



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2010年中国电压力锅行业 发展预测与投资分析报告

一、调研说明

《2008-2010年中国电压力锅行业发展预测与投资分析报告》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/41997.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

电压力锅是传统高压锅和电饭锅的升级换代产品，它结合了压力锅和电饭锅的优点，采用弹性压力控制，动态密封，外旋盖、位移可调控电开关等新技术、新结构，全密封烹调、压力连续可调，彻底解决了压力锅的安全问题，解除了普通压力锅困扰消费者多年的安全隐患；其热效率大于80%，省时省电(比普通电饭锅节电30%以上)。目前，用电进行加热的新一代电压力锅以安全、安心，节能、省电，煮食快速美味，无需看管等优势，逐渐取代传统以燃气加热的高压锅，成为新一代的“安全烹饪大师”。

近几年国内的电压力锅继续保持着稳定的增长态势，2006年，国内电压力锅市场规模为260万台，零售额为12亿元，2007年呈现翻倍增长，市场总量达600万台，零售额达28亿元。

电压力锅巨大的市场潜力以及相对可观的利润吸引了不少家电厂商的目光，大批企业蜂拥而至。到2006年底，全国有不少于60家生产企业、200个品牌。目前市场销量前五名的品牌分别是美的、苏泊尔、老板、双喜、九阳，他们占据了70%以上的市场份额。电压力锅已走出群雄纷争的时代，未来的电压力锅市场将由少数几个有实力的大品牌引领。尽管美的2005年7月才进入电压力锅行业，但凭借强大的品牌号召力、终端销售优势和过硬的产品质量，美的电压力锅保持了良好的销售态势，占了40%以上的市场份额，位居第一。

从其发展前景来看，电压力锅自面世以来，由于其在各地的市场表现较为低调，因此，还不为广大普通消费者所认知，目前家庭拥有量还不到10%，可挖掘的市场潜力非常巨大，面对这块巨型蛋糕，国内众多厂商趋之若鹜，纷纷向其发起进攻，由于具有多功能的智能化营养炊具所具有的安全、营养、便捷、多功能等突出优势，将逐渐风行，并很有可能在近几年逐渐替代压力锅、电饭煲、烧锅等炊具，未来三年我国电压力锅市场至少具有3000万-5000万台的规模。

【 目录 】

第一章 电压力锅行业国际发展概况 6

第一节 国际电压力锅行业发展概况 6

第二节市场现状与特点分析	6
第三节主要国家电压力锅市场概况	8

第二章 电压力锅行业宏观发展环境分析 13

第一节经济环境分析 13

- 一、国际经济形势运行分析 13
- 二、国内经济形势发展分析 16
- 三、国内外贸易发展形势分析 18
- 四、我国居民消费水平分析 19

第二节政策环境分析 20

- 一、国际上对行业影响深远的政策法规分析 20
- 二、国内主要政策分析 21

第三节技术环境分析 23

第三章 电压力锅市场结构分析 24

第一节行业一般特征 24

- 一、行业盈利水平分析 24
- 二、行业生产结构分析 25
- 三、行业消费结构分析 26

第二节市场集中度分析 28

- 一、市场占有率分析 28
- 二、品牌集中度分析 28
- 三、产品集中度分析 29

第三节影响市场结构的因素分析 30

第四章 电压力锅市场需求分析 31

第一节需求结构分析 31

- 一、城乡需求结构对比 31
- 二、区域需求结构分析 33
- 三、产品需求结构对比 34
- 四、行业需求结构对比 35

第二节各种需求行为分析 35

一、积极需求行为分析	35
二、消极需求行为分析	36
第三节影响需求的因素分析	37
一、广告	37
二、包装	39
三、价格	40
四、产品性能	40
五、销售地点	41
第四节区域市场需求分析	41
一、主要市场需求容量对比	41
二、主要市场成熟度对比	42
三、主要市场消费者观念、行为对比	42

第五章 电压力锅市场供给分析 44

第一节生产能力现状	44
一、整体生产能力分析	44
二、区域生产能力分析	45
三、细分区域市场能力分析	45
第二节产品进出口情况	47
一、进出口贸易分析	47
二、进出口结构分析	48
三、进出口数量统计分析	49
四、进出口金额分析	50
五、进口来源分析	52
六、出口流向分析	53
第三节产品新建及扩建项目	53
第四节产品生产成本分析	54
一、原材料成本分析	54
二、人工成本分析	55
三、制造费用成本分析	55

第六章 电压力锅区域市场竞争状况分析 56

第一节 东北市场 56

一、主要消费档次 56

二、决定消费的主要因素 57

三、价格水平 57

第二节 华北市场 58

一、主要消费档次 58

二、决定消费的主要因素 59

三、价格水平 59

第三节 西南市场 60

一、主要消费档次 60

二、决定消费的主要因素 61

三、价格水平 61

第四节 华南市场 62

一、主要消费档次 62

二、决定消费的主要因素 63

三、价格水平 63

第五节 华东市场 65

一、主要消费档次 65

二、决定消费的主要因素 65

三、价格水平 65

第七章 电压力锅主要厂商分析 66

第一节 美的电压力锅 66

一、市场地位 66

二、产品结构 66

三、销售策略 67

四、盈利状况 68

第二节 苏泊尔电压力锅 70

一、市场地位 70

二、产品结构 70

三、销售策略 71

四、盈利状况 71

第三节 老板电压力锅 72

一、市场地位 72

二、产品结构 73

三、销售策略 73

四、盈利状况 74

第四节 双喜电压力锅 74

一、市场地位 74

二、产品结构 74

三、销售策略 74

四、盈利状况 76

第五节 九阳电压力锅 76

一、市场地位 76

二、产品结构 77

三、销售策略 77

四、盈利状况 77

第八章 2008-2010年电压力锅市场发展趋势预测 78

第一节 国际、国内市场规模 78

一、国际市场规模预测 78

二、国内市场规模预测 78

第二节 产品竞争方式预测（主要分析是产品、价格、品牌还是服务哪个方面的竞争） 80

一、产品功能竞争 80

二、产品价格竞争 80

三、产品品牌竞争 81

四、产品服务竞争 81

第三节 市场集中度分析 82

一、市场占有率变化预测 82

二、品牌集中度变化预测 83

三、主要地区渗透率预测 84

第四节 市场价格分析 84

一、影响市场价格因素分析 84

二、市场价格走势分析 84

第五节区域市场预测 85

一、区域市场供求平衡预测 85

二、区域市场竞争格局预测 86

第六节市场竞争策略建议 86

一、一线厂商竞争策略建议 86

二、二线厂商竞争策略建议 88

图表目录

图表1：2003-2006年日本电压力锅产、销、存统计 12

图表2：2006年1月-2007年1月日本电压力锅产量对比走势图 13

图表3：2006-2007年美国家庭家电平均支出增长走势图 14

图表4：2006-2007年世界主要经济体对世界经济增长贡献度对比图 17

图表5：2001-2007年美国各季度实现GDP同比及环比增速走势图 18

图表6：2007年欧元区GDP环比及同比增速对比走势图 19

图表7：2007年日本GDP环比及同比增速对比走势图 19

图表8：2005-2008年一季度国内GDP同比增速走势图 21

图表9：2005-2008年一季度国内工业增加值月度增长速度走势图 21

图表10：2005-2008年一季度国内固定资产投资月度增速走势图 22

图表11：2005-2008年一季度国内外贸进出口月义增长速度走势图 23

图表12：2005-2008年一季度社会消费品零售额、居民消费价格指数月度走势图 23

图表13：2007年我国货币政策调整一览表 26

图表14：2005-2008年一季度国内家用厨房电器制造业销售利润及同比增速走势图 28

图表15：2005-2008年一季度家用厨房电器制造业销售利润逐月走势对比图 29

图表16：1961-2006年国内城镇居民人均收入与耐用品消费支出走势图 30

图表17：2005-2008年一季度国内耐用品和CPI涨幅对比走势图 31

图表18：近几年国内不同收入家庭耐用品消费支出比例对比图 31

图表19：2003-2007年我国城镇及农村居民人均可支配收入增长对比图 35

图表20：2006年我国城镇居民家庭设备用品及服务业支出构成 36

图表21：2006年我国农村居民家庭设备用品及服务业支出构成 36

图表22：2002-2006年全国农村居民家庭生活设备用品支出结构变化统计（%） 37

图表23：2006年国内城镇居民人均消费性支出构成 37

图表24：2006年国内农村居民人均消费性支出构成 38

图表25：2005-2007年国内家用电器行业各媒体广告费用投放金额走势图 41

图表26：2007年家用电器行业广告前10品牌广告费用投放及同比增速对比 42

图表27：2007年5月-2008年4月国内消费类电子产品网络广告费用投放对比 43

图表28：2007年国内厨房电器采购区域比重分布图 45

图表29：国内小家电企业市场区域成熟度分布对比图 46

图表30：2001-2008年1-4月国内电压力锅产量统计 48

图表31：2001-2008年1-4月国内电压力锅产量及同比增速走势图 48

图表32：2007年国内电压力锅区域能力分地区图 49

图表33：2002-2008年1-4月华东地区各省市电压力锅产量统计 50

图表34：2002-2008年1-4月华东地区各省市电压力锅产量走势图 50

图表35：2002-2008年1-4月华南地区电压力锅产量统计 50

图表36：2002-2008年1-4月华南地区各省电压力锅产量走势图 51

图表37：2005-2008年一季度国内电压力锅进出口数量走势图 51

图表38：2007年国内电压力锅进出口结构分布比重图 52

图表39：2005-2008年一季度电压力锅进出口贸易比重走势统计 52

图表40：2005-2008年一季度国内电压力锅进口数量及同比增幅走势图 53

图表41：2005-2008年一季度国内电压力锅出口数量及同比增幅走势图 53

图表42：2005-2008年一季度国内电压力锅进口金额及同比增幅走势图 54

图表43：2005-2008年一季度国内电压力锅出口金额及同比增幅走势图 55

图表44：2005-2008年一季度国内电压力锅进出口单价对比图 55

图表45：2005-2007年国内小家电主要出口省市出口比重统计 56

图表46：2005-2007年国内小家电主要出口省市比重对比图 56

图表47：2001-2006年国内西式小家电八大出口国出口数量走势统计 57

图表48：我国西式小家电产业链条示意图 58

图表49：2005-2008年1月家用电器用彩涂板价格走势图 58

图表50：2007年1-12月热轧（1mm）和冷轧（0.5mm）薄板价格走势图 59

图表51：国内小家电制造链条示意图 60

图表52：2005-2007年家用厨房电器制造业各项制造成本费用统计 60

图表53：2005-2007年东北地区城镇及农村居民消费水平对比统计 60

图表54：2005-2007年东北地区国民生产总值对比统计 61

图表55：2007年东三省电压力锅市场占有率十大品牌价格统计 61

图表56：2005-2007年华北地区城镇及农村居民消费水平对比统计 62

图表57 ; 2005-2007年华北地区国民经济生产总值对比统计	63
图表58 : 2007年华北市场电压力锅十大品牌市场价格统计	63
图表 59 : 2005-2007年西部地区城镇及农村居民消费水平对比统计	64
图表60 : 2005-2007年西部地区国民经济生产总值对比统计	65
图表61 : 2007年西南市场电压力锅十大品牌市场平均价格统计	65
图表 62 : 2007年西北市场电压力锅十大品牌市场平均价格统计	66
图表 63 : 2005-2007年华南地区城镇及农村居民消费水平对比统计	67
图表64 : 2005-2007年华南地区国民经济生产总值对比统计	67
图表 65 : 2007年中南市场电压力锅十大品牌市场平均价格统计	68
图表 66 : 2007年华南市场电压力锅十大品牌市场平均价格统计	68
图表 67 : 2005-2007年华东地区城镇及农村居民消费水平对比统计	69
图表68 : 2005-2007年华南地区国民经济生产总值对比统计	69
图表69 : 2007年华东市场电压力锅十大品牌市场平均价格统计	70
图表 70 : 美的电器销售模式分布图	71
图表 71 : 2006-2008年一季度美的电器股份公司各项盈利利率指标走势图	73
图表 72 : 2001-2007年苏泊尔电器业务收入及利润走势图	75
图表 73 : 2003-2007年苏泊尔电器业务收入及毛利率走势图	76
图表74 : 2008-2011年国际西式小家电市场规模以及同比增速走势图	82
图表75 : 2008-2011年国内西式小家电市场规模以及同比增速走势图	82
图表 76 : 2007年国内电压力锅市场占有率对比图	86
图表77 : 2007-2008年1-4月我国电压力锅区域供应集中度对比	89

详细请访问 : <https://www.icandata.com/view/41997.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。