



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年中国电水瓶行业深度调研与投资策略研究咨询报告

# 一、调研说明

《2012-2016年中国电水瓶行业深度调研与投资策略研究咨询报告》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/208579.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

电热水瓶巨大的市场，几乎使所有家电品牌都参与到电热水瓶这一行业的竞争中。事实上，在各种大小家电业竞争日趋白热化的今天，电热水瓶行业的发展有着很好的契机。首先，在世界电热水瓶消费最大的欧洲市场，由于英国人有爱喝茶的习惯，其电热水瓶的普及率已达80-90%，居世界第一位，且更新换代的速度很快。而在几乎人人喝茶的中国，目前电热水瓶的家庭拥有率尚不足3%。这对于电热水瓶行业来说，市场前景可观。其次，虽然目前我国饮水机的普及率很高，但由于饮水机存在体积大，水温不够高，无法达到对生水高温消毒，需重复加热，使用不当存在二次污染等问题，也为电热水瓶行业提供了机会，随着我国经济水平的发展，所以在今后的几年中电热水瓶市场慢慢会从城市普及到农村。这样电热水瓶给各小家电生产企业带广阔的市场前景。

2007年起，电水瓶厂家犹如雨后春笋在珠三角地区出现，特别是廉江区域，以龙力为代表的廉江电器企业纷纷上线电水瓶产品，短短几个月时间，近10家本地企业电水瓶全套生产争相上线，犹如电饭煲经验的复制与传播。到了2010年下半年开始廉江电水瓶呈现爆发式增长态势，廉江当地近二百家的家电企业无一例外不生产电水瓶，有规模的企业月产量甚至达50万台以上，威王、威多福、众星和华强等当地知名企业均已配备完整的生产线批量生产。有了量的支撑，恶性竞争终于在2011年全面爆发。一把由廉江出厂的电水瓶出厂价竟然低至30元以下。

中国已成为世界最大电水瓶市场。但由于入门门槛相对低，电水瓶山寨厂一直存在，同时相关标准规范与引导还不完善，因此造成竞争局势相对混乱。受外部因素及恶性竞争综合原因影响，2011年有近百家此类厂家由于无法承担开支都导致倒闭，能最终坚持下来的大部分都是坚持了品质为先的产品制造原则。按照目前的市场竞争局势分析，美的、九阳、苏泊尔形成的三足鼎力态势占据一二线市场以外，珠三角的一些电水瓶专业制造企业还是能稳定占领三四线市场份额，特别是通过技术和营销手段创新市场的品牌。2011年底部分中小型电水瓶厂家开始突围创新，比如养生壶、抽水壶等，从里到外对产品进行新定位，开辟蓝海市场，认为2012年电水瓶必将成为崛起的新热点，电水瓶的市场需求潜力还是巨大。

本研究咨询报告由咨询公司领衔撰写，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、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国家电协会、国内外相关刊物杂志的基础信息以及电水瓶研究单位等公布和提供的大量资料，结合公司对电水瓶相关企业的实地调查，对我国电水瓶行业发展现状与前景、生产销售与进出口、发展趋势与规划建设等进行深入研究，并重点分析了电水瓶需求市场。报告揭示了电水瓶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。

## 第一部分 行业运行现状

### 第一章 电水瓶行业发展概述 1

#### 第一节 电水瓶的相关概述 1

##### 一、电水瓶的定义 1

##### 二、电水瓶的功能 1

##### 三、电水瓶的特点 1

#### 第二节 电水瓶的分类 3

#### 第三节 电水瓶的发展历史 4

### 第二章 中国电水瓶行业运行环境分析 9

#### 第一节 2011-2012年中国经济环境分析 9

##### 一、宏观经济 9

##### 二、工业形势 31

##### 三、固定资产投资 37

#### 第二节 2011-2012年中国电水瓶行业发展政策环境分析 39

##### 一、行业政策影响分析 39

##### 二、相关行业标准分析 53

#### 第三节 2011-2012年中国电水瓶行业发展社会环境分析 67

##### 一、居民消费水平分析 67

##### 二、工业发展形势分析 92

### 第三章 中国电水瓶行业发展分析 101

#### 第一节 2011-2012年电水瓶市场发展现状 101

##### 一、电水瓶行业品牌发展现状 101

##### 二、电水瓶行业消费市场现状 102

##### 三、电水瓶市场需求结构分析 103

#### 第二节 2011-2012年电水瓶市场产销分析 105

##### 一、2011-2012年电水瓶行业现状 105

##### 二、2011-2012年电水瓶产量分析 107

##### 三、2011-2012年电水瓶销量分析 108

### 第三节 2011-2012年电水瓶市场总体分析 110

#### 一、2011-2012电水瓶市场规模 110

#### 二、2011-2012电水瓶市场快速增长 111

#### 三、2011-2012电水瓶市场需求形势 112

## 第二部分 行业深入研究

### 第四章 电水瓶产品生产调查 115

#### 第一节 国内产量统计 115

##### 一、产品构成 115

##### 二、产量统计数据 116

#### 第二节 地域产出结构 116

#### 第三节 企业市场集中度 116

#### 第四节 产品生产成本 117

### 第五章 电水瓶产品消费调查 119

#### 第一节 产品消费量调查 119

#### 第二节 电水瓶专题研究调查 120

#### 第三节 消费群体调查 125

##### 一、消费群体构成 125

##### 二、不同群体消费特点 125

##### 三、消费市场需求调查 125

#### 第四节 消费区域市场调查 126

#### 第五节 品牌满意度调查 131

##### 一、品牌结构 131

##### 二、品牌地域性差异调查 132

##### 三、品牌满意度 132

#### 第六节 需求调查 132

##### 一、电水瓶需求调查 132

##### 二、饮茶使用需求调查 134

#### 第七节 渠道调查 134

##### 一、销售渠道分析 134

##### 二、消费场所构成 134

## 第六章 电水瓶产品进出口市场调查 136

### 第一节 进口市场 136

#### 一、进口产品结构 136

#### 二、进口地域格局 136

### 第二节 电水瓶产品出口市场 136

#### 一、出口产品结构 136

#### 二、出口地域格局 138

#### 三、出口区域市场分析 138

### 第三节 电水瓶产品进出口政策 140

## 第七章 电水瓶市场上下游市场调查 142

### 第一节 原材料市场 142

#### 一、电水瓶上游原材料构成 142

#### 二、国内产销量 143

#### 三、原材料价格走势 153

#### 四、主要供应企业供应量 173

#### 五、产业政策 175

### 第二节 消费市场 178

#### 一、电水瓶消费市场构成 178

#### 二、电水瓶消费市场结构变化趋势 178

#### 三、电水瓶下游市场相关政策 179

### 第三节 产业链运行分析 180

#### 一、电水瓶产业环境分析 180

#### 二、上下游关联度分析 180

## 第三部分 行业竞争格局

## 第八章 中国电水瓶行业竞争分析 183

### 第一节 2011-2012年电水瓶市场竞争格局分析 183

#### 一、电水瓶市场集中度分析 183

#### 二、电水瓶区域集中度分析 183

#### 三、电水瓶企业集中度分析 183

### 第二节 2011-2012年电水瓶市场部分地区竞争格局分析 184

- 一、北京电水瓶市场竞争格局分析 184
- 二、上海电水瓶市场竞争格局分析 184
- 三、广州电水瓶市场竞争格局分析 185
- 第三节 2011-2012年电水瓶市场竞争策略分析 185
  - 一、电水瓶市场竞争格局分析 185
  - 二、电水瓶市场竞争战略设计 190
  - 三、电水瓶市场竞争战略实施 191

## 第九章 电水瓶重点企业分析 198

### 第一节 三洋 198

- 一、企业概况 198
- 二、品牌优势分析 198
- 三、产品价格段分布 199
- 四、2011-2012年经营分析 199
- 五、2012-2016年发展战略 200

### 第二节 虎牌 200

- 一、企业概况 200
- 二、品牌优势分析 201
- 三、产品价格段分布 201
- 四、2011-2012年经营分析 201
- 五、2012-2016年发展战略 202

### 第三节 松下 202

- 一、企业概况 202
- 二、品牌优势分析 203
- 三、产品价格段分布 204
- 四、2011-2012年经营分析 204
- 五、2012-2016年发展战略 205

### 第四节 象印 206

- 一、企业概况 206
- 二、品牌优势分析 206
- 三、产品价格段分布 207
- 四、2011-2012年经营分析 207

## 五、2012-2016年发展战略 209

### 第五节 龙的 210

#### 一、企业概况 210

#### 二、品牌优势分析 210

#### 三、产品价格段分布 211

#### 四、2011-2012年经营分析 211

#### 五、2012-2016年发展战略 213

### 第六节 天际 214

#### 一、企业概况 214

#### 二、品牌优势分析 214

#### 三、产品价格段分布 216

#### 四、2011-2012年经营分析 216

### 第七节 尚朋堂 216

#### 一、企业概况 216

#### 二、品牌优势分析 217

#### 三、产品价格段分布 218

#### 四、2011-2012年经营分析 218

### 第八节 格兰仕 219

#### 一、企业概况 219

#### 二、品牌优势分析 221

#### 三、产品价格段分布 221

#### 四、2011-2012年经营分析 221

#### 五、2012-2016年发展战略 222

### 第九节 利仁 225

#### 一、企业概况 225

#### 二、品牌优势分析 226

#### 三、产品价格段分布 227

### 第十节 荣事达 227

#### 一、企业概况 227

#### 二、品牌优势分析 228

#### 三、产品价格段分布 229

#### 四、2011-2012年经营分析 229



五、2012-2016年发展战略 233

第十一节 美的 234

一、企业概况 234

二、品牌优势分析 235

三、产品价格段分析 235

四、2011-2012年经营分析 236

五、2012-2016年发展战略 239

#### 第四部分 行业趋势预测

第十章 中国电水瓶行业发展前景分析 241

第一节 2012-2016年电水瓶市场发展前景分析 241

一、2012-2016年电水瓶市场发展潜力分析 241

二、2012-2016年电水瓶市场发展前景分析 243

第二节 对电水瓶市场发展预测 244

一、2012-2016年电水瓶市场供给预测 244

二、2012-2016年电水瓶市场规模预测 246

第三节 2012-2016年电水瓶市场发展趋势 247

一、2012-2016年电水瓶主要产品发展趋势 247

二、2012-2016年电水瓶市场发展趋势 249

三、2012-2016年电水瓶技术发展趋势 254

#### 第五部分 投资战略研究

第十一章 中国电水瓶整体行业发展规划分析 259

第一节 2012-2016年家电行业发展规划分析 259

一、家电行业“十一五”规划回顾 259

二、家电行业“十二五”面临形势 264

三、家电行业“十二五”规划目标 267

四、家电行业“十二五”规划措施 280

第二节 2012-2016年电水瓶行业发展规划分析 283

一、电水瓶行业发展机遇分析 283

二、电水瓶行业发展机会分析 285

三、电水瓶行业发展规划分析 287

## 第十二章 中国电水瓶行业投资分析 291

### 第一节 2012-2016年电水瓶行业投资分析 291

#### 一、电水瓶市场投资现状 291

#### 二、电水瓶市场投资机会分析 292

#### 三、对电水瓶行业投资分析 294

### 第二节 2012-2016年电水瓶行业投资风险分析 295

#### 一、电水瓶市场竞争风险分析 295

#### 二、电水瓶行业政策风险分析 295

#### 三、电水瓶市场消费者使用感知风险分析 296

#### 四、电水瓶市场其他风险分析 298

### 第三节 2012-2016年电水瓶行业投资战略分析 299

#### 一、电水瓶市场投资策略分析 299

#### 二、电水瓶细分市场投资策略分析 300

#### 三、对电水瓶行业投资建议 301

## 第十三章 中国电水瓶行业发展战略研究 303

### 第一节 市场策略分析 303

#### 一、电水瓶价格策略分析 303

#### 二、电水瓶渠道策略分析 304

### 第二节 销售策略分析 311

#### 一、媒介选择策略分析 311

#### 二、产品定位策略分析 318

#### 三、企业宣传策略分析 318

### 第三节 对我国电水瓶品牌的战略思考 327

#### 一、企业品牌的重要性 327

#### 二、电水瓶实施品牌战略的意义 328

#### 三、电水瓶企业品牌的现状分析 329

#### 四、我国电水瓶企业的品牌战略 333

#### 五、电水瓶品牌战略管理的策略 339

### 第四节 电水瓶企业经营管理策略 342

#### 一、成本控制策略 342

#### 二、定价策略 342

- 三、竞争策略 349
- 四、并购重组策略 353
- 五、营销策略 355
- 六、人力资源 356
- 七、财务管理 358

## 图表目录

- 图表：全套温控器总成 4
- 图表：温控器位置图 5
- 图表：2006-2011年国内生产总值及其增长速度 9
- 图表：2011年居民消费价格月度涨跌幅度 10
- 图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度 10
- 图表：2011年新建商品住宅月环比价格变化情况 11
- 图表：2006-2011年城镇新增就业人数 11
- 图表：2006-2011年国家外汇储备及其增长速度 12
- 图表：2006-2011年公共财政收入及其增长速度 12
- 图表：2006-2011年粮食产量及其增长速度 13
- 图表：2006-2011年全部工业增加值及其增长速度 14
- 图表：2011年主要工业产品产量及其增长速度 14
- 图表：2011年规模以上工业企业实现利润及其增长速度 15
- 图表：2006-2011年建筑业增加值及其增长速度 16
- 图表：2006-2011年全社会固定资产投资及其增长速度 17
- 图表：2011年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 17
- 图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力 18
- 图表：2011年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度 19
- 图表：2006-2011年社会消费品零售总额及其增长速度 19
- 图表：2011年货物进出口总额及其增长速度 20
- 图表：2011年主要商品出口数量、金额及其增长速度 21
- 图表：2011年主要商品进口数量、金额及其增长速度 21
- 图表：2011年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 21
- 图表：2006-2011年货物进出口总额 22
- 图表：2011年非金融领域外商直接投资及其增长速度 22

图表：2011年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 23

图表：2011年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 23

图表：2006-2011年年末电话用户数 24

图表：2011年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度 25

图表：2006-2011年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 26

图表：2011年年末人口数及其构成 28

图表：2006-2011年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 29

图表：2006-2011年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 29

图表：2011年1-12月规模以上工业生产主要数据 32

图表：2010-2011年规模以上工业增加值增速 33

图表：2011年东、中、西部规模以上工业增加值增速 34

图表：2010-2011年发电量及增速 34

图表：2010-2011年钢铁产量及增速 34

图表：2010-2011年水泥产量及增速 35

图表：2010-2011年原油加工量及增速 35

图表：2010-2011年有色金属产量及增速 35

图表：2010-2011年乙烯产量及增速 36

图表：2010-2011年汽车产量及增速 36

图表：2010-2011年轿车产量及增速 36

图表：2006-2011年全社会固定资产投资及其增长速度 37

图表：水质常规指标及限值 47

图表：饮用水中消毒剂常规指标及要求 48

图表：水质非常规指标及限值 48

图表：农村小型集中式供水和分散式供水部分水质指标及限值 50

图表：生活饮用水水质参考指标及限值 53

图表：测量仪表的准确度要求 59

图表：电水壶热效率的计算公式 65

图表：2011年居民消费价格月度涨跌幅度 69

图表：2011年居民消费价格同比涨幅 70

图表：2011年1-12月社会消费品零售总额 71

图表：2012年1-5月社会消费品零售总额 71

图表：2011年1-12月商品零售价格分类指数 72

图表：2012年1-5月商品零售价格分类指数 72

图表：2006-2011年农村居民人均收入及其增长速度 73

图表：2006-2011年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 73

图表：2011年全国城乡居民收入 76

图表：2011年全国农村居民收入结构 77

图表：2011年全国城镇居民收入结构 77

图表：1978-2010年城乡居民收入增长情况 77

图表：1978-2010年城乡居民收入比 78

图表：2006-2011年人口及其自然增长率变化趋势 79

图表：2006-2011年出生人口性别比变化情况 79

图表：2011年末各年龄段人口比重 80

图表：2006-2011年各年龄段人口比重变化情况 81

图表：2006-2011年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 82

图表：2011年电水瓶/电水壶各品牌占有率情况 101

图表：2011年10月电水瓶/电水壶各品牌占有率情况 102

图表：2005-2008年国内电热水壶及温控器市场规模情况 104

图表：2007-2011年电热水壶市场同比增长变化 105

图表：2007-2011年电热水壶市场材质零售量占比变化 106

图表：温控器及电热水壶行业经营模式 107

图表：2011年电水瓶行业销量情况 108

图表：2009年电水瓶/电水壶各价格段所占比例 109

图表：电热水壶不同档次产品销量、价格结构 115

图表：2011年电水瓶行业产量情况 116

图表：2011年4月深圳电水瓶/电水壶前10名市场占有率（%）及均价（元） 126

图表：2011年4月武汉电水瓶/电水壶前10名市场占有率（%）及均价（元） 126

图表：2011年4月成都电水瓶/电水壶前10名市场占有率（%）及均价（元） 127

图表：2011年4月天津电水瓶/电水壶前10名市场占有率（%）及均价（元） 127

图表：2011年4月沈阳电水瓶/电水壶前10名市场占有率（%）及均价（元） 127

图表：2011年4月西安电水瓶/电水壶前10名市场占有率（%）及均价（元） 128

图表：2011年4月宁波电水瓶/电水壶前10名市场占有率（%）及均价（元） 128

图表：2011年4月长沙电水瓶/电水壶前10名市场占有率（%）及均价（元） 129

图表：2011年4月南京电水瓶/电水壶前10名市场占有率（%）及均价（元） 129

图表：2011年4月哈尔滨电水瓶/电水壶前10名市场占有率（%）及均价（元） 129

图表：2011年4月苏州电水瓶/电水壶前10名市场占有率（%）及均价（元） 130

图表：2011年4月杭州电水瓶/电水壶前10名市场占有率（%）及均价（元） 130

图表：2011年4月佛山电水瓶/电水壶前10名市场占有率（%）及均价（元） 130

图表：2012年5月电水瓶/电水壶国内市场品牌销量排名 131

图表：2012年5月电水瓶/电水壶品牌市场份额 132

图表：2009-2014年全球电热水瓶/电热水壶市场需求 133

图表：2009-2014年我国电热水瓶/电热水壶市场需求 133

图表：2009年电水瓶/电水壶产品渠道 135

图表：2007年全球电水瓶市场分布 138

图表：2008年全球电水瓶市场分布 139

图表：2005-2008年全球市场规模的增长情况 140

图表：电水瓶主要原辅材料价格变动情况 142

图表：2011年1-12月粗钢产量全国合计 144

图表：2011年1-12月粗钢产量北京市合计 145

图表：2011年1-12月粗钢产量天津市合计 145

图表：2011年1-12月粗钢产量河北省合计 145

图表：2011年1-12月粗钢产量山西省合计 145

图表：2011年1-12月粗钢产量内蒙古合计 145

图表：2011年1-12月粗钢产量辽宁省合计 145

图表：2011年1-12月粗钢产量吉林省合计 145

图表：2011年1-12月粗钢产量黑龙江合计 145

图表：2011年1-12月粗钢产量上海市合计 145

图表：2011年1-12月粗钢产量江苏省合计 146

图表：2011年1-12月粗钢产量浙江省合计 146

图表：2011年1-12月粗钢产量安徽省合计 146

图表：2011年1-12月粗钢产量福建省合计 146

图表：2011年1-12月粗钢产量江西省合计 146

图表：2011年1-12月粗钢产量山东省合计 146

图表：2011年1-12月粗钢产量河南省合计 146

图表：2011年1-12月粗钢产量湖北省合计 146

图表：2011年1-12月粗钢产量湖南省合计 147

图表：2011年1-12月粗钢产量广东省合计 147  
图表：2011年1-12月粗钢产量广西区合计 147  
图表：2011年1-12月粗钢产量重庆市合计 147  
图表：2011年1-12月粗钢产量四川省合计 147  
图表：2011年1-12月粗钢产量贵州省合计 147  
图表：2011年1-12月粗钢产量云南省合计 147  
图表：2011年1-12月粗钢产量陕西省合计 147  
图表：2011年1-12月粗钢产量甘肃省合计 148  
图表：2011年1-12月粗钢产量青海省合计 148  
图表：2011年1-12月粗钢产量新疆区合计 148  
图表：2012年1-6月粗钢产量全国合计 148  
图表：2012年1-6月粗钢产量北京市合计 148  
图表：2012年1-6月粗钢产量天津市合计 148  
图表：2012年1-6月粗钢产量河北省合计 148  
图表：2012年1-6月粗钢产量山西省合计 148  
图表：2012年1-6月粗钢产量内蒙古合计 149  
图表：2012年1-6月粗钢产量辽宁省合计 149  
图表：2012年1-6月粗钢产量吉林省合计 149  
图表：2012年1-6月粗钢产量黑龙江合计 149  
图表：2012年1-6月粗钢产量上海市合计 149  
图表：2012年1-6月粗钢产量江苏省合计 149  
图表：2012年1-6月粗钢产量浙江省合计 149  
图表：2012年1-6月粗钢产量安徽省合计 149  
图表：2012年1-6月粗钢产量福建省合计 150  
图表：2012年1-6月粗钢产量江西省合计 150  
图表：2012年1-6月粗钢产量山东省合计 150  
图表：2012年1-6月粗钢产量河南省合计 150  
图表：2012年1-6月粗钢产量湖北省合计 150  
图表：2012年1-6月粗钢产量湖南省合计 150  
图表：2012年1-6月粗钢产量广东省合计 150  
图表：2012年1-6月粗钢产量广西区合计 150  
图表：2012年1-6月粗钢产量重庆市合计 151

图表：2012年1-6月粗钢产量四川省合计 151

图表：2012年1-6月粗钢产量贵州省合计 151

图表：2012年1-6月粗钢产量云南省合计 151

图表：2012年1-6月粗钢产量陕西省合计 151

图表：2012年1-6月粗钢产量甘肃省合计 151

图表：2012年1-6月粗钢产量青海省合计 151

图表：2012年1-6月粗钢产量新疆区合计 151

图表：2007-2009年圣莱达生产情况 173

图表：2007-2009年圣莱达销售收入 174

图表：2007-2009年圣莱达产销情况 174

图表：2007-2009年圣莱达分地区销售情况 174

图表：2007-2009年圣莱达市场份额 175

图表：2009-2010年电水瓶/电水壶零售额同比增幅 178

图表：2009-2010年电水瓶/电水壶零售额份额 179

图表：电水瓶行业上下游关系图 180

图表：2005-2012年国内水加热生活电器行业的市场容量及增长趋势 181

图表：传统水加热生活电器存在的不同缺陷 182

图表：2011年4月北京电水瓶/电水壶前10名市场占有率（%）及均价（元） 184

图表：2011年4月上海电水瓶/电水壶前10名市场占有率（%）及均价（元） 184

图表：2011年4月广州电水瓶/电水壶前10名市场占有率（%）及均价（元） 185

图表：2011年日本松下电器公司经营情况 205

图表：2011年4月-2012年6月龙的电水瓶价格走势图 211

图表：2011年3月-2012年7月天际电水瓶价格走势图 216

图表：2011年11月-2012年7月台湾尚朋堂电水瓶价格走势图 218

图表：2011年4月-2012年7月格兰仕电水瓶价格走势图 221

图表：2012年利仁电水瓶价格走势图 227

图表：2011年合肥荣事达三洋电器股份有限公司经营分析（按行业构成） 229

图表：2011年合肥荣事达三洋电器股份有限公司经营分析（按产品构成） 229

图表：2011年合肥荣事达三洋电器股份有限公司经营分析（按地区构成） 230

图表：2011-2012年合肥荣事达三洋电器股份有限公司偿债能力 230

图表：2011-2012年合肥荣事达三洋电器股份有限公司资本结构 230

图表：2011-2012年合肥荣事达三洋电器股份有限公司经营效率 231



图表：2011-2012年合肥荣事达三洋电器股份有限公司获利能力 231  
图表：2011-2012年合肥荣事达三洋电器股份有限公司发展能力 232  
图表：2011-2012年合肥荣事达三洋电器股份有限公司现金流量 232  
图表：2011-2012年合肥荣事达三洋电器股份有限公司投资收益 232  
图表：2012年7月美的电水瓶价格走势图 235  
图表：2011年广东美的电器股份有限公司经营分析（按行业构成） 236  
图表：2011年广东美的电器股份有限公司经营分析（按产品构成） 236  
图表：2011年广东美的电器股份有限公司经营分析（按地区构成） 236  
图表：2011-2012年广东美的电器股份有限公司偿债能力 236  
图表：2011-2012年广东美的电器股份有限公司资本结构 237  
图表：2011-2012年广东美的电器股份有限公司经营效率 237  
图表：2011-2012年广东美的电器股份有限公司获利能力 238  
图表：2011-2012年广东美的电器股份有限公司发展能力 238  
图表：2011-2012年广东美的电器股份有限公司现金流量 238  
图表：2011-2012年广东美的电器股份有限公司投资收益 239  
图表：温控器产品生产流程图 251  
图表：温控器产品组装流程图 252  
图表：电热水壶生产工艺流程图 253  
图表：电热水壶产品质量国家监督抽查部分 质量较好的产品及其企业名单 297  
略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/208579.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](http://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。