

2018

中国小家电行业市场前景研究报告

中商产业研究院

网站网址: <http://www.chnci.com/>

客服热线: 400-666-1917

前言

Introduction

我国家电市场历经近20年的飞速发展，产业已由粗放成长逐步成熟，需求也由必需品向可选消费转变。随着冰洗市场步入成熟，空调普及释放，厨电升级渐入佳境，随之而来的小家电市场已逐步展露出其拉动增速的潜力，并必将成为家电行业增长、产品升级的主要推动力。





CONTENTS

目录

- 前言
- 1. 行业相关概述
 - 1.1 定义及分类
 - 1.2 发展历程
 - 1.3 产业链
- 2. 家电行业发展现状
 - 2.1 家电行业市场规模
 - 2.2 家电核心产品销售情况
- 3. 小家电行业发展现状
 - 3.1 小家电市场规模情况
 - 3.2 小家电网购交易规模情况
 - 3.3 小家电细分品类占比情况
 - 3.4 小家电出口情况



CONTENTS

目录

- 4. 主要企业分析
 - 4.1 美的
 - 4.2 老板电器
 - 4.3 苏泊尔
 - 4.4 华帝股份
 - 4.5 飞科电器
- 5. 行业发展趋势预测
 - 5.1 时尚化与健康化
 - 5.2 人性化与智能化
 - 5.3 新型小家电不断涌现
 - 5.4 营销能力将成竞争力之一

01 行业相关概述

定义及分类

小家电一般指功率和体积都较小的家电，是提高人们生活质量的家电产品。目前，小家电品类众多，规模及种类仍在增长。小家电行业按照使用功能和环境可分为厨卫小家电、家居小家电和个人护理小家电等子行业。

小家电依据使用功能和环境主要分为三类



资料来源：公开资料、中商产业研究院数整理

为全球商业领袖提供决策咨询

发展历程

20世纪80年代中期，小家电产品在我国出现并开始进入普通消费者家庭，当时的小家电产品主要包含电风扇、电饭锅、电熨斗等。

20世纪80年代中期

20世纪90年代

到20世纪90年代初，一些新兴小家电作为时尚、高收入、现代化的象征走进部分城市居民家庭的生活。90年代中后期，我国已具备庞大的家电产品生产能力，成为全球小家电产品的重要生产基地，产品除满足国内需求外，还大量出口到国外其他家。

小家电发展的黄金阶段。以方便生活和节约时间为特点的小家电产品获得了越来越多消费者的认可，小家电产品在人们的日常生活中扮演着越来越重要的角色，同时也发展出一些将中国传统饮食文化和烹饪习惯与现代电器制造技术相结合并面向国内消费者的创新型产品，如豆浆机、电压力锅、电炖锅等。

1999-2010年

2011年至今

近年来，我国厨房、生活小家电产品在产品质量和稳定性上都获得了稳步提升，产品技术含量也得到了加强。在需求方面，消费者对健康、节能、便捷、智能的小家电更青睐。

产业链

小家电行业产品种类繁多，上游原材料厂家较为分散；中游生产环节中，主要包括厨房电器，家居电器、个人护理电器等。下游一般通过专卖店、商超或者电商平台进行销售，最终到达消费者。



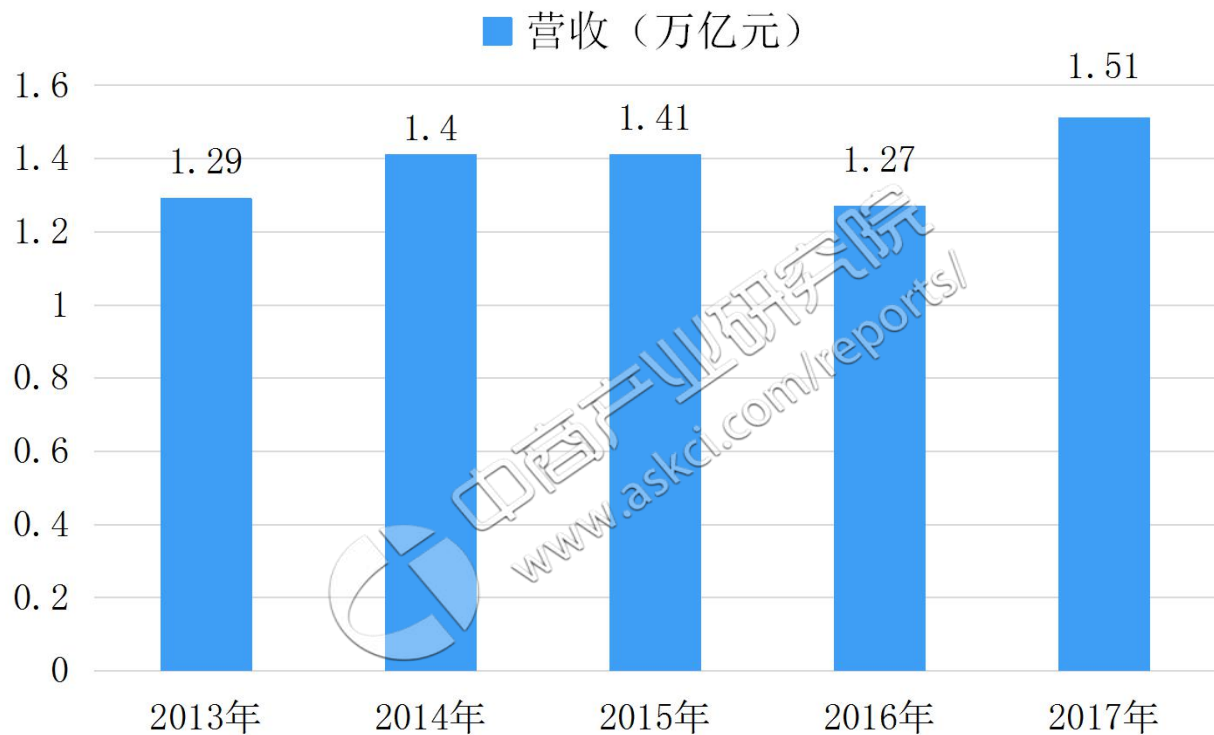
资料来源：中商产业研究院数整理
为全球商业领袖提供决策咨询

02 家电行业发展现状

家电行业市场规模

2017年中国家电行业整体运行形势良好，全年主营业务收入1.51万亿元，同比增长18.7%；利润总额为1169亿元，同比增长6.09%。据了解，利润增速不及收入增速，主要原因是自2016年下半年以来，原材料价格持续上涨，中国家电企业盈利空间遭到一定程度的挤压。其中2017年大家电行业整体规模超600亿，增幅高达65%。

中国家电行业收入情况



数据来源：中商产业研究院整理

家电行业核心产品销售情况

2017年家电行业的核心产品主要是空调、平板电视、厨房大电、洗衣机、冰箱、热水器等。其中，空调、平板电视、厨房大电位居大家电行业销售额前三，2017年销售额分别为150.36亿元、125.23亿元和88亿元。

此外，作为小家电的一部分，热水器行业2017年实现销售额58.5亿元，比上年销售额增长了44%。

2017年中国家电行业核心产品销售情况



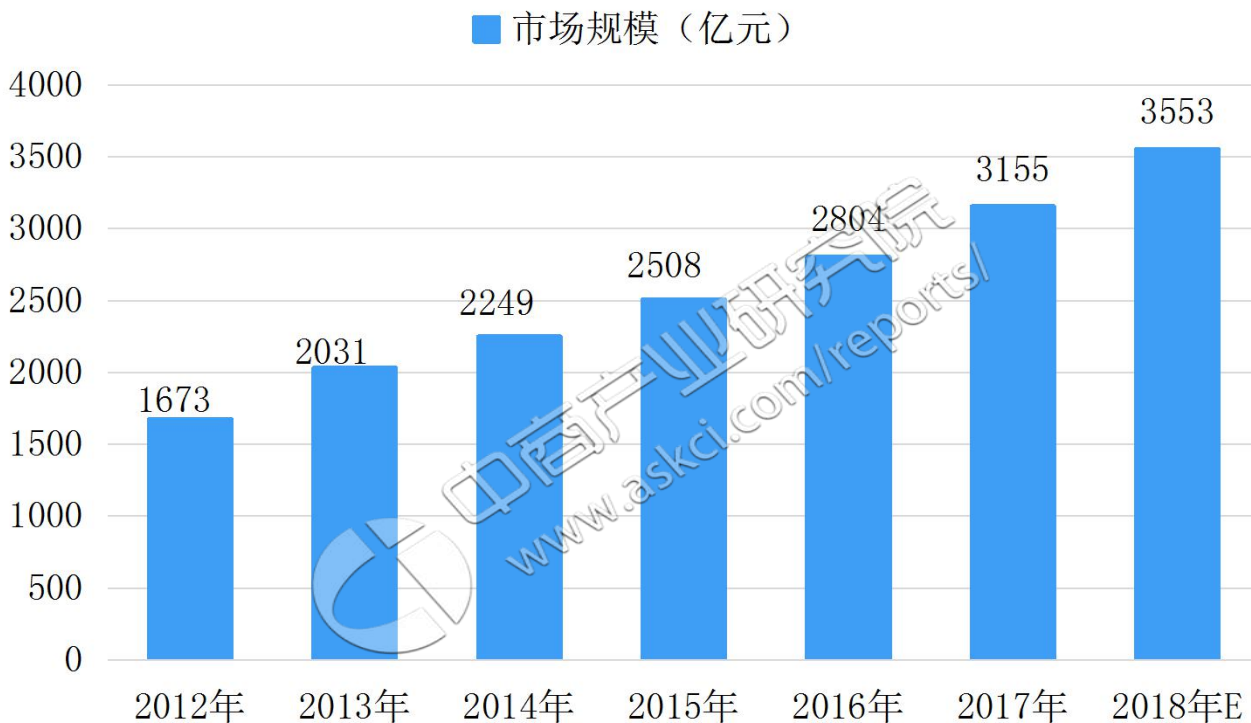
数据来源：中商产业研究院数据库

03 小家电行业发展现状

小家电行业市场规模

近年来，随着人们消费者生活水平的提高，国内的小家电市场规模在稳步攀升。根据数据统计显示，2017年中国小家电行业市场规模达到了3155亿元，同比增长12.52%；2012-2017年中国小家电行业市场规模年均复合增长率为13.5%，预计2018年小家电行业市场规模将突破3500亿元。

中国小家电行业市场规模及预测情况

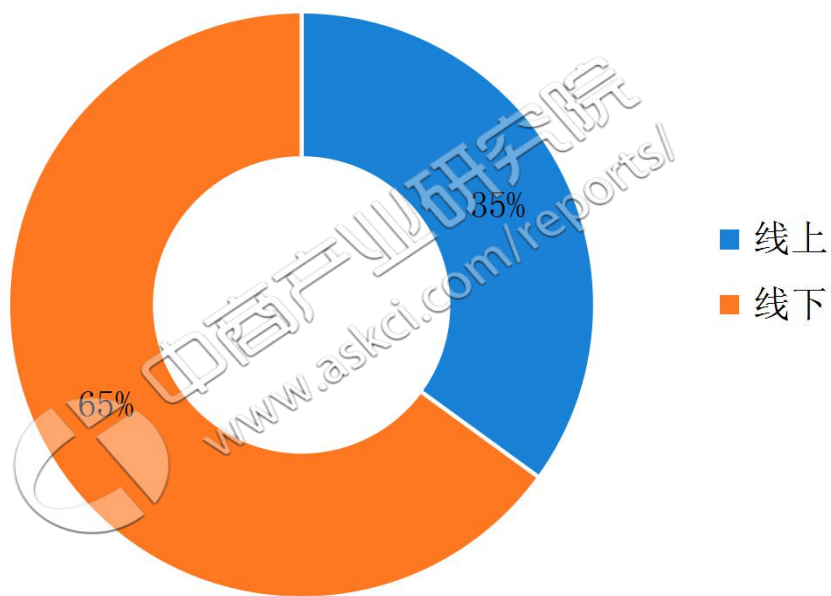


数据来源：中商产业研究院整理

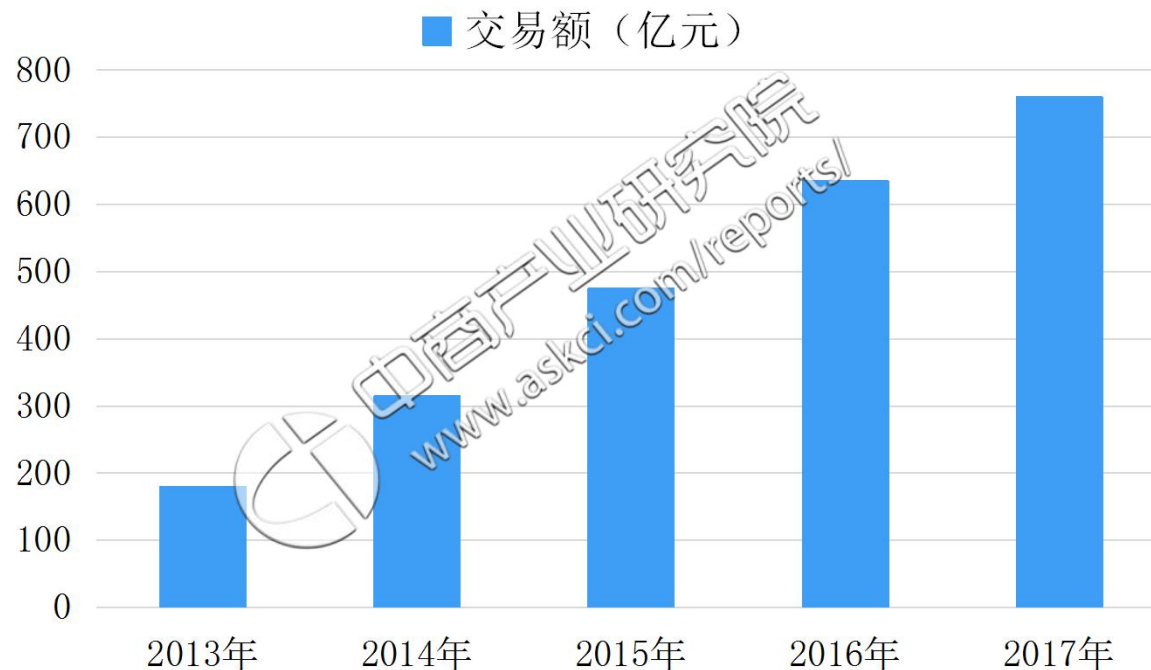
小家电行业网购交易规模

随着消费者网购习惯的养成，中国消费者在网上购买小家电产品已较为普遍。据数据统计显示：2016年全国小家电产品网上零售交易额达635亿元，线上小家电销售额占小家电整体销售额的比重达到35%。2017年，小家电产品网上零售交易额为760亿元，同比增长19.69%。

小家电行业线上线下销售额占比情况



中国小家电网购市场交易规模情况



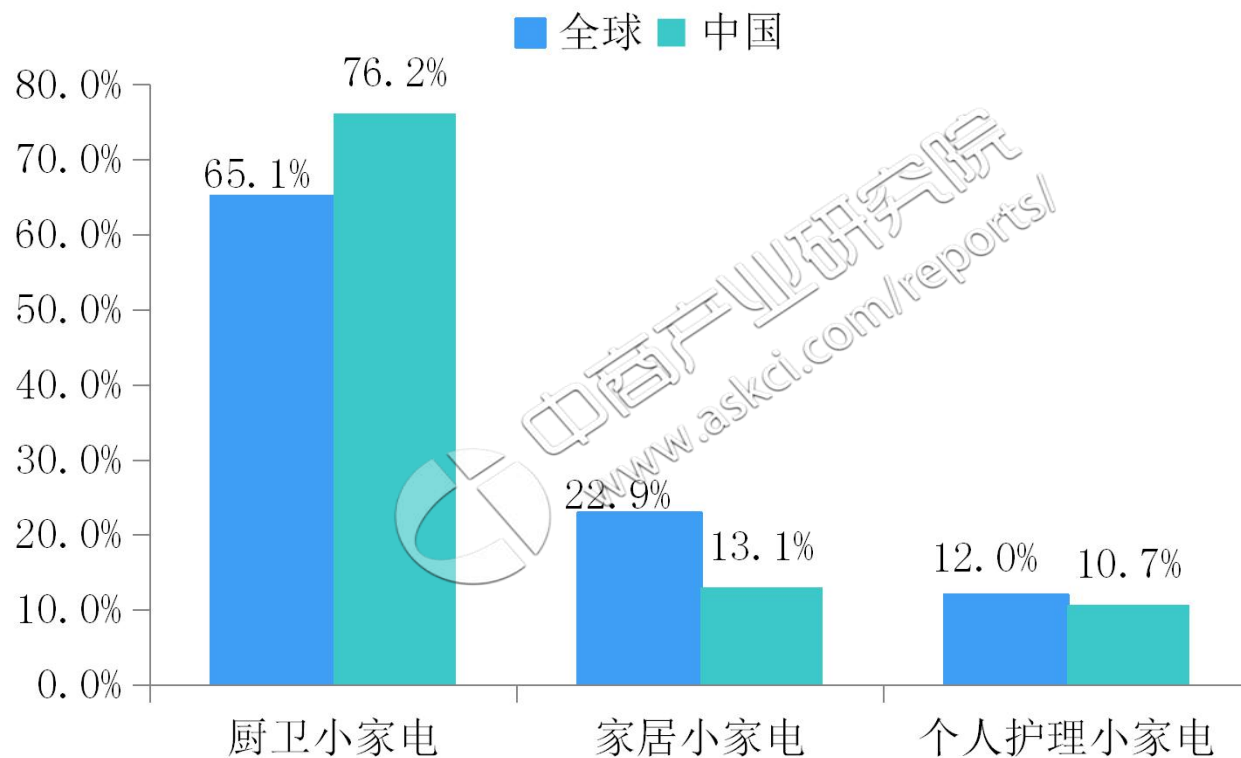
数据来源：中商产业研究院整理

为全球商业领袖提供决策咨询

小家电各细分品类占比情况

从全球小家电行业的各类占比情况来看，厨卫小家电占65.1%，家居小家电占22.9%，个人护理小家电占12.0%。而在中国小家电行业中，厨卫小家电销售额占76.2%，家居类小家电占13.1%，个人护理类占10.7%。因此，无论是全球还是在国内，厨卫小家电的占比均是最大的，其次为家居小家电，个人护理小家电的占比最少。

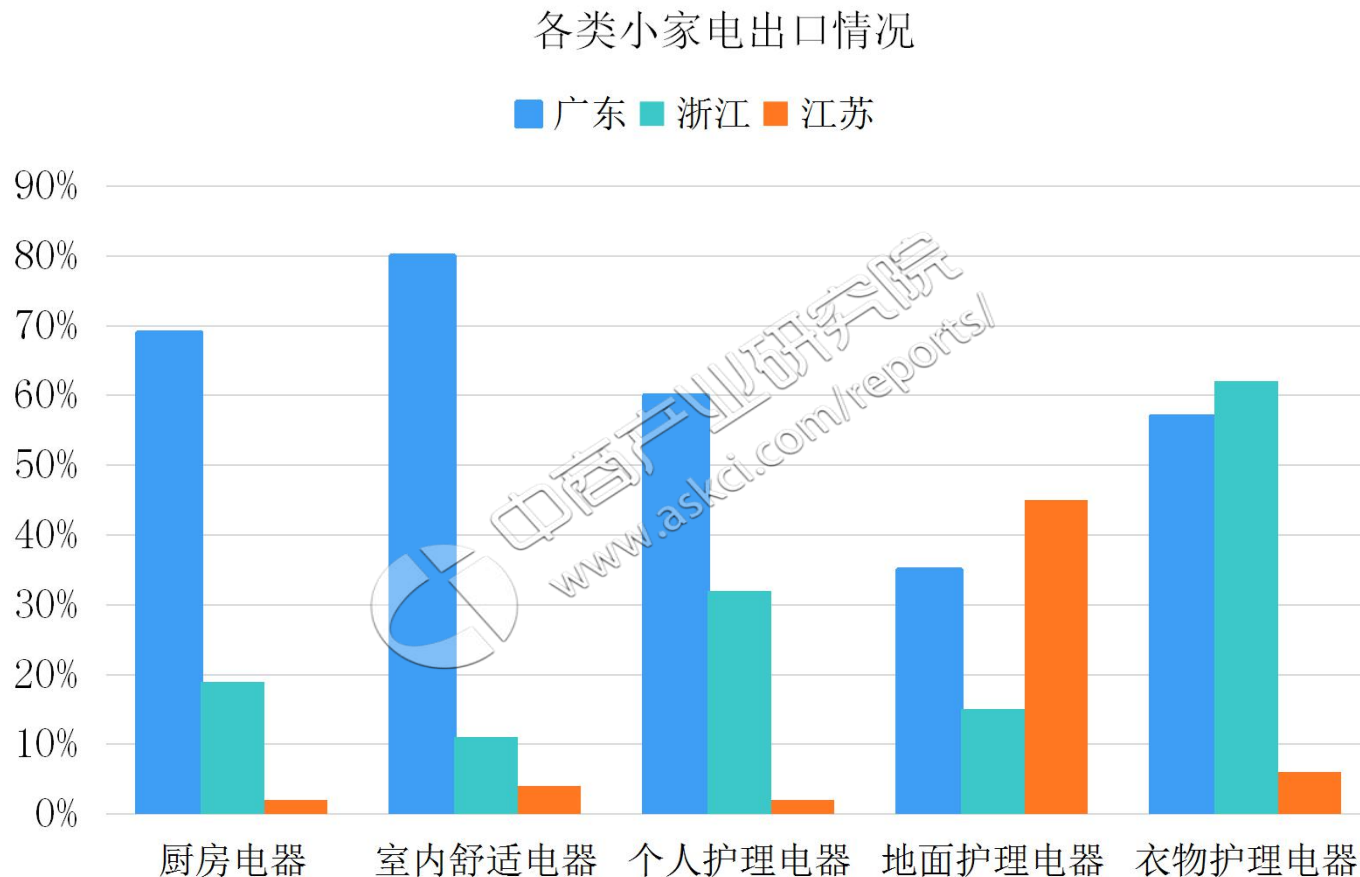
小家电各细分品类占比情况



数据来源：中商产业研究院整理

小家电出口情况

我国小家电的出口主要集中在广东、浙江和江苏沿海省市，三省出口额合计在全国出口份额的比重超过90%。各地区出口产品结构与企业结构不同，厨房电器、室内舒适电器、个人护理电器以广东省出口为主，江苏省在地面护理电器方面出口具有相对优势，而浙江省则在衣物护理电器方面出口具有相对优势。



数据来源：中商产业研究院整理

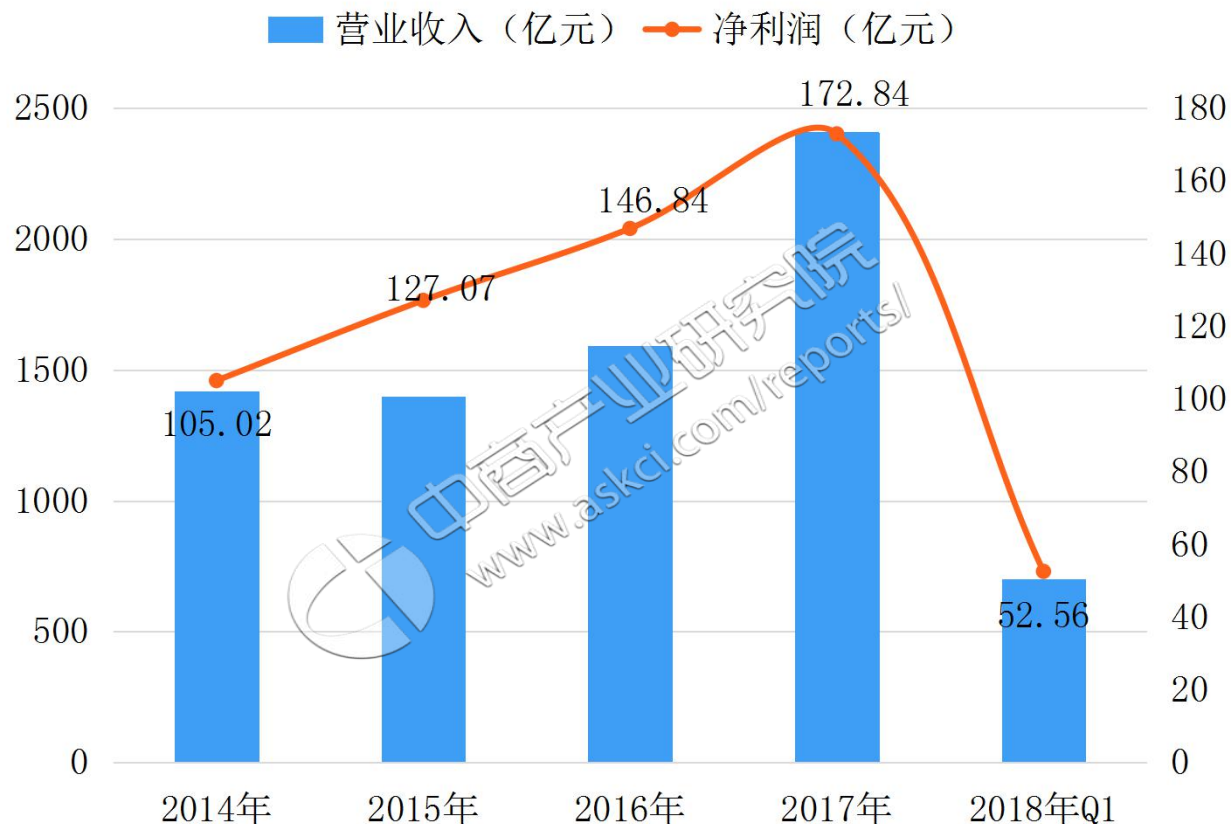
04 主要企业分析

1. 美的

美的是一家消费电器、暖通空调、机器人与自动化系统、智能供应链(物流)的科技集团，提供多元化的产品种类与服务，包括以厨房家电、冰箱、洗衣机、及各类小家电的消费电器业务等。据数据显示：2017年美的集团实现营业总收入为2407.12亿元，归母净利润172.84亿元，同比增长17.70%。

此外，2018年一季度美的集团实现营业收入697.36亿元，同比增长16.7%；净利润52.56亿元，与去年同期相比增长20.76%。

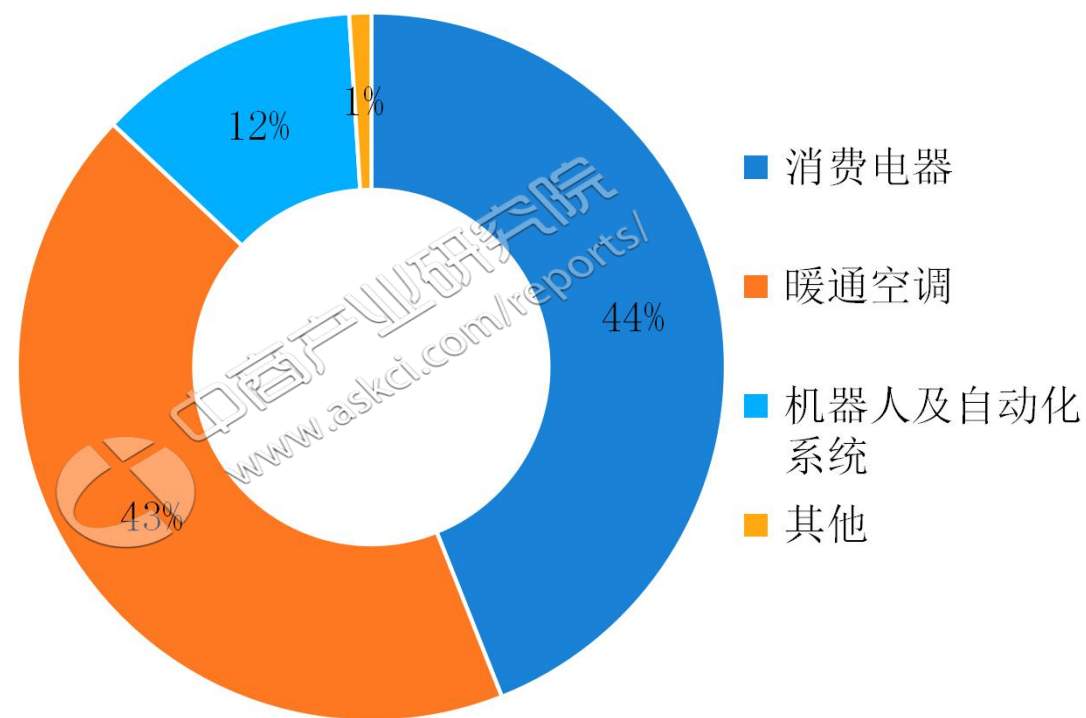
美的集团营业收入及净利润情况



数据来源：公司公告、中商产业研究院数整理

2017年美的集团主要业务板块中，消费电器（家电、冰箱、洗衣机、及各类小家电为核心）营业收入为987.5亿元，占2017年美的集团总营收的44%；此外，暖通空调（家用空调、中央空调、供暖及通风系统为核心）营收为953.5亿元，占比为43%；机器人及自动化系统（库卡集团、安川机器人合资公司等为核心）营收270.4亿元，占比12%。由此可见，消费电器以及暖通空调是美的集团主要的收入来源，两者占总收入的近九成。

2017年美的集团主营业务收入构成情况



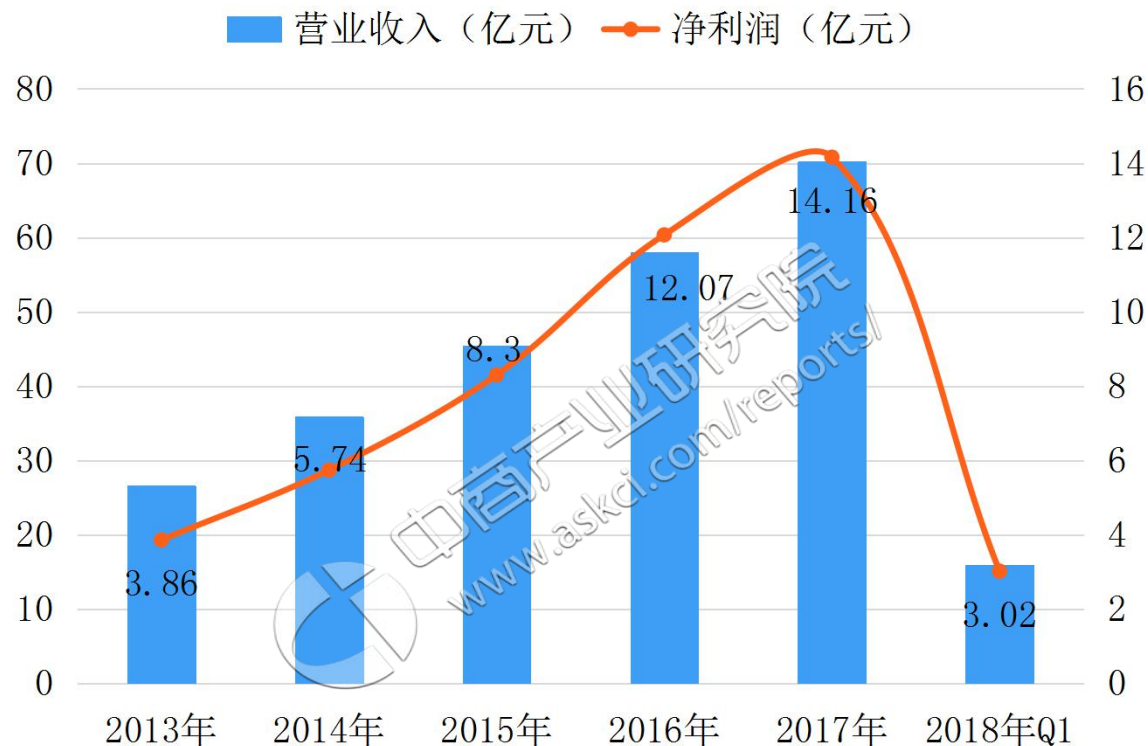
数据来源：公司公告、中商产业研究院数整理

2. 老板电器

老板电器是一家专业的厨房电器生产企业，其主要经营厨房电器主要包括吸油烟机、燃气具、消毒碗柜、烤箱、蒸汽炉、微波炉、洗碗机、净水器、厨房用品等，值得提出的是，老板吸油烟机2015-2017连续三年全球销量第一。

据数据显示，在2018年第一季度中，老板电器营业收入15.92亿元，同比增16.89%；净利润3.02亿元，同比增长20.05%。预计2018年上半年盈利将会在6.58亿元至7.77亿元之间，同比增长10%至30%。

老板电器营业收入及净利润情况



数据来源：中商产业研究院数据库

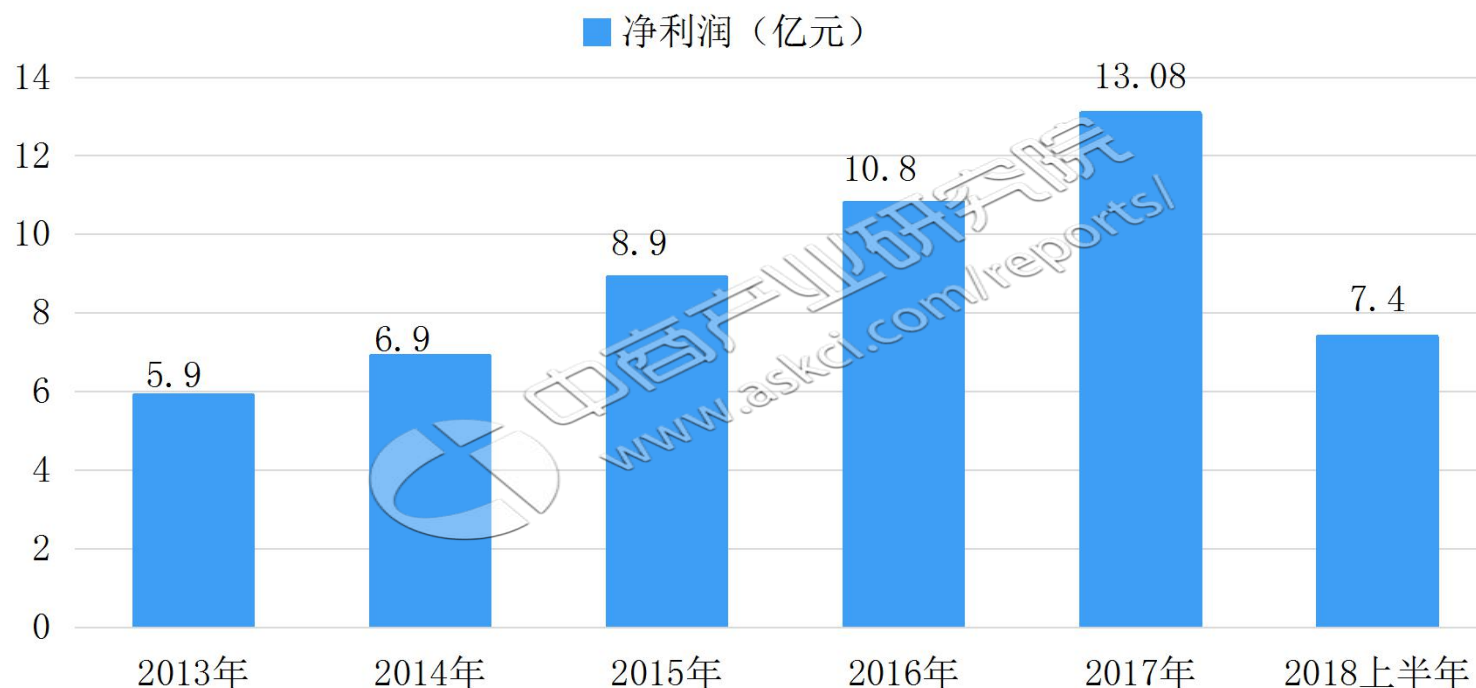
3. 苏泊尔

浙江苏泊尔股份有限公司是中国最大、全球第二的炊具研发制造商，中国厨房小家电领先品牌。苏泊尔创立于1994年，总部设在中国杭州，在杭州、玉环、绍兴、武汉和越南胡志明市建立了5大研发制造基地，拥有10000多名员工。苏泊尔拥有明火炊具、厨房小家电、厨卫电器三大事业领域，丰富的产品线，全面满足厨房生活需求。旗下生产的炊具及生活家电产品销往全球41个国家和地区，压力锅、炒锅、煎锅、蒸锅连续多年国内市场占有率稳居第一；电饭煲、电压力锅、电磁炉、电水壶市场占有率也跃居行业第二的领先地位。



据数据显示：2018上半年苏泊尔实现营收88亿元，较上年同期增长25.27%；归属于母公司净利润7.4亿元，同比增长22.59%。据苏泊尔称：其营业总收入较同期增长主要是因为公司炊具和电器的营业收入及市场占有率较去年同期均有较好的增长，外销业务同比也有一定增长。

苏泊尔净利润变化趋势图

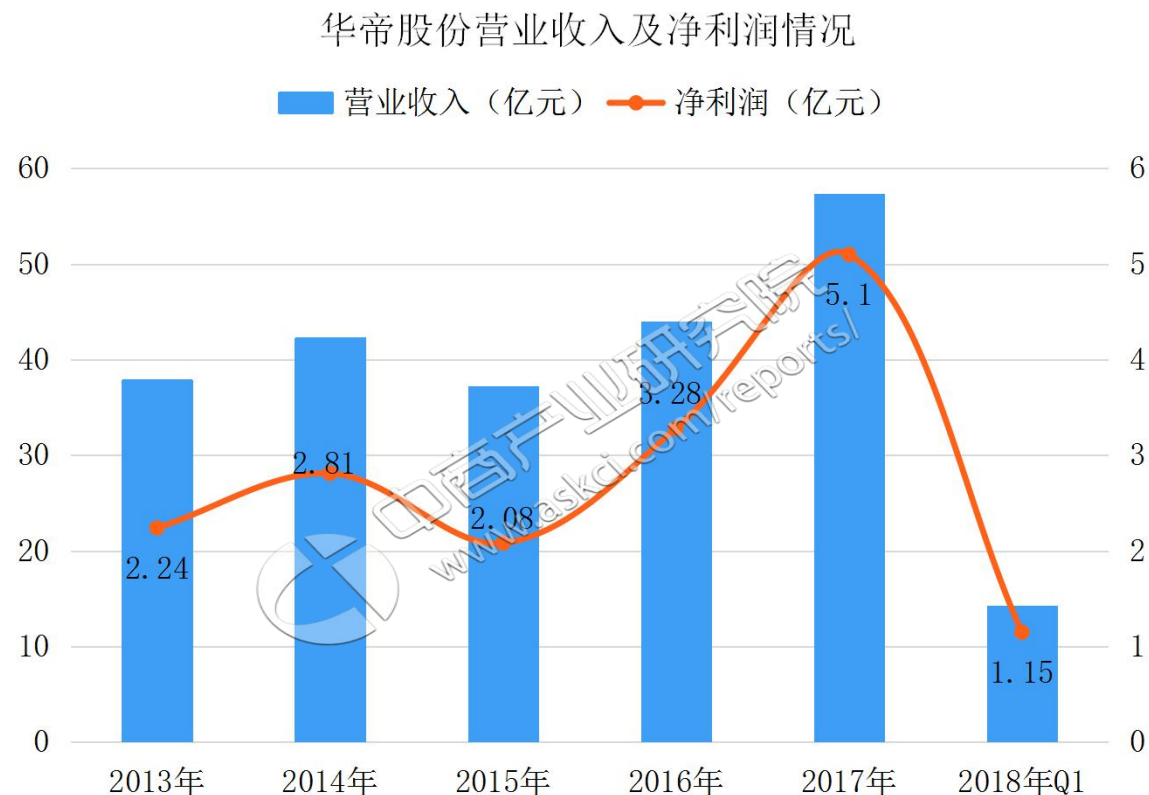


数据来源：公司公告、中商产业研究院数整理

4. 华帝股份

华帝股份有限公司成立于1992年，华帝从中国知名上市企业，稳步成长为具有国际影响力的全球化品牌。华帝产品集群涵盖灶具、抽油烟机、热水器、洗碗机、消毒柜、橱柜、净水器、厨房电器等多款产品。在2018世界杯开赛前，华帝举办了“法国队夺冠，华帝退全款”的活动。最终法国队夺冠，华帝也因此火了起来。

据数据显示：2018年一季度，华帝股份实现收入14.24亿元，同比增长23.23%；净利润为1.15亿元，同比增长49.59%。

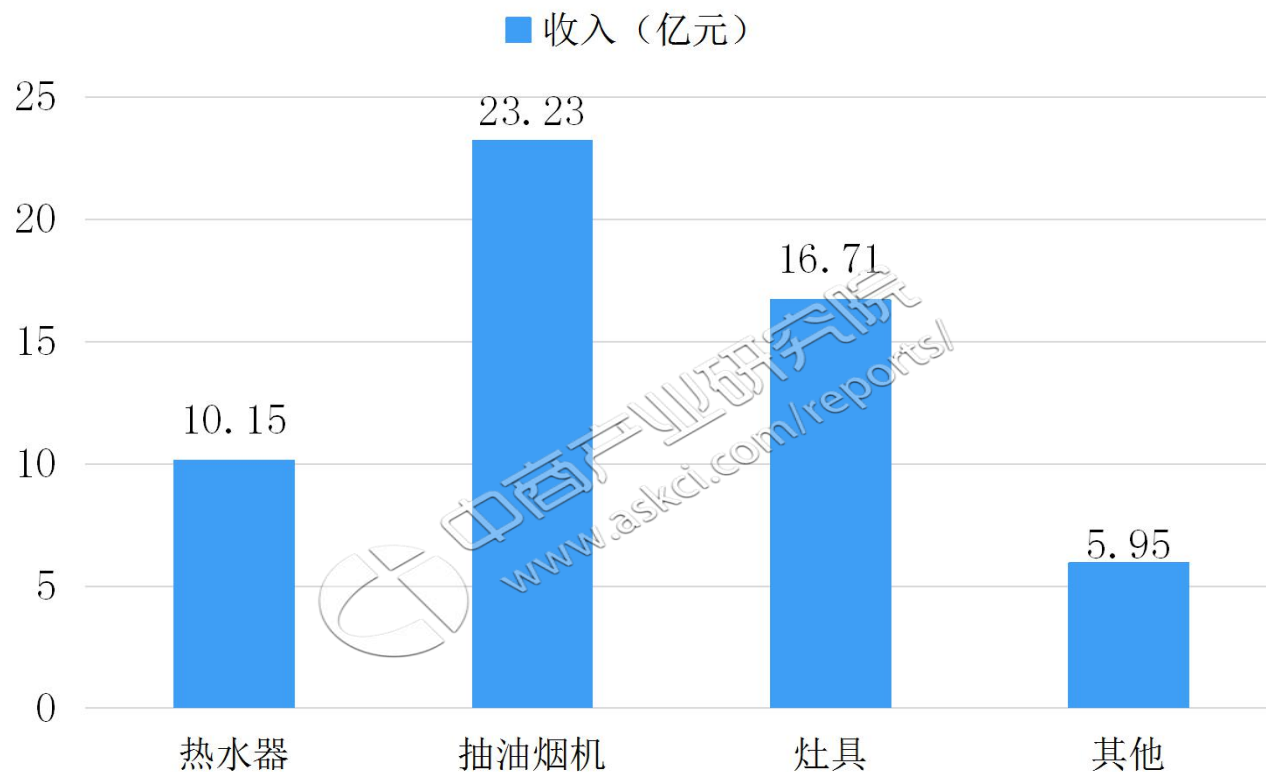


数据来源：公司公告、中商产业研究院数整理

按照不同的产品分类来看，在华帝股份公司品牌升级战略及产品结构调整的趋势下，华帝股份的烟机、灶具、热水器等主力产品分别实现33.1%、33.7%、23.0%的同比高速增长。

据数据显示，2017年度华帝股份热水器共实现收入10.15亿元，抽油烟机实现收入23.23亿元，灶具收入16.71亿元，除此之外的其他类收入5.95亿元。

2017年华帝股份各产品营业收入情况



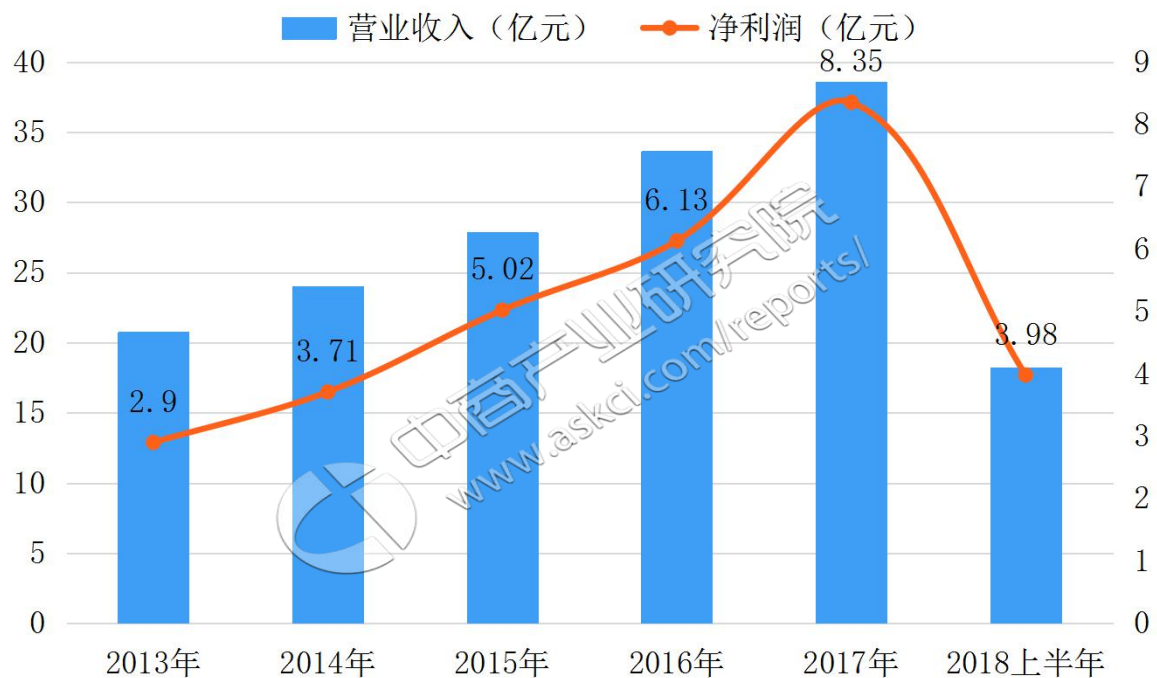
数据来源：公司公告、中商产业研究院数整理

5. 飞科电器

上海飞科电器股份有限公司成立于2006年，现已成为一家以“研发设计”和“品牌运营”为核心竞争力，集剃须刀及个人护理电器、生活电器研发、制造、销售于一体的企业。飞科公司现拥有117项自主创新专利；是剃须刀行业国家标准制订单位。是中国个人护理电器第一品牌。

2018年上半年飞科电器公司实现营业收入18.2亿元，同比增长5.41%；实现归属于母公司所有者的净利润3.98亿元，同比增长5.06%。

飞科电器营业收入及净利润情况

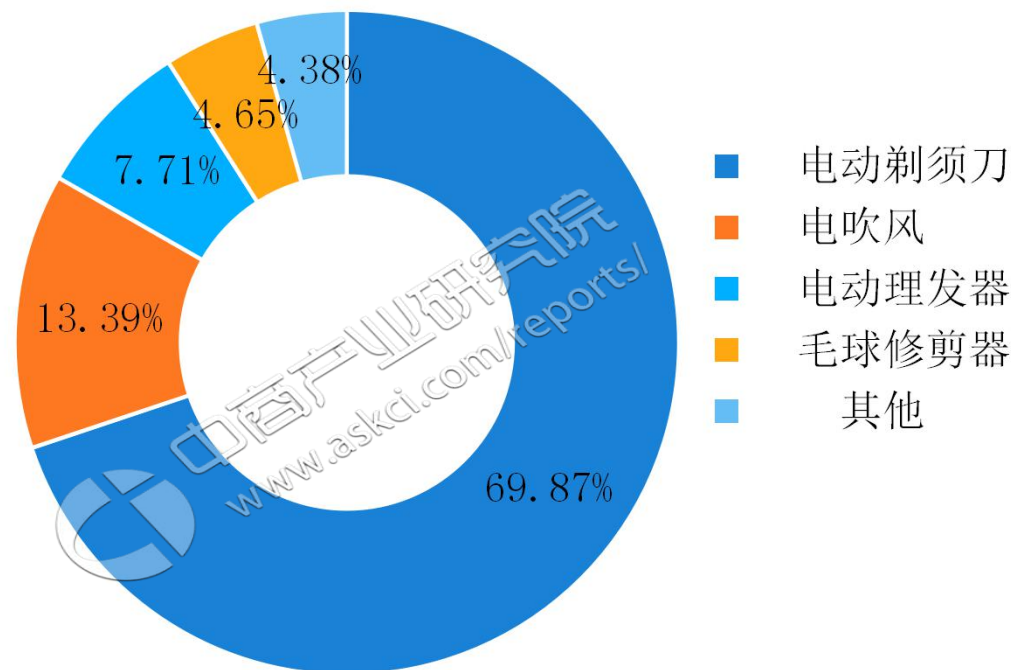


数据来源：公司公告、中商产业研究院数整理

从飞科电器各产品营收占比情况来看，2018上半年飞科电器营业收入主要来源于电动剃须刀，其营收占比达69.87%，接近总营收的七成。其次为电吹风，占比13.39%。

据悉，飞科电器在品牌战略方面，针对低端市场推出的防御性子品牌“POREE博锐”，2018年上半年，博锐品牌产品实现销售收入15102.68万元，同比增长84.15%，占总营业收入的8.33%。此外，在电子商务方面，实现营业收入96844.13万元，同比增长16.56%，占比达53.33%，超总营收的半壁江山。

2018上半年飞科电器各产品营收占比情况



数据来源：公司公告、中商产业研究院数整理

05 未来发展趋势

未来发展趋势预测

✦ 时尚化与健康化

随着消费者对小家电产品的需求不断增加和变化，小家电产品也进一步改善，产品结构升级趋势明显。此外，伴随着互联网成长起来的年轻一代逐渐成为小家电市场消费主力军，这类消费群体更加追求时尚，更倾向于健康类型产品，使得时尚与健康成为了小家电发展的新趋势。

✦ 人性化与智能化

在小家电消费市场上，消费者对产品的智能化、功能性和个性化等需求大大提高，未来小家电产品的研发生产方向将从单一实用主义逐渐向个性化、可定制化发展，使得其成为带有消费者个性的家居用品，而非简单的家电产品。另外，随着互联网技术的发展，小家电产品将会更多地嵌入具有互联网功能的模块，实现WIFI联网控制等智能化功能。

未来发展趋势预测

✦ 新型小家电不断涌现

随着居民消费能力的提升，消费人群更迭，促进了小家电消费升级，人们对新型小家电的需求也日渐增长。一方面，人们对于现有的小家电产生了更新换代的需求，购买意愿逐渐向高价格、高品质倾斜。另一方面，创新功能类的小家电层出不穷，此类小家电满足了人们对生活品质的追求，成为小家电企业的新竞争领域。

✦ 营销能力将成竞争力之一

随着产品同质化现象的加剧，营销能力将成为小家电企业的核心竞争力之一。无论是线上互联网平台的销售还是线下“经销+直销+代销”的传统销售模式，企业都需要在营销手段、广告推广和消费者引导等方面进行研究投入和资金投入。随着互联网的火热发展，部分企业提高加强网络销售渠道建设，塑造优秀的品牌形象，更多地了解市场和消费者心理，从而抢占更多市场份额。

公司介绍/版权声明

公司介绍：

中商产业研究院是中国领先的产业咨询服务机构，自成立以来，研究院专注于围绕构建“产业研究、产业规划、产业战略、产业投资、产业招商”等“五位一体”的产业咨询体系。中商产业研究院以业内首家自建数据库“中商产业大数据库”为依托，行业覆盖传统重点行业和新兴热点领域。如研究范围不仅涵盖文化体育、物流旅游、健康养老、生物医药、能源化工、装备制造、汽车电子等产业领域，还深入研究新制造、新能源、新材料、新消费、新金融、人工智能、“互联网+”等新兴领域。

近二十余年来，中商产业研究院积累了一批长期合作的优质客户，主要包括国内外500强企业、各级地方政府、科研院所、金融投行等，逐步建立起稳固的市场地位。未来，中商产业研究院将继续以前瞻性的战略视野和严谨的专业化服务，引领中国产业咨询的创新发展。以产业咨询力量助力中国经济变革创新，推动中国新时代的产业转型升级，使中国经济不断跃升世界舞台！

版权说明：

本报告的所有图片、表格及文字内容的版权归中商产业研究院所有。其中，部分文字及数据采集于公开信息，版权归属原作者所有。中商产业研究院取得数据的途径来源于市场调查、公开资料和第三方采购。未经本公司授权许可不得转载，如引用、刊发，需注明出处为“中商产业研究院”，且不得对本报告进行有悖原意的删减与修改。违者将依法追究其责任。