



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2018年中国厨房小家电市场深度分析与投资前景预测报告

一、调研说明

《2013-2018年中国厨房小家电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/235922.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

近几年随着国家的家电下乡、节能补贴等政策的出台，农村家电市场需求呈现放量式增长态势，特别是厨电产品，尚处于开发初期，像微波炉、电烤箱、油烟机等产品才刚刚开始在农村地区普及，未来有很大的增长空间。正因为农村市场待开发，更需要厨电厂商抓住细分市场的机遇，推出适合农村地区使用的操作简便、性价比高的产品，推进农村用户对现代厨房电器的认知，促进市场的进一步扩大。

艾凯集团发布的《2013-2018年中国厨房小家电市场深度分析与投资前景预测报告》对我国的市场环境、生产经营、产品市场、技术水平、产业链运行、企业竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，银行采集数据、税务部门采集数据、证券交易采集数据，商务部采集数据以及经济信息中心各类市场监测数据库。

第一章 2012年中国小家电行业发展情况分析

第一节 2012年中国小家电行业发展分析

- 一、小家电市场分析
- 二、小家电下乡情况分析
- 三、小家电市场热销产品分析
- 四、小家电产品质量情况
- 五、小家电售后服务情况
- 六、小家电行业投诉统计
- 七、小家电销售渠道情况

第二节 2012年中国小家电出口情况分析

- 一、小家电出口情况分析
- 二、出口型小家电企业情况

第三节 部分省市小家电行业分析

- 一、广东小家电出口分析
- 二、中山小家电出口情况分析
- 三、上海小家电市场分析

四、宁波小家电出口情况分析

五、中国最大小家电绍兴生产基地建成投产

第二章 2012年中国厨房小家电行业发展环境分析

第一节 2012年中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、中国汇率调整（人民币升值）
- 八、对外贸易&进出口

第二节 2012年中国厨房小家电行业政策环境分析

- 一、小家电逐渐进入"家电下乡"补贴品种
- 二、厨房小家电产品日趋标准化
- 三、贸易环境

第三节 2012年中国厨房小家电行业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、中国城镇化率
- 六、居民的各种消费观念和习惯

第三章 2012年中国厨房小家电行业市场动态分析

第一节 2012年中国厨房小家电发展概述

- 一、厨房小家电行业特征分析
- 二、厨房小家电市场需求特点分析
- 三、厨房小家电运行走势分析

第二节 2012年中国厨房小家电动态分析

- 一、自制食品带旺厨房小家电

二、厨房小家电品牌分析

三、小家电竞争惨烈，厨房家电成最后奶酪

第三节 2012年中国厨房小家电发展存在问题分析

第四章 2012年中国厨房小家电细分市场分析——电饭锅

第一节 2012年中国电饭锅市场现状分析

一、紫砂电饭煲成市场主要产品

二、威王进行电饭煲行业的技术升级

三、外国品牌电饭煲在中国市场现状

第二节 2012年中国电饭锅市场运行动态分析

一、电饭锅良莠不齐

二、低端电饭锅大有市场

三、西艾电器米汤电饭煲受市场欢迎

第三节 2007-2012年中国电饭锅产量统计分析

一、2007-2011年全国电饭锅产量分析

二、2012年9月全国及主要省份电饭锅产量分析

三、2012年9月电饭锅产量集中度分析

第五章 2012年中国厨房小家电细分市场分析——电磁炉

第一节 2012年中国电磁炉行业发展动态分析

一、美的电磁炉占家电下乡半壁江山

二、电容感应式触摸按键在电磁炉中应用

三、老板电磁炉被取消家电下乡资格

四、美的电磁炉陷爆炸门

第二节 2012年中国电磁炉市场发展现状分析

一、电磁炉市场供需现状分析

二、电磁炉市场价格现状及走势分析

三、电磁炉市场销售渠道分析

第三节 2012年我国电磁炉行业渠道与营销分析

一、我国电磁炉销售的主要方式

二、传统渠道与现在渠道的对决

三、销售渠道与销售方式的发展趋势

四、电磁炉营销方式的战略转型

五、区域市场的代理商情况

第六章 2012年中国厨房小家电细分市场分析——微波炉

第一节 2012年中国微波炉市场发展现状分析

一、微波炉行业规模及分布现状分析

二、微波炉市场供需现状探析

三、微波炉市场价格走势探究

四、微波炉市场竞争力品牌综述

第二节 2012年中国微波炉行业发展动态分析

一、格兰仕巡展上海启动 国内首现圆形微波炉

二、美的变频微波炉扩容 推动行业升级

三、行业巨头齐探讨 微波炉由价格战转向价值战

四、微波炉纳入"家电下乡"补贴品种

第三节 2007-2012年中国微波炉产量统计分析

一、2007-2011年全国微波炉产量分析

二、2012年9月全国及主要省份微波炉产量分析

三、2012年9月微波炉产量集中度分析

第七章 2012年中国厨房小家电细分市场分析——豆浆机

第一节 2012年中国家用豆浆机动态分析

一、豆浆机行业细分行业市场完善创新体系

二、随着市场迅速扩大 豆浆机发展迎来黄金期

三、中国家用豆浆机零售同比分析

第二节 2012年中国家用豆浆机运行简况

一、与电磁炉行业发展相似

二、进入了高速发展的时代

三、技术更新速度快

第三节 2012年中国家用豆浆机行业市场整体情况分析

一、家用豆浆机市场需求呈现加速增长的势头

二、家用豆浆机产品创新激发市场需求

三、九阳股份占有90%的豆浆机市场份额

- 四、美的大规模进入豆浆机行业
- 五、竞争促进家用豆浆机行业的发展
- 六、巨大的市场空间给优质企业提供了极大的发展空间

第八章 2012年中国厨房小家电细分市场分析——抽油烟机

第一节 2012年中国抽油烟机行业发展动态分析

- 一、无烟灶台发明人设计一体式油烟机
- 二、侧吸式抽油烟机以技术实力给用户最大的保障
- 三、康宝高科技双涡轮油烟机撼动家电市场
- 四、新增家电下乡补贴品种——抽油烟机

第二节 2012年中国抽油烟机市场发展现状分析

- 一、市场规模迅速增长
- 二、抽油烟机市场特点分析
- 三、抽油烟机市场价格现状探究
- 四、抽油烟机市场品牌渗透度分析

第三节 2012年中国抽油烟机市场产品结构分析

- 一、不同类型产品关注份额
- 二、不同价格段产品关注份额
- 三、整体市场产品关注排行
- 四、细分市场产品关注排行
 - 1、抽油烟机产品关注排行
 - 2、抽油烟机产品关注排行
 - 3、抽油烟机产品关注排行

第四节 2012年中国抽油烟机市场区域结构分析

- 一、区域关注分布
- 二、区域市场品牌关注分布
 - 1、七大区域品牌关注排行
 - 2、北上广品牌关注排行

第五节 2012年中国抽油烟机行业发展面临的问题分析

- 一、抽油烟机行业标准不规范
- 二、科研开发能力弱，技术提升缓慢
- 三、环保能效低

四、安全问题

五、污染问题严重

第九章 2012年中国厨房小家电细分市场分析——电水壶

第一节 2012年中国电水壶行业市场动态分析

一、电水壶市场供给分析

二、电水壶需求分析

三、电水壶零售市场份额排名

第二节 2012年中国电水壶行业走势分析

一、北欧电水壶nsh0801大热

二、美的电水壶精品呈现

三、格兰仕电水壶人性设计

第三节 2012年中国电水壶行业发展存在问题分析

第十章 2006-2011年中国厨房小家电行业细分产品进出口数据分析

第一节 2006-2011年中国电饭锅进出口数据监测分析

一、电饭锅进出口数量分析（85166030）

二、电饭锅进出口金额分析

三、电饭锅进出口国家及地区分析

第二节 2006-2011年中国电磁炉进出口数据监测分析

一、电磁炉进出口数量分析（85166010）

二、电磁炉进出口金额分析

三、电磁炉进出口国家及地区分析

第三节 2006-2011年中国微波炉进出口数据监测分析

一、微波炉进出口数量分析（85165000）

二、微波炉进出口金额分析

三、微波炉进出口国家及地区分析

第十一章 2012年中国厨房小家电行业重点企业竞争力分析

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 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 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 广东格兰仕集团有限公司

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 杭州老板实业集团有限公司

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

第十二章 2013-2018年中国厨房小家电产业发展趋势分析

第一节 2013-2018年中国厨房小家电产业前景预测

- 一、厨房小家电技术方向分析
- 二、厨房小家电竞争格局预测分析
- 三、厨房小家电细分产品趋势分析

第二节 2013-2018年中国厨房小家电市场预测分析

- 一、厨房小家电市场供给预测分析
- 二、厨房小家电需求预测分析
- 三、厨房小家电家电市场进出口预测分析

第三节 2013-2018年中国厨房小家电市场盈利预测分析

第十三章 2013-2018年中国厨房小家电产业投资机会与风险分析

第一节 2013-2018年中国厨房小家电行业投资环境分析

第二节 2013-2018年中国厨房小家电行业投资机会分析

- 一、厨房小家电投资潜力分析
- 二、厨房小家电投资吸引力分析

第三节 2013-2018年中国厨房小家电行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险分析
- 二、政策风险分析
- 三、技术风险分析

第四节 研究中心专家建议

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/235922.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。