



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国燃气灶行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年中国燃气灶行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/125884.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

→内容简介

吸油烟机和燃气灶虽然一直被归入小家电类，但近两年随着人们对厨房设备的日渐重视，已发展成为在家电市场中举足轻重的产品，并逐渐向高端化和时尚化转型。2008年，烟灶市场在年初受自然灾害影响表现低迷，“五一”因假期调整，市场销量也出现同比下降20%的不利局面，但由于主力品牌策略得当，同时产品结构上移，高端产品比重增加，“十一”黄金周，烟灶产品销量稳中有升。“十一”期间，一、二级市场的吸油烟机销量约为19.9万台，同比增长3.3%；燃气灶销量约为21.9万台，同比增长4.8%。基于宏观环境和目前的市场表现，2009年烟灶产品市场销量将低速增长，市场需求将进一步分化，销售结构继续向高端产品偏移。但从供应层面来看，企业在各大销售旺季均未达到乐观预期的压力下，极有可能会采取更为积极有效的营销策略，以推动产品的销售。因此，烟灶市场的平均价格将有一定幅度的下降，欧式机的价格极有可能突破2000元，且降幅超过深型机。从目前的家电消费趋势看，消费观念新潮和购买能力相对较强的年轻人群对价格的敏感度较低，对各种附加功能更为关注，因此，智能化烟灶产品是未来的发展趋势。而这一发展趋势也有助于烟灶行业提升产品的技术含量和附加值，为各品牌开发自己的特色产品、打造核心竞争力提供机遇。未来烟灶产品市场将进一步两极分化，高端产品的市场销量占有率和销售额将进一步增加。

厨具行业正面临巨大的机遇。实际上，部分厨具产品的销量已经在逐渐增加，其中包括高压锅、罐装设备、和真空储物箱等。因为高压锅可以让价格较低廉的肉块口感更好，罐装设备帮助人们在家里更多存储自制食物，真空储物箱则使得人们可以贮存大批量食物。此外，居民购买洗涤用具的数量也在增加，而在经济危机之前，这些工作通常都是雇佣清洁工来完成的。越来越多的厂商也希望能在增大的市场中分得一杯羹，在最近由国际家庭用品协会组织的厨具展览上，参展的厨具企业就多达2000家，其中首次参展的就有近500家。而厨具也开始变得五颜六色，以吸引年轻的消费者。2008年，由政府推动的“家电下乡”试点工作进入实施阶段。国家财政计划投入约20亿元来启动山东、四川、河南三个省的“家电下乡”的试点工作，每省投入约6.6亿元，来撬动上千亿元的农村市场。“家电下乡”有力地刺激农村市场的潜在需求。随着大部分农民的生活由温饱向小康转型，2008年全国三四级市场的家电市场容量达到2300多亿元。三四级市场整体容量大、竞争相对较弱、毛利率较高。其家电消费的特点是购买力有限、市场增速快，消费结构处于快速升级阶段，大有潜力可挖。宏观经济政策以及微观消费环境的变化为厨具行业切入农村市场带来了绝好机会，渠道下探已成必然。从功能的实用性和销售价格看，厨具产品很适合向三四级市场发展。与空调、电脑等高档家电相比，厨具产品正成为三四级市场新的消费热点。2009年农村厨具市场将得到较快的发展。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国务院发展研究中心、中国家电协会、中国轻工业联合会、中华商业信息中心、中华全国工商业联合会厨具业商会、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国燃气灶行业的市场规模与发展前景、供给与需求状况、销售情况、从业企业以及国家相关产业政策等进行了分析。报告重点分析了燃气灶市场的现状以及行业竞争格局，详解了行业知名品牌营销模式，并对燃气灶行业的发展趋势进行了研判，是燃气灶生产企业、科研单位、经销企业等单位准确了解目前燃气灶行业发展动态，把握企业定位和发展战略不可多得的决策参考资料。

→报告目录

第一部分 行业发展现状

第一章 燃气灶行业发展概述 1

第一节 燃气灶定义及分类 1

一、燃气灶的定义 1

二、燃气灶的种类 1

三、燃气灶的特性 1

第二节 燃气灶发展分析 3

一、燃气灶的历史 3

二、燃气灶趋势 4

第二章 我国燃气灶行业发展现状 5

第一节 我国燃气灶行业发展阶段分析 5

一、起步阶段 5

二、发展阶段 5

三、突破阶段 5

第二节 我国燃气灶行业发展分析 5

一、中国燃气具节能环保进程加速 5

二、新标撼动市场家用燃气灶成焦点 7

三、燃具技术线路图分析 8

第三节 2008年燃气灶行业动向分析 9

一、金融危机下企业加紧国际认证 9

- 二、雪灾、地震对行业的影响 9
- 三、燃气热水器加贴"能效标识" 10
- 四、燃气灶"新国标"实施 11
- 五、专卖店成行业营销"新宠" 11
- 六、整体厨房成行业新增长点 12
- 七、热水器正式被纳入家电下乡补贴范围 13
- 八、"中国燃气具之都"诞生行业商会 13
- 九、浙粤行业协会组织企业互访 14
- 十、苏宁联合十大品牌召回超龄热水器 14
- 十一、万和品牌企业崛起 15

第三章 我国燃气灶市场发展研究 16

第一节 2008年我国燃气灶市场发展分析 16

- 一、我国燃气灶市场发展现状 16
- 二、我国燃气灶市场发展态势分析 17
- 三、烟机灶具城乡市场透析 17
- 四、多功能燃气灶农村市场策略分析 21

第二节 燃气灶市场分析 22

- 一、我国燃气灶行业存在的问题 22
- 二、2008年我国燃气灶市场销售情况 23
- 三、2008年能效标识成为燃气灶名片 25
- 四、2008年新国标对行业的影响分析 27
- 五、2008年我国燃气用具的产量分析 29

第三节 我国灶具业农村市场发展研究 35

- 一、灶具产品受农户青睐 35
- 二、农村市场被杂牌充斥 36
- 三、灶具下乡机遇分析 36

第四章 燃气灶行业经济运行分析 38

第一节 2007-2009年燃气、太阳能及类似能源的器具制造总体数据分析 38

- 一、2007年全国燃气、太阳能及类似能源的器具制造总体数据分析 38
- 二、2008年全国燃气、太阳能及类似能源的器具制造总体数据分析 40

三、2009年全国燃气、太阳能及类似能源的器具制造总体数据分析	42
第二节 2007-2009年不同所有制燃气、太阳能及类似能源的器具制造企业数据分析	44
一、2007年不同所有制燃气、太阳能及类似能源的器具制造企业数据分析	44
二、2008年不同所有制燃气、太阳能及类似能源的器具制造企业数据分析	55
三、2009年不同所有制燃气、太阳能及类似能源的器具制造企业数据分析	67
第三节 2007-2009年不同规模燃气、太阳能及类似能源的器具制造企业数据分析	77
一、2007年不同规模燃气、太阳能及类似能源的器具制造企业数据分析	77
二、2008年不同规模燃气、太阳能及类似能源的器具制造企业数据分析	83
三、2009年不同规模燃气、太阳能及类似能源的器具制造企业数据分析	89
第五章 2009年燃气灶区域市场情况分析	95
第一节 华北地区	95
一、北京市	95
二、天津市	97
三、河北省	98
四、河南省	100
五、山西省	102
第二节 东北地区	104
一、辽宁省	104
二、吉林省	105
三、黑龙江省	107
第三节 华东地区	109
一、浙江省	109
二、安徽省	111
三、江苏省	113
四、上海市	114
五、江西省	116
六、山东省	118
第四节 华南地区	120
一、广东省	120
二、广西区	121
第五节 中南地区	123

一、湖北省 123

二、湖南省 125

第六节 西南地区 127

一、四川省 127

二、云南省 129

三、重庆市 130

第二部分 行业竞争状况

第六章 燃气灶行业竞争格局分析 133

第一节 中国厨卫行业竞争分析 133

一、厨卫农村市场竞争状况 133

二、2009年厨卫行业强势企业快速扩张分析 134

三、金融危机下厨卫行业竞争分析 136

四、厨卫强势品牌主导市场发展 140

第二节 中国燃气灶行业竞争格局综述 141

一、万和燃气灶对行业格局影响 141

二、两大板块竞争分析 142

三、节能灶具将成行业主流 143

第三节 新标准对燃气灶市场竞争影响 144

一、新标准对炉头性能提升影响 144

二、新标准引发业界争议 145

三、中外品牌展开产品升级战 146

第七章 2007-2009年家用厨房电器具行业数据 148

第一节 2007-2009年家用厨房电器具制造总体数据分析 148

一、2007年全国家用厨房电器具制造总体数据分析 148

二、2008年全国家用厨房电器具制造总体数据分析 150

三、2009年全国家用厨房电器具制造总体数据分析 152

第二节 2007-2009年不同所有制家用厨房电器具制造企业数据分析 154

一、2007年不同所有制家用厨房电器具制造企业数据 154

二、2008年不同所有制家用厨房电器具制造企业数据 167

三、2009年不同所有制家用厨房电器具制造企业数据 181

第三节 2007-2009年不同规模家用厨房电器具制造企业数 193

一、2007年不同规模家用厨房电器具制造企业数据 193

二、2008年不同规模家用厨房电器具制造企业数据 199

三、2009年不同规模家用厨房电器具制造企业数据 204

第八章 厨卫行业竞争策略分析 210

第一节 厨卫行业发展战略分析 210

一、中国厨卫行业发展现状 210

二、厨卫行业借力品牌战略分析 222

三、中国厨卫家电低碳发展战略分析 225

第二节 厨卫行业发展策略分析 226

一、信息技术对厨卫品牌扩张影响 226

二、中国厨卫家电企业服务信息化的思考 228

三、厨卫企业品牌建设媒体策略 232

第九章 燃气灶替代品发展分析 234

第一节 电磁炉行业发展现状分析 234

一、电磁炉等级标准分析 234

二、2009年电磁炉下乡政策 236

三、电磁炉节能竞争分析 237

四、我国电磁炉市场走向分析 238

第二节 电磁炉与传统灶具竞争分析 240

一、中国电磁炉与传统灶具行业增长对比分析 240

二、电磁炉取代传统灶具问题分析 240

三、电磁炉取代传统灶具趋势分析 241

第十章 燃气灶行业竞争策略分析 243

第一节 行业竞争环境模式分析 243

一、潜在进入者威胁的分析 244

二、供应商讨价还价权力的分析 245

三、顾客讨价还价权力的分析 247

第二节 行业竞争战略分析 248

- 一、现有企业竞争特点的分析 248
- 二、替代产品的威胁 249
- 三、优化行业结构的策略选择 250

第十一章 重点燃气灶品牌竞争分析 252

第一节 华帝 252

- 一、企业概况 252
- 二、2008-2009年公司财务状况 253
- 三、2008-2009年经营状况 258
- 四、2009年公司动向 260

第二节 帅康 267

- 一、企业概况 267
- 二、2009年公司产品新战略分析 268
- 三、2009年公司发展动向 271

第三节 樱花 272

- 一、企业概况 272
- 二、公司发展战略分析 273
- 三、公司免费安全检查策略 275

第四节 方太 277

- 一、企业概况 277
- 二、公司产品 278
- 三、公司发展战略 279

第五节 美的 286

- 一、企业概况 286
- 二、2008-2009年公司财务状况 288
- 三、2009年一季度公司经营状况 292
- 四、2009年公司发展战略 293

第六节 海尔 302

- 一、企业概况 302
- 二、2008-2009年公司财务状况 303
- 三、公司产品分析 308

第七节 老板 311

- 一、企业概况 311
- 二、公司战略 311
- 第八节 万和 311
 - 一、企业概况 311
 - 二、2009年公司动态 313
 - 三、公司科技发展及产品研发创新状况 314
- 第九节 万家乐 323
 - 一、企业概况 323
 - 二、2008-2009年公司财务状况 325
 - 三、2009年公司强强合资分析 330
 - 四、2009年公司动向 331
- 第十节 普田 336
 - 一、企业概况 336
 - 二、公司科技创新分析 337
 - 三、公司品牌建设分析 340

第三部分 行业发展趋势

- 第十二章 燃气灶行业发展趋势分析 343
 - 第一节 中国燃气灶市场发展趋势分析 343
 - 一、燃气灶具节能高效趋势 343
 - 二、2009年"巨"芯技术对灶具走向影响 345
 - 三、灶具及厨具产业的发展趋势 346
 - 第二节 燃气灶技术发展趋势分析 346
 - 一、气密性控制技术的发展趋势 347
 - 二、燃烧技术的发展趋势 347
 - 三、熄火保护技术发展趋势 347
- 第十三章 未来燃气灶市场消费趋势预测 348
 - 第一节 2009年我国主流灶具流行趋势 348
 - 一、智能化 348
 - 二、环保高效节能 348
 - 三、新科技保障安全 349

- 四、精控火候 349
- 五、轻松清洁 350
- 六、材质个性化 350
- 第二节 燃气灶消费发展趋势分析 352
 - 一、人性化附加功能调计 352
 - 二、个性化及家具化外观 352
 - 三、“电”“气”连用“组合灶” 353
 - 四、多炉头成为需求新热点 353

第四部分 行业投资分析

第十四章 燃气灶行业投资环境分析 355

第一节 经济发展环境分析 355

- 一、2008年我国宏观经济运行分析 355
- 二、2009年我国宏观经济发展情况与预测 396
- 三、2009年一季度全国企业景气指数情况 397
- 四、2009年我国经济走势和发展特点 398

第二节 2009-2011年轻工业振兴规划 402

- 一、轻工业规划意义 402
- 二、重点振兴家电、乳品等行业 403
- 三、政策宗旨 403
- 四、轻工业振兴规划措施 404

第三节 燃具相关标准分析 405

- 一、我国燃气具相关标准分析 405
- 二、冷凝式燃气热水器行业标准分析 406

第十五章 燃气灶行业投资机会与风险 408

第一节 金融危机给我国企业带来的机遇分析 408

- 一、为享受调控政策带来机遇 408
- 二、为搞好战略转型带来机遇 408
- 三、为吸引国际投资带来机遇 409
- 四、为招聘高端人才带来机遇 409
- 五、为实施战略重组带来机遇 410

- 六、为降低制造成本带来机遇 410
- 第二节 燃气灶企业战略规划不确定性风险分析 411
 - 一、客观事件的不确定性风险 411
 - 二、市场的不确定性风险 412
 - 三、行业发展的不确定性风险 412
 - 四、技术发展的不确定性风险 413
 - 五、战略规划者的主观不确定性风险 413
 - 六、执行过程的不确定性风险 414
 - 七、工具方法的局限性风险 414
 - 八、战略规划系统的不确定性风险 415

第十六章 燃气灶行业投资战略研究 416

- 第一节 金融危机对中国经济影响 416
 - 一、2008年金融危机下我国的经济运行 416
 - 二、金融危机对实体经济的影响分析 419
 - 三、2009年中国经济发展预测 424
- 第二节 我国燃气灶企业应对金融危机策略 427
 - 一、坚守核心主业 427
 - 二、构建优质渠道 427
 - 三、整合优质资源 428
 - 四、提升经营能力 429
 - 五、明确品牌形象 430
 - 六、调整市场策略 430

图表目录

- 图表：2008年1-12月燃气用具产量全国合计 29
- 图表：2008年1-12月燃气用具产量北京市合计 29
- 图表：2008年1-12月燃气用具产量河北省合计 30
- 图表：2008年1-12月燃气用具产量山西省合计 30
- 图表：2008年1-12月燃气用具产量辽宁省合计 31
- 图表：2008年1-12月燃气用具产量上海市合计 31
- 图表：2008年1-12月燃气用具产量江苏省合计 32

图表：2008年1-12月燃气用具产量浙江省合计	32
图表：2008年1-12月燃气用具产量山东省合计	32
图表：2008年1-12月燃气用具产量河南省合计	33
图表：2008年1-12月燃气用具产量湖北省合计	33
图表：2008年1-12月燃气用具产量湖南省合计	34
图表：2008年1-12月燃气用具产量广东省合计	34
图表：2008年1-12月燃气用具产量四川省合计	34
图表：2007年1-12月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业主要经济指标分析	38
图表：2008年1-12月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业主要经济指标分析	40
图表：2009年1-4月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业主要经济指标分析	42
图表：2007年1-12月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业国有企业主要经济指标分析	44
图表：2007年1-12月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业集体企业主要经济指标分析	46
图表：2007年1-12月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业股份制企业主要经济指标分析	48
图表：2007年1-12月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业私营企业主要经济指标分析	49
图表：2007年1-12月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业外商和港澳台投资企业主要经济指标分析	51
图表：2007年1-12月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业其他企业主要经济指标分析	53
图表：2008年1-12月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业集体企业主要经济指标分析	55
图表：2008年1-12月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业股份合作制企业主要经济指标分析	57
图表：2008年1-12月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业股份制企业主要经济指标分析	59
图表：2008年1-12月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业私营企业主要经济指标分析	61
图表：2008年1-12月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业外商和港澳台投资企业主要经济指标分析	63

图表：2008年1-12月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业其他企业主要经济指标分析	65
图表：2009年1-4月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业集体企业主要经济指标分析	67
图表：2009年1-4月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业股份合作制企业主要经济指标分析	69
图表：2009年1-4月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业股份制企业主要经济指标分析	70
图表：2009年1-4月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业私营企业主要经济指标分析	72
图表：2009年1-4月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业外商及港澳台投资企业主要经济指标分析	74
图表：2009年1-4月我国其燃气、太阳能及类似能源的器具制造业他企业主要经济指标分析	75
图表：2007年1-12月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业大型企业主要经济指标分析	77
图表：2007年1-12月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业中型企业主要经济指标分析	79
图表：2007年1-12月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业小型企业主要经济指标分析	81
图表：2008年1-12月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业大型企业主要经济指标分析	83
图表：2008年1-12月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业中型企业主要经济指标分析	85
图表：2008年1-12月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业小型企业主要经济指标分析	87
图表：2009年1-4月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业大型企业主要经济指标分析	89
图表：2009年1-4月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业中型企业主要经济指标分析	91
图表：2009年1-4月我国燃气、太阳能及类似能源的器具制造业小型企业主要经济指标分析	92
图表：2009年1-4月北京市燃气、太阳能及类似能源的器具制造业主要经济指标分析	95
图表：2009年1-4月天津市燃气、太阳能及类似能源的器具制造业主要经济指标分析	97
图表：2009年1-4月河北省燃气、太阳能及类似能源的器具制造业主要经济指标分析	98
图表：2009年1-4月河南省燃气、太阳能及类似能源的器具制造业主要经济指标分析	100
图表：2009年1-4月山西省燃气、太阳能及类似能源的器具制造业主要经济指标分析	102
图表：2009年1-4月辽宁省燃气、太阳能及类似能源的器具制造业主要经济指标分析	104

图表：2009年1-4月吉林省燃气、太阳能及类似能源的器具制造业主要经济指标分析 105

图表：2009年1-4月黑龙江省燃气、太阳能及类似能源的器具制造业主要经济指标分析 107

图表：2009年1-4月浙江省燃气、太阳能及类似能源的器具制造业主要经济指标分析 109

图表：2009年1-4月安徽省燃气、太阳能及类似能源的器具制造业主要经济指标分析 111

图表：2009年1-4月江苏省燃气、太阳能及类似能源的器具制造业主要经济指标分析 113

图表：2009年1-4月上海市燃气、太阳能及类似能源的器具制造业主要经济指标分析 114

图表：2009年1-4月江西省省燃气、太阳能及类似能源的器具制造业主要经济指标分析 116

图表：2009年1-4月山东省燃气、太阳能及类似能源的器具制造业主要经济指标分析 118

图表：2009年1-4月广东省燃气、太阳能及类似能源的器具制造业主要经济指标分析 120

图表：2009年1-4月广西区燃气、太阳能及类似能源的器具制造业主要经济指标分析 121

图表：2009年1-4月湖北省燃气、太阳能及类似能源的器具制造业主要经济指标分析 123

图表：2009年1-4月湖南省燃气、太阳能及类似能源的器具制造业主要经济指标分析 125

图表：2009年1-4月四川省燃气、太阳能及类似能源的器具制造业主要经济指标分析 127

图表：2009年1-4月云南省燃气、太阳能及类似能源的器具制造业主要经济指标分析 129

图表：2009年1-4月重庆市燃气、太阳能及类似能源的器具制造业主要经济指标分析 130

图表：2007年1-12月我国家用厨房电器具制造业主要经济指标分析 148

图表：2008年1-12月我国家用厨房电器具制造业主要经济指标分析 150

图表：2009年1-4月我国家用厨房电器具制造业主要经济指标分析 152

图表：2007年1-12月我国家用厨房电器具制造业国有企业主要经济指标分析 154

图表：2007年1-12月我国家用厨房电器具制造业集体企业主要经济指标分析 156

图表：2007年1-12月我国家用厨房电器具制造业股份合作制企业主要经济指标分析 158

图表：2007年1-12月我国家用厨房电器具制造业股份制企业主要经济指标分析 159

图表：2007年1-12月我国家用厨房电器具制造业私营企业主要经济指标分析 161

图表：2007年1-12月我国家用厨房电器具制造业外商和港澳台投资企业主要经济指标分析 163

图表：2007年1-12月我国家用厨房电器具制造业其他企业主要经济指标分析 165

图表：2008年1-12月我国家用厨房电器具制造业国有企业主要经济指标分析 167

图表：2008年1-12月我国家用厨房电器具制造业集体企业主要经济指标分析 169

图表：2008年1-12月我国家用厨房电器具制造业股份合作制企业主要经济指标分析 171

图表：2008年1-12月我国家用厨房电器具制造业股份制企业主要经济指标分析 173

图表：2008年1-12月我国家用厨房电器具制造业私营企业主要经济指标分析 175

图表：2008年1-12月我国家用厨房电器具制造业外商和港澳台投资企业主要经济指标分析 177

图表：2008年1-12月我国家用厨房电器具制造业其他企业主要经济指标分析 179

图表：2009年1-4月我国家用厨房电器具制造业国有企业主要经济指标分析 181

图表：2009年1-4月我国家用厨房电器具制造业集体企业主要经济指标分析 182

图表：2009年1-4月我国家用厨房电器具制造业股份合作制企业主要经济指标分析 184

图表：2009年1-4月我国家用厨房电器具制造业股份制企业主要经济指标分析 186

图表：2009年1-4月我国家用厨房电器具制造业私营企业主要经济指标分析 187

图表：2009年1-4月我国家用厨房电器具制造业外商及港澳台投资企业主要经济指标分析 189

图表：2009年1-4月我国其家用厨房电器具制造业他企业主要经济指标分析 191

图表：2007年1-12月我国家用厨房电器具制造业大型企业主要经济指标分析 193

图表：2007年1-12月我国家用厨房电器具制造业中型企业主要经济指标分析 195

图表：2007年1-12月我国家用厨房电器具制造业小型企业主要经济指标分析 197

图表：2008年1-12月我国家用厨房电器具制造业大型企业主要经济指标分析 199

图表：2008年1-12月我国家用厨房电器具制造业中型企业主要经济指标分析 201

图表：2008年1-12月我国家用厨房电器具制造业小型企业主要经济指标分析 202

图表：2009年1-4月我国家用厨房电器具制造业大型企业主要经济指标分析 204

图表：2009年1-4月我国家用厨房电器具制造业中型企业主要经济指标分析 206

图表：2009年1-4月我国家用厨房电器具制造业小型企业主要经济指标分析 208

图表：2008年4季度中山华帝燃具股份有限公司主营构成 253

图表：2008-2009年中山华帝燃具股份有限公司投资收益分析 254

图表：2008-2009年中山华帝燃具股份有限公司获利能力分析 254

图表：2008-2009年中山华帝燃具股份有限公司经营能力分析 255

图表：2008-2009年中山华帝燃具股份有限公司偿债能力分析 255

图表：2008-2009年中山华帝燃具股份有限公司资本结构 255

图表：2008-2009年中山华帝燃具股份有限公司发展能力 255

图表：2008-2009年中山华帝燃具股份有限公司现金流量分析 256

图表：2008-2009年中山华帝燃具股份有限公司主营业务收入 256

图表：2008-2009年中山华帝燃具股份有限公司主营业务利润 256

图表：2008-2009年中山华帝燃具股份有限公司营业利润 256

图表：2008-2009年中山华帝燃具股份有限公司利润总额 257

图表：2008-2009年中山华帝燃具股份有限公司净利润 257

图表：2008年4季度广东美的电器股份有限公司主营构成 288

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司投资收益分析 288

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司获利能力分析 289

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司经营能力分析 289

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司偿债能力分析 289

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司资本结构 289

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司发展能力分析 290

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司现金流量分析 290

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司主营业务收入 290

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司主营业务利润 290

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司营业利润 291

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司利润总额 291

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司净利润 292

图表：2008年4季度青岛海尔股份有限公司主营构成 303

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司投资收益分析 303

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司获利能力分析 304

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司经营能力分析 304

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司偿债能力分析 304

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司资本结构 305

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司发展能力分析 305

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司现金流量分析 305

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司主营业务收入 305

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司主营业务利润 306

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司营业利润 306

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司利润总额 306

图表：2008-2009年青岛海尔股份有限公司净利润 307

图表：2008年4季度广东万家乐股份有限公司主营构成 325

图表：2008-2009年广东万家乐股份有限公司投资收益分析 326

图表：2008-2009年广东万家乐股份有限公司获利能力分析 326

图表：2008-2009年广东万家乐股份有限公司经营能力分析 326

图表：2008-2009年广东万家乐股份有限公司偿债能力分析 327

图表：2008-2009年广东万家乐股份有限公司资本结构 327

图表：2008-2009年广东万家乐股份有限公司发展能力分析 327

图表：2008-2009年广东万家乐股份有限公司现金流量分析 327

图表：2008-2009年广东万家乐股份有限公司主营业务收入 328

图表：2008-2009年广东万家乐股份有限公司主营业务利润 328

图表：2008-2009年广东万家乐股份有限公司营业利润 328

图表：2008-2009年广东万家乐股份有限公司利润总额 329

图表：2008-2009年广东万家乐股份有限公司净利润 329

图表：2008年1-4季度国内生产总值 356

图表：2004-2008年6月国内生产总值增长趋势图 356

图表：2000-2008年6月城镇固定资产投资名义增速及实际增速 357

图表：2006-2008年5月我国出口累计同比增速对比 357

图表：2008年2-11月我国CPI情况 359

图表：2008年1-12月中国PPI发展情况 359

图表：2008年1-12月中国PPI和CPI走势图 360

图表：2007-2008年我国规模以上工业增加值情况 360

图表：2007年6月-2008年8月我国轻重工业增加值情况 361

图表：2007-2008年我国工业出口交货值情况 361

图表：2006-2008年我国工业企业实现利润情况 361

图表：2006-2008年我国工业企业亏损情况 362

图表：2007-2008年我国工业生产资料价格变化情况 362

图表：2007-2008年我国工业品和原燃料价格变化情况 362

图表：2008年2月工业增加值增长速度 363

图表：2008年3月工业增加值增长速度 363

图表：2008年4月工业增加值增长速度 364

图表：2008年5月工业增加值增长速度 364

图表：2008年6月工业增加值增长速度 365

图表：2008年7月工业增加值增长速度 365

图表：2008年8月工业增加值增长速度 366

图表：2008年9月工业增加值增长速度 366

图表：2008年10月工业增加值增长速度 367

图表：2008年11月工业增加值增长速度 367

图表：2008年12月工业增加值增长速度 368

图表：2008年9月15日金融机构人民币存款利率表 370

图表：2008年9月15日金融机构人民币贷款利率表 370

图表：2008年10月9日金融机构人民币存款利率表 371

图表：2008年10月9日金融机构人民币贷款利率表 371

图表：2008年10月30日金融机构人民币存款利率表 372

图表：2008年10月30日金融机构人民币贷款利率表 372

图表：1996-2008年10月我国期存贷款基准利率走势 373

图表：2008年11月27日金融机构人民币存款利率表 373

图表：2008年11月27日金融机构人民币贷款利率表 374

图表：2008年12月23日金融机构人民币存款利率表 375

图表：2008年12月23日金融机构人民币贷款利率表 375

图表：2008年我国月度进、出口值及增速走势图 378

图表：2008年我国对主要贸易伙伴进出口总值表 380

图表：2008年7月我国进出口商品构成表 382

图表：2008年7月我国进出口总值简要情况表 382

图表：2008年7月我国前十名合作贸易伙伴 383

图表：2008年7月我国前十位出口市场 383

图表：2008年7月我国前十位进口来源地 383

图表：2008年8月我国进出口商品构成表 384

图表：2008年8月我国进出口总值简要情况表 384

图表：2008年8月我国前十名合作贸易伙伴 384

图表：2008年8月我国前十位出口市场 385

图表：2008年8月我国前十位进口来源地 385

图表：2008年9月我国进出口商品构成表 386

图表：2008年9月我国进出口总值简要情况表 386

图表：2008年9月我国前十名合作贸易伙伴 386

图表：2008年9月我国前十位出口市场 387

图表：2008年9月我国前十位进口来源地 387

图表：2008年10月我国进出口总值简要情况表 387

图表：2008年10月我国进出口商品构成表 388

图表：2008年10月我国前十名合作贸易伙伴 388

图表：2008年10月我国前十位出口市场 388

图表：2008年10月我国前十位进口来源地 389

图表：2008年11月我国前十位出口市场 389

图表：2008年11月我国前十位进口来源地 390

图表：2008年12月我国进出口总值简要情况表 390
图表：2008年12月我国前十位出口市场 391
图表：2008年12月我国前十位进口来源地 391
图表：2008年12月我国进出口贸易方式情况 392
图表：2008年12月我国进出口企业性质及其总值情况 393
图表：2008年我国月度进出口总值情况 393
图表：2008年1月国家宏观经济景气指数 394
图表：2008年2月国家宏观经济景气指数 394
图表：2008年3月国家宏观经济景气指数 394
图表：2008年4月国家宏观经济景气指数 394
图表：2008年5月国家宏观经济景气指数 394
图表：2008年6月国家宏观经济景气指数 395
图表：2008年7月国家宏观经济景气指数 395
图表：2008年8月国家宏观经济景气指数 395
图表：2008年9月国家宏观经济景气指数 395
图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 395
图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 396
图表：2008年11月国家宏观经济景气指数 396
图表：2008年12月国家宏观经济景气指数 396

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/125884.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。