



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年电热水器行业发展 前景分析及投资风险预测报告

一、调研说明

《2009-2012年电热水器行业发展前景分析及投资风险预测报告》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/140346.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

中国电热水器产业从上世纪80年代起步至今，已经历过两次大的技术升级，有力推动了中国电热水器产业的快速发展。一是内胆技术。由最初的镀锌板向不锈钢、再向搪瓷内胆的演变，加上内胆加工设备的改进和焊接工艺的改良，逐步解决了电热水器的漏水隐患。二是安全技术。防电墙技术由本土海尔、帅康和鼎新等少数一线品牌研制并发起推动的。通过这一技术的国标升级，本土品牌首次与A.O.史密斯、阿里斯顿等外资高端品牌抗衡。电热水器虽然解决了安全问题，但健康抗菌始终成为业内的一大难题。2009年，成为中国电热水器产业标志性的一年。"健康抗菌"技术研发成功，成就了电热水器产业第三次技术升级。健康抗菌技术的研制成功催生了电热水器抗菌流派的诞生。目前，健康抗菌技术仅仅掌握在极少数一线品牌企业手中，更多的本土二三线电热水器企业在水质健康问题方面仍然无法解决。抗菌流派的诞生将进一步拉大一线品牌和二三线品牌的差距，随着农村消费市场逐渐成熟，品牌消费意识增强，这些二三线品牌将无法立足。

在2009年2月份启动的新一轮"家电下乡"工程中，电热水器、燃气热水器在热水器产品中率先进入"下乡"行列，其中电热水器的最高限价为1500元，燃气热水器的最高限价为2500元。日前，太阳能热水器也终于跨入"家电下乡"的行列，产品最高限价为4000元（包含安装费）。随着国家有关部门主导的"家电下乡"列车的开动，热水器产品将以国家补贴消费的方式大批量进入农村市场，这也将给中标热水器企业带来更为广阔的市场空间。储水式电热水器自20世纪80年代进入中国以来发展很快，在此次电热水器"下乡"名单中，樱雪、A.O.史密斯、西门子、前锋、万和、康宝等品牌均榜上有名。近几年，作为电热水器新的技术发展方向，即热式电热水器在城市发展很快，但此次即热式电热水器并没有进入"下乡"行列。虽然整个家电行业都受到国际金融危机的冲击，但相比其他家电产品，电热水器行业在危机面前的表现还不错，不仅整体实现了稳定增长，行业也完成了结构升级。2008年中国电热水器总销量为848万台，同比增长7.01%，虽然较上年超过9%的增幅有所回落，但整个行业取得了不错的成绩，仍然占据热水器市场销量第一的位置。电热水器市场在2008年前三季度的表现非常好，只是第四季度受到国际金融危机的影响才大幅下滑，也因此拖累了全年的行业增幅。2009年第一季度电热水器市场同比有20%的下滑。虽然受到国际金融危机的强烈冲击，但整个市场秩序良好，而且三四级市场正快速增长。随着"家电下乡"工程的启动，电热水器在三四级市场的普及率将大大提高。对电热水器企业来说，"家电下乡"是2009年国内市场的重要机遇。

2007年我国燃气热水器销售量达到584万台，销售额达到66亿元，增长速度超过20%。截至2008年，燃气热水器行业获得国家生产许可证的企业超过100家，年销售量超过500万台，产值近80亿元。在中国市场20多年的发展演变后，燃气热水器行业已初具规模，形成了各具特

色的燃气热水器技术。国产燃气热水器目前分为三大技术流派：一是日本流派，代表企业是能率、林内，另外台湾技术也师承日本，如台湾品牌樱花。日本技术的燃气热水器特点是注重设计、造型小巧、外观华丽、操作方便、工艺精美。二是欧洲流派，代表企业是阿里斯顿，欧洲技术的燃气热水器特点是注重燃烧工况、强调热水器燃烧时的空气补氧、设计大而粗犷。三是本土流派，代表企业有万和、神州、光芒、樱雪、创尔特、前锋等。自2008年9月1日起，在中国生产、销售的家用燃气热水器必须粘贴节能标识，热效率低于84%的产品将被强制退市。这是燃气具行业首部国家强制性标准，全面提高了燃气能源的使用效率。虽然燃气热水器有了自己的能效等级，消耗的也是清洁能源，但由于目前我国大部分农村还没有铺设燃气管道，使用的是罐装燃气，所以燃气热水器“下乡”推广还有待观察。2月份启动新一轮“家电下乡”工程时，太阳能热水器最初被拒之门外。不过这种情况很快出现转机，在最新的“家电下乡”招标中，太阳能热水器已经被列入“家电下乡”补贴产品范围。从最初没有太阳能热水器到最终把太阳能热水器纳入“下乡”名单，太阳能热水器厂商经历了过山车式的心情。商务部与财政部联合发布太阳能热水器“下乡”招标文件，产品最高限价为4000元，最多投标产品为30款。与其他“下乡”产品不同的是，太阳能热水器“下乡”招标实施“两标合一”，即不再单独进行流通标招标，而是与产品标捆绑；同时要求投标企业的销售及维修服务网点是直营或授权的，在各省的网络覆盖率要达到70%以上。在太阳能热水器厂商看来，“家电下乡”更像是一项国家级别的太阳能普及工程，是一个绝佳的市场教育普及的过程。太阳能热水器企业应借“下乡”的契机，加快服务网络、人员配备和服务意识等软硬件建设。

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、中国家电协会、国家信息中心、全国商业信息中心、中国五金制品协会、国内外相关刊物杂志的基础信息以及电热水器研究单位等公布和提供的大量资料，结合对电热水器相关企业的实地调查，对我国电热水器行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了电热水器行业的前景与风险。报告揭示了电热水器市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

- 第一章 全球电热水器行业发展分析
 - 第一节 2008年全球电热水器市场分析
 - 一、2008年全球电热水器市场回顾
 - 二、2008年全球电热水器市场环境
 - 三、2008年全球电热水器产销分析
 - 四、2008年全球电热水器市场需求
 - 第二节 世界电热水器行业市场情况
 - 一、2009年世界电热水器产业发展现状
 - 二、2009年国际电热水器产业发展态势
 - 三、2009年国际电热水器行业产销分析
 - 四、2009年全球电热水器行业挑战与机会
 - 第三节 部分国家地区电热水器行业发展状况
 - 一、2008-2009年美国电热水器行业发展分析
 - 二、2008-2009年欧洲电热水器行业发展分析
 - 三、2008-2009年日本电热水器行业发展分析
 - 四、2008-2009年韩国电热水器行业发展分析

第二章 我国电热水器行业发展现状

- 第一节 我国电热水器行业发展状况
 - 一、2008年中国电热水器行业发展回顾
 - 二、2008年电热水器行业发展情况分析
 - 三、2008年我国电热水器市场特点分析
 - 四、2009年我国电热水器市场发展分析
- 第二节 电热水器市场销量分析
 - 一、2008年电热水器市场销量分析
 - 二、2009年电热水器市场销量预测
- 第三节 电热水器市场价格分析
 - 一、电热水器市场价格影响因素
 - 二、2008年电热水器市场价格走势
 - 三、2009年电热水器市场价格走势
- 第四节 中国电热水器行业供需分析
 - 一、2008年中国电热水器市场供给总量分析

- 二、2008年中国电热水器市场供给结构分析
- 三、2009年中国电热水器市场需求总量分析
- 四、2009年中国电热水器市场需求结构分析
- 五、2009年中国电热水器市场供需平衡分析

第三章 中国电热水器行业经济运行分析

第一节 2009年电热水器行业运行情况分析

- 一、2009年电热水器行业经济指标分析
- 二、2009年电热水器行业收入前十家企业

第二节 2009年电热水器行业产量分析

- 一、2009年我国电热水器产量分析
- 二、2009年我国电热水器产量预测

第三节 2009年电热水器行业进出口分析

- 一、2009年电热水器行业进口总量及价格
- 二、2009年电热水器行业出口总量及价格
- 三、2009年电热水器行业进出口数据统计
- 四、2009-2012年电热水器进出口态势展望

第四章 中国电热水器行业消费市场分析

第一节 中国电热水器消费者收入分析

- 一、中国人口、人民生活分析
- 二、2008-2009年消费者收入水平
- 三、2009年消费者信心指数分析

第二节 电热水器消费市场状况分析

- 一、电热水器行业消费特点
- 二、电热水器消费者分析
- 三、电热水器消费结构分析
- 四、电热水器消费的市场变化
- 五、电热水器市场的消费方向

第三节 电热水器市场消费需求分析

- 一、电热水器市场的消费需求变化
- 二、电热水器行业的需求分析

三、2009年电热水器品牌市场消费需求分析

第五章 中国电热水器行业区域市场分析

第一节 2009年华北地区电热水器行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第二节 2009年东北地区电热水器行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第三节 2009年华东地区电热水器行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第四节 2009年华南地区电热水器行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第五节 2009年华中地区电热水器行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第六节 2009年西南地区电热水器行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第七节 2009年西北地区电热水器行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第六章 电热水器行业投资与发展前景分析

第一节 2009年上半年电热水器行业投资情况分析

一、2009年上半年总体投资结构

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

第二节 电热水器行业投资机会分析

一、电热水器投资项目分析

二、可以投资的电热水器模式

三、2009年电热水器投资机会

四、2009年电热水器细分行业投资机会

五、2009年电热水器投资新方向

第三节 电热水器行业发展前景分析

一、电热水器市场发展前景分析

二、我国电热水器市场蕴藏的商机

三、金融危机下电热水器市场的发展前景

四、2009年电热水器市场面临的发展商机

五、2009-2012年电热水器市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 电热水器行业竞争格局分析

第一节 电热水器行业集中度分析

一、电热水器市场集中度分析

二、电热水器企业集中度分析

三、电热水器区域集中度分析

第二节 电热水器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、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 电热水器行业竞争格局分析

一、2008年电热水器行业竞争分析

二、2008年中外电热水器竞争分析

三、2008-2009年国内外电热水器竞争分析

四、2008-2009年我国电热水器市场竞争分析

五、2008-2009年我国电热水器市场集中度分析

六、2009-2012年国内主要电热水器企业动向

第八章 2009-2012年中国电热水器行业发展形势分析

第一节 电热水器行业发展概况

一、电热水器行业发展特点分析

二、电热水器行业投资现状分析

三、电热水器行业总产值分析

四、电热水器行业技术发展分析

第二节 2008-2009年电热水器行业市场情况分析

一、电热水器行业市场发展分析

二、电热水器市场存在的问题

三、电热水器市场规模分析

第三节 2008-2009年电热水器产销状况分析

- 一、电热水器产量分析
- 二、电热水器产能分析
- 三、电热水器市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

- 一、产品发展新动态
- 二、技术新动态
- 三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国电热水器行业整体运行指标分析

第一节 2009年中国电热水器行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业生产规模分析

第二节 2009年中国电热水器行业产销分析

- 一、行业产成品情况总体分析
- 二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2009年年中国电热水器行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十章 电热水器行业赢利水平分析

第一节 成本分析

- 一、2008-2009年电热水器原材料价格走势
- 二、2008-2009年电热水器行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

- 一、2008-2009年电热水器行业产销情况
- 二、2008-2009年电热水器行业库存情况
- 三、2008-2009年电热水器行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

- 一、2008-2009年电热水器行业价格走势
- 二、2008-2009年电热水器行业营业收入情况
- 三、2008-2009年电热水器行业毛利率情况
- 四、2008-2009年电热水器行业赢利能力
- 五、2008-2009年电热水器行业赢利水平
- 六、2009-2012年电热水器行业赢利预测

第十一章 电热水器行业盈利能力分析

第一节 2009年中国电热水器行业利润总额分析

- 一、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

第二节 2009年中国电热水器行业销售利润率

- 一、销售利润率分析
- 二、不同规模企业销售利润率比较分析
- 三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2009年中国电热水器行业总资产利润率分析

- 一、总资产利润率分析
- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析
- 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2009年中国电热水器行业产值利税率分析

- 一、产值利税率分析
- 二、不同规模企业产值利税率比较分析
- 三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十二章 电热水器重点企业发展分析

第一节 海尔

- 一、企业概况
- 二、2009年经营状况
- 三、2009-2012年盈利能力分析
- 四、2009-2012年投资风险

第二节 万和

- 一、企业概况
- 二、2009年经营状况
- 三、2009-2012年盈利能力分析
- 四、2009-2012年投资风险

第三节 万家乐

- 一、企业概况
- 二、2009年经营状况
- 三、2009-2012年盈利能力分析
- 四、2009-2012年投资风险

第四节 华帝

- 一、企业概况
- 二、2009年经营状况
- 三、2009-2012年盈利能力分析
- 四、2009-2012年投资风险

第五节 美的

- 一、企业概况
- 二、2009年经营状况
- 三、2009-2012年盈利能力分析
- 四、2009-2012年投资风险

第六节 前锋

- 一、企业概况
- 二、2009年经营状况
- 三、2009-2012年盈利能力分析
- 四、2009-2012年投资风险

第七节 樱花

- 一、企业概况
- 二、2009年经营状况
- 三、2009-2012年盈利能力分析
- 四、2009-2012年投资风险

第八节 帅康

- 一、企业概况
- 二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第九节 盼盼

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第十节 天普

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 电热水器行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 电热水器行业投资效益分析

一、2009年电热水器行业投资状况分析

二、2009年电热水器行业投资效益分析

三、2009-2012年电热水器行业投资方向

四、2009-2012年电热水器行业投资建议

第四节 电热水器行业投资策略研究

一、2008年电热水器行业投资策略

- 二、2009年电热水器行业投资策略
- 三、2009-2012年电热水器行业投资策略
- 四、2009-2012年电热水器细分行业投资策略

第十四章 电热水器行业投资风险预警

第一节 影响电热水器行业发展的主要因素

- 一、2009年影响电热水器行业运行的有利因素
- 二、2009年影响电热水器行业运行的稳定因素
- 三、2009年影响电热水器行业运行的不利因素
- 四、2009年我国电热水器行业发展面临的挑战
- 五、2009年我国电热水器行业发展面临的机遇

第二节 电热水器行业投资风险预警

- 一、2009-2012年电热水器行业市场风险预测
- 二、2009-2012年电热水器行业政策风险预测
- 三、2009-2012年电热水器行业经营风险预测
- 四、2009-2012年电热水器行业技术风险预测
- 五、2009-2012年电热水器行业竞争风险预测
- 六、2009-2012年电热水器行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 电热水器行业发展趋势分析

第一节 2009-2012年中国电热水器市场趋势分析

- 一、2008-2009年我国电热水器市场趋势总结
- 二、2009-2012年我国电热水器发展趋势分析

第二节 2009-2012年电热水器发展趋势分析

- 一、2009-2012年电热水器技术趋势分析
- 二、2009-2012年电热水器价格趋势分析

第三节 2009-2012年中国电热水器行业供需预测

- 一、2008-2012年中国电热水器供给预测
- 二、2009-2012年中国电热水器需求预测
- 三、2009-2012年中国电热水器价格预测

第四节 2009-2012年电热水器行业规划建议

- 一、电热水器行业"十一五"整体规划
- 二、电热水器行业"十一五"发展预测
- 三、2009-2012年电热水器行业规划建议

第十六章 电热水器企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

- 一、电热水器价格策略分析
- 二、电热水器渠道策略分析

第二节 销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第三节 提高电热水器企业竞争力的策略

- 一、提高中国电热水器企业核心竞争力的对策
- 二、电热水器企业提升竞争力的主要方向
- 三、影响电热水器企业核心竞争力的因素及提升途径
- 四、提高电热水器企业竞争力的策略

第四节 对我国电热水器品牌的战略思考

- 一、电热水器实施品牌战略的意义
- 二、电热水器企业品牌的现状分析
- 三、我国电热水器企业的品牌战略
- 四、电热水器品牌战略管理的策略

图表目录

图表：电热水器产业链分析

图表：电热水器行业生命周期

图表：2008-2009年中国电热水器行业市场规模

图表：2008-2009年全球电热水器产业市场规模

图表：2008-2009年电热水器重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国电热水器行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国电热水器行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国电热水器行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国电热水器竞争力分析

图表：2009-2012年中国电热水器市场前景预测

图表：2009-2012年中国电热水器市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国电热水器发展前景预测

图表：2001-2008年美国电热水器市场销售规模

图表：2009-2012年美国电热水器市场销售规模预测

图表：2002-2008年英国电热水器市场规模

图表：2002-2008年英国电热水器市场占全球和欧洲份额比较

图表：2009-2012年英国电热水器市场规模预测

图表：2008-2012年英国电热水器市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2008年德国电热水器市场规模

图表：2002-2008年德国电热水器市场占全球和欧洲份额比较

图表：2009-2012年德国电热水器市场规模预测

图表：2008-2012年德国电热水器市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2008年日本电热水器市场规模

图表：2002-2008年日本电热水器市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年日本电热水器市场规模预测

图表：2009-2012年日本电热水器市场规模趋预测势图

图表：2002-2008年中国电热水器市场规模

图表：2002-2008年中国电热水器市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年中国电热水器市场规模预测

图表：2009-2012年中国电热水器市场规模趋预测势图

图表：2008-2009年9月电热水器行业销售成本分析

图表：2008-2009年9月电热水器行业销售费用分析

图表：2008-2009年9月电热水器行业管理费用分析

图表：2008-2009年9月电热水器行业财务费用分析

图表：2008-2009年9月电热水器行业销售及利润分析

图表：2008-2009年9月电热水器行业销售毛利率分析

图表：2008-2009年9月电热水器行业销售利润率分析

图表：2008-2009年9月电热水器行业成本费用利润率分析

图表：2008-2009年9月电热水器行业总资产利润率分析

图表：2008-2009年9月电热水器行业资产分析

图表：2008-2009年9月电热水器行业负债分析

图表：2008-2009年9月电热水器行业偿债能力分析

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2008年居民消费价格涨跌幅度

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2008年年末国家外汇储备

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2008年工业增加值及其增长速度

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2008年年末电话用户数

图表：2008年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2008年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2008年年末各类教育招生人数

图表：2008年人口数及其构成

图表：2004-2008年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2008年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009年1-9月工业生产主要指标

图表：2008-2009年9月全国居民消费价格指数

图表：2008-2009年9月工业品出厂价格指数

图表：2009年1-9月我国电热水器进口数据

图表：2009年1-9月我国电热水器出口数据

图表：2009年1月我国电热水器进口数据

图表：2009年1月我国电热水器出口数据

图表：2009年2月我国电热水器进口数据

图表：2009年2月我国电热水器出口数据

图表：2009年3月我国电热水器进口数据

图表：2009年3月我国电热水器出口数据

图表：2009年上半年我国电热水器进口数据

图表：2009年上半年我国电热水器出口数据

图表：2009年4月我国电热水器进口数据

图表：2009年4月我国电热水器出口数据

图表：2009年5月我国电热水器进口数据

图表：2009年5月我国电热水器出口数据

图表：2009年6月我国电热水器进口数据

图表：2009年6月我国电热水器出口数据

图表：2009年2季度我国电热水器进口数据

图表：2009年2季度我国电热水器出口数据

图表：2009年7月我国电热水器进口数据

图表：2009年7月我国电热水器出口数据

图表：2009年8月我国电热水器进口数据

图表：2009年8月我国电热水器出口数据

图表：2009年9月我国电热水器进口数据

图表：2009年9月我国电热水器出口数据

图表：2009年3季度我国电热水器进口数据

图表：2009年3季度我国电热水器出口数据

图表：2009年1-9月中国电热水器行业国有企业工业数据

图表：2009年1-9月中国电热水器行业集体企业工业数据

图表：2009年1-9月中国电热水器行业股份合作制企业工业数据

图表：2009年1-9月中国电热水器行业股份制企业工业数据

图表：2009年1-9月中国电热水器行业私营企业工业数据

图表：2009年1-9月中国电热水器行业外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009年1-9月中国电热水器行业其他类型企业工业数据

图表：2009年1-9月中国不同所有制电热水器企业累计工业总产值对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制电热水器企业累计产品销售收入对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制电热水器企业累计资产总计对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制电热水器企业累计利润总额对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制电热水器企业累计工业总产值增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制电热水器企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制电热水器企业累计利润总额增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制电热水器企业产销率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制电热水器企业流动资产周转次数对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制电热水器企业人均销售率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制电热水器企业亏损面对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制电热水器企业销售利润率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制电热水器企业资金利税率对比

图表：2009年1-9月电热水器产量北京市统计

图表：2009年1-9月电热水器产量天津市统计

图表：2009年1-9月电热水器产量河北省统计

图表：2009年1-9月电热水器产量内蒙古统计

图表：2009年1-9月电热水器产量辽宁省统计

图表：2009年1-9月电热水器产量吉林省统计

图表：2009年1-9月电热水器产量黑龙江统计

图表：2009年1-9月电热水器产量上海市统计

图表：2009年1-9月电热水器产量江苏省统计

图表：2009年1-9月电热水器产量浙江省统计

图表：2009年1-9月电热水器产量安徽省统计

图表：2009年1-9月电热水器产量福建省统计

图表：2009年1-9月电热水器产量江西省统计

图表：2009年1-9月电热水器产量山东省统计

图表：2009年1-9月电热水器产量河南省统计

图表：2009年1-9月电热水器产量湖北省统计
图表：2009年1-9月电热水器产量湖南省统计
图表：2009年1-9月电热水器产量广东省统计
图表：2009年1-9月电热水器产量广西区统计
图表：2009年1-9月电热水器产量海南省统计
图表：2009年1-9月电热水器产量四川省统计
图表：2009年1-9月电热水器产量云南省统计
图表：2009年1-9月电热水器产量陕西省统计
图表：2009年1-9月电热水器产量甘肃省统计
图表：2009年1-9月电热水器产量青海省统计
图表：2009年1-9月电热水器产量宁夏区统计
图表：2009年1-9月电热水器产量新疆区统计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/140346.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。