

2012年11月14日

中国家電市場の現状及び今後の展望

～2012年上半期を振り返って～

2012年、家電市場は安定期に入った。一方で、省エネ・排出削減に向けた政策が進化を加速する市場を後押しし、同時に、変化を続ける消費形態、加速する都市化、旺盛な必需品のニーズといった要素も新たな段階へと進む市場を牽引している。

(一) 市場規模及び予測

1、白物家電

CCID(賽迪顧問)の統計では、2012年前半の中国白物家電完成品市場の販売台数は7,280万台(セット)で、内訳としては、洗濯機が1,643万台(セット)、冷蔵庫が2,741万台(セット)、エアコンが2,896万台(セット)であった。CCID(賽迪顧問)では、今後三年間、中国国内の白物家電販売台数は伸びを維持するものの、伸び幅は徐々に小さくなると考えている。ただ、中国の世界の製造工場としての地位は更に強化されるだろう。

また、「買い替え」「家電下郷」から「省エネ補助」へと政策が引き継がれたことで、中国国内市場の製品構成の進化が促される形となった。

表1 2012年の中国白物家電市場の規模及び予測

単位(万台)	洗濯機	冷蔵庫	エアコン	全体
2012年1-6月	1,643	2,741	2,896	7,280
2012年7-12月(予測)	1,675	2,850	2,275	6,800

データ出典:CCID(賽迪顧問) 2012, 08

2、薄型テレビ

中国の薄型テレビ市場の伸びは減速し、CCID(賽迪顧問)の統計では、2012年前半の販売台数は前年同期比14.7%減の1,687万台であった。後半には持ち直すとみられる。

■電子的または機械的な手段を問わず、本資料の一部または全部を無断で複製・転送等を行わないようお願い致します。また、当資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。ご利用に際してはお客様ご自身の判断にてお願い致します。

表2 2012年の中国薄型テレビ市場の規模及び予測

単位(万台)	LCD TV	PDP TV	薄型テレビ全体
2012年1-6月	1,591	96	1,687
2012年7-12月(予測)	2,220	185	2,405

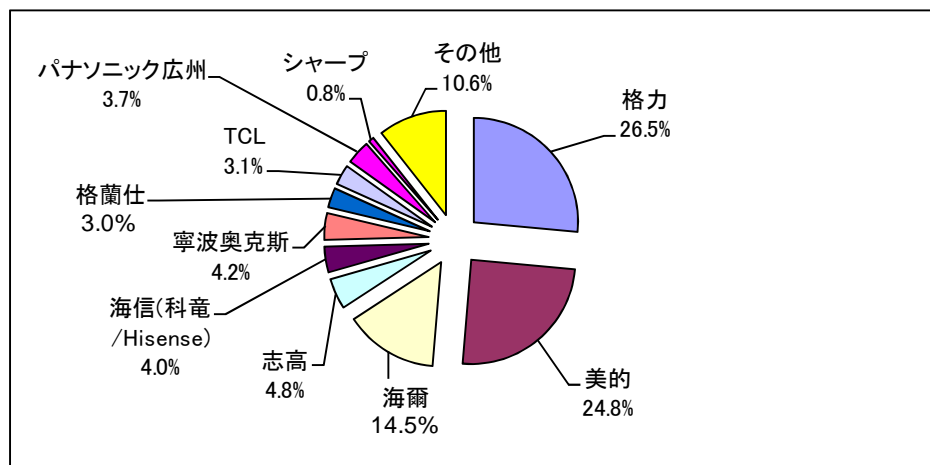
データ出典：CCID(賽迪顧問) 2012, 08

(二)ブランドの構成

1、白物家電

中国エアコン市場は、格力、美的、海爾の3大ブランドが60%以上のシェアを占める。ただ、それぞれ販売台数が昨年と比べ落ち込んでいることは否定できない。市場全体としてのニーズはなお堅調である。

図1 2012年前半の中国エアコン市場のブランド構成(販売台数ベース)

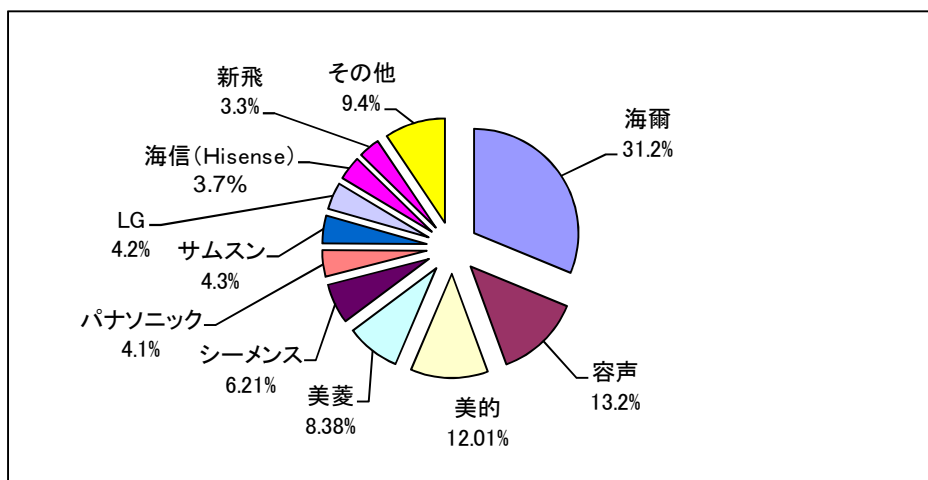


データ出典：CCID(賽迪顧問) 2012, 08

エアコン市場と同様に、「買い替え」政策や一部先行モデル省での「家電下郷」政策の終了と、不動産規制策の影響もあり、中国国内の冷蔵庫市場は伸び悩んでいる。だが、国による新しい省エネ家電補助政策により、後半には持ち直す兆候が見られる。ブランド構成では、海爾がシェア30%以上と圧倒的な優位にある。

■ 電子的または機械的な手段を問わず、本資料の一部または全部を無断で複製・転送等を行わないようお願い致します。また、当資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。ご利用に際してはお客様ご自身の判断にてお願い致します。

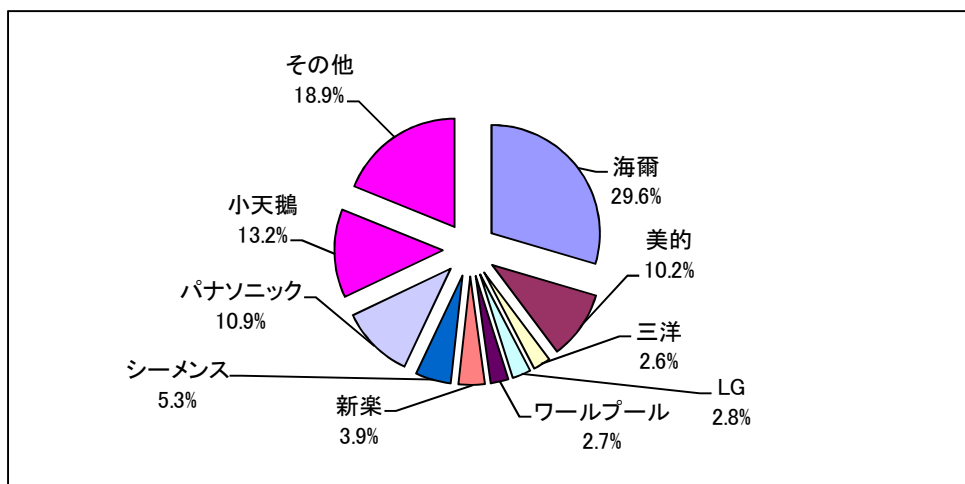
図2 2012年前半の中国冷蔵庫市場のブランド構成(販売台数ベース)



データ出典:CCID(賽迪顧問) 2012, 08

洗濯機市場は全体的にはなお伸びを維持しているものの、ペースは減速しており、海爾、小天鵝、パナソニックなどのブランドが大部分のシェアを押さえている。

図3 2012年前半の中国洗濯機市場のブランド構成(販売台数ベース)



データ出典:CCID(賽迪顧問) 2012, 08

2、薄型テレビ

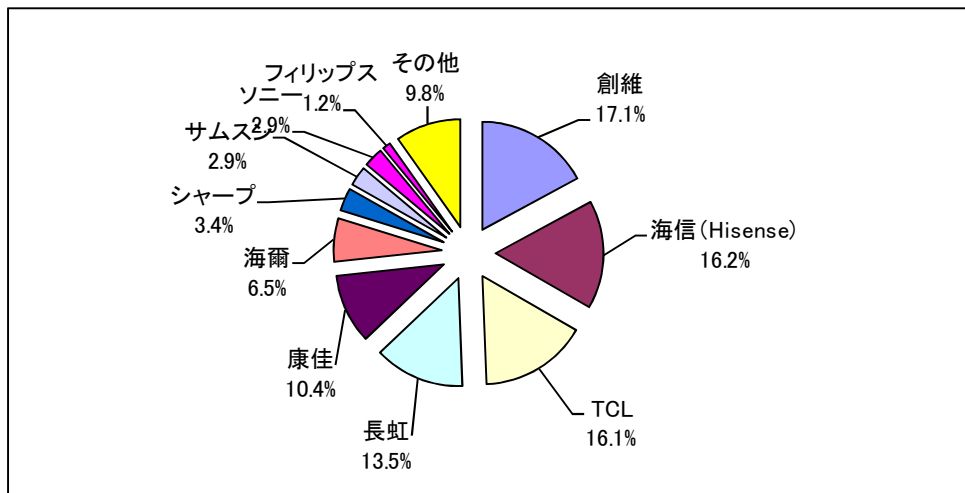
(1)液晶テレビ

2012 年前半は中国国産ブランドが多くのシェアを占めた。決め手は国の政策に対する把握度と

■ 電子的または機械的な手段を問わず、本資料の一部または全部を無断で複製・転送等を行わないようお願い致します。また、当資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。ご利用に際してはお客様ご自身の判断にてお願い致します。

国内市場での正確なポジショニングであった。また、三線四線都市の開拓については国外のブランドに比べ国内ブランドが圧倒的に優位であった。

図 4 2012 年前半の中国液晶テレビ市場のブランド構成(販売台数ベース)

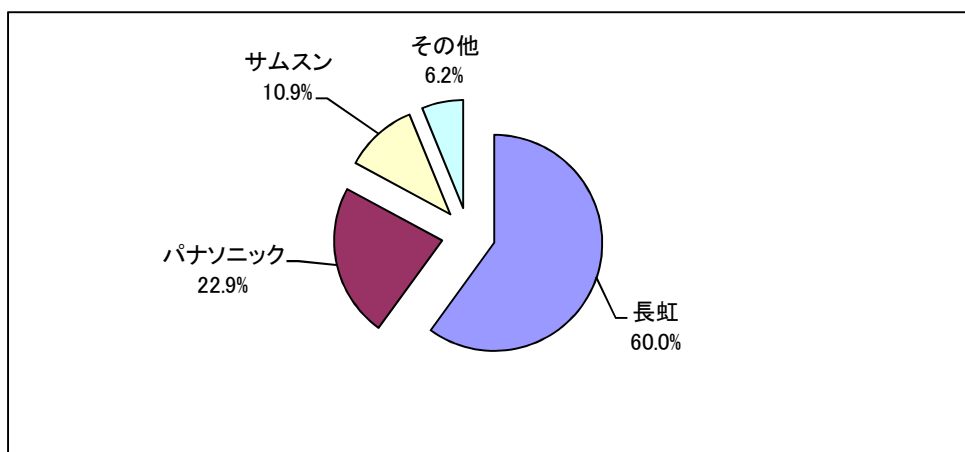


データ出典: CCID(賽迪顧問) 2012, 08

(2) プラズマテレビ

2012 年前半は、中国国内ブランドの長虹のシェアが引き続き大幅な伸びを見せ、販売台数トップに着けた。

図 5 2012 年前半の中国プラズマテレビ市場のブランド構成(販売台数ベース)



データ出典: CCID(賽迪顧問) 2012, 08

■ 電子的または機械的な手段を問わず、本資料の一部または全部を無断で複製・転送等を行わないようお願い致します。また、当資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。ご利用に際してはお客様ご自身の判断にてお願い致します。

■ 賽迪顧問股份有限公司 (CCID) のご紹介

CCIDは、中国「工業情報化省」傘下で中国最大のコンサルティング会社です。2004年には、中国のコンサルティング会社として初めて香港証券取引所への上場を果たしました。各国の企業に対し、市場調査やマーケティング戦略・販売チャネルの構築支援など多岐にわたるサービスを提供しています。現在は北京本社のほか、上海や広州、深センに支社、日本や米国、韓国、イタリアに事務所を置いてあり、世界的に高い知名度を誇っています。

■ 中国市場調査サービス



中国市場調査レポート

中国市場の今を知る
最新マーケティングレポート

2011-2012年版中国市場調査レポートを
4月1日より販売開始。詳細はこちら↓

www.j-fep.co.jp/consul/report.html



中国市場データ配信

企業別・地域別最新データの
定期配信サービス

ご希望分野のデータを定期的にお届けする
サービスです。詳細はこちら↓

www.j-fep.co.jp/consul/data.html



中国市場受託調査

政府系コンサル企業による
ニーズ・目的に応じた調査

調査地域・分野を問わず、お客様固有の
ニーズに合わせて実施するカスタムリサー
チサービスです。詳細はこちら↓

www.j-fep.co.jp/consul/custom.html

■ 電子的または機械的な手段を問わず、本資料の一部または全部を無断で複製・転送等を行わないようお願い致します。また、当資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。ご利用に際してはお客様ご自身の判断にてお願い致します。