



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国小家电投资分析报告

一、调研说明

《2006年中国小家电投资分析报告》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/42795.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

第一章 我国小家电发展现状分析

第一节 2005年我国小家电现状及市场分析

第二节 国内小家电市场存在五点问题

- 一、产品参差不齐
- 二、产品同质化严重
- 三、行业专业化程度低
- 四、市场集中度低
- 五、缺乏规模企业

第三节 我国小家电市场趋于成熟

第四节 国内小家电市场潜力巨大

第五节 小家电将迎来“技术洗牌”

- 一、市场本就繁乱 新军纷纷杀进
- 二、变革将以技术为先导

第六节 中国小家电行业正打响品牌淘汰战

- 一、小家电不合格率较高
- 二、尚未形成大众品牌

第二章 个人护理小家电发展分析

第一节 个人护理小家电的定义

第二节 个人护理小家电的产品特点分析

- 一、产品的产生源是生活的需要，欲望和需求
- 二、中产阶级是消费个人护理小家电的主力军
- 三、产品性别差异明显
- 四、产品“个人”色彩明显
- 五、小产品玩高科技
- 六、产品利润空间大
- 七、品牌是赢得市场和顾客的关键

第三节 个人护理小家电行业状况分析

第四节 个人护理小家电市场状况分析

一、市场占有情况

二、价格特性

三、分销渠道

四、终端

五、售后服务

第五节 中国企业的机会分析

一、单品上的独门技术

二、单品的规模化

三、切入单个市场

四、中档产品是重点

五、在二三级市场构建自己的网络优势

六、价格仍然是竞争的犀利武器

第三章 厨卫小家电发展分析

第一节 厨卫小家电分析

一、产品“三极”差异化

二、品牌亮点化

三、渠道三维深耕

四、促销系统化

第二节 厨房家电渠道分析--仓储式建材超市

一、整体厨房需求与建材超市

二、中国现有建材超市的发展历程与未来展望

第三节 厨具大品牌集中争市场

一、节能环保型产品成市场主流

二、促销手段优劣并存

三、住房需求拉动厨电消费

四、服务趋向人性化

第四节 厨房电器市场面临洗牌

第五节 厨卫小家电企业竞争格局新变化

第六节 厨卫小家电战略：渠道差异化

一、差异化的市场背景

二、渠道差异化

第四章 热水器市场分析

第一节 热水器市场分析

- 一、快速热水器直逼行业洗牌
- 二、热水器业已迈进“节约能源”新时代
- 三、热水器市场呈现“北有海尔、南有万和”新格局
- 四、我国热水器市场呼唤强势品牌
- 五、2004年1-11月重点城市热水器零售市场分析
- 六、2005年9月全国及地区热水器品牌市场占有率
 - 1、2005年9月全国热水器品牌市场占有率
 - 2、2005年9月东北地区热水器品牌市场占有率
 - 3、2005年9月华北地区热水器品牌市场占有率
 - 4、2005年9月华东地区热水器品牌市场占有率
 - 5、2005年9月华中地区热水器品牌市场占有率
 - 6、2005年9月华南地区热水器品牌市场占有率
 - 7、2005年9月西北地区热水器品牌市场占有率
 - 8、2005年9月西南地区热水器品牌市场占有率

第二节 电热水器市场分析

- 一、中国大陆市场电热水器市场现状分析
- 二、2004年度国内电热水器市场分析
- 三、2005年电热水器市场的竞争焦点
- 四、不同电热水器厂商市场份额及实力分析
- 五、电热水器市场酝酿洗牌
- 六、快速电热水器成行业市场新宠
- 七、国内电热水器已进入寡头竞争时代
- 八、差异个性化是电热水器中小企业立身之本
- 九、中国电热水器市场品牌竞争局势分析
- 十、2005年8月全国及地区电热水器品牌市场占有率
 - 1、2005年8月全国电热水器品牌市场占有率
 - 2、2005年8月东北地区电热水器品牌市场占有率
 - 3、2005年8月华北地区电热水器品牌市场占有率

- 4、2005年8月华东地区电热水器品牌市场占有率
- 5、2005年8月华中地区电热水器品牌市场占有率
- 6、2005年8月华南地区电热水器品牌市场占有率
- 7、2005年8月西北地区电热水器品牌市场占有率
- 8、2005年8月西南地区电热水器品牌市场占有率

第三节 燃气热水器市场分析

- 一、2004年度国内燃气热水器市场分析
- 二、2005年燃气热水器节能第一
- 三、燃气热水器业加速产业更新步伐
- 四、2005年8月全国及地区燃气热水器品牌市场占有率
 - 1、2005年8月全国燃气热水器品牌市场占有率
 - 2、2005年8月东北地区燃气热水器品牌市场占有率
 - 3、2005年8月华北地区燃气热水器品牌市场占有率
 - 4、2005年8月华东地区燃气热水器品牌市场占有率
 - 5、2005年8月华中地区燃气热水器品牌市场占有率
 - 6、2005年8月华南地区燃气热水器品牌市场占有率
 - 7、2005年8月西北地区燃气热水器品牌市场占有率
 - 8、2005年8月西南地区燃气热水器品牌市场占有率
- 五、2005-2006年全国及各省市燃气热水器产量

第五章 微波炉市场分析

第一节 微波炉市场现状综合分析

- 一、市场容量分析
- 二、材料上涨分析
- 三、技术垄断分析
- 四、利润空间分析

第二节 2004年中国大陆微波炉市场回顾

- 一、市场销量
- 二、市场需求
- 三、渠道竞争
- 四、价格竞争
- 五、厂家利润状况

六、中国大陆微波炉市场主要厂家4PS简析

第三节 2005年6月份全国微波炉畅销机型及零售量占有率

- 一、华北
- 二、东北
- 三、华东
- 四、中南
- 五、西南
- 六、西北

第四节 2005-2006年微波炉产量及增长情况

- 一、2005微波炉产量及增长情况
- 二、2006年2-4月微波炉产量及增长情况

第五节 微波炉竞争：从价格转向技术和功能

- 一、各厂家争先抢夺技术制高点
- 二、产品趋向功能全面操作简约
- 三、竞争使产品走向差异化发展
- 四、追求产销量大规模化

第六章 电磁炉市场分析

第一节 从市场发展环境看电磁炉行业发展现状

第二节 电磁炉市场的挑战与机遇

第三节 2005-2006年电磁炉市场状况与趋势分析

- 一、2005年市场状况回顾
- 二、2006年电磁炉产品变化趋势

第四节 2005年9月全国及各地区电磁炉品牌市场占有率

- 一、2005年9月全国电磁炉品牌市场占有率
- 二、2005年9月东北地区电磁炉品牌市场占有率
- 三、2005年9月华北地区电磁炉品牌市场占有率
- 四、2005年9月华东地区电磁炉品牌市场占有率
- 五、2005年9月华中地区电磁炉品牌市场占有率
- 六、2005年9月华南地区电磁炉品牌市场占有率
- 七、2005年9月西北地区电磁炉品牌市场占有率
- 八、2005年9月西南地区电磁炉品牌市场占有率

第五节 电磁炉产品竞争关系分析

一、电磁炉市场现状

二、电磁炉、微波炉、燃气灶产品性质比较

三、产品性质决定现状和未来

第六节 电磁炉行业终将回归到消费者的利益上来

第七节 电磁炉行业需要理性

第八节 电磁炉市场提升攻略

第九节 电磁炉发展趋势分析

第七章 燃气灶市场分析

第一节 燃气灶市场现状分析

第二节 2005年9月全国及各地区燃气灶品牌市场占有率

一、2005年9月全国燃气灶品牌市场占有率

二、2005年9月东北地区燃气灶品牌市场占有率

三、2005年9月华北地区燃气灶品牌市场占有率

四、2005年9月华东地区燃气灶品牌市场占有率

五、2005年9月华中地区燃气灶品牌市场占有率

六、2005年9月华南地区燃气灶品牌市场占有率

七、2005年9月西北地区燃气灶品牌市场占有率

八、2005年9月西南地区燃气灶品牌市场占有率

第三节 2005-2006年燃气用具产量及增长情况

一、2005年燃气用具产量及增长情况

二、2006年2-4月燃气用具产量及增长情况

第八章 吸油烟机市场分析

第一节 2004年吸油烟机产品市场回顾

第二节 我国吸油烟机行业的发展回顾

一、我国吸油烟机发展的历史沿革

二、我国吸油烟机技术发展概况

三、我国吸油烟机质量检测概况

四、我国吸油烟机产品标准的发展情况

第三节 2005年9月全国及各地区吸油烟机品牌市场占有率

- 一、2005年9月全国吸油烟机品牌市场占有率
- 二、2005年9月东北地区吸油烟机品牌市场占有率
- 三、2005年9月华北地区吸油烟机品牌市场占有率
- 四、2005年9月华东地区吸油烟机品牌市场占有率
- 五、2005年9月华中地区吸油烟机品牌市场占有率
- 六、2005年9月华南地区吸油烟机品牌市场占有率
- 七、2005年9月西北地区吸油烟机品牌市场占有率
- 八、2005年9月西南地区吸油烟机品牌市场占有率

第四节 2005-2006年排油烟机产量及增长情况

- 一、2005年排油烟机产量及增长情况
- 二、2006年2-4月排油烟机产量及增长情况

第五节 吸油烟机技术发展方向分析

- 一、是谁首先制造出中国大陆地区第一台吸油烟机的
- 二、吸油烟机发展过程中几个值得关注的方面

第九章 电饭煲市场分析

第一节 电饭煲的产品化及市场多元化需求分析

第二节 2005年8月全国及各地区电饭煲品牌市场占有率

- 一、2005年8月全国电饭煲品牌市场占有率
- 二、2005年8月东北地区电饭煲品牌市场占有率
- 三、2005年8月华北地区电饭煲品牌市场占有率
- 四、2005年8月华东地区电饭煲品牌市场占有率
- 五、2005年8月华中地区电饭煲品牌市场占有率
- 六、2005年8月华南地区电饭煲品牌市场占有率
- 七、2005年8月西北地区电饭煲品牌市场占有率
- 八、2005年8月西南地区电饭煲品牌市场占有率

第三节 2005-2006年电饭锅产量及增长情况

- 一、2005年电饭锅产量及增长情况
- 二、2006年2-4月电饭锅产量及增长情况

第十章 消毒柜市场分析

第一节 消毒柜行业“中国名牌产品”阵营鲜明

第二节 2005年9月全国及各地区消毒柜品牌市场占有率

- 一、2005年9月全国消毒柜品牌市场占有率
- 二、2005年9月东北地区消毒柜品牌市场占有率
- 三、2005年9月华北地区消毒柜品牌市场占有率
- 四、2005年9月华东地区消毒柜品牌市场占有率
- 五、2005年9月华中地区消毒柜品牌市场占有率
- 六、2005年9月华南地区消毒柜品牌市场占有率
- 七、2005年9月西北地区消毒柜品牌市场占有率
- 八、2005年9月西南地区消毒柜品牌市场占有率

第十一章 洗碗机市场分析

第一节 2005-2006年家用洗碗机产量及增长情况

- 一、2005年家用洗碗机产量及增长情况
- 二、2006年2-4月家用洗碗机产量及增长情况

第二节 洗碗机在中国的发展前景分析

第十二章 饮水机市场分析

第一节 国内饮水机市场发展空间依然很大

- 一、2004年饮水机相对增长有所下降的原因
- 二、国内饮水机市场发展空间依然很大的理由

第二节 2005年9月全国及各地饮水机品牌市场占有率

- 一、2005年9月全国饮水机品牌市场占有率
- 二、2005年9月东北地区饮水机品牌市场占有率
- 三、2005年9月华北地区饮水机品牌市场占有率
- 四、2005年9月华东地区饮水机品牌市场占有率
- 五、2005年9月华中地区饮水机品牌市场占有率
- 六、2005年9月华南地区饮水机品牌市场占有率
- 七、2005年9月西北地区饮水机品牌市场占有率
- 八、2005年9月西南地区饮水机品牌市场占有率

第三节 饮水机行业现状与竞争状况

第四节 饮水机市场前景和存在的问题分析

第十三章 2005-2006年其它小家电产品产量分析

第一节 2005-2006年电风扇产量及增长情况

一、2005年电风扇产量及增长情况

二、2006年2-4月电风扇产量及增长情况

第二节 2005-2006年家用电热烘烤器具产量及增长情况

一、2005年家用电热烘烤器具产量及增长情况

二、2006年2-4月家用电热烘烤器具产量及增长情况

第三节 2005-2006年吸尘器产量及增长情况

一、2005年吸尘器产量及增长情况

二、2006年2-4月吸尘器产量及增长情况

第十四章 小家电的消费需求分析

第一节 城市小家电消费显现五大导向性转变

一、更新观念：由“款式导向”向“品牌导向”的转变

二、质量观念：由“厂商导向”向“咨询导向”的转变

三、价格观念：由“低价导向”向“实价导向”的转变

四、功能观念：由“介绍导向”向“演示导向”的转变

五、渠道观念：由“广告导向”向“信誉导向”的转变

第二节 小家电消费市场分析

一、更新：品牌为先

二、质量：咨询为先

三、价格：实价为先

四、功能：演示为先

五、渠道：信誉为先

第三节 2004年上海小家电市场特点与消费行为调查

一、市场三大特点，说明市场已基本成熟

1、小家电品牌众多，渠道多业态并存

2、品牌集中度开始保持稳定

3、“黑白颠倒”现象已开始显现

二、心理三大变化，消费行为已更趋理性

1、品牌无地域，质量是关键

2、功能应实用，效果要明显

3、价格吸引力，不是万能的

第四节 2005年家居小家电市场需求分析

一、需求旺盛，进入正当其时

二、强强对抗，行业竞争升级

三、终端多元，连锁、超市渐成主流

第五节 小家电需求向智能、节能、环保、多功能发展

第六节 小家电消费需求出现新趋向

第十五章 中国小家电营销渠道分析

第一节 渠道是制约小家电发展的主要因素

第二节 家电企业营销渠道扁平化成本分析

一、从价值链角度看家电企业渠道成本

二、家电企业的渠道扁平化成本分析

三、关系化管理促进渠道扁平化成本的降低

第三节 小家电营销：消费者引导和教育才是关键

第四节 小家电市场营销攻略

一、国内小家电企业面临的问题

二、突破旧有观念及管理模式

三、营销攻略

第十六章 中国小家电竞争分析

第一节 中外小家电产品在中国市场的竞争特点分析

一、中外小家电竞争棋逢敌手

二、品牌竞争将成为竞争之焦点

三、资本的竞争超越规模的竞争

四、技术的竞争成为竞争之关键

五、人才的竞争成为竞争的决定因素

第二节 中国小家电市场竞争局势图

第三节 小家电成为家电市场新的竞争点

一、技术更新加快市场成长

二、厨卫产品成新热点

三、市场竞争将更趋激烈

第十七章 我国家电业的发展趋势

第一节 小家电行业近年总体发展趋势

第二节 小家电将呈三大发展趋势

- 一、市场需求增长快
- 二、供大于求，提早进入价格竞争
- 三、品牌集中度进一步上升

第三节 未来两年中国小家电市场将出现两极分化

- 一、小家电市场现“硬伤”
- 二、“蜂窝”格局下的选择
- 三、规模与品牌决定走向

图表目录

图表1 2004年1-11月重点商业城市各月热水器销售量所占比例

图表2 2004年1-11月重点商业城市热水器分类销售量比例

图表3 2004年1-11月重点城市热水器市场品牌销售量排行前15位市场占有情况

图表4 2004年1-11月热水器品牌竞争情况

图表5 2004年1-11月不同区域市场热水器品牌销售量市场占有情况

图表6 2004年1-11月热水器整体销售排行前5位各品牌分月销售量构成情况

图表7 2004年1-11月即热式热水器销售量、销售额排行前20位品牌排序

图表8 2005年9月全国热水器品牌市场占有率

图表9 2005年9月东北地区热水器品牌市场占有率

图表10 2005年9月华北地区热水器品牌市场占有率

图表11 2005年9月华东地区热水器品牌市场占有率

图表12 2005年9月华中地区热水器品牌市场占有率

图表13 2005年9月华南地区热水器品牌市场占有率

图表14 2005年9月西北地区热水器品牌市场占有率

图表15 2005年9月西南地区热水器品牌市场占有率

图表16 2005年8月全国电热水器品牌市场占有率

图表17 2005年8月东北地区电热水器品牌市场占有率

图表18 2005年8月华北地区电热水器品牌市场占有率

图表19 2005年8月华东地区电热水器品牌市场占有率

图表20 2005年8月华中地区电热水器品牌市场占有率
图表21 2005年8月华南地区电热水器品牌市场占有率
图表22 2005年8月西北地区电热水器品牌市场占有率
图表23 2005年8月西南地区电热水器品牌市场占有率
图表24 2005年8月全国燃气热水器品牌市场占有率
图表25 2005年8月东北地区燃气热水器品牌市场占有率
图表26 2005年8月华北地区燃气热水器品牌市场占有率
图表27 2005年8月华东地区燃气热水器品牌市场占有率
图表28 2005年8月华中地区燃气热水器品牌市场占有率
图表29 2005年8月华南地区燃气热水器品牌市场占有率
图表30 2005年8月西北地区燃气热水器品牌市场占有率
图表31 2005年8月西南地区燃气热水器品牌市场占有率
图表32 2005年全国燃气热水器产量及增长情况
图表33 2005年天津市燃气热水器产量及增长情况
图表34 2005年山西省燃气热水器产量及增长情况
图表35 2005年上海市燃气热水器产量及增长情况
图表36 2005年江苏省燃气热水器产量及增长情况
图表37 2005年浙江省燃气热水器产量及增长情况
图表38 2005年湖南省燃气热水器产量及增长情况
图表39 2005年广东省燃气热水器产量及增长情况
图表40 2005年重庆市燃气热水器产量及增长情况
图表41 2005年四川省燃气热水器产量及增长情况
图表42 2006年2-4月全国燃气热水器产量及增长情况
图表43 2006年2-4月天津市燃气热水器产量及增长情况
图表44 2006年2-4月山西省燃气热水器产量及增长情况
图表45 2006年2-4月上海市燃气热水器产量及增长情况
图表46 2006年2-4月江苏省燃气热水器产量及增长情况
图表47 2006年2-4月浙江省燃气热水器产量及增长情况
图表48 2006年2-4月湖南省燃气热水器产量及增长情况
图表49 2006年2-4月广东省燃气热水器产量及增长情况
图表50 2006年2-4月重庆市燃气热水器产量及增长情况
图表51 2006年2-4月四川省燃气热水器产量及增长情况

图表52 中国大陆微波炉各品牌市场份额

图表53 中国大陆微波炉主要品牌产品价格简析

图表54 2004年主要城市微波炉销售平均价格一览

图表55 2004年微波炉产品主要技术构成

图表56 2004年微波炉厂家各区域投放比例图

图表57 微波炉主要品牌售后服务策略简析

图表58 2005年6月份华北微波炉畅销机型及零售量占有率

图表59 2005年6月份东北微波炉畅销机型及零售量占有率

图表60 2005年6月份华东微波炉畅销机型及零售量占有率

图表61 2005年6月份中南微波炉畅销机型及零售量占有率

图表62 2005年6月份西南微波炉畅销机型及零售量占有率

图表63 2005年6月份西北微波炉畅销机型及零售量占有率

图表64 2005年全国微波炉产量及增长情况

图表65 2005年天津市微波炉产量及增长情况

图表66 2005年上海市微波炉产量及增长情况

图表67 2005年安徽省微波炉产量及增长情况

图表68 2005年福建省微波炉产量及增长情况

图表69 2005年山东省微波炉产量及增长情况

图表70 2005年广东省微波炉产量及增长情况

图表71 2006年2-4月全国微波炉产量及增长情况

图表72 2006年2-4月天津市微波炉产量及增长情况

图表73 2006年2-4月上海市微波炉产量及增长情况

图表74 2006年2-4月安徽省微波炉产量及增长情况

图表75 2006年2-4月福建省微波炉产量及增长情况

图表76 2006年2-4月山东省微波炉产量及增长情况

图表77 2006年2-4月广东省微波炉产量及增长情况

图表78 2004-2005年电磁炉市场销量品牌集中度

图表79 2004-2005年电磁炉市场销售量比重价格结构分布

图表80 2005年9月全国电磁炉品牌市场占有率

图表81 2005年9月东北地区电磁炉品牌市场占有率

图表82 2005年9月华北地区电磁炉品牌市场占有率

图表83 2005年9月华东地区电磁炉品牌市场占有率

图表84 2005年9月华中地区电磁炉品牌市场占有率
图表85 2005年9月华南地区电磁炉品牌市场占有率
图表86 2005年9月西北地区电磁炉品牌市场占有率
图表87 2005年9月西南地区电磁炉品牌市场占有率
图表88 电磁炉、微波炉、燃气灶产品性质比较一览
图表89 电磁炉、电磁灶产品性质比较一览
图表90 2003-2005年各季度燃气灶产品结构变化
图表91 2003-2006年电磁炉、微波炉市场零售总量规模
图表92 2003-2005年第一季度电磁灶、燃气灶平均价格变化
图表93 2005年9月全国燃气灶品牌市场占有率
图表94 2005年9月东北地区燃气灶品牌市场占有率
图表95 2005年9月华北地区燃气灶品牌市场占有率
图表96 2005年9月华东地区燃气灶品牌市场占有率
图表97 2005年9月华中地区燃气灶品牌市场占有率
图表98 2005年9月华南地区燃气灶品牌市场占有率
图表99 2005年9月西北地区燃气灶品牌市场占有率
图表100 2005年9月西南地区燃气灶品牌市场占有率
图表101 2005年全国燃气用具产量及增长情况
图表102 2005年北京市燃气用具产量及增长情况
图表103 2005年河北省燃气用具产量及增长情况
图表104 2005年山西省燃气用具产量及增长情况
图表105 2005年上海市燃气用具产量及增长情况
图表106 2005年江苏省燃气用具产量及增长情况
图表107 2005年浙江省燃气用具产量及增长情况
图表108 2005年山东省燃气用具产量及增长情况
图表109 2005年湖南省燃气用具产量及增长情况
图表110 2005年广东省燃气用具产量及增长情况
图表111 2005年重庆市燃气用具产量及增长情况
图表112 2005年甘肃省燃气用具产量及增长情况
图表113 2006年2-4月全国燃气用具产量及增长情况
图表114 2006年2-4月北京市燃气用具产量及增长情况
图表115 2006年2-4月河北省燃气用具产量及增长情况

图表116 2006年2-4月山西省燃气用具产量及增长情况
图表117 2006年2-4月上海市燃气用具产量及增长情况
图表118 2006年2-4月江苏省燃气用具产量及增长情况
图表119 2006年2-4月浙江省燃气用具产量及增长情况
图表120 2006年2-4月山东省燃气用具产量及增长情况
图表121 2006年2-4月湖南省燃气用具产量及增长情况
图表122 2006年2-4月广东省燃气用具产量及增长情况
图表123 2006年2-4月甘肃省燃气用具产量及增长情况
图表124 2005年9月全国吸油烟机品牌市场占有率
图表125 2005年9月东北地区吸油烟机品牌市场占有率
图表126 2005年9月华北地区吸油烟机品牌市场占有率
图表127 2005年9月华东地区吸油烟机品牌市场占有率
图表128 2005年9月华中地区吸油烟机品牌市场占有率
图表129 2005年9月华南地区吸油烟机品牌市场占有率
图表130 2005年9月西北地区吸油烟机品牌市场占有率
图表131 2005年9月西南地区吸油烟机品牌市场占有率
图表132 2005年全国排油烟机产量及增长情况
图表133 2005年北京市排油烟机产量及增长情况
图表134 2005年上海市排油烟机产量及增长情况
图表135 2005年江苏省排油烟机产量及增长情况
图表136 2005年浙江省排油烟机产量及增长情况
图表137 2005年山东省排油烟机产量及增长情况
图表138 2005年河南省排油烟机产量及增长情况
图表139 2005年广东省排油烟机产量及增长情况
图表140 2006年2-4月全国排油烟机产量及增长情况
图表141 2006年2-4月上海市排油烟机产量及增长情况
图表142 2006年2-4月江苏省排油烟机产量及增长情况
图表143 2006年2-4月浙江省排油烟机产量及增长情况
图表144 2006年2-4月山东省排油烟机产量及增长情况
图表145 2006年2-4月河南省排油烟机产量及增长情况
图表146 2006年2-4月广东省排油烟机产量及增长情况
图表147 2005年8月全国电饭煲品牌市场占有率

图表148 2005年8月东北地区电饭煲品牌市场占有率
图表149 2005年8月华北地区电饭煲品牌市场占有率
图表150 2005年8月华东地区电饭煲品牌市场占有率
图表151 2005年8月华中地区电饭煲品牌市场占有率
图表152 2005年8月华南地区电饭煲品牌市场占有率
图表153 2005年8月西北地区电饭煲品牌市场占有率
图表154 2005年8月西南地区电饭煲品牌市场占有率
图表155 2005年全国电饭锅产量及增长情况
图表156 2005年上海市电饭锅产量及增长情况
图表157 2005年浙江省电饭锅产量及增长情况
图表158 2005年山东省电饭锅产量及增长情况
图表159 2005年广东省电饭锅产量及增长情况
图表160 2006年2-4月全国电饭锅产量及增长情况
图表161 2006年2-4月上海市电饭锅产量及增长情况
图表162 2006年2-4月浙江省电饭锅产量及增长情况
图表163 2006年2-4月山东省电饭锅产量及增长情况
图表164 2006年2-4月广东省电饭锅产量及增长情况
图表165 2005年9月全国消毒柜品牌市场占有率
图表166 2005年9月东北地区消毒柜品牌市场占有率
图表167 2005年9月华北地区消毒柜品牌市场占有率
图表168 2005年9月华东地区消毒柜品牌市场占有率
图表169 2005年9月华中地区消毒柜品牌市场占有率
图表170 2005年9月华南地区消毒柜品牌市场占有率
图表171 2005年9月西北地区消毒柜品牌市场占有率
图表172 2005年9月西南地区消毒柜品牌市场占有率
图表173 2005年全国家用洗碗机产量及增长情况
图表174 2005年山东省家用洗碗机产量及增长情况
图表175 2005年广东省家用洗碗机产量及增长情况
图表176 2006年2-4月全国家用洗碗机产量及增长情况
图表177 2006年2-4月山东省家用洗碗机产量及增长情况
图表178 2006年2-4月广东省家用洗碗机产量及增长情况
图表179 2005年9月全国饮水机品牌市场占有率

图表180 2005年9月东北地区饮水机品牌市场占有率

图表181 2005年9月华北地区饮水机品牌市场占有率

图表182 2005年9月华东地区饮水机品牌市场占有率

图表183 2005年9月华中地区饮水机品牌市场占有率

图表184 2005年9月华南地区饮水机品牌市场占有率

图表185 2005年9月西北地区饮水机品牌市场占有率

图表186 2005年9月西南地区饮水机品牌市场占有率

图表187 2005年全国电风扇产量及增长情况

图表188 2005年上海市电风扇产量及增长情况

图表189 2005年江苏省电风扇产量及增长情况

图表190 2005年浙江省电风扇产量及增长情况

图表191 2005年安徽省电风扇产量及增长情况

图表192 2005年福建省电风扇产量及增长情况

图表193 2005年江西省电风扇产量及增长情况

图表194 2005年山东省电风扇产量及增长情况

图表195 2005年广东省电风扇产量及增长情况

图表196 2005年广西电风扇产量及增长情况

图表197 2006年2-4月全国电风扇产量及增长情况

图表198 2006年2-4月上海市电风扇产量及增长情况

图表199 2006年2-4月江苏省电风扇产量及增长情况

图表200 2006年2-4月浙江省电风扇产量及增长情况

图表201 2006年2-4月安徽省电风扇产量及增长情况

图表202 2006年2-4月福建省电风扇产量及增长情况

图表203 2006年2-4月江西省电风扇产量及增长情况

图表204 2006年2-4月山东省电风扇产量及增长情况

图表205 2006年2-4月广东省电风扇产量及增长情况

图表206 2006年2-4月广西电风扇产量及增长情况

图表207 2005年全国家用电热烘烤器具产量及增长情况

图表208 2005年上海市家用电热烘烤器具产量及增长情况

图表209 2005年浙江省家用电热烘烤器具产量及增长情况

图表210 2005年福建省家用电热烘烤器具产量及增长情况

图表211 2005年湖北省家用电热烘烤器具产量及增长情况

图表212 2005年广东省家用电热烘烤器具产量及增长情况
图表213 2005年广西家用电热烘烤器具产量及增长情况
图表214 2005年四川省家用电热烘烤器具产量及增长情况
图表215 2006年2-4月全国家用电热烘烤器具产量及增长情况
图表216 2006年2-4月上海市家用电热烘烤器具产量及增长情况
图表217 2006年2-4月浙江省家用电热烘烤器具产量及增长情况
图表218 2006年2-4月福建省家用电热烘烤器具产量及增长情况
图表219 2006年2-4月湖北省家用电热烘烤器具产量及增长情况
图表220 2006年2-4月广东省家用电热烘烤器具产量及增长情况
图表221 2006年2-4月广西家用电热烘烤器具产量及增长情况
图表222 2006年2-4月四川省家用电热烘烤器具产量及增长情况
图表223 2005年全国吸尘器产量及增长情况
图表224 2005年天津市吸尘器产量及增长情况
图表225 2005年上海市吸尘器产量及增长情况
图表226 2005年江苏省吸尘器产量及增长情况
图表227 2005年浙江省吸尘器产量及增长情况
图表228 2005年安徽省吸尘器产量及增长情况
图表229 2005年广东省吸尘器产量及增长情况
图表230 2006年2-4月全国吸尘器产量及增长情况
图表231 2006年2-4月天津市吸尘器产量及增长情况
图表232 2006年2-4月上海市吸尘器产量及增长情况
图表233 2006年2-4月江苏省吸尘器产量及增长情况
图表234 2006年2-4月浙江省吸尘器产量及增长情况
图表235 2006年2-4月广东省吸尘器产量及增长情况
图表236 2004年1-11月上海25种小家电销量前5名的时常占有率
图表237 基础活动公司价值链构成图表238 传统的经销代理制与新型的大型零售商制

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42795.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。