



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国集成环保灶市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2017-2022年中国集成环保灶市场发展现状及战略咨询报告》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/281805.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

集成环保灶，行业里亦称作环保灶或是集成灶，集成灶是一种集吸油烟机、燃气灶、消毒柜、储藏柜等多种功能于一体的厨房电器，具有节省空间、抽油烟效果好，节能低耗环保等优点。一般集成灶吸油烟率达到95%！经国家实验室认证，侧吸下排吸油烟吸净率达到99.95%。集成灶以优异的油烟吸净率以及随着集成灶技术的不断升级完善为愈来愈多的消费者所喜爱。

我们常说一个产业发展到什么高度，是以代表性的产品为标志的。厨卫行业发展到如今，经历了薄型中式机、深型中式机、欧式油烟机，到近几年风生水起的近吸式油烟机，再到08年一拥而上的集成环保灶，这些都似乎预示着这个产业的前行和变革。

集成环保灶作为一个新产品最早出现在2003年，真正兴起是在08年，从规模和实力上而言，进入这个行业的一般都是中小企业，而从配件到整机能完全自主生产的国内企业不到10家，真正有话语权的也只有3、4家左右。集成环保灶的市场单一品牌兴起于2004年。2008年开始涌现出一大批集成环保灶生产企业，现全国约有百家集成灶企业，绝大多数企业没有核心技术，多采用模仿、贴牌、代工等方式。据统计，2008年集成环保灶的全国市场容量约为10万台，市场占有率约为5%，08年主流厂家环保灶的市场零售价集中在5000—9000元之间。预计未来5年内，市场容量将扩大数倍，因为未来五年国内将有9000万个厨房装修的市场容量，平均每年1800万个，随着消费者对健康厨房的追求，势必将带动集成环保灶的销售。

吸引中小企业"试水"集成灶最大的原因莫过于其产品的健康效益。相比于传统烟灶和小家电产品，集成环保灶的可操作性更强，发展空间更大。此外，油烟吸净率近100%让这款产品更易受到消费者的信赖，"爆炒红辣椒"的演示方式也深入人心，这种发展模式和早年近吸式油烟机的发展情况类似，都是因某一点功能得到消费者认可，迅速打开市场，继而引发多企业进入共同炒作，"市场份额"也随即放大。集成环保灶除了在吸油烟效果方面突出以外，其集成的灶具、油烟机、消毒柜或者储物柜，相当于集成橱柜，这样大大增加了厨房的使用空间，这个多功能组合方式为其高价销售提供了支撑点，单从产品而言，也让进入厂家看到了这种市场机会。这些综合因素将引发更多的厂家进入这个行业，从08年上百家企业进入这个行业可见一斑。但是大量的缺乏核心竞争力的企业进入，势必削弱行业利润，这两年市场已经开始洗牌，集成灶行业里企业关关开开已经屡见不鲜了，所以消费者一定要慎重选择品牌企业的产品。

单从外型以及功能上看，各个厂家的集成灶产品似乎大同小异，但是，细究起来，各个厂家在排风口、风道以及窝口等均采取了不同的设计原理。单从这两种款式的产品而言，环吸下抽式集成灶具的工作原理是运用微空气动力学原理，在锅沿平面上将气流经过精心组织形

成高速空气流体隔膜，采用深井倒吸、下排风等方式，将污染源和外环境彻底隔开，油烟不经人体呼吸彻底排除，这种设计方式最大的优点是彻底分离人体和油烟，有一部分厂家推出的集成灶，灶具和消毒柜可以根据自己的选择随意更换。侧吸下排式因为更科学合理，也被大部分企业采用。而就整个集成环保灶行业而言，集成灶产品一定有一个发展过程，从不成熟走向成熟。虽然整个集成环保灶行业还处于起步阶段，产品也在改进之中，但是其突出的产品特点必将在未来一段时间内得到消费者和行业的关注。

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，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 集成环保灶行业基本概念

第一节 集成设计

一、前言

二、集成设计概念

三、集成设计方式

四、集成设计优势

五、集成设计的连锁效应

第二节 集成环保灶的概念

一、集成环保灶的定义

二、集成环保灶的分类

三、集成环保灶的优缺点

四、集成环保灶的选择

五、集成环保灶发展历程

第三节 集成环保灶行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业市场成熟度分析

第二章 2015-2016年中国集成环保灶行业发展环境分析

第一节 2015-2016年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况
- 七、财政收支状况
- 八、中国汇率调整
- 九、存贷款基准利率调整情况
- 十、存款准备金率调整情况
- 十一、社会消费品零售总额
- 十二、对外贸易&进出口
- 十三、欧洲经济环境分析
- 十四、美国经济环境分析
- 十五、日本经济环境分析

第二节 中国集成环保灶行业环境分析

- 一、国家政策影响着消费力度
- 二、油烟机新国标促行业稳健发展
- 三、《智能家用电器的智能化技术通则》 出台
- 四、再议集成灶标准：及时填补行业空白
- 五、行业标准的目的是更好保证老百姓利益
- 六、集成灶行业前景可观 政策国标纷纷推动发展
- 七、集成灶经营形势严峻 政策利好行业发展

第三节 2015-2016年中国集成环保灶行业社会环境分析

第三章2015-2016年中国集成环保灶行业发展现状分析

第一节 中国集成环保灶行业发展现状分析

- 一、中国集成环保灶行业发展现状分析
- 二、2016年中国集成灶行业技术水平
- 三、2016年中国集成灶售后情况调查分析

第二节 中国集成环保灶行业市场运行状况分析

- 一、集成灶行业的发展需要软硬兼施
- 二、构成集成灶品牌核心价值的要素
- 三、掌控终端渠道助集成灶企业完胜市场
- 四、中国集成灶在厨房电器行业的比重不断增加

第三节 集成环保灶企业的品牌之路

一、品牌路之基石——产品质量

二、品牌路之窗口——明星代言

三、品牌路之文化——情感回报

第四节 制约集成环保灶行业发展的的问题

一、企业管理问题

二、销售渠道单一

三、集成环保灶成本问题

四、同质化问题

五、区域限制问题

第四章 2015-2016年中国集成环保灶行业市场分析

第一节 2015-2016年中国集成环保灶市场分析

一、中国集成环保灶行业市场特点

二、中国集成环保灶的市场规模

三、中国集成环保灶重点企业市场份额

四、中国集成环保灶行业发展趋势分析

第二节 中国集成环保灶产品市场发展轨迹分析

一、代集成灶

二、第二代集成灶

三、第三代集成灶

第三节 定位模糊将对集成灶品牌产生负面影响

一、品牌定位模糊产生负面影响

二、消费者的二度品牌磨合

三、新产品的口碑宣传策略

第四节 2016年集成灶行业市场发展前景分析

一、降低运营成本增加盈利能力

二、终端崛起企业加速销售资源整合

三、中国集成灶市场需求规模快速增长

第五章 2013-2016年中国集成环保灶区域市场情况分析

第一节 集成环保灶"东北地区"市场情况分析

一、2013-2016年东北地区市场规模

二、2013-2016年东北地区市场产值分析

第二节 集成环保灶"华北地区"市场情况分析

一、2013-2016年华北地区市场规模

二、2013-2016年华北地区市场产值分析

第三节 集成环保灶"华南地区"市场情况分析

一、2013-2016年华南地区市场规模

二、2013-2016年华南地区市场产值分析

第四节 集成环保灶"华东地区"市场情况分析

一、2013-2016年华东地区市场规模

二、2013-2016年华东地区市场产值分析

第五节 集成环保灶"西北地区"市场情况分析

一、2013-2016年西北地区市场规模

二、2013-2016年西北地区市场产值分析

第六节 集成环保灶"西南地区"市场情况分析

一、2013-2016年西南地区市场规模

二、2013-2016年西南地区市场产值分析

第七节 集成环保灶"华中地区"市场情况分析

一、2013-2016年华中地区市场规模

二、2013-2016年华中地区市场产值分析

第六章 2015-2016年中国集成环保灶产业市场销售状况分析

第一节 中国集成灶营销之"滚雪球"战略

一、有利于集成灶企业降低营销风险

二、有利于保证资源的及时满足

三、有利于集成灶市场的稳步巩固拓展

第二节 中国集成环保灶营销关键思路分析

一、集成灶企业如何选择网络营销平台

二、集成灶营销"攻防进退" 战略战术颇为重要

三、集成灶走品牌战略 练好"基本功"是关键

四、集成灶品牌打响价值竞争战很必要

五、集成灶企业盼发展 终端渠道探索势在必行

六、集成灶专卖店销售不理想原因分析

第三节 中国集成灶企业大客户开发销售技巧

一、充足的客户拜访准备

二、成为你所销售产品的专家

三、为客户创造价值

四、关注竞争对手

五、组织系统支持

六、流程分解

七、交互式大客户开发

八、客户推荐

九、重视决策者身边的人

十、公关手段创新

第四节 中国集成灶行业销售现状电商模式势在必行

一、集成灶行业销售现状

二、推新型模式至关重要

第五节 中国集成灶行业竞争激烈农村市场成"潜力股"

一、加强消费者体验

二、加强品牌文化的建设

三、重视品牌的品质

第七章 2013-2016年中国集成环保灶行业生产规模分析

第一节 2013-2016年中国集成环保灶生产总量分析

一、2013-2016年中国集成环保灶生产总量及增速分析

二、2013-2016年中国集成环保灶产能及增速分析

三、2017-2022年集成环保灶生产总量及增速预测

第二节 2015-2016年中国集成环保灶细分区域生产分析

第三节 2015-2016年中国集成环保灶行业供需状况

一、中国集成环保灶供给状况

二、中国集成环保灶需求状况

第八章 2015-2016年中国集成环保灶行业消费者偏好调查

第一节 集成环保灶行业产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 集成环保灶行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、集成环保灶行业品牌忠诚度调查

六、集成环保灶行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第九章 2015-2016年中国集成环保灶市场竞争格局分析

第一节 2015-2016年中国集成环保灶行业市场竞争现状

一、集成环保灶技术竞争分析

二、集成环保灶价格竞争分析

三、集成环保灶竞争力研究

第二节 2015-2016年中国集成环保灶行业集中度分析

一、集成环保灶市场集中度分析

二、集成环保灶区域集中度分析

第三节 2017-2022年中国集成环保灶市场竞争趋势预测

第十章 2016年中国集成环保灶部分生产企业分析

第一节 浙江美大实业股份有限公司

第二节 杭州老板电器股份有限公司

第三节 浙江森歌电器有限公司

第四节 浙江帅丰电器有限公司

第五节 中山市金利百威电器有限公司

第六节 浙江厨壹堂厨房电器有限公司

第七节 嵊州火玫瑰厨电有限公司

第八节 广东美盼电器有限公司

第九节 优格厨电有限公司

第十节 希尔乐集成电器有限公司

第十一节 浙江潮邦厨具电器有限公司

第十二节 浙江欧川厨卫电器有限公司

第十三节 帝斯曼电器有限公司

第十四节 中山市通富电器有限公司

第十五节 浙江火星人厨具有限公司

第十六节 略……

第十一章 2017-2022年中国集成环保灶行业发展趋势及前景展望

第一节 2017-2022年中国家电行业的发展趋势

一、家电行业未来八大趋势

二、家电行业的三个发展方向

三、整合是家电行业发展潮流

四、家电行业节能成发展趋势

第二节 2017-2022年中国集成环保灶行业发展趋势

一、中国集成环保灶行业的发展展望

二、集成环保灶产品三大发展趋势

三、未来集成环保灶将具备五种功能

四、厨房集成环保灶的八大发展趋势

第三节 2017-2022年中国集成环保灶行业的发展趋势

一、中国集成环保灶行业发展展望

二、集成环保灶行业的主要发展方向

三、集成环保灶市场空间将进一步扩展

四、"环保型"集成环保灶是发展方向

第十二章 2017-2022年中国集成环保灶行业投资潜力及投资风险分析

第一节 2017-2022年中国集成环保灶行业投资机会分析

一、集成环保灶行业吸引力分析

二、集成环保灶行业区域投资潜力分析

第二节 2017-2022年中国集成环保灶行业投资风险分析

一、宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、供需波动风险

四、技术风险

五、经营管理风险

第三节 专家投资建议(AK HT)

图表目录：

图表：2012-2016年中国国内生产总值统计分析

图表：2011-2016年我国季度GDP增长率 单位：%

图表：2012-2016年全社会固定资产投资统计

图表：2012-2016年固定资产投资走势图 单位：%

图表：2007-2015年GDP和三次产业累计增长速度

图表：2012-2016年工业增加值月度增长速度

图表：2012-2016年CPI和PPI月度涨幅

图表：2012-2016年固定资产投资和房地产开发投资累计增速走势

图表：2012-2016年三次产业累计投资增长速度

图表：2012-2016年社会消费品零售额月度增长速度势

图表：2012-2016年月度外贸进出口增长速度

图表：2012-2016年月度货币供应量增长速度

图表：2012-2016年中国集成环保灶产业工业总产值分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/281805.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。