



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2017年厨卫市场深度分析 与投资前景预测报告

## 一、调研说明

《2013-2017年厨卫市场深度分析与投资前景预测报告》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/235253.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

从目前行业内主要品牌的产品结构看，厨卫产品设计的覆盖面比较广，总的来说可以涉及到厨房和卫浴的所有产品从业内相对影响力较高的企业产品结构看，厨卫产品主要包括橱柜、吸油烟机、燃气灶具、消毒碗柜、燃气热水器、电热水器、电磁炉、电压力锅、电水壶、豆浆机、料理机、太阳能热水器、空气源热水器、集成吊顶、暖浴器等行业内除了美的这样的巨无霸企业外之外，几乎没有一个企业可以做到或已经囊括了以上所有的产品更多的是，某个企业在以上产品中的一项或几项相对比较专注或完善。认为：进大的家居卖场可以满足消费者一站购齐的愿望，进驻到大商场当中，是厨卫行业发展的趋势。不仅是厨卫业，整个家居建材业都是如此。进驻卖场不算是一种商业策略，只是迎合市场发展的举措。

厨卫电器新一轮促销应加长时间。拉动国民经济的“三驾马车”中投资和出口仍在放缓，扩大内需尤其是扩大消费成为推动经济平稳增长的关键领域。近期，国务院及多个部委都在积极推动或酝酿扩内需政策，包括国务院已启动的安排节能家电补贴撬动新一轮家电消费、工信部研究制定消费品工业增加有效供给促消费指导意见、商务部遴选二三线城市支持中小微企业等措施。这些品牌政策意味着新一轮扩大内需序幕的开启，厨卫电器十大品牌但由于大部分仍属短期刺激性质，促消费效果的持续性值得商榷，根本上仍有待提高居民收入、减免税收等方面建立长效机制入手。到2017年，中国厨卫行业的市场规模有望突破2000亿元。

2012年10月，国务院常务会议决定，中央财政安排363亿元，用于推广淋浴房十大品牌节能家电、高效照明、节能汽车和高效电机四大类产品。这是继家电“以旧换新”和“家电下乡”消费刺激政策之后又一项重要的促消费措施。国家发改委副秘书长赵家荣接受媒体采访时表示，上述措施预计拉动消费需求约4500亿元。除上述促消费接续政策之外，自2012年5月初开始，国家发改委、财政部、商务部和工信部等部门密集调研，酝酿新一轮扩大内需系列政策。工信部正在加紧研究制定消费品工业增加有效供给、促进消费需求扩大的指导意见，从扩大有效供给的角度来匹配老百姓支付能力。此外，工信部将会同国家发改委、财政部等有关部门，继续清理和规范涉企收费摊派和罚款行为，实施企业减负的专项行动。

艾凯集团发布的《2013-2017年厨卫市场深度分析与投资前景预测报告》，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、中国家电协会、中国轻工业协会、中国建筑装饰协会厨卫工程委员会、中华工商联厨具协会、中国陶瓷卫浴协会、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国厨卫行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区厨卫市场的发展状况、厨卫消费态势等

进行了分析。报告重点分析了我国厨卫市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对厨卫未来发展趋势进行了研判，是厨卫生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前厨卫行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

## 第一部分 行业发展现状

### 第一章 厨卫行业发展概述 1

#### 第一节 厨卫定义及分类 1

##### 一、厨卫的定义 1

##### 二、厨卫的种类 1

##### 三、厨卫的特性 3

#### 第二节 厨卫产业链分析 4

##### 一、行业特性 4

##### 二、主要细分行业 6

##### 三、产业链结构分析 9

#### 第三节 厨卫行业发展成熟度分析 10

##### 一、行业发展周期分析 10

##### 二、行业中外市场成熟度对比 11

##### 三、行业及其主要子行业成熟度分析 13

## 第二章 全球厨卫市场发展分析 15

### 第一节 2012年全球厨卫市场分析 15

#### 一、2012年全球厨卫市场回顾 15

#### 二、2012年全球厨卫市场环境 16

#### 三、2012年全球厨卫技术分析 17

### 第二节 主要国家地区厨卫市场分析 23

#### 一、2012-2013年美国厨卫市场分析 23

#### 二、2012-2013年欧洲厨卫市场分析 23

#### 三、2012-2013年日本厨卫市场分析 26

#### 四、2012-2013年韩国厨卫市场分析 26

## 第三章 我国厨卫行业发展现状 28

### 第一节 我国厨卫行业发展现状 28

|                         |    |
|-------------------------|----|
| 一、厨卫行业品牌发展现状            | 28 |
| 二、厨卫行业消费市场现状            | 30 |
| 三、厨卫市场消费层次分析            | 30 |
| 四、我国厨卫市场走向分析            | 31 |
| 第二节 2012-2013年厨卫业发展情况分析 | 33 |
| 一、2012年厨卫行业发展情况分析       | 33 |
| 二、2012年厨卫行业发展特点分析       | 33 |
| 三、2013年厨卫行业发展情况分析       | 36 |
| 四、我国厨卫行业发展特点综述          | 37 |
| 第三节 2012-2013年厨卫行业运行分析  | 42 |
| 一、2012-2013年厨卫业产销运行分析   | 42 |
| 二、2012-2013年厨卫行业利润情况分析  | 43 |
| 三、2012-2013年厨卫行业发展周期分析  | 49 |
| 四、2013-2017年厨卫行业发展机遇分析  | 51 |
| 五、2013-2017年厨卫行业利润增速预测  | 51 |
| 第四节 对中国厨卫市场的分析及思考       | 54 |
| 一、厨卫市场变化的方向             | 54 |
| 二、中国厨卫产业发展的新思路          | 57 |
| 三、对中国厨卫产业发展的思考          | 58 |

#### 第四章 我国厨卫市场发展研究 59

##### 第一节 2012年我国厨卫市场发展研究 59

- 一、2012年上半年我国厨卫市场研究 59
- 二、2012年下半年我国厨卫市场研究 60

##### 第二节 2013年我国厨卫市场情况 61

- 一、2013年1-6月我国厨卫产销情况 61
- 二、2013年1-6月我国厨卫市场价格情况 63
- 三、2013年1-6月重点城市厨卫市场发展情况 63
- 四、2013年1-6月我国厨卫市场发展情况 68

##### 第三节 2013年我国厨卫业市场发展特点分析 69

- 一、2013年1-6月我国厨卫市场格局特点 69
- 二、2013年1-6月我国厨卫产品创新特点 70

三、2013年1-6月我国厨卫市场服务特点 71

四、2013年1-6月我国厨卫市场品牌特点 72

## 第五章 我国厨卫市场调查分析 73

### 第一节 2012年我国厨卫市场调查分析 73

一、主要观点 73

二、市场结构分析 73

三、价格走势分析 75

四、厂商分析 75

### 第二节 2013年1-6月我国厨卫市场调查分析 76

一、主要观点 76

二、整体市场调查 76

三、产品关注度调查 77

## 第六章 厨卫行业经济运行分析 79

### 第一节 2012-2013年厨卫产品产量分析 79

一、2012年厨卫产品产量分析 79

二、2013年1-6月厨卫产品产量分析 80

### 第二节 2012-2013年厨卫行业主要经济指标分析 85

一、销售收入前十家企业分析 85

二、2012-2013年行业产销情况 85

三、2012-2013年行业规模情况 86

四、2012-2013年行业盈利能力 86

五、2012-2013年行业经营发展能力 88

六、2012-2013年行业偿债能力分析 88

## 第七章 我国厨卫行业进出口分析 90

### 第一节 我国厨卫产品进口分析 90

一、2012年进口总量分析 90

二、2012年进口结构分析 90

三、2012年进口区域分析 90

### 第二节 我国厨卫产品出口分析 90

- 一、2012年出口总量分析 90
- 二、2012年出口结构分析 91
- 三、2012年出口区域分析 94

## 第八章 厨卫区域市场情况分析 97

### 第一节 华北地区 97

- 一、2012-2013年行业发展现状分析 97
- 二、2012-2013年市场需求情况分析 97
- 三、2012-2013年市场规模情况分析 98
- 四、2012-2013年行业竞争格局分析 99
- 五、2012-2013年消费者的偏好分析 99
- 六、2013-2017年行业发展趋势分析 99

### 第二节 东北地区 100

- 一、2012-2013年行业发展现状分析 100
- 二、2012-2013年市场需求情况分析 100
- 三、2012-2013年市场规模情况分析 101
- 四、2012-2013年行业竞争格局分析 101
- 五、2012-2013年消费者的偏好分析 101
- 六、2013-2017年行业发展趋势分析 102

### 第三节 华东地区 102

- 一、2012-2013年行业发展现状分析 102
- 二、2012-2013年市场需求情况分析 103
- 三、2012-2013年市场规模情况分析 104
- 四、2012-2013年行业竞争格局分析 104
- 五、2012-2013年消费者的偏好分析 104
- 六、2013-2017年行业发展趋势分析 105

### 第四节 华南地区 105

- 一、2012-2013年行业发展现状分析 105
- 二、2012-2013年市场需求情况分析 105
- 三、2012-2013年市场规模情况分析 106
- 四、2012-2013年行业竞争格局分析 106
- 五、2012-2013年消费者的偏好分析 106

六、2013-2017年行业发展趋势分析 106

#### 第五节 中南地区 107

一、2012-2013年行业发展现状分析 107

二、2012-2013年市场需求情况分析 107

三、2012-2013年市场规模情况分析 107

四、2012-2013年行业竞争格局分析 108

五、2012-2013年消费者的偏好分析 108

六、2013-2017年行业发展趋势分析 108

#### 第六节 西南地区 108

一、2012-2013年行业发展现状分析 108

二、2012-2013年市场需求情况分析 109

三、2012-2013年市场规模情况分析 109

四、2012-2013年行业竞争格局分析 109

五、2012-2013年消费者的偏好分析 109

六、2013-2017年行业发展趋势分析 110

#### 第七节 西北地区 110

一、2012-2013年行业发展现状分析 110

二、2012-2013年市场需求情况分析 110

三、2012-2013年市场规模情况分析 111

四、2012-2013年行业竞争格局分析 111

五、2012-2013年消费者的偏好分析 111

六、2013-2017年行业发展趋势分析 112

### 第九章 中国厨卫行业消费市场分析 113

#### 第一节 中国厨卫消费者收入分析 113

一、中国人口、人民生活分析 113

二、2012-2013年消费者收入水平 114

三、2013年消费者信心指数分析 115

#### 第二节 厨卫行业产品目标客户群体调查 115

一、不同收入水平消费者偏好调查 115

二、不同年龄的消费者偏好调查 115

三、不同地区的消费者偏好调查 116



### 第三节 厨卫市场消费需求分析 117

#### 一、厨卫市场的消费需求变化 117

#### 二、厨卫行业的需求情况分析 118

#### 三、2013年厨卫品牌市场消费需求分析 118

### 第四节 厨卫消费市场状况分析 120

#### 一、厨卫行业消费特点 120

#### 二、厨卫消费者分析 121

#### 三、厨卫消费结构分析 123

#### 四、厨卫消费的市场变化 124

#### 五、厨卫市场的消费方向 127

### 第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析 129

#### 一、价格敏感程度 129

#### 二、品牌的影响 129

#### 三、购买方便的影响 129

#### 四、广告的影响程度 130

#### 五、包装的影响程度 130

### 第六节 厨卫行业产品的品牌市场调查 132

#### 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查 132

#### 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查 132

#### 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道 133

#### 四、消费者经常购买的品牌调查 133

#### 五、厨卫行业品牌忠诚度调查 133

#### 六、厨卫行业品牌市场占有率调查 133

#### 七、消费者的消费理念调研 133

## 第二部分 市场竞争格局

### 第十章 厨卫行业竞争格局分析 135

#### 第一节 行业竞争结构分析 135

##### 一、现有企业间竞争 135

##### 二、潜在进入者分析 136

##### 三、替代品威胁分析 137

##### 四、供应商议价能力 139

## 五、客户议价能力 139

## 第二节 行业集中度分析 140

### 一、市场集中度分析 140

### 二、企业集中度分析 141

### 三、区域集中度分析 142

## 第三节 中国厨卫行业竞争格局综述 143

### 一、2012年厨卫行业集中度 143

### 二、2012年厨卫行业竞争程度 143

### 三、2012年厨卫企业与品牌数量 144

### 四、2012年厨卫行业竞争格局分析 147

## 第四节 2012-2013年厨卫行业竞争格局分析 150

### 一、2012-2013年国内外厨卫竞争分析 150

### 二、2012-2013年我国厨卫市场竞争分析 150

### 三、2012-2013年我国厨卫市场集中度分析 151

### 四、2013-2017年国内主要厨卫企业动向 152

### 五、2013年国内厨卫拟在建项目分析 152

## 第十一章 厨卫企业竞争策略分析 153

## 第一节 厨卫市场竞争策略分析 153

### 一、2013年厨卫市场增长潜力分析 153

### 二、2013年厨卫主要潜力品种分析 153

### 三、现有厨卫产品竞争策略分析 153

### 四、潜力厨卫品种竞争策略选择 154

### 五、典型企业产品竞争策略分析 157

## 第二节 厨卫企业竞争策略分析 163

### 一、欧债危机对厨卫行业竞争格局的影响 163

### 二、欧债危机后厨卫行业竞争格局的变化 163

### 三、2013-2017年我国厨卫市场竞争趋势 163

### 四、2013-2017年厨卫行业竞争格局展望 163

### 五、2013-2017年厨卫行业竞争策略分析 164

### 六、2013-2017年厨卫企业竞争策略分析 164

## 第十二章 重点厨卫品牌竞争分析 166

### 第一节 樱花 166

#### 一、企业概况 166

#### 二、竞争优势分析 166

#### 三、2012-2013年经营状况 166

#### 四、2013-2017年发展战略 167

### 第二节 海尔 168

#### 一、企业概况 168

#### 二、竞争优势分析 170

#### 三、2012-2013年经营状况 173

#### 四、2013-2017年发展战略 175

### 第三节 华帝 177

#### 一、企业概况 177

#### 二、竞争优势分析 178

#### 三、2012-2013年经营状况 179

#### 四、2013-2017年发展战略 182

### 第四节 格兰仕 184

#### 一、企业概况 184

#### 二、竞争优势分析 185

#### 三、2012-2013年经营状况 187

#### 四、2013-2017年发展战略 187

### 第五节 美的 189

#### 一、企业概况 189

#### 二、竞争优势分析 190

#### 三、2012-2013年经营状况 191

#### 四、2013-2017年发展战略 194

### 第六节 方太 195

#### 一、企业概况 195

#### 二、竞争优势分析 196

#### 三、2012-2013年经营状况 197

#### 四、2013-2017年发展战略 198

### 第七节 老板 198

- 一、企业概况 198
- 二、竞争优势分析 199
- 三、2012-2013年经营状况 200
- 四、2013-2017年发展战略 203

#### 第八节 帅康 204

- 一、企业概况 204
- 二、竞争优势分析 205
- 三、2012-2013年经营状况 205
- 四、2013-2017年发展战略 205

#### 第九节 年代 207

- 一、企业概况 207
- 二、竞争优势分析 208
- 三、2013-2017年发展战略 209

#### 第十节 樱雪 209

- 一、企业概况 209
- 二、竞争优势分析 210
- 三、2013-2017年发展战略 210

### 第三部分 行业前景预测

#### 第十三章 厨卫行业发展趋势分析 212

##### 第一节 我国厨卫行业前景与机遇分析 212

- 一、我国厨卫行业发展前景 212
- 二、我国厨卫发展机遇分析 212
- 三、欧债危机对厨卫行业的影响分析 213

##### 第二节 2013-2017年中国厨卫市场趋势分析 214

- 一、2012-2013年厨卫市场趋势总结 214
- 二、2013-2017年厨卫发展趋势分析 214
- 三、2013-2017年厨卫市场发展空间 218
- 四、2013-2017年厨卫产业政策趋向 219
- 五、2013-2017年厨卫技术革新趋势 220
- 六、2013-2017年厨卫价格走势分析 220
- 七、2013-2017年国际环境对行业的影响 221

## 第十四章 未来厨卫行业发展预测 222

### 第一节 未来厨卫需求与消费预测 222

- 一、2013-2017年厨卫产品消费预测 222
- 二、2013-2017年厨卫市场规模预测 222
- 三、2013-2017年厨卫行业总产值预测 223
- 四、2013-2017年厨卫行业销售收入预测 224
- 五、2013-2017年厨卫行业总资产预测 224

### 第二节 2013-2017年中国厨卫行业供需预测 225

- 一、2013-2017年中国厨卫供给预测 225
- 二、2013-2017年中国厨卫需求预测 225
- 三、2013-2017年中国厨卫供需平衡预测 226
- 四、2013-2017年中国厨卫产品价格预测 226
- 五、2013-2017年主要厨卫产品进出口预测 226

## 第四部分 投资战略研究

## 第十五章 厨卫行业投资现状分析 227

### 第一节 2012年厨卫行业投资情况分析 227

- 一、2012年总体投资及结构 227
- 二、2012年投资规模情况 227
- 三、2012年投资增速情况 228
- 四、2012年分行业投资分析 228
- 五、2012年分地区投资分析 228
- 六、2012年外商投资情况 228

### 第二节 2013年1-3月厨卫行业投资情况分析 229

- 一、2013年1-3月总体投资及结构 229
- 二、2013年1-3月投资规模情况 229
- 三、2013年1-3月投资增速情况 230
- 四、2013年1-3月份行业投资分析 230
- 五、2013年1-3月份地区投资分析 230
- 六、2013年1-3月外商投资情况 230

## 第十六章 厨卫行业投资环境分析 231

### 第一节 经济发展环境分析 231

- 一、2011-2012年我国宏观经济运行情况 231
- 二、2013-2017年我国宏观经济形势分析 237
- 三、2013-2017年投资趋势及其影响预测 238

### 第二节 政策法规环境分析 239

- 一、2013年厨卫行业政策环境分析 239
- 二、2013年国内宏观政策对其影响 240
- 三、2013年行业产业政策对其影响 240

### 第三节 技术发展环境分析 241

- 一、国内厨卫技术现状 241
- 二、2013年厨卫技术发展分析 241
- 三、2013-2017年厨卫技术发展趋势分析 241

### 第四节 社会发展环境分析 242

- 一、国内社会环境发展现状 242
- 二、2013年社会环境发展分析 263
- 三、2013-2017年社会环境对行业的影响分析 267

### 第五节 轻工业十二五规划 268

- 一、轻工业十二五规划概述 268
- 二、轻工业十二五规划细则 270
- 三、轻工业十二五规划主要任务 272
- 四、轻工业十二五规划主要工程 281
- 五、轻工业十二五规划主要措施 285
- 六、轻工业十二五规划的意义与作用 288
- 七、轻工业十二五规划对厨卫行业的影响 288

## 第十七章 厨卫行业投资机会与风险 289

### 第一节 行业活力系数比较及分析 289

- 一、2013年相关产业活力系数比较 289
- 二、2013-2017行业活力系数分析 289

### 第二节 行业投资收益率比较及分析 289

- 一、2013年相关产业投资收益率比较 289

二、2013-2017行业投资收益率分析 289

第三节 厨卫行业投资效益分析 290

一、2012-2013年厨卫行业投资状况分析 290

二、2013-2017年厨卫行业投资效益分析 290

三、2013-2017年厨卫行业投资趋势预测 291

四、2013-2017年厨卫行业的投资方向 291

五、2013-2017年厨卫行业投资的建议 292

六、新进入者应注意的障碍因素分析 292

第四节 影响厨卫行业发展的主要因素 293

一、2013-2017年影响厨卫行业运行的有利因素分析 293

二、2013-2017年影响厨卫行业运行的不利因素分析 293

三、2013-2017年我国厨卫行业发展面临的挑战分析 293

四、2013-2017年我国厨卫行业发展面临的机遇分析 294

第五节 厨卫行业投资风险及控制策略分析 294

一、2013-2017年厨卫行业市场风险及控制策略 294

二、2013-2017年厨卫行业政策风险及控制策略 295

三、2013-2017年厨卫行业经营风险及控制策略 295

四、2013-2017年厨卫行业技术风险及控制策略 296

五、2013-2017年厨卫同业竞争风险及控制策略 296

六、2013-2017年厨卫行业其他风险及控制策略 296

第十八章 厨卫行业投资战略研究 302

第一节 厨卫行业发展战略研究 302

一、战略综合规划 302

二、技术开发战略 312

三、业务组合战略 318

四、区域战略规划 321

五、产业战略规划 331

六、营销品牌战略 334

七、竞争战略规划 336

第二节 对我国厨卫品牌的战略思考 344

一、企业品牌的重要性 344

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 二、厨卫实施品牌战略的意义        | 344 |
| 三、厨卫企业品牌的现状分析        | 347 |
| 四、我国厨卫企业的品牌战略        | 348 |
| 五、厨卫品牌战略管理的策略        | 351 |
| 第三节 厨卫企业经营管理策略       | 353 |
| 一、成本控制策略             | 353 |
| 二、定价策略               | 355 |
| 三、竞争策略               | 356 |
| 四、并购重组策略             | 358 |
| 五、营销策略               | 359 |
| 六、人力资源               | 361 |
| 七、财务管理               | 362 |
| 八、国际化策略              | 362 |
| 第四节 厨卫行业投资战略研究       | 363 |
| 一、2013年家电行业投资战略      | 363 |
| 二、2013年厨卫行业投资战略      | 364 |
| 三、2013-2017年厨卫行业投资战略 | 364 |
| 四、2013-2017年细分行业投资战略 | 365 |

## 图表目录

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| 图表：抽油烟机的分类                        | 1  |
| 图表：灶具的分类                          | 2  |
| 图表：热水器按产品类型分类                     | 2  |
| 图表：热水器按加热方式分类                     | 2  |
| 图表：2010年中国小家电不同类别销售额比例结构分析        | 8  |
| 图表：行业发展周期分析                       | 10 |
| 图表：行业发展周期与销售额关系分析                 | 10 |
| 图表：我国厨房电器行业产品周期分析                 | 11 |
| 图表：厨卫小家电企业渠道管理总视图                 | 13 |
| 图表：2012年世界工业生产指数同比增长率变化           | 16 |
| 图表：2012年JP摩根全球制造业采购经理人指数（全球PMI）变化 | 16 |
| 图表：2012年厨卫产品销售额状况                 | 60 |



图表：2011-2012年油烟机零售量每月变化 61

图表：2011-2012年油烟机零售额每月变化 61

图表：2011-2012年燃气灶零售量每月变化 62

图表：2011-2012年燃气灶零售额每月变化 62

图表：2013年厨卫行业发展趋势 70

图表：2012-2013年厨卫产品价格指数 75

图表：生产厂商地区分布指数分析 75

图表：2013年1季度我国厨卫行业用户关注度与媒体关注度走势 77

图表：2013年1季度我国厨卫行业百度搜索指数地区分布排名 77

图表：2013年1季度我国厨卫行业百度搜索指数城市分布排名 78

图表：2013年1季度我国厨卫行业关注人群属性 78

图表：2012年中国主要省市家用微波炉产量总计 79

图表：2012年中国主要省市家用电饭锅产量总计 79

图表：2012年中国主要省市家用排油烟机产量总计 80

图表：2012年中国主要省市家用冷柜产量总计 80

图表：2013年1-2月电饭锅产量统计分析 81

图表：2013年1-6月微波炉产量统计分析 82

图表：2013年1-5月冷柜产量统计分析 83

图表：厨卫电器前十品牌 85

图表：2011-2013年厨卫行业存货周转率分析 85

图表：2011-2013年厨卫行业市场规模统计分析 86

图表：2011-2013年厨卫行业资产利润率分析 86

图表：2011-2013年厨卫行业总资产报酬率分析 87

图表：2011-2013年厨卫行业销售净利率分析 87

图表：2011-2013年厨卫行业资产增长率分析 88

图表：2011-2013年厨卫行业流动比率分析 88

图表：2011-2013年厨卫行业资产负债率分析 89

图表：2012年中国水果或蔬菜的榨汁器出口企业分布 91

图表：2012年中国食品研磨机及搅拌器出口企业分布 91

图表：2012年中国厨房废物处理器出口企业分布 91

图表：2012年中国微波炉出口企业分布 91

图表：2012年中国电磁炉出口企业分布 92

图表：2012年中国电饭锅出口企业分布 92

图表：2012年中国电炒锅出口企业分布 92

图表：2012年中国电烤箱出口企业分布 92

图表：2012年中国水果或蔬菜的榨汁器出口企业分布 93

图表：2012年中国其他电炉;电锅、电热板、加热环、烧烤炉等出口企业分布 93

图表：2012年中国电咖啡机或茶壶出口企业分布 93

图表：2012年中国电热烤面包器出口企业分布 93

图表：2012年中国水果或蔬菜的榨汁器主要出口市场 94

图表：2012年中国食品研磨机及搅拌器主要出口市场 94

图表：2012年中国厨房废物处理器主要出口市 94

图表：2012年中国微波炉主要出口市场 94

图表：2012年中国电磁炉主要出口市场 95

图表：2012年中国电饭锅主要出口市场 95

图表：2012年中国电炒锅主要出口市场 95

图表：2012年中国电烤箱主要出口市场 95

图表：2012年中国其他电炉;电锅、电热板、加热环、烧烤炉等主要出口市场 96

图表：2012年中国电咖啡机或茶壶主要出口市场 96

图表：2012年中国电热烤面包器主要出口市场 96

图表：2011-2012年华北地区厨卫行业市场规模 98

图表：2011-2012年东北地区厨卫行业市场规模 101

图表：2011-2012年华东地区厨卫行业市场规模 104

图表：2011-2012年华南地区厨卫行业市场规模 106

图表：2011-2012年中南地区厨卫行业市场规模 107

图表：2011-2012年西南地区厨卫行业市场规模 109

图表：2011-2012年西北地区厨卫行业市场规模 111

图表：2012年年末人口数及其构成 113

图表：2008-2012年农村人均纯收入及其实际增长速度 114

图表：2008-2012年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 114

图表：2013年消费者信心指数 115

图表：不同年龄的消费者厨卫产品预算 116

图表：厨卫行业消费信息渠道来源 121

图表：80后消费者厨卫产品的选择分析 121

图表：受访者目前拥有的厨房电器品类 123

图表：消费趋势总结 128

图表：受访消费者目前所拥有的厨房电器品牌分布 132

图表：2012年厨卫行业不同企业类型销售额占比分析 140

图表：2012年厨卫行业不同企业性质销售额占比分析 140

图表：2012年厨卫行业企业主要省市分布 141

图表：2012年厨卫行业市场销售额集中度分析 142

图表：2012年中国厨卫企业各省份分布情况 144

图表：2012中国厨卫百强整体厨房领军企业10强 145

图表：2012中国厨卫百强整体卫浴领军企业10强 145

图表：2012中国厨卫百强橱柜知名品牌企业10强 145

图表：2012中国厨卫百强橱柜品牌企业10强 146

图表：2012中国厨卫百强卫浴知名品牌企业10强 146

图表：2012中国厨卫百强卫浴品牌企业10强 146

图表：2012年中国财务品牌市场份额 151

图表：2012-2013年海尔集团产品构成 173

图表：2012-2013年海尔集团地区构成 173

图表：2012-2013年海尔集团偿债能力分析 173

图表：2012-2013年海尔集团资本结构分析 174

图表：2012-2013年海尔集团经营效率分析 174

图表：2012-2013年海尔集团获利能力分析 174

图表：2012-2013年海尔集团发展能力分析 175

图表：2012-2013年海尔集团现金流量分析 175

图表：2012-2013年海尔集团投资收益分析 175

图表：2012-2013年中山华帝燃具股份有限公司行业构成 179

图表：2012-2013年中山华帝燃具股份有限公司产品构成 180

图表：2012-2013年中山华帝燃具股份有限公司地区构成 180

图表：2012-2013年中山华帝燃具股份有限公司偿债能力分析 180

图表：2012-2013年中山华帝燃具股份有限公司资本结构分析 181

图表：2012-2013年中山华帝燃具股份有限公司经营效率分析 181

图表：2012-2013年中山华帝燃具股份有限公司获利能力分析 181

图表：2012-2013年中山华帝燃具股份有限公司发展能力分析 182

图表：2012-2013年中山华帝燃具股份有限公司现金流量分析 182

图表：2012-2013年中山华帝燃具股份有限公司投资收益分析 182

图表：2012-2013年美的集团有限公司行业构成 191

图表：2012-2013年美的集团有限公司产品构成 192

图表：2012-2013年美的集团有限公司地区构成 192

图表：2012-2013年美的集团有限公司偿债能力分析 192

图表：2012-2013年美的集团有限公司资本结构分析 192

图表：2012-2013年美的集团有限公司经营效率分析 193

图表：2012-2013年美的集团有限公司获利能力分析 193

图表：2012-2013年美的集团有限公司发展能力分析 193

图表：2012-2013年美的集团有限公司现金流量分析 194

图表：2012-2013年美的集团有限公司投资收益分析 194

图表：2013年杭州老板电器股份有限公司主营构成分析 200

图表：2012-2013年杭州老板电器股份有限公司成长能力分析 200

图表：2012-2013年杭州老板电器股份有限公司盈利能力分析 201

图表：2012-2013年杭州老板电器股份有限公司盈利质量分析 201

图表：2012-2013年杭州老板电器股份有限公司运营能力分析 201

图表：2012-2013年杭州老板电器股份有限公司经营效率分析 201

图表：2012-2013年杭州老板电器股份有限公司资产负债表 202

图表：2012-2013年杭州老板电器股份有限公司利润表 202

图表：2012-2013年杭州老板电器股份有限公司现金流量表 203

图表：年代厨卫热水器优势 208

图表：年代厨卫烟机优势 208

图表：年代厨卫消毒柜优势 208

图表：年代厨卫灶具优势 209

图表：2013年中国厨卫行业市场规模预测 222

图表：2014年中国厨卫行业市场规模预测 222

图表：2015年中国厨卫行业市场规模预测 222

图表：2016年中国厨卫行业市场规模预测 222

图表：2017年中国厨卫行业市场规模预测 223

图表：2013年中国厨卫行业总产值预测 223

图表：2014年中国厨卫行业总产值预测 223

图表：2015年中国厨卫行业总产值预测 223

图表：2016年中国厨卫行业总产值预测 223

图表：2017年中国厨卫行业总产值预测 223

图表：2013年中国厨卫行业销售收入预测 224

图表：2014年中国厨卫行业销售收入预测 224

图表：2015年中国厨卫行业销售收入预测 224

图表：2016年中国厨卫行业销售收入预测 224

图表：2017年中国厨卫行业销售收入预测 224

图表：2013年中国厨卫行业总资产预测 224

图表：2014年中国厨卫行业总资产预测 225

图表：2015年中国厨卫行业总资产预测 225

图表：2016年中国厨卫行业总资产预测 225

图表：2017年中国厨卫行业总资产预测 225

图表：2011-2012年中国厨卫行业投资规模 227

图表：2011-2012年中国厨卫行业投资增速 228

图表：2012-2013年1-3月中国厨卫行业投资规模 229

图表：2011-2012年1-3月中国厨卫行业投资增速同比比较 230

图表：2012年国内生产总值核算数据 236

图表：2012年国内生产总值环比增速 236

图表：2006-2011年国内生产总值及其增长速度 237

图表：2011-2012年全国人口变化 243

图表：2011-2012年中国人口性别变化 243

图表：2011-2012年中国人口各年龄段变化 244

图表：2011-2012年中国人口城乡结构变化 244

图表：2011-2012年全国人户分离人口变化 245

图表：2011-2012年全国流动人口变化 245

图表：人口及其自然增长率变化情况 246

图表：2011-2012年中国农村人均收入变化 246

图表：2011-2012年中国城镇人均收入变化 247

图表：2011-2012年中国恩格尔系数变化情况 247

图表：2011-2012年全国参加城镇职工基本养老保险情况 248

图表：2011-2012年全国参加城镇基本医疗保险情况 249

图表：2011-2012年中国参加失业保险情况 249

图表：2011-2012年中国参加失业保险情况 250

图表：2011-2012年中国参加失业保险情况 250

图表：2011-2012年中国农村扶贫对象人数情况 251

图表：2008-2012年普通高等教育、中等职业教育及普通高中生招生人数 252

图表：2011-2012年全国各类型教育招生情况 252

图表：2011-2012年全国各类型教育在校生情况 253

图表：2011-2012年全国各类型教育毕业生情况 253

图表：2008-2012年研究与试验发展（R&D）经费支出 254

图表：2011-2012年全国工程研究实验室建设情况 255

图表：2011-2012年全国专利申请情况 255

图表：2011-2012年全国授予专利发明情况 256

图表：2011-2012年全国有效专利发明情况 256

图表：2011-2012年中国技术合同签订情况 257

图表：2011-2012年全国产品检测室情况 258

图表：2011-2012年全国产品认证情况 258

图表：2011-2012年全国计量情况 259

图表：2011-2012年全国制定国家标准情况 259

图表：2011-2012年全国艺术系统情况 260

图表：2011-2012年全国影视制作情况 261

图表：2011-2012年全国出版物情况 261

图表：2002-2012年全国城镇人口比重 262

图表：2000-2012年我国城镇化水平变化情况 263

图表：2012-2013年上半年中国厨卫家电投资状况 290

图表：2013-2017年中国厨卫行业利润率预测 290

图表：确定公司战略目标的步骤 305

图表：制定公司战略规划的步骤 305

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/235253.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。