



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2006-2007年中国热水器行业研究及市场调研咨询报告

## 一、调研说明

《2006-2007年中国热水器行业研究及市场调研咨询报告》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/42763.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

### 【 描述 】

2005年我国热水器市场容量为1293万台,销售额达到101.6亿元,销量和销售分别比上年同比增长了19.96%和33.68%; 2005年我国热水器市场均价为785.76元/台比上年同期的710.4元/台上涨了10.6%。预测2006年中国电热水器市场容量在814.4万台左右,比2005年的626万台增长188.4万台,增长速度高达30.10%。从市场表现来看,电热水器市场主要集中在40-100升。40-80升更是重中之重。海尔在40-80升市场占有绝对主力优势,其中,50-80升市场更是占据了40%左右的市场份额。40-50升及80-100升虽然与50-80升相比份额略有下降,但与史密斯、阿里斯顿依然保持很大距离。在100升以上市场,史密斯终于扬眉吐气超出海尔成为此价格段第一,但100升以上价格段仅占市场0.5%的份额。

在热水器品种中,上个世纪90年代中期以前,燃气热水器占据市场主导地位,直到90年代中后期,电热水器才逐渐在市场上崛起,拥有率直追燃气热水器。而今,随着中国经济发展的深入,能源逐步匮乏,2005年以来爆发的大面积电荒,又给燃气热水器带来了新的发展机遇。报告通过对淘汰过旧热水器的居民家庭的再购买行为进行分析后发现,多数燃气热水器用户对其使用忠诚度较高,达78.6%;而电热水器用户对其使用忠诚度相对较低,仅为56.3%,这表明,消费者对于燃气热水器的认同度依然较高。同时,调研数据显示,在消费者满意度方面,燃气热水器依然是消费者的第一选择。

在燃气、电、太阳能热水器全面发展的今天,整个热水器市场尚处在行业集中度逐步上升阶段。总体上,热水器品牌集中度不高,市场上光是获得国家许可的燃气热水器厂商不下两百家,燃气热水器市场前四名市场占有率仅为36.7%,其余63.3%则为各中小品牌占据,据统计表明,目前城市居民家庭热水器拥有率为72.3%,尚未达到饱和状态。最新的调查显示,有45.8%的城市居民家庭表示要在未来三年内购买热水器。基于我国目前共有城市家庭1.5亿户左右的现状,结合调研数据,按照50%的购买实现率计算,对热水器的实际需求量在3500万台左右,平均每年的最低需求维持在一千万台左右,这反映出未来三年我国城市热水器市场有较大的市场空间。

应广大的热水器生产商、销售商、批发商和终端商场商家的建议下,华通纵横家电研究部

具有丰富的行业及市场的经验，研究中心推出《2006年中国热水器行业研究及市场调研咨询报告》，本研究报告依据国家统计局、国家海关总署、全国商业信息中心、中国五金制品协会、中国家用电器协会、全国中华商业信息中心、中国家电协会、国内外几百种相关报纸杂志的信息以及家电研究部对厂家、商朝做实地的调研而获得的第一手资料，在这过程中并对消费者进行问卷调研，及时了解消费者的心理、行为和认知等消费模式的变化，企业可以及时掌握品牌动向、市场契机、市场盲点等信息，对我国热水器行业的市场规模与前景、供给与需求状况、进出口情况、销售渠道及模式、高端热水器市场等进行了分析，并重点分析了2005年、2006年上半年热水器市场状况并对2006 - 2007年市场进行预测，探讨了高端热水器竞争激烈的成因和存在的商机，剖析了我国热水器消费需求和营销模式，并对行业内优势品牌的经营策略和发展动向进行了深入分析，对热水器行业的技术发展趋势进行了研判，是热水器生产企业、科研单位、经销企业等单位准确了解目前热水器行业发展动态，把握企业定位和发展战略不可多得的精品参考。

## 【 目 录 】

### 第一章 热水器行业经济属性与特征分析

#### 第一节 热水器产品的界定与分类介绍

##### 一、燃气热水器

##### 二、电热水器

##### 三、太阳能热水器

##### 四、三种热水器性能比较

#### 第二节 热水器行业发展历程分析

##### 一、热水器和家电市场的相关性分析

##### 二、热水器行业技术演变

##### 三、热水器市场规模和增幅

##### 四、行业整体赢利水平

##### 五、行业成长性

##### 六、行业投资风险性

#### 第三节 热水器行业发展历程

##### 一、燃气热水器

##### 二、电热水器

### 三、太阳能热水器

## 第二章 三大热水器关联产业发展概况

### 第一节 我国燃气和燃气热水器的相关性分析

#### 一、历年我国燃气和燃气热水器的相关系数的变化

#### 二、燃气供应对燃气热水器中长期的影响分析

#### 三、2006年我国燃气和燃气热水器预测分析

### 第二节 我国电力和电力热水器的相关性分析

#### 一、历年我国电力和电力热水器的相关系数的变化

#### 二、电力供应对电力热水器中长期的影响分析

#### 三、2006年我国燃气和电力热水器预测分析

### 第三节 太阳能和太阳能热水器的相关性分析

#### 一、历年我国太阳能和太阳能热水器的相关系数的变化

#### 二、太阳能的开发利用对太阳能热水器中长期的影响分析

#### 三、2006年我国太阳能和太阳能热水器预测分析

### 第四节 我国住宅房地产和热水器产业相关分析

#### 一、历年住宅面积和热水器装配关系

#### 二、未来房地产走势对热水器容量的影响分析

## 第三章 2004 - 2005年有关热水器购买情况监测分析

### 第一节 2004 - 2005年21个主要城市家庭拥有热水器的变化

#### 一、2004年21个主要城市家庭拥有热水器比较分析

#### 二、2005年21个主要城市家庭拥有热水器比较分析

### 第二节 2004 - 2005年21个主要城市未来一年内购买热水器的变化

#### 一、2004年21个主要城市家庭未来一年内购买热水器的比较

#### 二、2005年21个主要城市家庭未来一年内购买热水器的比较

### 第三节 1997 - 2005年中国城镇居民平均每百户热水器拥有量统计

## 第四章 我国热水器行业供给格局根析

### 第一节 热水器市场供给总体情况

### 第二节 燃气热水器市场供给

#### 一、燃气热水器生产企业

二、燃气热水器供给状况

三、燃气热水器供给地区分布

### 第三节 电热水器市场供给

一、电热水器生产供给企业

二、电热水器供给状况

### 第四节 太阳能热水器市场供给

一、太阳能热水器供给企业

二、太阳能热水器供给状况

三、太阳能热水器市场供给中存在的问题

## 第五章 我国热水器行业需求分析

### 第一节 我国热水器市场保有现状分析

一、城镇家庭热水器保有量

二、农村家庭热水器保有量

### 第二节 热水器市场销售变化

一、热水器市场销售总量

二、热水器家庭购买量

### 第三节 消费者消费心理调查分析

一、消费者与产品信息

二、消费行为分析

### 第四节 2005年热水器市场结构分析

一、2005年中国电热水器产品销量结构

二、2005年中国燃气热水器产品销量结构

三、2004 - 2005年中国热水器市场规模比较

## 第六章 我国热水器市场渠道与营销

### 第一节 热水器市场销售基本渠道及特点

一、家电营销的市场渠道

二、家电零售终端

三、不同零售终端热水器销售比重变化

四、热水器市场渠道的变革

### 第二节 家电产品营销的趋势

一、跨国家电巨头产品与渠道新路线

二、家电渠道发展存在的问题

三、家电产品营销新趋势：工业设计 市场细分

### 第三节 家电及热水器国际市场的阶梯营销

一、非直接海外营销阶段

二、经常性对外营销阶段

三、国别市场营销阶段

四、全球营销阶段

### 第四节 热水器市场平面广告投放分析

一、热水器广告整体投放量

二、热水器广告投放效果分析

## 第七章 WTO与热水器行业

### 第一节 WTO对我国家电业的影响

一、我国加入WTO后，城市家电市场的竞争将更加激烈

二、分销服务市场的开放

三、进口商品许可证制度和进口商品数量限制清单逐步取消

四、关税降低

五、国外对知识产权的保护将影响家电业的发展

六、国外利用技术壁垒阻碍我国家电产品的出口

七、国外利用反倾销策略阻碍我国家电产品出口

### 第二节 WTO对我国热水器行业的影响及对策

## 第八章 我国热水器市场格局分析

### 第一节 热水器行业竞争现状

一、三路人马各自拥有一片天

二、地区差异大

三、市场前景好 技术创新要求高

### 第二节 热水器品牌竞争概况

一、品牌竞争相对分散

二、中外品牌竞争激烈

### 第三节 热水器行业技术竞争概况

- 一、打造全新竞争优势
- 二、有关"防电墙"的大讨论
- 三、中外品牌同台竞技
- 四、热水器行业要健康发展

#### 第四节 2005年热水器市场竞争趋势

- 一、价格竞争
- 二、区域竞争
- 三、销售网络竞争

#### 第五节 热水器市场竞争的规范化进展

- 一、国内热水器市场基本状况
- 二、热水器行业面临的问题与挑战

#### 第六节 部分城市热水器市场竞争状况

- 一、深圳热水器市场：高低端产品各有招数
- 二、武汉热水器市场：价格战持续，市场重新洗牌
- 三、重庆市场：外来品牌强势入侵，本土品牌欲求"自保"
- 四、山西市场：三足鼎立

### 第九章 热水器生产企业分析

#### 第一节 我国热水器市场的外（合）资企业

- 一、默洛尼卫生洁具公司中国公司（阿里斯顿）
- 二、艾欧史密斯(中国)热水器有限公司
- 三、上海林内有限公司（Rinnai）
- 四、博世（顺德）燃气用具有限公司

#### 第二节 国内生产热水器的上市企业

- 一、广东万家乐股份有限公司
- 二、青岛海尔集团
- 三、山东小鸭集团

#### 第三节 国内其它知名热水器生产企业

- 一、广东万和集团
- 二、广东神州集团公司
- 三、浙江康泉电热水器有限公司
- 四、山东皇明太阳能集团



## 第十章 热水器行业发展趋势分析

### 第一节 我国家电行业大趋势

- 一、21世纪家电行业六大趋势
- 二、未来十年国内家电市场八大变化

### 第二节 热水器市场发展趋势

- 一、未来市场三足鼎立
- 二、应用范围逐渐拓展
- 三、品牌竞争相对分散

### 第三节 燃气热水器市场发展趋势

- 一、由单一的产品竞争开始出现资本竞争
- 二、技术战打造全新竞争优势
- 三、由区域竞争走向全国 中外品牌同台竞技

### 第四节 电热水器市场发展趋势

- 一、安全规范即将推出
- 二、行业标准不涉及专利
- 三、决定品质的六打要素
- 四、现代技术应用
- 五、相关统计数据

### 第五节 太阳能热水器市场发展趋势

- 一、竞争激烈
- 二、发展受限
- 三、比较优势
- 四、营销趋势

## 第十一章 热水器行业SWTO分析

### 第一节 我国家电行业的优劣势分析

- 一、我国家电行业的优势
- 二、我国家电行业的劣势分析

### 第二节 我国热水器行业发展的机会与优势

- 一、庞大的市场为热水器行业的发展提供了空间
- 二、在快速发展中积累了丰富的经验

三、丰富的太阳能资源为太阳能热水器的发展提供了条件

### 第三节 我国热水器行业发展面临的困难

一、缺乏必要的行业标准

二、杂牌军及劣质产品充斥影响行业正常发展

三、企业竞争手段和策略单一

## 第十二章 热水器行业发展对策分析

### 第一节 二十一世纪中国家电业发展的基本对策

一、实施家电业四大战略调整

二、克服微利时代的不利局面

三、进一步开发农村市场

四、大力发展信息家电

五、进军电子商务

### 第二节 我国热水器行业发展的战略对策

一、大力促进太阳能热水器的市场推广

二、加强行业内的合作与资源整合

三、在"做工厂"和"做品牌"中选择

四、多一些务实，少一些炒作

五、专心做好一件事

六 把握决胜的关键--人才

## 图表目录

1990-2005年生活用电占总用电量比例及历年增速

2006年各月的电力需求

2006年各行业用电占总用电比重

1998 - 2005年太阳能热水器的产量（万平方米）

中国主要年份城乡新建住宅面积和居民住房情况统计 亿平方米

2000 - 2005年我国城镇居民淋浴热水器拥有量统计 单位 台

21个主要城市家庭拥有热水器消费者受访主体

21个主要城市家庭拥有热水器拥有比例（%）

2005年10个主要城市家庭拥有热水器消费者受访主体

2005年10个主要城市家庭拥有热水器拥有比例（%）

21个主要城市家庭未来一年内购买热水器的比较

2005年10个主要城市家庭未来一年内购买热水器的比较

1997 - 2005年中国城镇居民平均每百户热水器拥有量统计

2004 - 2005年中国热水器市场规模（数量：台；金额：亿元）

2005年中国燃气热水器产品销量结构（6升以下，6-8升，8-10升，10升以上）

2005-2006年燃气热水器供给能力

2006年（1-5月）燃气热水器月度供应状况 单位:个

2005-2006年燃气热水器供给地区分布

2006年3月全国燃气热水器品牌市场占有率及均价

2005年西南地区燃气热水器品牌市场占有率（%）

2005年西北地区燃气热水器品牌市场占有率（%）

2005年华南地区燃气热水器品牌市场占有率（%）

2005年华中地区燃气热水器品牌市场占有率（%）

2005年华东地区燃气热水器品牌市场占有率（%）

2005年华北地区燃气热水器品牌市场占有率（%）

2005年东北地区燃气热水器品牌市场占有率（%）

2005年全国燃气热水器品牌市场占有率（%）

2005 - 2006年中国电热水器销售与库存统计 千台

2006年中国电热水器生产情况（台）

2005年全国即热式电热水器情况统计(销量，销售额)

2005年即热式电热水器分区域情况统计(销量，销售额)

2005年12月全国电热水器品牌市场占有率及均价

2005年12月东北地区电热水器品牌市场占有率及均价

2005年12月西南地区电热水器品牌市场占有率（%）

2005年12月西北地区电热水器品牌市场占有率（%）

2005年12月华南地区电热水器品牌市场占有率（%）

2005年12月华中地区电热水器品牌市场占有率（%）

2005年12月华东地区电热水器品牌市场占有率（%）

2005年12月华北地区电热水器品牌市场占有率（%）

国内三大城市每百户居民热水器拥有量

城市居民家庭热水器预期购买状况示意图

三大经济区城市居民家庭热水器预期购买状况示意图

六大行政区城市居民家庭热水器预期购买状况示意图

城市居民家庭对拥有的燃气热水器的满意度状况示意图

城市居民家庭对拥有的电热水器的满意度状况示意图

三大经济区城市居民家庭热水器使用频次状况示意图

三大经济区城市居民家庭热水器使用频次状况示意图

05年电热水器销量结构（15升以下，15-30升，30-50升，50-80升, 80升以上）

不同零售终端热水器销售比重变化

2005年燃气热水器软广告投放区域比较

2005年燃气热水器软广告投放前九品牌

05年燃气热水器硬广告投放前九品牌

05年燃气热水器硬广告投放十大媒体

05年5月燃气热水器软广告投放十大媒体

三大类热水器城镇家庭保有量比较图

城镇家庭热水器保有量按家庭收入细分情况一览

上海林内有限公司主要热水器产品一览

2004-2005年万家乐股份有限公司主要经营指标

2004-2005年万家乐股份有限公司主要财务指标对比分析

万家乐公司主营业务分行业经营情况

万家乐公司主营业务分产品经营情况

万家乐公司主营业务分地区经营情况

万家乐公司主要产品经营情况

青岛海尔主要强排式热水器产品及功能特征

2004-2005青岛海尔主要财务指标

2004-2005青岛海尔经营成果比较分析

2004-2005青岛海尔财务状况比较分析

小鸭集团主要热水器产品型号及参数

小鸭热水器系列产品

三大类热水器农村家庭热水器比较图

1998-2005年我国热水器销售总量

1998-2005年我国热水器销售总量增长幅度曲线图

2005年城镇家庭热水器购买者类型结构图

2005年三大类热水器城镇家庭购买量结构图

热水器购买量按家庭收入细分一览

消费者了解热水器产品信息的主要渠道

消费者对热水器产品信息关注的内容

影响热水器购买的因素

消费者对不同品牌热水器的认可度（%）

消费者购买热水器首选品牌结构对比图

2005年不同零售终端的热水器销售比重

1999-2005年热水器品牌广告投放数量变化图

消费者对热水器广告内容的关注程度比较

消费者对热水器内胆的了解

阿里斯顿电热水器产品一览

2004-2005年小鸭集团经营情况一览

2004-2005年小鸭集团财务状况对比分析

1997 - 2005年中国城镇居民平均每百户热水器拥有量统计其它图表见报告正文中

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42763.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](http://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。