



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国厨具市场深度 研究与产品盈利预测分析报告

一、调研说明

《2010-2015年中国厨具市场深度研究与产品盈利预测分析报告》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/147830.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

摘要

目前市场上的厨房用具，从面层材料材质分析，主要有以下8种组合：不锈钢台面、三聚氢氨阻燃板柜橱门扇；不锈钢台面、防火板圆弧门扇；不锈钢台面、门扇及桶身；防火板台面、三聚氢氨板门扇；防火板台面、门扇；国产人造大理石台面、防火板门扇；进口人造结晶石台面、防火板门扇；进口实体面材台面、防火板门扇等。这些材质都可归纳为4个类别，它们的特点如下：

- 1、不锈钢材料装饰效果都较差。
- 2、防火板材料能力优于不锈钢，具有很好的加工性能、装饰性和抗污能力。
- 3、人造大理石材料：装饰性强，防火性能好，但抗污染能力不如防火板。
- 4、实体面材：装饰性、防火性、抗污染性能都很好，不过价格过于昂贵，一般家庭无法承受，所以当前市场上是以防火板为家庭厨房用具的主导材料。

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、国家经济信息中心、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国厨具行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区厨具市场的发展状况、厨具消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国厨具市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对厨具未来发展趋势进行了研判，是厨具生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前厨具行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

目录

第一章 厨具行业概况

第一节 厨具行业相关概念

一、厨具的含义

二、厨具的分类

三、厨具行业特点

第二节 厨具选择的方法

一、选择厨具的原则

二、成套厨具的选购

三、厨具部件的选购

第二章 2009-2010年中国厨具行业发展状况综述

第一节 2009-2010年中国厨具行业发展现状

一、厨具行业市场格局分析

二、厨具用品的包装变化

三、厨具市场消费层次分析

第二节 2009-2010年中国厨具市场发展分析

一、2010年世博会推升高端厨具市场

二、金华市塑料餐厨具出口分析

三、高新技术对厨具市场的影响

四、厨用电器市场发展态势

第三章 2009-2010年中国厨具行业发展环境分析

第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入分析

三、全社会固定资产投资分析

四、进出口总额及增长率分析

五、社会消费品零售总额

第二节 2009-2010年中国厨具行业政策分析

一、厨具环保标准分析

二、厨房家具及设备模数标准分析

三、厨具进出口政策分析

第三节 2009-2010年中国厨具产业社会环境分析

第四章 2005-2010年中国家用厨房电器具制造业运行经济指标监测与分析

第一节 2006-2009年中国家用厨房电器具制造业数据统计与监测分析

一、2006-2009年中国家用厨房电器具制造业企业数量增长分析

二、2006-2009年中国家用厨房电器具制造业从业人数调查分析

三、2005-2009年中国家用厨房电器具制造业总销售收入分析

四、2005-2009年中国家用厨房电器具制造业利润总额分析

五、2005-2009年中国家用厨房电器具制造业投资资产增长性分析

第二节 2010年1-2月中国家用厨房电器具制造业最新数据统计与监测分析

一、企业数量与分布

二、销售收入

三、利润总额

四、从业人数

第三节 2010年1-2月中国家用厨房电器具制造业投资状况监测

一、行业资产区域分布

二、主要省市投资增速对比

第五章 2007-2009年中国厨具产品产量数据统计分析

第一节 电冰箱

一、2007-2008年全国及重点省市电冰箱产量分析

二、2009年全国及重点省市电冰箱产量分析

三、全国及主要省份电冰箱产量增长性分析

第二节 微波炉

一、2007-2008年全国及重点省市微波炉产量分析

二、2009年全国及主要省份微波炉产量分析

三、全国及主要省份微波炉产量增长性分析

第三节 电饭锅

一、2007-2008年全国及重点省市电饭锅产量分析

二、2009年全国及重点省市电饭锅产量分析

三、全国及主要省份电饭锅产量分析

第四节 吸油烟机

一、2007-2008年全国及重点省市吸油烟机产量分析

二、2009年全国及重点省市吸油烟机产量分析

三、全国及主要省份吸油烟机产量增长性分析

第五节 燃气灶具

一、2007-2008年全国及重点省市燃气灶具产量分析

二、2009年全国及重点省市燃气灶具产量分析

三、全国及主要省份燃气灶具产量增长性分析

第六章 2006-2009年中国厨具主要产品市场进出口数据分析

第一节 2006-2009年中国电磁炉进出口数据统计情况（85166010）

一、2006-2009年中国电磁炉出口量统计

二、2006-2009年中国电磁炉出口量统计

三、2006-2009年中国电磁炉进出口金额统计

第二节 2006-2009年中国电饭锅进出口数据统计情况（85166030）

一、2006-2009年中国电饭锅出口量统计

二、2006-2009年中国电饭锅出口量统计

三、2006-2009年中国电饭锅进出口金额统计

第三节 2006-2009年中国微波炉进出口数据统计情况（85165000）

一、2006-2009年中国微波炉出口量统计

二、2006-2009年中国微波炉出口量统计

三、2006-2009年中国微波炉进出口金额统计

第四节 2006-2009年中国抽油烟机进出口数据统计情况（84146010）

一、2006-2009年中国抽油烟机出口量统计

二、2006-2009年中国抽油烟机出口量统计

三、2006-2009年中国抽油烟机进出口金额统计

第七章 2009-2010年中国厨具细分市场动态分析

第一节 2009-2010年微波炉市场分析

一、2009年微波炉市场现状

二、国内微波炉消费市场发展分析

三、2009年微波炉市场关键词分析

四、2010年一月微波炉市场零售量分析

五、微波炉市场的发展机遇和瓶颈分析

六、2009年微波炉品牌分析

七、微波炉市场发展前景分析

第二节 2009-2010年电烤箱市场分析

一、电烤箱推动厨房家电新变革

二、烹饪习惯改变电烤箱市场

三、电烤箱品牌集中度提高

四、2009年电烤箱重点企业产销分析

五、2009年中山地区电烤箱年出口分析

六、2009年电烤箱品牌分析

七、电烤箱市场前景

第三节2009-2010年吸油烟机市场分析

一、中国吸油烟机发展史

二、2009年中国吸油烟机市场分析

三、中高端吸油烟机市场分析

四、近吸式吸油烟机市场分析

五、侧吸油烟机市场分析

六、2009年吸油烟机品牌分析

七、2010年油烟机市场前景

第四节2009-2010年燃气灶市场分析

一、2009年燃气灶市场分析

二、燃气灶市场集中度分析

三、2009年11月燃气灶市场零售量前10位畅销型号

四、2009年燃气灶品牌分析

五、节能燃气灶的市场前景分析

第五节2009-2010年电饭锅市场分析

一、电饭锅节能标准分析

二、2009年电饭锅企业市场发展分析

三、2009年电饭锅品牌分析

第六节2009-2010年电磁炉市场分析

一、2009年电磁炉市场格局分析

二、2009年电磁炉行业市场份额分析

三、2009年电磁炉品牌分析

四、2010年1月电磁炉市场零售量分析

第七节2009-2010年洗碗机市场分析

一、2009年洗碗机市场现状分析

二、2010年洗碗机市场发展态势

三、2009年洗碗机品牌分析

四、家庭洗碗机市场巨大

第八节2009-2010年消毒柜市场分析

一、消毒柜市场发展困境

二、微波型消毒柜市场分析

三、消毒柜品牌分析

第九节2009-2010年炊具市场分析

一、炊具市场格局分析

二、硅橡胶炊具市场分析

三、炊具市场三大新趋势

第十节2009-2010年整体厨房市场分析

一、2009年整体厨房市场发展现状

二、2009年整体厨房品牌分析

三、西式整体厨房市场分析

四、整体厨房发展趋势分析

五、整体厨房发展困境

第八章 2009-2010年中国厨具相关产业市场走势分析

第一节2009-2010年中国塑料市场分析

一、2009年中国塑料市场发展现状

二、2009年中国塑料制品产量分析

三、中国塑料工业发展趋势

四、世界塑料工业发展动向

五、西部塑料业发展分析

第二节2009-2010年中国钢铁市场分析

一、2009年钢铁市场发展回顾

二、2009年中国钢材产量分析

三、2009-2010年钢铁市场机会分析

四、2010年2月钢铁市场行情分析

五、2010年中国钢铁市场发展态势

六、2010-2015年中国钢铁市场发展重点与方向

第三节2009-2010年中国铜铝市场分析

一、2009年四季度铜铝市场分析

二、2009年铜材、铝材旺销原因分析

三、2007-2009年中国铜产量及增长性情况分析

四、2007-2009年中国铝产量及增长性情况分析

五、2010年中国铜铝市场及价格趋势

第四节2009-2010年中国陶瓷市场分析

- 一、2010年中国陶瓷出口市场需求分析
- 二、陶瓷新品牌市场份额分析
- 三、国内外陶瓷高端市场分析
- 四、2010年中国陶瓷消费市场趋势分析
- 五、2010年陶瓷砖行业市场前景分析

第九章 2009-2010年中国厨具行业市场营销策略分析

第一节2009-2010年中国厨具直销的策略

- 一、用稀有产品抢占市场空白点
- 二、从培养消费者购物习惯做起
- 三、做好小厨具的物流体系支撑

第二节2009-2010年中国厨具营销策略分析

- 一、厨具行业网络营销策略分析
- 二、厨具行业精准营销策略分析
- 三、应对恶性竞争的营销策略

第十章 2009-2010年中国厨具行业市场竞争格局分析

第一节2009-2010年中国厨具业市场竞争分析

- 一、厨具业竞争格局分析
- 二、中国橱柜市场竞争分析
- 三、不锈钢厨具竞争分析

第二节2009-2010年中国厨具企业市场竞争分析

- 一、2009年厨具企业竞争力分析
- 二、2009年厨具企业产品畅销指数分析
- 三、2009年厨具企业市场占有份额分析

第三节2009-2010年中国厨具企业竞争策略分析

- 一、坚守核心主业
- 二、构建优质渠道
- 三、整合优质资源
- 四、提升经营能力
- 五、明确品牌形象

六、调整市场策略

第十一章 2009-2010年中国厨具行业著名品牌企业竞争力分析

第一节 广东美的电器股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第二节 中山华帝燃具股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第三节 浙江苏泊尔炊具股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第四节 九阳股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第五节 宁波方太厨具有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第六节 宁波欧琳厨具有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第七节 杭州老板实业集团有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第八节 樱花卫厨有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第九节 杭州松下厨房电器有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第十节 飞利浦家电（苏州）有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第十二章 2010-2015年中国厨具行业投资机遇分析

第一节 金融危机给中国企业带来的机遇分析

- 一、为享受调控政策带来机遇
- 二、为搞好战略转型带来机遇
- 三、为吸引国际投资带来机遇
- 四、为招聘高端人才带来机遇

五、为实施战略重组带来机遇

六、为降低制造成本带来机遇

第二节 2010-2015年厨具行业投资前景与机会分析

一、2010-2015年厨具行业投资前景分析

二、2010-2015年厨具行业投资机会分析

第十三章 2010-2015年中国厨具行业投资风险分析

第一节 不锈钢厨具行业投资风险研究

第二节 厨具企业面临的风险分析

一、金融危机下中国企业面临的风险分析

二、金融危机给中国中小企业带来的风险

第三节 厨具企业战略规划不确定性风险分析

一、客观事件的不确定性风险

二、市场的不确定性风险

三、行业发展的不确定性风险

四、技术发展的不确定性风险

五、战略规划者的主观不确定性风险

六、执行过程的不确定性风险

七、工具方法的局限性风险

八、战略规划系统的不确定性风险

第十四章 2010-2015年中国厨具行业投资策略研究

第一节 厨具行业发展战略研究

一、技术开发战略

二、产业战略规划

三、业务组合战略

四、营销战略规划

五、区域战略规划

六、企业信息化战略规划

第二节 对中国厨具行业品牌的战略思考

一、品牌的基本含义

二、品牌战略在企业发展中的重要性

- 三、厨具行业品牌的特性和作用
- 四、厨具行业品牌的价值战略
- 五、厨具行业品牌竞争趋势
- 六、厨具行业企业品牌发展战略
- 七、厨具行业品牌竞争策略

第十五章 2010-2015年中国厨具行业发展趋势及预测分析

第一节 2010-2015年中国厨具行业发展潜力分析

- 一、厨具市场发展潜力
- 二、厨房格局变化

第二节 2010-2015年中国厨具行业发展趋势分析

- 一、厨具行业发展趋势
- 二、厨具产业趋势分析
- 三、2010年橱柜流行趋势

第十六章 2010-2015年中国厨具企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

- 一、厨具价格策略分析
- 二、厨具渠道策略分析

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 提高厨具企业竞争力的策略

- 一、提高中国厨具企业核心竞争力的对策
- 二、影响厨具企业核心竞争力的因素
- 三、提高厨具企业竞争力的策略

图表目录：

图表：2006-2009年家用厨房电器具制造业企业数量增长趋势图

图表：2006-2009年中国家用厨房电器具制造业亏损企业数量及亏损面情况变化图

图表：2006-2009年家用厨房电器具制造业累计从业人数及增长情况对比图

图表：2005-2009年中国家用厨房电器具制造业销售收入及增长趋势图

图表：2005-2009年中国家用厨房电器具制造业毛利率变化趋势图

图表：2005-2009年中国家用厨房电器具制造业利润总额及增长趋势图

图表：2006-2009年中国家用厨房电器具制造业总资产利润率变化图

图表：2005-2009年中国家用厨房电器具制造业总资产及增长趋势图

图表：2009-2010年中国家用厨房电器具制造业亏损企业对比图

图表：2010年1-2月中国家用厨房电器具制造业不同规模企业分布结构图

图表：2010年1-2月中国家用厨房电器具制造业不同所有制企业比例分布图

图表：2010年1-2月中国家用厨房电器具制造业主营业务收入与上年同期对比表

图表：2010年1-2月中国家用厨房电器具制造业收入前五位省市比例对比表

图表：2010年1-2月中国家用厨房电器具制造业销售收入排名前五位省市对比图

图表：2010年1-2月中国家用厨房电器具制造业收入前五位省区占全国比例结构图

图表：2010年1-2月中国家用厨房电器具制造业主营入同比增速前五省市对比 单位：千元

图表：2010年1-2月中国家用厨房电器具制造业主营业务收入增长速度前五省市增长趋势图

图表：2010年1-2月中国家用厨房电器具制造业利润总额及与上年同期对比图

图表：2010年1-2月中国家用厨房电器具制造业利润总额前五位省市统计表 单位：千元

图表：2010年1-2月中国家用厨房电器具制造业利润总额前五位省市对比图

图表：2010年中国家用厨房电器具制造业利润总额增长幅度最快的省市统计表 单位：千元

图表：2010年中国家用厨房电器具制造业利润总额增长最快省市变化趋势图

图表：2010年1-2月中国家用厨房电器具制造业从业人数与上年同期对比图

图表：2010年1-2月中国家用厨房电器具制造业资产总计及与上年同期对比图

图表：2010年1-2月中国家用厨房电器具制造业资产总计前五位省市统计表

图表：2010年1-2月中国家用厨房电器具制造业资产总计前五省市资产情况对比图

图表：2010年1-2月中国家用厨房电器具制造业资产总计前五位省市分布结构图

图表：2010年1-2月中国家用厨房电器具制造业资产增长幅度最快的省市统计表 单位：千元

图表：2010年1-2月中国家用厨房电器具制造业资产增速前五省市资产总计及增长趋势

图表：2009年厨具十大品牌榜

图表：2007-2008年全国及重点省市电冰箱产量分析

图表：2009年全国及重点省市电冰箱产量分析

图表：全国及主要省份电冰箱产量增长性分析

图表：2007-2008年全国及重点省市微波炉产量分析

图表：2009年全国及主要省份微波炉产量分析

图表：全国及主要省份微波炉产量增长性分析

图表：2007-2008年全国及重点省市电饭锅产量分析

图表：2009年全国及重点省市电饭锅产量分析

图表：全国及主要省份电饭锅产量分析

图表：2007-2008年全国及重点省市吸油烟机产量分析

图表：2009年全国及重点省市吸油烟机产量分析

图表：全国及主要省份吸油烟机产量增长性分析

图表：2007-2008年全国及重点省市燃气灶具产量分析

图表：2009年全国及重点省市燃气灶具产量分析

图表：全国及主要省份燃气灶具产量增长性分析

图表：2006-2009年中国电磁炉出口量统计

图表：2006-2009年中国电磁炉出口金额统计

图表：2006-2009年中国电磁炉进口量统计

图表：2006-2009年中国电磁炉进口金额统计

图表：2006-2009年中国电磁炉进出口价格分析

图表：2006-2009年中国电饭锅出口量统计

图表：2006-2009年中国电饭锅出口金额统计

图表：2006-2009年中国电饭锅进口量统计

图表：2006-2009年中国电饭锅进口金额统计

图表：2006-2009年中国电饭锅进出口价格分析

图表：2006-2009年中国微波炉出口量统计

图表：2006-2009年中国微波炉出口金额统计

图表：2006-2009年中国微波炉进口量统计

图表：2006-2009年中国微波炉进口金额统计

图表：2006-2009年中国微波炉进出口价格分析

图表：2006-2009年中国抽油烟机出口量统计

图表：2006-2009年中国抽油烟机出口金额统计

图表：2006-2009年中国抽油烟机进口量统计

图表：2006-2009年中国抽油烟机进口金额统计

图表：2006-2009年中国抽油烟机进出口价格分析

图表：2010年1月微波炉市场零售量前10畅销型号

图表：微波炉城镇百户拥有量分析

图表：2009年十大微波炉品牌分析

图表：2009年八大电烤箱品牌分析

图表：2008年10月到2009年10月油烟机全部市场产品结构零售量占有率变化趋势

图表：2009年十大吸油烟机品牌分析

图表：09年11月燃气灶市场零售量前10位畅销型号

图表：2009年十大燃气灶品牌分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/147830.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提供专业投资咨询报告、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。