



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2011年中国剃须刀市场调查与投资咨询市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2009-2011年中国剃须刀市场调查与投资咨询市场分析及发展趋势研究报告》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/41699.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

本研究报告从中国剃须刀行业的供需市场入手、着重分析了近几年中国剃须刀产能走势、区域分布、产业结构、产品价格和进出口量等方面内容。本报告是国讯报告网调研小组专项报告、对剃须刀产品细分市场上做了有针对性的研究、对有投资价值的区域、和其他同行剃须刀企业进行了投资热点分析、并对剃须刀产品未来发展及现状趋势提出了一定的翔实建议。本报告从剃须刀产量、出厂价格及财务报表等几方面、对剃须刀行业重点企业及上市公司进行了详细的横向、纵向对比、对下一阶段企业发展作出评测。

未来剃须刀企业走势我们做了大量的调研分析、依然保持较快的增长速度、产能继续增加。但竞争更加激烈、市场渐趋于饱和、增速逐渐减缓。国内剃须刀产能增速过快仍是剃须刀市场的主要压力。。

本研究咨询报告主要依据国家统计局、工商局、税务局、国务院发展研究中心、发改委、商务部、国家信息中心、各大商用数据库、相关行业协会、报刊杂志及各市调公司所公布的资料所撰写。

本研究报告是国内外相关企业，了解剃须刀市场现状和未来发展趋势，提供重要参考。

【 目录 】

| | |
|----------------------------|---|
| 前言 解读中国剃须刀行业 | 1 |
| 第一节 江湖之大---哪个男人不配刀？ | 1 |
| 第二节 刀光剑影---谁在笑傲今朝？ | 1 |
| 第三节 钱途无限---明日又是谁之天下？ | 1 |
| 第一章2007---2008年世界剃须刀行业发展现状 | 3 |
| 第一节 世界剃须刀发展历史 | 3 |
| 第二节 剃须刀市场国际著名品牌及其市场占有率 | 4 |
| 一、飞利浦剃须刀 | 4 |

| | |
|-----------------------------|----|
| 二、博朗剃须刀 | 4 |
| 三、超人剃须刀 | 4 |
| 四、松下剃须刀 | 4 |
| 五、三洋剃须刀 | 5 |
| 第三节 世界剃须刀市场容量分析 | 5 |
| | |
| 第二章 2007---2008年中国剃须刀行业发展现状 | 6 |
| 第一节 中国剃须刀行业成长历史 | 6 |
| 第二节 2007—2008年中国剃须刀产量与市场容量 | 8 |
| 第三节 中国七大剃须刀品牌 | 9 |
| 一、中国超人集团有限公司----“超人”牌 | 9 |
| 二、上海双箭美容美发用品有限公司----“双箭”牌 | 10 |
| 三、温州市日峰剃须刀有限公司-----“大亨”牌 | 10 |
| 四、上海鼎铃电器有限公司-----“鼎铃”牌 | 11 |
| 五、余姚市久益电器有限公司----“格达”牌 | 11 |
| 六、舟山海山电器有限公司-----“海山”牌 | 11 |
| 七、浙江飞科电器有限公司-----“飞科”牌 | 12 |
| 第四节 中国剃须刀行业特点 | 13 |
| 一、行业集中度趋高 | 13 |
| 二、国内外品牌针锋相对 | 13 |
| 三、国内品牌市场竞争日益惨烈 | 14 |
| 四、产品研发愈发重视 | 14 |
| 五、本土产品国际化 | 14 |
| 六、价格两极分化 | 14 |
| 第五节 中国剃须刀行业的发展周期分析 | 15 |
| 一、生命周期分析 | 15 |
| 二、成熟度分析 | 15 |
| 三、增长性与波动性 | 16 |
| | |
| 第三章 2007---2008年剃须刀行业发展环境分析 | 17 |
| 第一节 2007---2008年世界剃须刀行业发展环境 | 17 |
| 一、世界经济继续发展 | 17 |

| | |
|-----------------------------|----|
| 三、世界人均可支配收入 | 20 |
| 第二节 2007---2008年中国剃须刀行业发展环境 | 20 |
| 一、经济环境分析 | 20 |
| (一)中国宏观经济环境走势良好 | 20 |
| (二)企业景气指数分析 | 26 |
| (三)居民消费者指数及其预期 | 27 |
| 二、政策因素分析 | 28 |
| 三、技术因素分析 | 32 |
| 四、国外品牌对国内市场的冲击 | 33 |
| (一) 欧盟ROHS法令 | 33 |
| (二) 欧盟WEEE法令 | 34 |
| 五、国外法规对国内剃须刀行业的影响 | 34 |
| | |
| 第四章 2007---2008年中国剃须刀行业供给分析 | 37 |
| 第一节 中国剃须刀市场现状 | 37 |
| 一、市场供给总体规模 | 37 |
| 二、市场供给产品结构 | 37 |
| 三、企业投资规模 | 38 |
| 四、企业地域分布 | 38 |
| 第二节 中国剃须刀行业生产基地-----温州 | 38 |
| 一、发展历程 | 38 |
| 二、总体产值与市场份额 | 39 |
| 三、特点与优势 | 39 |
| (一)专业化分工协作的特色产业区 | 39 |
| (二)国家级区域品牌 | 39 |
| (三)具备自主知识产权的专利产品 | 40 |
| (四)构筑国内、国际市场营销网络 | 40 |
| | |
| 第五章 2007---2008年中国剃须刀行业需求分析 | 41 |
| 第一节 影响中国剃须刀需求的因素 | 41 |
| 一、消费者偏好 | 41 |
| 二、消费者收入 | 41 |

| | |
|-------------------------------|----|
| 三、剃须刀款式外观 | 41 |
| 四、促销及广告 | 42 |
| 五、产品价格与心理效应 | 42 |
| 六、购物环境 | 42 |
| 七、功能效用 | 42 |
| 第二节 2007—2008年剃须刀行业需求总量分析与预测 | 43 |
| 一、2007---2008年剃须刀行业最受关注十大品牌 | 43 |
| 二、2007---2008年剃须刀行业市场品牌市场占有率 | 44 |
| 三、2005---2007年中国剃须刀行业市场需求总量 | 45 |
| 四、未来剃须刀行业需求总量预测 | 47 |
| 第三节 不同区域的需求分析 | 47 |
| 一、城市市场 | 47 |
| 二、农村市场 | 48 |
| | |
| 第六章 2007—2008年剃须刀行业竞争态势及其格局分析 | 49 |
| 第一节 2007—2008年剃须刀行业竞争态势特点 | 49 |
| 一、国际品牌引领潮流 | 49 |
| 二、中低端市场国内品牌惨烈厮杀 | 49 |
| 第二节 近年中国剃须刀行业市场竞争格局综述 | 50 |
| 一、剃须刀行业市场集中度分析 | 50 |
| 二、剃须刀行业市场竞争程度 | 51 |
| 三、剃须刀行业市场竞争格局 | 52 |
| 第三节 2007-2008年中国剃须刀行业国际竞争者的影响 | 53 |
| 一、剃须刀企业的SWOT分析 | 53 |
| 二、国际剃须刀行业企业的SWOT分析 | 53 |
| 第三节未来中国剃须刀行业竞争格局展望 | 54 |
| | |
| 第七章 剃须刀行业营销策略分析 | 55 |
| 第一节 中国剃须刀行业营销中存在问题分析 | 55 |
| 一、传统渠道运作困惑 | 55 |
| 二、新型渠道运作迷惘 | 55 |
| 三、专业营销人才匮乏 | 55 |

四、乱打价格牌 56

第二节 市场定位分析 56

一、高端市场 56

二、中低端市场 56

第二节 剃须刀行业营销五大军规 57

一、功效优先 57

二、价格适众 57

三、品牌提升 58

四、媒体组合 58

五、终端包装 59

第八章 剃须刀行业重点企业解读 60

第一节 飞利浦----谁与争锋? 60

一、公司简介 60

二、市场主要产品与发展动态 60

三、2005—2007年公司整体运营及财务分析 61

四、企业核心竞争力分析 61

五、企业成长性分析 62

第二节 松下----又见飞刀 63

一、公司简介 63

二、市场主要产品与发展动态 63

三、2005—2007年公司整体运营及财务分析 65

四、企业核心竞争力分析 65

五、企业成长性分析 66

第三节 飞科----小李飞刀 67

一、公司简介 67

二、市场主要产品与发展动态 67

三、2005—2007年公司整体运营及财务分析 68

四、企业核心竞争力分析 68

五、企业成长性分析 69

第四节 超人-----过关斩将 70

一、公司简介 70

| | |
|----------------------------------|----|
| 二、市场主要产品与发展动态 | 70 |
| 三、2005—2007年公司整体运营及财务分析 | 71 |
| 四、企业核心竞争力分析 | 72 |
| 五、企业成长性分析 | 72 |
| | |
| 第九章 2008---2010年剃须刀行业趋势预测及投资专家建议 | 74 |
| 第一节 2008---2010年剃须刀行业趋势预测 | 74 |
| 一、国内市场容量依然很大 | 74 |
| 二、企业竞争进入白热化 | 74 |
| 三、企业的竞争将趋向于核心竞争能力的竞争 | 74 |
| 四、国际品牌冲击加大 | 75 |
| 五、国外市场开拓面临壁垒 | 75 |
| 六、高端产品商机无限 | 76 |
| 第二节 华经视点专家建议 | 77 |
| 一、市场竞争策略方面 | 77 |
| 二、企业发展路线选择方面 | 78 |
| 三、企业产品创新方面 | 79 |

图表目录

| | |
|-------------------------------------|----|
| 图表 1 2004-2007年世界电动剃须刀的市场容量 | 5 |
| 图表 2 2004-2007年世界电动剃须刀市场容量变化趋势分析 | 5 |
| 图表 3 2004-2007年我国剃须刀产量分析 | 8 |
| 图表 4 2005-2007年中国剃须刀的市场容量 | 8 |
| 图表 5 2004 - 2007年中国剃须刀行业销售收入统计分析 | 16 |
| 图表 6 世界人均可支配收入排名 | 20 |
| 图表 7 2004-2007年中国企业景气指数走势图 | 27 |
| 图表 8 2007年9月-2008年10月消费者信心指数 | 27 |
| 图表 9 2004-2007年国内剃须刀供给总量 | 37 |
| 图表 10 2005-2007年中国剃须刀行业资产变化情况分析 | 38 |
| 图表 11 2008年5月最受用户关注的十款剃须刀产品排行 | 44 |
| 图表 12 2007年国内市场上品牌占有率比例 | 45 |
| 图表 13 2005 - 2007年中国剃须刀行业市场需求总量统计分析 | 45 |

| | | |
|-------|---|----|
| 图表 14 | 2005 - 2007年中国剃须刀行业市场需求总量变化趋势分析 | 46 |
| 图表 15 | 2008 - 2010年中国剃须刀行业市场需求总量变化趋势预测分析 | 47 |
| 图表 16 | 2007年剃须刀行业销售收入前十名市场占有率分析 | 50 |
| 图表 17 | 超人和飞利浦中国市场十大电须刀畅销型号对比分析 | 51 |
| 图表 18 | 2005 - 2007年中国剃须刀行业销售收入集中情况分析 | 51 |
| 图表 19 | 以电动须刀为例现有的行业基本上分为三个集团形成的竞争格局 | 52 |
| 图表 20 | 2005 - 2007年珠海经济特区飞利浦家庭电器有限公司主要财务指标 | 61 |
| 图表 21 | 2005 - 2007年珠海经济特区飞利浦家庭电器有限公司盈利能力分析 | 61 |
| 图表 22 | 2005 - 2007年珠海经济特区飞利浦家庭电器有限公司偿债能力分析 | 62 |
| 图表 23 | 2005 - 2007年珠海经济特区飞利浦家庭电器有限公司销售收入统计分析 | 62 |
| 图表 24 | 2005 - 2007年珠海经济特区飞利浦家庭电器有限公司利润总额统计分析 | 63 |
| 图表 25 | 2005 - 2007年松下电工•万宝电器（广州）有限公司主要财务指标分析 | 65 |
| 图表 26 | 2005 - 2007年松下电工•万宝电器（广州）有限公司盈利能力分析 | 65 |
| 图表 27 | 2005 - 2007年松下电工•万宝电器（广州）有限公司偿债能力分析 | 65 |
| 图表 28 | 2005 - 2007年松下电工•万宝电器（广州）有限公司销售收入统计分析 | 66 |
| 图表 29 | 2005 - 2007年松下电工•万宝电器（广州）有限公司利润总额统计分析 | 66 |
| 图表 30 | 2005 - 2007年浙江飞科电器有限公司主要财务指标分析 | 68 |
| 图表 31 | 2005 - 2007年浙江飞科电器有限公司盈利能力分析 | 68 |
| 图表 32 | 2005 - 2007年浙江飞科电器有限公司偿债能力分析 | 68 |
| 图表 33 | 2005 - 2007年浙江飞科电器有限公司销售收入统计分析 | 69 |
| 图表 34 | 2005 - 2007年浙江飞科电器有限公司利润总额统计分析 | 69 |
| 图表 35 | 2005 - 2007年超人集团有限公司主要财务指标分析 | 71 |
| 图表 36 | 2005 - 2007年超人集团有限公司盈利能力分析 | 72 |
| 图表 37 | 2005 - 2007年超人集团有限公司偿债能力分析 | 72 |
| 图表 38 | 2005 - 2007年超人集团有限公司销售收入统计分析 | 72 |
| 图表 39 | 2005 - 2007年超人集团有限公司利润总额统计分析 | 73 |

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/41699.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。