



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年整体厨房行业竞争 格局与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年整体厨房行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/129867.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

整体厨房的美观性与实用性并重，许多卖场已把整体厨房看成新的利润点。“整体厨房”成为家装市场的亮点。当然，整体厨房并不是家电与橱柜的简单搭配。整体厨房是将厨房电器、厨房用具等系统搭配成为一个整体，即整体配置、整体设计、整体施工装修，包括橱柜、吸油烟机、燃气灶具、消毒柜、洗碗机、冰箱、微波炉、电烤箱、各式挂件、水盆、各色抽屉、垃圾粉碎器等等，无论大小轻重，都力求考虑周到。生产厂商以家电为基础，同时使用防火板等材料生产出厨房整体产品，这种产品集储藏、清洗、烹饪、冷冻、上下供排水等功能为一体，尤其注重厨房整体的格调、布局、功能与档次。集橱柜与电器套装为一体的整体厨房在发达国家早已普及，已成为家装的要项，家庭拥有率接近100%。但我国城市家庭整体厨房拥有率仅1%左右。这说明，整体厨房市场潜力巨大。有调查显示，厨房使用的电器产品相关度很高，消费者的品牌认知度也比较强，70%的家庭有购买品牌一体化的趋势，例如，燃气灶、吸油烟机、微波炉、洗碗机、热水器、消毒柜乃至橱柜全买一个品牌的产品。2009年，海尔、长虹、美的、西门子等知名家电品牌，大举进攻厨房市场；国内知名厨具品牌帅康，通过大力发展吸油烟机、灶具和热水器等核心产品，宣称要打造“厨卫电器专家”的新形象；华帝斥资上亿元进军整体厨房领域，甚至连刀具也没有放过；蓝谷智能厨房凭借智能和标准，打开市场的大门，成为行业的黑马；这一场规模宏大的“厨房革命”引起了各方有识之士的关注和涉足。

2009年上半年，与去年同期相比，大企业销售下滑三成多，小企业销售下滑多达五成。现在许多生产企业都是亏损销售。在北京、东莞、南京等城市的销售卖场，华帝全场5折、方太4.8折起的促销海报很醒目，而樱花、帅康等品牌也加入降价行列，这些企业降价促销主要是为了盘活商家库存，加快资金流转。金融危机对房地产冲击较大，而与房地产关联度极高的整体厨房需求自然大幅下挫。此外，面对售价高达上万元甚至数万元的整体厨房，中高端消费需求也受到经济环境影响出现萎缩。表面上看销售下滑是受到房地产市场的牵连，实际上是因为这个行业发展还处在初期，产品标准缺乏、市场竞争不规范、市场集中度不高、中小企业充斥等情况造成的。一大批中小企业都是看中了这一行业的利润空间而短期谋利，根本没有长远发展规划，现阶段整体厨房产品领域还缺乏行业领军型大企业的推动。整体厨房产品的快速发展主要集中于最近几年。相关数据显示，这一产品的市场空间高达500亿~700亿元，今后5年可扩张的市场空间将高达1000亿元。不过与这一产品巨大的市场空间相比，目前国家尚缺乏专门针对“整体厨房”这一产品标准或设计安装规范，多是以企业标准规范和相关部门的产品标准为主。对于“整体厨房”产品的概念，各家企业的理解和规定也不完全相同。发展初期，主要是一些家具工厂制作橱柜后，购买一些中小品牌的厨房电器，然后推出了“整体橱柜”的产品概念，这一时期的产品价格较低，但品质不稳定，甚至没有服务。随着帅康、

方太、老板、华帝等一批专业的厨电生产企业进军这一领域，实现了将厨房家具与五金电器的融合，嵌入了这些品牌的油烟灶具、消毒柜、水槽、龙头、拉篮等五金部件，逐步推动整体厨房产品的品牌化转型，但随之而来的是这一产品价格大幅上涨。

最近几年，海尔、西门子、松下等大家电企业进军这一领域，又将冰箱、微波炉等产品融入整体厨房，并加速推动这一产品的市场化和规模化扩张。这些企业的进入不但推动了整体厨房市场的产品质量、设计安装、品牌化运作的提升，还加速了这一行业的快速发展，吸引了一大批家具工厂、手工作坊等短期谋利者抢夺市场蛋糕。目前，众多的中小企业以其价格低、促销手段灵活，对品牌化企业的市场运作造成了一定冲击。而一些从家电扩张至橱柜的企业，初期产品定价较高、市场销售渠道还不健全，营销手段不灵活，市场销售和经营利润都遭遇严峻的考验。现阶段家电企业进军整体厨房市场，可以有效地将品牌影响力、产品研发专业实力、售后服务体系等资源进行辐射和嫁接，但习惯了规模化扩张和批量化生产的家电企业，由于缺乏对家装市场和销售渠道的了解，将遭遇“大投入小回报”的尴尬。而这一问题在经济快速增长期并不明显，一旦遭遇经济不景气、市场需求下滑，业绩就会受到很大考验。整体厨房的产品个性化特点很明显，每户对于产品色彩、产品摆放、功能操作的要求并不相同，并不适合大批量的规模化生产，而只能是一对一的订单式生产与设计。整体厨房可能会沦为一种小众市场的产品，并不适合大范围普及。不过，也有一种观点认为，整体厨房的发展，有利于解决许多居民在家装过程中的烦恼，直接在一个地方选择之后，就可以完成厨房的设计、安装、使用，节省了大量时间和精力，而品牌化的整体厨房产品有利于产品质量的保障和售后服务的解决。家电介入这一市场后，还可以将家电的机械化批量生产方式带进这一行业，特别是将家电业成熟的专业设计和服务体系进行无缝隙对接，提高这一产品领域的安装设计和服务水平。特别是在一些精装修楼房，还可以对相同房型进行规模化的整体厨房生产、安装与服务。不过，眼下家电企业向整体橱柜的拓展之路还很漫长，并没有找到最佳赢利点。

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、国家商务部、国家海关总署、国务院发展研究中心、中国建材工业协会、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、国内外相关报刊杂志的基础信息、家装建材行业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国整体厨房行业的发展状况、市场竞争、流通渠道等进行了分析，并重点分析了主要子行业的发展状况和特点，报告还对行业重点企业、发展趋势、发展策略等做了重点分析。本报告是国内外整体厨房企业、房地产开发企业、物业管理和装修公司等单位准确了解目前整体厨房行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品，对整体厨房的上游供应厂商、整体厨房企业以及欲在整体厨房领域从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前整体厨房业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 整体厨房行业发展概述

第一节 整体厨房的概念

一、整体厨房的定义

二、整体厨房的特点

三、整体厨房的分类

第二节 整体厨房行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 整体厨房市场特征分析

一、市场规模

二、产业关联度

三、影响需求的关键因素

四、国内和国际市场

五、主要竞争因素

六、生命周期

第二章 全球整体厨房行业发展分析

第一节 世界整体厨房行业发展分析

一、2007年世界整体厨房行业发展分析

二、2008年世界整体厨房行业发展分析

三、2009年世界整体厨房行业发展分析

第二节 全球整体厨房市场分析

一、2009年全球整体厨房需求分析

二、2009年欧美整体厨房需求分析

三、2009年中外整体厨房市场对比

第三节 2008-2009年主要国家或地区整体厨房行业发展分析

一、2008-2009年美国整体厨房行业分析

二、2008-2009年日本整体厨房行业分析

三、2008-2009年欧洲整体厨房行业分析

第三章 我国整体厨房行业发展分析

第一节 中国整体厨房行业发展状况

一、2008年整体厨房行业发展状况分析

二、2008年中国整体厨房行业发展动态

三、2008年整体厨房行业经营业绩分析

四、2008年我国整体厨房行业发展热点

第二节 中国整体厨房市场供需状况

一、2009年中国整体厨房行业供给能力

二、2009年中国整体厨房市场供给分析

三、2009年中国整体厨房市场需求分析

四、2009年中国整体厨房产品价格分析

第三节 我国整体厨房市场分析

一、2008年上半年整体厨房市场分析

二、2008年下半年整体厨房市场分析

三、2009年上半年整体厨房市场分析

四、2009年整体厨房市场的走向分析

第四章 整体厨房产业经济运行分析

第一节 2008-2009年中国整体厨房产业工业总产值分析

一、2008-2009年中国整体厨房产业工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 2008-2009年中国整体厨房产业市场销售收入分析

一、2008-2009年中国整体厨房产业市场总销售收入分析

二、不同规模企业总销售收入分析

三、不同所有制企业总销售收入比较

第三节 2008-2009年中国整体厨房产业产品成本费用分析

一、2008-2009年中国整体厨房产业成本费用总额分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 2008-2009年中国整体厨房产业利润总额分析

一、2008-2009年中国整体厨房产业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第五章 我国整体厨房产业进出口分析

第一节 我国整体厨房产品进口分析

一、2008年进口总量分析

二、2008年进口结构分析

三、2008年进口区域分析

第二节 我国整体厨房产品出口分析

一、2008年出口总量分析

二、2008年出口结构分析

三、2008年出口区域分析

第三节 我国整体厨房产品进出口预测

一、2009年上半年进口分析

二、2009年上半年出口分析

三、2009年整体厨房进口预测

四、2009年整体厨房出口预测

第六章 2008-2009年关联产业发展分析

第一节 房地产行业发展分析

一、2008-2009年行业发展现状

二、2008-2009年市场需求分析

三、2008-2009年市场规模分析

四、2008-2009年市场竞争分析

五、2009-2012年行业发展形势

第二节 厨具行业发展分析

一、2008-2009年行业发展现状

二、2008-2009年市场需求分析

三、2008-2009年市场规模分析

四、2008-2009年市场竞争分析

五、2009-2012年行业发展形势

第七章 中国整体厨房需求与消费者偏好调查

第一节 2008-2009年中国整体厨房产量统计分析

第二节 2008-2009年中国整体厨房历年消费量统计分析

第三节 整体厨房产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第四节 整体厨房产品的品牌市场调查

一、消费者对整体厨房品牌认知度宏观调查

二、消费者对整体厨房产品的品牌偏好调查

三、消费者对整体厨房品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、整体厨房品牌忠诚度调查

六、整体厨房品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

第二部分 行业竞争格局

第八章 整体厨房行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 整体厨房行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业出口交货值对比分析

五、重点企业利润总额对比分析

六、重点企业综合竞争力对比分析

第五节 2008-2009年整体厨房行业竞争格局分析

一、2008年整体厨房行业竞争分析

二、2008年中外整体厨房产品竞争分析

三、2008-2009年国内外整体厨房竞争分析

四、2008-2009年我国整体厨房市场竞争分析

五、2008-2009年我国整体厨房市场集中度分析

六、2009-2012年国内主要整体厨房企业动向

第九章 整体厨房企业竞争策略分析

第一节 整体厨房市场竞争策略分析

一、2009年整体厨房市场增长潜力分析

二、2009年整体厨房主要潜力品种分析

三、现有整体厨房产品竞争策略分析

四、潜力整体厨房品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 整体厨房企业竞争策略分析

- 一、金融危机对整体厨房行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后整体厨房行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国整体厨房市场竞争趋势
- 四、2009-2012年整体厨房行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年整体厨房行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年整体厨房企业竞争策略分析

第十章 主要整体厨房企业竞争分析

第一节 海尔（中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第二节 樱花（中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第三节 伊莱克斯（瑞典品牌，中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第四节 澳柯玛（中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第五节 方太（一线品牌）

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 帅康（中国驰名商标）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 欧派

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 科宝・博洛尼

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第九节 华帝（中国驰名商标）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十节 西门子

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十一章 整体厨房行业发展趋势分析

第一节 2009年发展环境展望

一、2009年宏观经济形势展望

二、2009年政策走势及其影响

三、2009年国际行业走势展望

第二节 2009年整体厨房行业发展趋势分析

一、2009年技术发展趋势分析

二、2009年产品发展趋势分析

三、2009年行业竞争格局展望

第三节 2009-2012年中国整体厨房市场趋势分析

一、2008-2009年整体厨房市场趋势总结

二、2009-2012年整体厨房发展趋势分析

三、2009-2012年整体厨房市场发展空间

四、2009-2012年整体厨房产业政策趋向

五、2009-2012年整体厨房技术革新趋势

六、2009-2012年整体厨房价格走势分析

第十二章 未来整体厨房行业发展预测

第一节 未来整体厨房需求与消费预测

一、2009-2012年整体厨房产品消费预测

二、2009-2012年整体厨房市场规模预测

三、2009-2012年整体厨房行业总产值预测

四、2009-2012年整体厨房行业销售收入预测

五、2009-2012年整体厨房行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国整体厨房行业供需预测

一、2008-2012年中国整体厨房供给预测

二、2009-2012年中国整体厨房产量预测

三、2009-2012年中国整体厨房需求预测

四、2009-2012年中国整体厨房供需平衡预测

五、2009-2012年中国整体厨房产品价格预测

六、2009-2012年主要整体厨房产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十三章 整体厨房行业投资现状分析

第一节 2008年整体厨房行业投资情况分析

一、2008年总体投资及结构

二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资分析

五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

第二节 2009年上半年整体厨房行业投资情况分析

一、2009年上半年总体投资及结构

二、2009年上半年投资规模情况

三、2009年上半年投资增速情况

四、2009年上半年分行业投资分析

五、2009年上半年分地区投资分析

六、2009年上半年外商投资情况

第十四章 整体厨房行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2009年整体厨房行业政策环境

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响

第十五章 整体厨房行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2009年相关产业活力系数比较

二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2009年相关产业投资收益率比较

二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 整体厨房行业投资效益分析

一、2008-2009年整体厨房行业投资状况分析

二、2009-2012年整体厨房行业投资效益分析

三、2009-2012年整体厨房行业投资趋势预测

四、2009-2012年整体厨房行业的投资方向

五、2009-2012年整体厨房行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响整体厨房行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响整体厨房行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响整体厨房行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响整体厨房行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国整体厨房行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国整体厨房行业发展面临的机遇分析

第五节 整体厨房行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年整体厨房行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年整体厨房行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年整体厨房行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年整体厨房行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年整体厨房同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年整体厨房行业其他风险及控制策略

第十六章 整体厨房行业投资战略研究

第一节 整体厨房行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国整体厨房品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、整体厨房实施品牌战略的意义

三、整体厨房企业品牌的现状分析

四、我国整体厨房企业的品牌战略

五、整体厨房品牌战略管理的策略

第三节 整体厨房行业投资战略研究

一、2009年厨具行业投资战略研究

二、2009年整体厨房行业投资战略研究

三、2009-2012年整体厨房行业投资形势

四、2009-2012年整体厨房行业投资战略

图表目录

图表：整体厨房产业链分析

图表：国际整体厨房市场规模

图表：国际整体厨房生命周期

图表：2008-2009年中国整体厨房行业市场规模

图表：2008-2009年全球整体厨房产业市场规模

图表：2008-2009年整体厨房重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国整体厨房行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国整体厨房行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国整体厨房行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国整体厨房竞争力分析

图表：2009-2012年中国整体厨房产能预测

图表：2009-2012年中国整体厨房消费量预测

图表：2009-2012年中国整体厨房市场前景预测

图表：2009-2012年中国整体厨房市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国整体厨房发展前景预测

图表：2008年1-12月整体厨房产量全国合计

图表：2008年1-12月整体厨房产量北京市合计

图表：2008年1-12月整体厨房产量天津市合计

图表：2008年1-12月整体厨房产量河北省合计
图表：2008年1-12月整体厨房产量山西省合计
图表：2008年1-12月整体厨房产量辽宁省合计
图表：2008年1-12月整体厨房产量吉林省合计
图表：2008年1-12月整体厨房产量黑龙江合计
图表：2008年1-12月整体厨房产量上海市合计
图表：2008年1-12月整体厨房产量江苏省合计
图表：2008年1-12月整体厨房产量浙江省合计
图表：2008年1-12月整体厨房产量安徽省合计
图表：2008年1-12月整体厨房产量福建省合计
图表：2008年1-12月整体厨房产量江西省合计
图表：2008年1-12月整体厨房产量山东省合计
图表：2008年1-12月整体厨房产量河南省合计
图表：2008年1-12月整体厨房产量湖北省合计
图表：2008年1-12月整体厨房产量湖南省合计
图表：2008年1-12月整体厨房产量广东省合计
图表：2008年1-12月整体厨房产量广西区合计
图表：2008年1-12月整体厨房产量海南省合计
图表：2008年1-12月整体厨房产量重庆市合计
图表：2008年1-12月整体厨房产量四川省合计
图表：2008年1-12月整体厨房产量贵州省合计
图表：2008年1-12月整体厨房产量云南省合计
图表：2008年1-12月整体厨房产量陕西省合计
图表：2008年1-12月整体厨房产量甘肃省合计
图表：2008年1-12月整体厨房产量新疆区合计
图表：2008年1-12月整体厨房产量内蒙古合计
图表：2009年1-5月整体厨房产量全国合计
图表：2009年1-5月整体厨房产量北京市合计
图表：2009年1-5月整体厨房产量天津市合计
图表：2009年1-5月整体厨房产量河北省合计
图表：2009年1-5月整体厨房产量山西省合计
图表：2009年1-5月整体厨房产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月整体厨房产量吉林省合计

图表：2009年1-5月整体厨房产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月整体厨房产量上海市合计

图表：2009年1-5月整体厨房产量江苏省合计

图表：2009年1-5月整体厨房产量浙江省合计

图表：2009年1-5月整体厨房产量安徽省合计

图表：2009年1-5月整体厨房产量福建省合计

图表：2009年1-5月整体厨房产量江西省合计

图表：2009年1-5月整体厨房产量山东省合计

图表：2009年1-5月整体厨房产量河南省合计

图表：2009年1-5月整体厨房产量湖北省合计

图表：2009年1-5月整体厨房产量湖南省合计

图表：2009年1-5月整体厨房产量广东省合计

图表：2009年1-5月整体厨房产量广西区合计

图表：2009年1-5月整体厨房产量海南省合计

图表：2009年1-5月整体厨房产量重庆市合计

图表：2009年1-5月整体厨房产量四川省合计

图表：2009年1-5月整体厨房产量贵州省合计

图表：2009年1-5月整体厨房产量云南省合计

图表：2009年1-5月整体厨房产量陕西省合计

图表：2009年1-5月整体厨房产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月整体厨房产量新疆区合计

图表：2009年1-5月整体厨房产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月厨具行业经济指标新疆区合计

图表：2008年2月厨具行业收入前十家企业

图表：2008年5月厨具行业收入前十家企业

图表：2008年8月厨具行业收入前十家企业

图表：2008年11月厨具行业收入前十家企业

图表：2009年1-5月厨具行业经济指标全国合计

图表：2009年1-5月厨具行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月厨具行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月厨具行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月厨具行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月厨具行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月厨具行业经济指标辽宁省合计
图表：2009年1-5月厨具行业经济指标吉林省合计
图表：2009年1-5月厨具行业经济指标黑龙江合计
图表：2009年1-5月厨具行业经济指标上海市合计
图表：2009年1-5月厨具行业经济指标江苏省合计
图表：2009年1-5月厨具行业经济指标浙江省合计
图表：2009年1-5月厨具行业经济指标安徽省合计
图表：2009年1-5月厨具行业经济指标福建省合计
图表：2009年1-5月厨具行业经济指标江西省合计
图表：2009年1-5月厨具行业经济指标山东省合计
图表：2009年1-5月厨具行业经济指标河南省合计
图表：2009年1-5月厨具行业经济指标湖北省合计
图表：2009年1-5月厨具行业经济指标湖南省合计
图表：2009年1-5月厨具行业经济指标广东省合计
图表：2009年1-5月厨具行业经济指标广西区合计
图表：2009年1-5月厨具行业经济指标海南省合计
图表：2009年1-5月厨具行业经济指标重庆市合计
图表：2009年1-5月厨具行业经济指标四川省合计
图表：2009年1-5月厨具行业经济指标贵州省合计
图表：2009年1-5月厨具行业经济指标云南省合计
图表：2009年1-5月厨具行业经济指标陕西省合计
图表：2009年1-5月厨具行业经济指标甘肃省合计
图表：2009年1-5月厨具行业经济指标青海省合计
图表：2009年1-5月厨具行业经济指标宁夏区合计
图表：2009年1-5月厨具行业经济指标新疆区合计
图表：2008年1-12月整体厨房进口数据
图表：2008年1季度整体厨房进口数据
图表：2008年1月整体厨房进口数据
图表：2008年2月整体厨房进口数据
图表：2008年3月整体厨房进口数据
图表：2008年2季度整体厨房进口数据
图表：2008年4月整体厨房进口数据

图表：2008年5月整体厨房进口数据
图表：2008年6月整体厨房进口数据
图表：2008年3季度整体厨房进口数据
图表：2008年7月整体厨房进口数据
图表：2008年8月整体厨房进口数据
图表：2008年9月整体厨房进口数据
图表：2008年4季度整体厨房进口数据
图表：2008年10月整体厨房进口数据
图表：2008年11月整体厨房进口数据
图表：2008年12月整体厨房进口数据
图表：2008年1-12月整体厨房出口数据
图表：2008年1季度整体厨房出口数据
图表：2008年1月整体厨房出口数据
图表：2008年2月整体厨房出口数据
图表：2008年3月整体厨房出口数据
图表：2008年2季度整体厨房出口数据
图表：2008年4月整体厨房出口数据
图表：2008年5月整体厨房出口数据
图表：2008年6月整体厨房出口数据
图表：2008年3季度整体厨房出口数据
图表：2008年7月整体厨房出口数据
图表：2008年8月整体厨房出口数据
图表：2008年9月整体厨房出口数据
图表：2008年4季度整体厨房出口数据
图表：2008年10月整体厨房出口数据
图表：2008年11月整体厨房出口数据
图表：2008年12月整体厨房出口数据
图表：2009年1-5月整体厨房进口数据
图表：2009年1季度整体厨房进口数据
图表：2009年1月整体厨房进口数据
图表：2009年2月整体厨房进口数据
图表：2009年3月整体厨房进口数据

图表：2009年2季度整体厨房进口数据

图表：2009年4月整体厨房进口数据

图表：2009年5月整体厨房进口数据

图表：2009年1-5月整体厨房出口数据

图表：2009年1季度整体厨房出口数据

图表：2009年1月整体厨房出口数据

图表：2009年2月整体厨房出口数据

图表：2009年3月整体厨房出口数据

图表：2009年2季度整体厨房出口数据

图表：2009年4月整体厨房出口数据

图表：2009年5月整体厨房出口数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/129867.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。