22	-22.29	5267.30	-28.27	124.86	-22.34	22299.33	-28.94
美国	31.11	24.04	10430.76	25.80	88.98	22.40	30854.50	28.27
沙特阿拉伯	10.77	33.07	938.12	26.05	25.73	33.64	2252.30	27.61
墨西哥	4.79	18.90	456.70	3.84	20.70	54.76	1923.14	41.24
印度尼西亚	4.85	93.74	461.48	169.33	20.66	0.69	1905.92	-5.89
英国	5.11	40.99	991.26	45.58	18.14	31.83	3305.11	19.55
阿联酋	3.68	-28.02	449.14	-37.12	16.25	-9.66	2172.52	-19.25
波兰	3.32	-27.72	441.00	-33.78	16.12	-10.14	2124.37	-20.43
哥伦比亚	2.17	-46.80	280.92	-35.55	15.61	15.89	1730.72	15.74
阿尔及利亚	4.09	37.11	338.89	26.19	14.46	9.23	1366.83	-9.91
摩洛哥	2.88	-23.17	299.42	11.42	13.43	-0.33	1092.69	5.88
法国	2.88	-10.96	474.66	-26.94	12.93	30.32	2171.99	14.64
马来西亚	3.57	1.07	377.71	23.30	11.21	14.22	1218.73	36.07
多米尼加	2.30	83.27	152.37	64.26	10.21	161.98	709.02	146.54
突尼斯	2.62	101.84	210.73	75.87	10.01	101.22	610.18	80.73

2015年4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	162.78	14.29	9450.13	10.98	530.51	19.56	30843.85	15.97
巴西	21.01	-25.50	694.04	-25.33	135.14	-10.60	4635.57	-9.01
英国	31.04	-16.31	1420.77	-10.26	132.79	10.97	5628.60	9.27
日本	19.84	5.23	1523.60	-28.56	103.94	-4.84	7069.18	-18.99
德国	23.15	21.78	1077.57	7.96	97.08	27.77	4412.31	17.92
法国	13.75	-35.63	607.03	-35.03	71.13	5.67	3057.47	2.62
墨西哥	14.33	15.72	606.17	6.57	66.11	14.80	2924.58	8.77
加拿大	15.22	-19.52	823.20	-22.09	59.55	2.99	3223.56	-0.85
西班牙	10.05	-18.27	437.17	-12.00	37.83	-17.83	1635.17	-15.32
俄罗斯	4.80	-54.58	178.79	-58.03	37.66	-34.66	1317.07	-42.85
意大利	11.14	63.48	667.72	75.78	30.99	-2.76	1742.69	-0.03
韩国	10.23	7.92	417.80	-1.96	30.48	14.19	1346.20	14.15
南非	4.69	-7.89	180.87	-8.99	29.46	63.95	1170.28	71.07
澳大利亚	6.55	-20.62	359.16	-22.45	28.02	-7.18	1533.68	-5.69
阿根廷	12.21	398.64	533.87	482.13	22.54	8.59	1031.91	13.32

2015年4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	522.92	-3.68	10092.01	4.26	2004.07	10.35	37350.27	12.52
日本	155.36	-4.73	3035.24	-5.97	239.96	1.59	4360.34	0.08
英国	82.28	44.83	736.61	23.26	232.69	38.40	2253.75	34.99
印度	56.48	-0.75	761.74	6.77	230.96	14.71	3109.67	22.04
加拿大	44.78	-14.94	564.31	-22.68	179.16	-15.57	2403.38	-8.77
伊拉克	40.27	46.19	607.11	61.56	173.57	34.01	2430.30	52.59
德国	30.53	-34.76	343.83	-30.56	150.92	-2.39	1803.88	5.20
韩国	114.63	-27.78	1719.60	-29.60	142.93	-36.97	2185.55	-39.61
墨西哥	17.76	-24.64	269.32	-20.85	137.10	-3.02	1765.81	-7.39
西班牙	30.62	-27.12	378.59	-26.31	123.79	-5.51	1795.62	4.91
马来西亚	36.15	-0.52	553.37	-14.18	117.91	-3.69	1753.57	-12.95
阿联酋	28.30	-19.23	493.48	-5.51	106.69	0.14	1556.35	4.52
法国	18.84	-34.46	240.94	-28.90	104.89	-17.04	1304.65	-14.19
荷兰	15.36	-23.39	165.15	-19.11	88.05	-7.44	994.02	2.53
越南	19.01	-2.63	432.10	-9.88	83.09	103.89	1407.77	41.16

2015年4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	287.66	2.23	9184.96	-13.04	995.87	2.34	33249.35	-1.61
日本	67.55	-16.95	2846.50	-29.16	273.40	-18.11	12322.56	-20.15
德国	46.37	-32.12	1716.54	-26.24	214.75	-9.22	7350.99	-7.61
英国	42.33	-13.55	1476.93	-7.60	203.03	15.06	6940.12	21.08
法国	28.91	0.51	855.26	-0.72	124.34	6.69	3567.29	-5.05
荷兰	33.86	35.24	831.83	19.71	108.71	22.14	3074.81	27.26
巴西	21.30	-7.12	301.61	-10.18	92.77	10.23	1311.20	7.08
韩国	23.36	44.34	507.84	60.60	88.34	46.64	1972.00	55.98
意大利	20.16	-14.45	546.35	-9.81	74.92	-10.60	2083.64	-6.96
加拿大	14.24	-24.39	356.59	-50.85	70.14	-1.27	2032.17	-17.71
澳大利亚	19.67	-3.62	710.18	-2.86	66.40	-21.21	2609.30	-19.78
比利时	13.39	-31.82	309.75	-23.97	62.07	-4.14	1423.21	0.64
西班牙	21.17	30.94	565.38	22.69	60.76	25.20	1594.47	5.92
土耳其	13.46	1.87	550.31	7.01	57.26	8.13	2290.43	6.02
俄罗斯	8.42	-52.87	277.05	-43.86	35.33	-47.30	1056.32	-52.16

2015年4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	273.76	-21.27	3975.49	-20.75	953.28	-10.54	14010.37	-6.71
德国	126.60	13.98	1307.89	-8.60	428.69	9.39	5190.45	5.15
荷兰	72.19	8.59	818.07	-11.19	304.60	35.30	3884.41	31.50
英国	82.42	12.34	1405.48	35.69	280.65	20.31	4419.87	28.22
阿联酋	58.00	-21.34	909.45	-10.90	223.04	-17.67	3362.64	-7.21
意大利	62.61	-10.83	1210.13	-7.64	197.32	5.70	3868.81	6.69
澳大利亚	49.87	24.67	856.13	19.82	172.08	21.82	3169.77	13.08
西班牙	37.28	-24.76	384.34	-23.56	171.87	23.65	1763.63	17.13
法国	37.71	-23.18	741.47	-11.82	155.47	-13.60	2865.90	-9.25
日本	38.19	-42.64	566.53	-30.83	152.73	-14.91	2264.40	-12.55
中国香港	44.17	-10.77	636.75	-8.82	138.66	-9.55	2097.84	-7.22
巴西	27.57	-29.57	367.48	-12.43	128.64	-21.99	1704.77	-0.88
波兰	32.27	98.99	312.98	113.05	111.04	93.69	991.87	85.10
沙特阿拉伯	24.19	-22.56	487.66	-16.72	102.33	27.01	1782.92	11.98
俄罗斯	15.44	-67.37	251.27	-67.05	100.99	-32.41	1390.04	-36.70

2015年4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	273.72	17.79	6010.51	31.95	1013.44	27.92	21538.48	34.69
日本	46.15	-24.04	1094.23	-28.95	201.57	-16.03	4843.55	-19.36
巴西	35.44	11.69	782.35	-2.63	196.75	20.26	4754.66	18.17
荷兰	50.69	-25.99	827.52	-27.89	168.84	-10.78	3156.34	-9.40
韩国	44.84	29.07	885.71	55.24	146.29	34.79	2829.27	51.57
德国	27.29	-29.64	690.23	-13.43	141.65	-1.71	2933.30	-0.12
英国	36.63	38.07	887.80	37.57	124.92	37.75	3029.56	42.65
南非	31.21	-10.51	475.56	39.78	124.87	11.51	1586.06	24.52
法国	23.01	-30.01	593.07	-23.19	110.05	7.29	2670.72	13.77
阿联酋	24.02	-14.89	350.81	-38.95	90.06	6.41	1462.32	-16.44
泰国	18.26	52.87	317.97	68.97	80.16	25.07	1241.35	28.36
加拿大	16.82	4.79	396.85	33.89	66.99	14.64	1405.97	19.09
越南	14.01	17.12	283.93	17.69	65.83	40.72	1446.80	54.30
澳大利亚	16.98	-31.27	579.32	-26.59	65.46	-8.04	2109.72	-4.68
墨西哥	14.54	5.68	154.73	-21.16	59.18	9.20	576.94	-18.60

2015年4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	184.25	-37.19	3793.53	-49.74	789.19	-12.00	16570.09	-21.55
德国	44.68	-48.98	1200.76	-57.47	213.96	-33.89	5613.44	-45.91
巴西	24.55	22.47	353.01	39.90	127.91	13.73	1642.35	10.12
法国	30.18	-13.45	811.70	5.29	118.51	-23.96	2884.05	-1.29
日本	31.36	73.60	517.95	68.40	107.45	-6.44	1783.90	5.85
意大利	18.13	-1.85	847.43	26.20	67.94	16.52	3159.64	34.89
荷兰	20.15	-17.65	336.81	-19.79	65.58	-29.32	1283.59	-18.02
英国	18.01	-10.47	544.12	3.95	59.70	-45.15	1738.60	-14.45
中国香港	12.32	-43.62	604.79	-30.66	52.83	-22.53	2508.11	-16.69
墨西哥	13.51	-25.13	212.17	5.50	51.60	-13.27	784.57	15.79
加拿大	11.64	-39.71	209.75	-51.71	50.12	-26.99	1034.93	-36.56
西班牙	7.59	-49.54	187.48	-48.33	35.21	-18.08	836.22	-15.30
阿联酋	11.74	96.79	144.00	23.31	34.62	40.97	505.54	30.56
俄罗斯	6.26	-57.26	72.50	-71.10	33.47	-45.34	428.24	-52.24
南非	11.01	-33.02	64.98	-44.67	30.25	-40.24	172.55	-60.24

2015年4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	43.59	24.25	2536.06	16.66	236.26	28.31	13332.31	17.82
泰国	47.00	28.19	2707.96	30.13	202.88	12.03	12002.47	16.14
日本	22.48	-9.92	1963.74	-18.22	70.51	-20.45	6303.18	-25.45
中国香港	12.84	-38.37	476.04	-40.52	63.31	-13.83	2461.97	-13.43
巴西	14.44	-14.71	835.02	-22.06	55.67	1.73	3506.64	-4.88
韩国	20.43	-10.09	1529.76	-8.56	55.25	-7.71	4361.88	-7.07
台湾	12.53	-31.56	646.44	-28.86	41.00	-22.76	2252.77	-20.99
马来西亚	8.18	-8.75	501.07	-10.88	36.66	7.93	2182.56	8.91
美国	14.22	0.30	1071.07	14.75	35.97	-2.95	3003.55	11.08
波兰	12.01	126.81	348.95	106.68	33.67	47.54	1008.00	38.90
土耳其	9.03	27.63	473.82	12.62	32.79	49.59	1796.94	43.25
印度尼西亚	0.65	-90.67	39.89	-86.20	17.20	-7.41	746.74	-2.29
埃及	2.75	-50.36	160.98	-56.18	16.96	-33.36	1019.58	-42.20
沙特阿拉伯	5.70	49.34	395.01	16.48	14.57	-10.67	1078.81	-18.22
法国	3.41	141.92	283.99	5.29	12.73	139.15	1082.88	31.35

2015年4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	49.23	-15.87	1214.89	-28.31	153.16	0.65	3856.09	-13.54
印度	40.79	71.93	902.65	54.48	128.54	37.65	2818.94	21.32
印度尼西亚	21.64	-36.46	508.33	-43.36	120.54	15.18	2931.69	5.37
泰国	23.75	-2.30	700.49	-6.03	90.49	5.65	2649.06	-0.59
俄罗斯	15.13	-62.52	390.15	-63.65	77.92	-33.12	1938.86	-40.53
罗马尼亚	13.63	-48.93	315.19	-57.44	73.29	3.90	1709.53	-17.25
美国	18.27	130.60	535.36	104.65	71.38	331.09	2032.86	233.46
南非	14.23	29.29	296.55	13.40	61.77	37.30	1265.10	13.97
墨西哥	12.85	42.19	384.67	37.78	53.81	69.71	1737.36	75.25
意大利	11.94	23.61	376.24	1.87	43.26	32.87	1261.22	-2.78
波兰	13.16	89.45	251.95	41.01	38.80	-7.46	795.11	-29.24
伊朗	4.81	-52.37	220.71	-35.54	36.28	36.74	1358.02	53.07
巴基斯坦	14.79	127.38	495.78	129.92	31.89	24.72	1070.14	25.01
德国	7.94	12.43	228.98	-29.07	27.98	-13.37	831.47	-43.07
匈牙利	6.61	-55.18	135.30	-68.34	23.33	-23.47	529.86	-38.96



## 5. 全国城市主要家用电器产品零售量监测数据

## 2015年4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	27.03%	格力	37.86%	海尔	25.64%
2	美的	13.12%	美的	19.54%	小天鹅	16.61%
3	容声	10.70%	海尔	11.58%	西门子	9.99%
4	美菱	10.03%	伊莱克斯	5.19%	美的	7.52%
5	西门子	8.27%	三菱电机	4.61%	合肥三洋	7.12%
6	海信	4.47%	奥克斯	4.07%	松下	6.18%
7	三星	4.40%	海信	4.03%	荣事达	5.25%
8	伊莱克斯	3.20%	志高	3.85%	三星	4.81%
9	新飞	2.70%	TCL	3.54%	小鸭	4.10%
10	博世	1.95%	长虹	1.81%	LG 熊猫	3.67%

序号	彩色电视机		热水器	
	品牌	占有率%	品牌	占有率%
1	海信	12.69%	A.O 史密斯	17.93%
2	创维	12.27%	海尔	15.80%
3	夏普	11.79%	美的	13.07%
4	三星	10.49%	林内	8.76%
5	三洋	9.59%	万家乐	7.15%
6	王牌	9.49%	万和	6.60%
7	长虹	8.92%	能率	5.82%
8	索尼	7.52%	伊莱克斯	4.36%
9	康佳	7.43%	阿里斯顿	3.10%
10	海尔	5.73%	樱花	2.94%

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