



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2010年中国家用电烤箱行业 发展预测与投资分析报告

一、调研说明

《2008-2010年中国家用电烤箱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/42047.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

我国家电行业与国民经济增长密切相关，家电业工业总产值随着国民经济增长而呈增长趋势，且增长趋势基本吻合。随着家电行业的发展日益完善成熟，家电行业在制造业和国民经济中的地位也越来越稳固，其在GDP中的比重趋于稳定，2004年~2007年，比重为3.8%左右，2005年~2007年，这一数据几乎没有变化。由此也可以看出，我国家电行业已经进入了一个相对稳定的发展阶段。

进入2008年一季度，家电行业所属大产业环境更是保持着稳定的增长率，按照08年1-2月我国全部大类行业工业累计增加值增速排位来看，电气机械及器械制造业位居第9位，居前列，同时也显示出了家电产业在国民经济中的重要性。

从国内小家电产业的整体发展能力来看，在欧美国家每户拥有小家电37件，而西式小家电作为其家庭必备品的同时还具备时尚化和情趣化特点，巨大的市场容量和更新换代需求将为主要出口国中国带来庞大市场。

而中国市场将是西式小家电企业增长潜力巨大的市场，第一，欧美文化逐渐在东方流行，西式小家电日益受到富裕起来的中国居民青睐；第二，中国每户小家电的保有量平均水平很低，约3~4件每户，有着巨大的发展空间；第三，中国人口占世界20%左右，而目前中国小家电销售额占世界仅仅7.9%，随着中国占世界经济比重不断上升，小家电市场份额必将不断上升。

电烤箱做为家用西式小电器之一，在我国随着人们居住环境的不断改善，厨房的位置越来越重要，而由此产生的厨房电器的创新与发展，也逐渐引起商家重视。

事实上，在我国，厨房电器行业的发展前景非常广阔，而且正呈逐年加速的趋势。出现这种趋势的原因有以下几点：首先，厨电产品正由过去的选择性商品过渡到现在的必备性商品。其次，随着整个行业的发展，厨电产品各单品价值也在逐年提升，近年来，中国厨电市场的平均发展速度为12%左右，如果算上农村乡镇市场，潜力更大，潜在发展能力较强。

第一章 2005-2008年一季度家用电烤箱行业整体概况	12
第一节、行业界定及分类	12
第二节、行业在国民经济中的地位	12
第三节、整体发展能力分析	13
第四节、行业特点分析	14
第五节、国际家用电烤箱市场现状分析	15
一、日本家用电烤箱市场现状	15
二、德国家用电烤箱市场现状	15
三、美国家用电烤箱市场现状	16
四、其他国家家用电烤箱市场现状	19
第二章 2005-2008年一季度家用电烤箱行业发展环境分析	22
第一节 经济环境分析	22
一、国际经济形势运行分析	22
二、国内经济形势发展分析	25
三、国内外贸易发展形势分析	28
四、我国居民消费水平分析	28
第二节 政策环境分析	29
一、国际上对行业影响深远的政策法规分析	29
二、国内主要政策分析	30
第三节 技术环境分析	33
第三章 2005-2008年一季度家用电烤箱行业市场结构分析	35
第一节 行业一般特征	35
一、行业盈利水平分析	35
二、行业生产结构分析	36
三、行业消费结构分析	36
第二节 市场集中度分析	39
一、市场占有率分析	39
二、品牌集中度分析	40
三、产品集中度分析	40
第三节 影响市场结构的因素分析	41

第四章 2005-2008年一季度家用电烤箱行业市场需求分析 43

第一节 需求结构分析 43

一、城乡需求结构对比 43

二、区域需求结构分析 45

三、产品需求结构对比 46

第二节 各种需求行为分析 47

一、积极需求行为分析 47

二、消极需求行为分析 48

第三节 影响需求的因素分析 49

一、广告影响因素 49

二、包装影响因素 51

三、价格影响因素 52

四、产品性能影响因素 52

五、销售方式影响因素 52

第四节 区域市场需求分析 53

一、主要市场需求容量对比 53

二、主要市场成熟度对比 54

三、主要市场消费者观念、行为对比 54

第五章 2005-2008年一季度家用电烤箱行业市场供给分析 56

第一节 生产能力现状 56

一、整体生产能力 56

二、地区生产能力分析 57

三、企业生产能力分析 61

第二节 产品进出口情况 62

一、进出口数据统计分析 62

二、进出口价格分析 62

三、出口来源分析 64

四、出口流向分析 64

第三节 产品新建及扩建项目 65

第四节 产品生产成本分析 66

- 一、原材料成本分析 66
- 二、人工成本分析 67
- 三、制造费用成本分析 68

第六章 2005-2008年一季度家用电烤箱行业区域竞争分析 69

第一节 东北市场 69

- 一、主要消费档次 69
- 二、决定消费的主要因素 69
- 三、价格水平 70

第二节 华北市场 72

- 一、主要消费档次 72
- 二、决定消费的主要因素 72
- 三、价格水平 73

第三节 西部市场 74

- 一、主要消费档次 74
- 二、决定消费的主要因素 75
- 三、价格水平 76

第四节 华南市场 78

- 一、主要消费档次 78
- 二、决定消费的主要因素 78
- 三、价格水平 79

第五节 华东市场 81

- 一、主要消费档次 81
- 二、决定消费的主要因素 81
- 三、价格水平 82

第七章 2005-2008年一季度家用电烤箱行业主要厂商分析 83

第一节 格兰仕电烤箱 83

- 一、市场地位 83
- 二、产品结构 83
- 三、销售策略 85
- 四、盈利状况 85

第二节 ACA电烤箱 86

一、市场地位 86

二、产品结构 87

三、销售策略 88

四、盈利状况 88

第三节 忠臣电烤箱 89

一、市场地位 89

二、产品结构 89

三、销售策略 90

四、盈利状况 90

第四节 长帝电烤箱 91

一、市场地位 91

二、产品结构 91

三、销售策略 92

四、盈利状况 92

第五节 三洋电烤箱 93

一、市场地位 93

二、产品结构 93

三、销售策略 95

四、盈利状况 95

第六节 东菱电烤箱 96

一、市场地位 96

二、产品结构 97

三、销售策略 99

四、盈利状况 99

第七节 其他品牌电烤箱 100

第八章 2008-2010年家用电烤箱行业发展趋势预测 101

第一节 国际、国内市场规模 101

一、国际市场规模预测 101

二、国内市场规模预测 101

第二节 产品竞争方式预测 102

一、产品功能竞争	102
二、产品价格竞争	102
三、产品品牌竞争	103
四、产品服务竞争	103
第三节 市场集中度分析	105
一、市场占有率变化预测	105
二、品牌集中度变化预测	105
三、主要地区渗透率预测	106
第四节 市场价格分析	107
一、影响市场价格因素分析	107
二、市场价格走势分析	107
第五节 区域市场预测	108
一、区域市场供求平衡预测	108
二、区域市场竞争格局预测	109
第六节 市场竞争策略建议	110
一、一线厂商竞争策略建议	110
二、二线厂商竞争策略建议	111

图表目录

图表 1：2008年一季度家电产业所属大产业环境在全国各大类产业排名	13
图表 2：2006-2007年美国家庭家电平均支出增长走势图	16
图表 3：2006-2007年美国电烤箱销售数量及销售金额对比统计	17
图表 4：2007年1月-2008年4月美国电烤箱出货数量及同比增幅对比统计	17
图表 5：2006年美国电烤箱类产品出口金额及数量走势图	18
图表 6：2007年美国电烤箱类产品出口金额及数量走势图	18
图表 7：2007-2008年2月美国电烤箱类产品出口数量对比图	19
图表 8：2007-2008年2月美国电烤箱类产品出口金额对比图	19
图表 9：2004～2006年马来西亚对流式电烤箱进口统计	21
图表 10：2006年马来西亚电烤箱进口来源分布图	21
图表 11：2006-2007年世界主要经济体对世界经济增长贡献度对比图	22
图表 12：2001-2007年美国各季度实现GDP同比及环比增速走势图	23
图表 13：2007年欧元区GDP环比及同比增速对比走势图	24

图表 14：2007 年日本 GDP 环比及同比增速对比走势图	25
图表 15：2005-2008 年一季度国内 GDP 同比增速走势图	26
图表 16：2005-2008 年一季度国内工业增加值月度增长速度走势图	27
图表 17：2005-2008 年一季度国内固定资产投资月度增速走势图	27
图表 18：2005-2008 年一季度国内外贸进出口月义增长速度走势图	28
图表 19：2005-2008 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	29
图表 20：2007 年我国货币政策调整一览表	31
图表 21：2005-2008 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	35
图表 22：2005-2008 年一季度家用厨房电器制造业销售利润逐月走势对比图	36
图表 23：1961-2006 年国内城镇居民人均收入与耐用品消费支出走势图	37
图表 24：2005-2008 年一季度国内耐用品和 CPI 涨幅对比走势图	37
图表 25：近几年国内不同收入家庭耐用品消费支出比例对比图	38
图表 26：2006-2008 年 1 月电烤箱优势品牌量占有率对比统计	39
图表 27：2006-2008 年 1 月电烤箱优势品牌额占有率对比统计	40
图表 28：2006-2008 年 1 月国内电烤箱十大品牌企业名次排位对比统计	40
图表 29：2007 年国内电烤箱市场零售量前 10 位企业比重对比图	41
图表 30：2003-2007 年我国城镇及农村居民人均可支配收入增长对比图	43
图表 31：2006 年我国城镇居民家庭设备用品及服务业支出构成	44
图表 32：2006 年我国农村居民家庭设备用品及服务业支出构成	44
图表 33：2002-2006 年全国农村居民家庭生活设备用品支出结构变化统计（%）	45
图表 34：2006 年国内城镇居民人均消费性支出构成	45
图表 35：2006 年国内农村居民人均消费性支出构成	46
图表 36：2005-2007 年国内家用电器行业各媒体广告费用投放金额走势图	49
图表 37：2007 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	50
图表 38：2007 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	51
图表 39：2007 年国内厨房电器采购区域比重分布图	53
图表 40：国内小家电企业市场区域成熟度分布对比图	54
图表 41：2002-2008 年 1-4 月家用电热烘烤器具产量统计	56
图表 42：2002-2008 年 1-4 月国内家用电热烘烤器具产量及同比增速走势图	57
图表 43：2007 年国内家用电热烘烤器具产量分地区比重图	57
图表 44：2002-2008 年 1-4 月华东地区各省市家用电热烘烤器具产量统计	58
图表 45：2002-2008 年 1-4 月华东地区各省市家用电热烘烤器具产量走势图	59

图表 46：2002-2008年1-4月华南地区各省家用电热烘烤器具产量统计	59
图表 47：2002-2008年1-4月华南地区各省家用电热烘烤器具产量走势图	60
图表 48：2002-2008年1-4月国内其他地区家用电热烘烤器具产量统计	60
图表 49：2002-2008年1-4月四川省家用电热烘烤器具产量及同比增速走势图	61
图表 50：2005-2007年国内电烤箱所处西式小家电出口数量及同比增速走势图	62
图表 51：2001-2007年国内西式小家电出口金额及同比增速走势图	63
图表 52：2001-2007年国内西式小家电出口单价及增速走势图	63
图表 53：2005-2007年国内小家电主要出口省市出口比重统计	64
图表 54：2005-2007年国内小家主要出口省市比重对比图	64
图表 55：2001-2006年国内西式小家电八大出口国出口数量走势统计	65
图表 56：我国西式小家电产业链条示意图	66
图表 57：2005-2008年1月家用电器用彩涂板价格走势	67
图表 58：2007年1-12月热轧（1mm）和冷轧(0.5mm)薄板价格走势	67
图表 59：国内小家电制造链条示意图	68
图表 60：2005-2007年家用厨房电器制造业各项制造成本费用统计	68
图表 61：2005-2007年东北地区城镇及农村居民消费水平对比统计	69
图表 62：2005-2007年东北地区国民生产总值对比统计	70
图表 63：2006-2008年1月东北市场电烤箱十大品牌市场平均价格走势	70
图表 64：2006-2008年1月东北电烤箱市场占有率前十品牌平均价格对比统计	70
图表 65：2005-2007年华北地区城镇及农村居民消费水平对比统计	72
图表 66；2005-2007年华北地区国民经济生产总值对比统计	72
图表 67：2006-2008年1月华北市场电烤箱十大品牌市场平均价格走势	73
图表 68：2006-2008年1月华北电烤箱市场占有率前十品牌平均价格对比统计	74
图表 69：2005-2007年西部地区城镇及农村居民消费水平对比统计	75
图表 70：2005-2007年西部地区国民经济生产总值对比统计	75
图表 71：2006-2008年1月西部市场电烤箱十大品牌市场平均价格走势	76
图表 72：2006-2008年1月西北地区电烤箱市场占有率前十品牌平均价格对比统计	76
图表 73：2006-2008年1月西南地区电烤箱市场占有率前十品牌平均价格对比统计	77
图表 74：2005-2007年华南地区城镇及农村居民消费水平对比统计	78
图表 75：2005-2007年华南地区国民经济生产总值对比统计	79
图表 76：2006-2008年1月华南市场电烤箱十大品牌市场平均价格走势	79
图表 77：2006-2008年1月华南地区电烤箱市场占有率前十品牌平均价格对比统计	80

图表 78：2006-2008年1月中南地区电烤箱市场占有率前十品牌平均价格对比统计	80
图表 79：2005-2007年华东地区城镇及农村居民消费水平对比统计	81
图表 80：2005-2007年华南地区国民经济生产总值对比统计	81
图表 81：2006-2008年1月华东市场电烤箱十大品牌市场平均价格走势	82
图表 82：2006-2008年1月华东地区电烤箱市场占有率前十品牌平均价格对比统计	82
图表 83：2006-2008年1月格兰仕电烤箱国内市场占有率对比走势图	83
图表 84：2007-2008年格兰仕新上市电烤箱统计	84
图表 85：2006-2007年格兰仕公司销售收入及出口创汇走势	86
图表 86：2006-2008年1月ACA电烤箱国内市场占有率对比走势图	87
图表 87：ACA已推出的电烤统计	87
图表 88：2006-2008年1月忠臣电烤箱国内市场占有率对比走势图	89
图表 89：忠臣电烤箱主要型统计	90
图表 90：2006-2008年1月长帝电烤箱国内市场占有率对比走势图	91
图表 91：长帝电烤箱上市产品统计	91
图表 92：2006-2008年1月三洋电烤箱国内市场占有率对比走势图	93
图表 93：东菱品牌知名度及美誉度走势图	96
图表 94：2006-2008年1月东菱电烤箱国内市场占有率对比走势图	97
图表 95：2006-2008年1月国内其他电烤箱国内市场占有率对比统计	100
图表 96：2008-2011年国际西式小家电市场规模以及同比增速走势图	101
图表 97：2008-2011年国内西式小家电市场规模以及同比增速走势图	102
图表 98：2006-2008年1月国内电烤箱市场占有率走势图	105
图表 99：2007-2008年1-4月我国家用电热烘烤器具区域供应集中度对比	108
图表 100：2008年5月国内厨房电器采购区域比重分布图	109

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42047.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。