



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国电动剃须刀市场深度调研与发展前景研究报告

一、调研说明

《2011-2015年中国电动剃须刀市场深度调研与发展前景研究报告》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/186046.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

电动剃须刀虽然使用人群有限，但是,作为男士们的生活常备电器，其市场走向却也折射出我国小家电市场的发展情况。日前发布的相关调查数据显示，电动剃须刀市场需求量不断扩大，中高端产品在整个市场中的占比逐步增大。

《2011-2015年中国电动剃须刀市场深度调研与发展前景研究报告》系统全面的调研了电动剃须刀产品的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

《2011-2015年中国电动剃须刀市场深度调研与发展前景研究报告》以产品微观部分作为调研重点，采用纵向分析和横向对比相结合的方法，分别对电动剃须刀产的国内外生产消费情况、原材料市场情况、产品技术情况、产品市场竞争情况、重点企业发展情况、产品品牌价值以及产品营销渠道和营销策略等方面进行深入的调研分析。

在数据处理方面，报告以调研数据和国家统计局数据、海关进出口数据、公司调研数据等为基础数据，为保证报告的翔实、准确可靠、数据之间具有可比性，报告对统计样本数据进行必要的筛选、分组，将宏观样本数据、微观样本数据紧密结合,并采用定量分析为主（包括经济统计模型的应用），定量与定性分析相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息。同时采用统计图表等多种形式将分析结果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度为企业的系统完整的参考信息，同时也增加了报告研究结论的客观性和可靠性。

第一章 2010-2011年世界电动剃须刀行业整体运营状况分析

第一节 2010-2011年世界电动剃须刀行业市场发展格局

一、世界电动剃须刀市场特征分析

二、世界电动剃须刀品牌综述

三、世界电动剃须刀市场动态分析

第二节 2010-2011年世界主要国家电动剃须刀市场运行分析

一、美国

二、日本

三、德国

第三节 2011-2015年世界电动剃须刀行业发展趋势分析

第二章 2010-2011年中国电动剃须刀行业市场发展环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2010-2011年中国电动剃须刀市场政策环境分析

- 一、扩大内需保增长政策解析
- 二、电动剃须刀进出口政策分析
- 三、电动剃须刀相关行业政策

第三节 2010-2011年中国电动剃须刀市场社会环境分析

第三章 2010-2011年中国电动剃须刀行业市场运行态势剖析

第一节 2010-2011年中国电动剃须刀市场现状综述

- 一、电动剃须刀市场运行特点分析
- 二、电动剃须刀企业规模及分布
- 三、电动剃须刀技术分析

第二节 2010-2011年中国剃须刀行业生产基地特点与优势

- 一、专业化分工协作的特色产业区
- 二、国家级区域品牌
- 三、具备自主知识产权的专利产品
- 四、构筑国内、国际市场营销网络

第三节 2010-2011年中国电动剃须刀行业存在的问题分析

第四章 2010-2011年中国电动剃须刀市场运营态势分析

第一节 2010-2011年中国剃须刀行业供给能力分析

- 一、市场供给总体规模
- 二、市场供给产品结构
- 三、市场容量分析
- 四、企业地域分布

第二节 2010-2011年中国剃须刀市场需求分析

- 一、电动剃须刀行业最受关注十大品牌
- 二、电动剃须刀市场品牌市场占有率

三、中国剃须刀行业市场需求总量

第三节 不同区域的需求分析

一、城市市场

二、农村市场

第四节2010-2011年中国电动剃须刀价格分析

第五章2010-2011年中国电动剃须刀行业市场销售渠道运行态势分析

第一节2010-2011年中国电动剃须刀行业市场销售渠道特点

一、垂直层次代理为主的渠道结构

二、区域商场为主渠道终端

三、公司直营制的混合渠道结构

第二节2010-2011年中国电动剃须刀行业市场销售渠道分类

一、大型商场专柜

二、零售卖场超市

三、中小型专卖店

四、流通批发市场

第三节2011-2015年中国电动剃须刀市场营销策略分析

一、品牌定位准确

二、目标市场进行价格覆盖

三、市场传播渠道及方式

四、呈现清晰卖点

第六章 2008-2010年中国家用美容、保健电器具制造行业主要数据监测分析

第一节2008-2010年中国家用美容、保健电器具制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节2010年中国家用美容、保健电器具制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节2006-2010年中国家用美容、保健电器具制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节2006-2010年中国家用美容、保健电器具制造行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节2006-2010年中国家用美容、保健电器具制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第七章 2010-2011年中国电动剃须刀市场消费调查分析

第一节 消费者使用过的剃须刀种类调查分析

第二节 消费者购买剃须刀时关注度调查分析

第三节 消费者使用的电动剃须刀种类调查分析

第四节 消费者在使用过程中关注点调查分析

第五节 消费者更换剃须刀的原因调查分析

第六节 消费者经常用何种方式清除剃须刀中的胡茬

第七节 消费者平时收藏剃须刀方式调查分析

第八节 您在旅行时是否愿意携带剃须刀？

第九节 您在购买剃须刀时能接受的价位是多少？

第十节 电动剃须刀满意度调查分析

一、外观设计

二、价格

三、品牌

第八章 2010-2011年中国电动剃须刀产业市场竞争格局透析

第一节2010-2011年中国电动剃须刀行业竞争现状

一、国际品牌引领潮流

二、中低端市场国内品牌惨烈厮杀

三、价格竞争分析

第二节2010-2011年中国电动剃须刀行业集中度分析

一、电动剃须刀市场集中度分析

二、电动剃须刀区域集中度分析

第三节 2010-2011年中国电动剃须刀企业提升竞争力策略分析

第九章2010-2011年中国电动剃须刀重点企业竞争力分析

第一节 松下电工·万宝电器(广州)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 博朗（上海）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 倍雅电子护理制品（苏州）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 浙江飞科电器有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 卓亚士电子(深圳)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 舒适刀片(广州)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 上海贝印刃具有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 宁波市开利刀片制造有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 慈溪市日威电器有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十节 宁波真汉子电器有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十章 2011-2015年中国电动剃须刀行业发展趋势与前景展望

第一节 2011-2015年中国电动剃须刀行业发展趋势分析

- 一、款式设计趋势分析
- 二、电动剃须刀市场营销趋势分析
- 三、未来行业技术开发方向

第二节 2011-2015年中国电动剃须刀行业市场预测分析

- 一、电动剃须刀供给情况预测分析
- 二、电动剃须刀需求情况预测分析

第三节 2011-2015年中国电动剃须刀市场盈利预测分析

第十一章 2011-2015年中国电动剃须刀行业投资机会与风险规指引

第一节 2011-2015年中国电动剃须刀行业投资周期分析

第二节 2011-2015年中国电动剃须刀行业投资机会分析

- 一、电动剃须刀投资潜力分析
- 二、电动剃须刀投资吸引力分析

第三节 2011-2015年中国电动剃须刀行业投资风险预警

- 一、宏观调控政策风险
- 二、市场竞争风险

三、原料供给风险

四、市场运营机制风险

第四节2011-2015年中国电动剃须刀行业投资规划指引

图表目录（部分）：

图表：2006-2010年国内生产总值

图表：2006-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2010年年末国家外汇储备

图表：2006-2010年财政收入

图表：2006-2010年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2010年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：……

更多图表详见正文……

通过《2011-2015年中国电动剃须刀市场深度调研与发展前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/186046.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。