



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国电磁炉行业发展预测 及市场调研分析市场分析及发展 趋势研究报告

一、调研说明

《2006年中国电磁炉行业发展预测及市场调研分析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/42832.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 】

引言

电磁炉是一种运用电磁感应原理进行加热的一种现代炉具，它源于欧洲，其问世距今已有30多年的历史，现如今在欧美已相当普及。相较于目前城市家庭使用最普遍的灶具燃气灶而言电磁炉具备一些明显的优势——清洁、安全、方便，这个行业也因此迅速发展起来。据全国交电商品科技经济情报中心的调查数据，电磁炉产品近几年平均增长率高达60%以上。

上世纪80年代末，中国开始出现电磁炉产品，同时电磁炉给家电市场尤其是厨卫市场带来巨大的生机。虽然电磁炉在我国刚刚进入快速发展期，尤其是前期电磁炉的普及尚不到位，使目前我国电磁炉的发展遇到市场认知度不高、传统观念束缚、行业发展不完善等问题。电磁炉仍以其独有的优势具有良好的发展前景和市场空间。根据华通、赛诺、中怡康、GFK等调研数据提供的数据表明，2005年我国电磁炉市场规模为1600万台，未来五年国内的电磁炉市场潜力将达到7000万至8000万台，每年以60-70%的增幅高速增长，市场容量将可达到数百亿元。

从2005年的电磁炉市场表现来看，市场延续了2004年快速而稳健的发展势头，并且没有出现对行业影响很大的波动因素。从市场发展和竞争状况来看，一线品牌的集中度提高，二线品牌的竞争更趋激烈；市场重心继续向下转移，100-300元之间成为争夺市场份额的重中之重；高端市场推动力量不足，尚未出现明显起。2004-2005年电磁炉零售市场上可统计销量的品牌数量呈现略微下降的态势，2005年上半年与2004年同期相比，品牌数量从173个减少到157个。杂牌数量的减少在一定程度上暗示了市场竞争的激烈程度有所增加，但总体而言并不显著。

为此，根据电磁炉市场特点，本项目选择国内对电磁炉产品需求有不同特点的城市进行调研。为了全面了解市场的信息，本项目采用定量入户调查、经销商深访、竞争对手调查等方法，对消费者、经销商、主要电磁炉品牌进行了全面的调研，研究了消费者对电磁炉产品的需求动因，明确了消费者对电磁炉产品功能/性能/价格/外观的消费需求倾向；倾听了经销商

对电磁炉市场发展的意见，研究了电磁炉行业及其产品的现状和发展趋势，提出了进一步拓展电磁炉市场的市场策略和电磁炉产品发展方向。该报告详细分析了行业的发展现状、生命周期阶段、竞争格局、竞争力、产品产销和进出口情况以及行业的集中度、成长性等方面，重点分析了电磁炉与微波炉和燃气灶等替代品的不同与优势，电磁炉的消费特征、行业的营销策略、行业的发展潜力和影响因素以及行业内的重点企业。最后通过对行业的整体分析，提出了投资电磁炉行业的策略及注意事项，是企业了解行业现状，投资电磁炉行业难得的研究报告。

【 目录 】

第一章 电磁炉行业主要经济属性分析

第一节 产品特性

一、产品分类

二、产品发展背景

三、产品原理

四、重要零配件

五、目前产品方面亟待解决的问题

第二节 目前市场特性分析

第三节 行业所处生命周期的位置

一、准确把握市场时机的关键

二、电磁炉行业生命周期的基本判断

三、两种错误判断值得重视

第四节 行业进入/退出主要壁垒

一、电磁炉行业进入壁垒极低

二、可以选择不同方式进入

三、大企业进入不慎将危害品牌形象

四、小企业短线操作也非易事

第五节 技术变革与产品革新

一、技术变革可能会改变行业竞争格局

二、产品革新能力是竞争力的重要组成部分

三、电磁炉产品多方面关键技术尚待突破

四、行业标准出台对行业发展的影响分析

第六节 产品差异化/同质化程度分析

一、目前市场竞争对产品差异化提出更高要求

二、产品个性化是行业远离战火的武器

三、电磁炉产品的个性化空间很大

第七节 规模经济

第八节 学习和经验效应

第九节 行业盈利水平

第二章 2005年电磁炉行业竞争格局分析

第一节 现有供应商分析

一、陶瓷面板

二、国产面板

三、进口面板

四、功率管

五、锅具

六、磁性材料

第二节 采购和消费者的变化分析

一、消费者认知程度

二、消费者关注的因素

三、消费者对电磁炉不同功能各有需求

四、消费者普遍关注电磁炉产品质量

五、价格与消费者心理预期已比较接近

六、产品设计与消费者使用习惯尚有一定距

七、消费者更愿意选择家电连锁和百货商场

八、不同商店类型的不同优势

九、采购商和代理商的议价能力分析

1.采购模式变化分析

2.议价能力变化分析

第三节 潜在进入者状况分析

第四节 新技术以及替代品竞争分析

一、微波炉

- (一) 市场容量
- (二) 原材料市场
- (三) 技术市场
- (四) 消费者分析
- (五) 发展周期
- (六) 赢利空间
- (七) 电磁炉与微波炉市场比较

二、燃气灶

三、电饭煲与电磁炉之间的替代分析

四、电火锅与电磁炉之间的替代分析

五、新产品替代分析

第五节 行业现有企业竞争状况分析

一、行业竞争分析理论基础

二、行业内企业与品牌数量

三、行业竞争格局分析

四、竞争组群分析

1. 领军企业

2. 第一梯队：富士宝、尚朋堂、九阳

3. 第二梯队：前5-20位的优势品牌企业

4. 在其他产品领域有影响的企业

5. 杂牌企业

第三章 我国电磁炉市场状况分析

第一节 市场规模

一、我国市场空间以及市场成长性

二、厨房家电结构变化分析

三、技术与功能的优越性决定了其巨大市场容量

四、低拥有率、低认知度意味着巨大市场空间

五、我国电磁炉市场空间的长期测算

第二节 电磁炉厂商对市场空间的理解

第三节 市场集中度

第四节 终端市场

- 一、 总体情况
- 二、 终端演示
- 三、 主要品牌的终端卖场表现情况

第五节 区域市场分析

- 一、 华北市场
- 二、 东北市场
- 三、 中南市场
- 四、 西南市场
- 五、 华东市场
- 六、 西北市场

第四章 2005 - 2006年我国电磁炉产品价格分析

- 第一节 价格消费特征分析
- 第二节 主要品牌产品价位分析
- 第三节 价格与成本的关系并不密切
- 第四节 如何分析竞争对手的价格策略
- 第五节 价格仍将在竞争中占重要地位
- 第六节 低价策略与品牌战略
- 第七节 建模对价格因素分析
 - 一、 产量和价格的弹性分析
 - 二、 需求和价格的弹性分析
 - 三、 四元（原材料）变量对价格的曲线分析

第五章 我国电磁炉进出口分析

- 一、 我国电磁炉出口及增长情况
- 二、 主要海外市场分布情况
- 三、 经营海外市场的主要品牌
- 四、 电磁炉进口分析

第六章 渠道

- 第一节 渠道对电磁炉行业至关重要
- 第二节 电磁炉市场渠道格局

第三节 销售渠道形式

第四节 销售渠道要素对比

第五节 对竞争对手渠道策略的研究

第六节 各区域市场主要代理商情况

1.西南地区

2.东北地区

3.华北地区

4.西北地区

5.华东及华南地区

6.华中地区

第六章 品牌分析

第一节 品牌总体情况

第二节 品牌传播

第三节 品牌美誉度

第四节 代理商对电磁炉品牌的选择情况

第五节 主要城市市场对主要电磁炉品牌的认知水平

第六节 广告

第七章 行业主导驱动因素分析

第一节 行业增长的推动力量

第二节 电力供应

第三节 西气东输

第四节 消费观念与烹饪习惯

第五节 房地产业对电磁炉发展的推动

第六节 厨卫市场对电磁炉发展的推动

第八章 竞争成功的关键因素

第一节 如何确定竞争成功的关键因素

第二节 近两年内企业竞争要把握的关键因素

第三节 企业长期发展要把握的关键因素

第九章 我国主要企业竞争分析

第一节 美的

第二节 尚朋堂

第三节 富士宝

第四节 九阳

第五节 爱庭

第六节 苏泊尔

第七节 美联

第八节 正夫人

第十节 其他企业

一、万怡

二、顺柏

第十章 2006 - 2010年行业与市场发展预测分析

第一节 未来5年将是我国电磁炉市场发展的黄金期

第二节 竞争格局变化趋势

第三节 海外市场发展预测

第四节 产品发展前景预测

第五节 行业SWOT分析

一、优势与劣势分析

二、机遇与威胁分析

第六节 行业投资分析

一、市场前景分析

二、市场投资策略

第七节 行业产品政策和“十一五”规划的思路分析

图表目录:

产品分类

电磁炉的工作原理

电磁炉主要由以下几个部分构成：

主要陶瓷面板企业市场占有率(%)

目前陶瓷面板价格比较

2010年中国软磁材料全球市场地位及价格

中国磁性材料产品价格与日本的比较

磁性材料生产企业在市场占有比例

国内磁性材料应用市场规模现状

城镇居民对我国电磁炉品牌认知度

消费者对电磁炉的评价

消费者购买电磁炉产品主要渠道

不同商店类型的不同优势

电磁炉与微波炉、燃气灶对比表

2007年我国城市热水器市场有较大的市场空间

2004-2005年每半年可统计销量的品牌数量变化

2010年我国电磁炉市场规模预测(万台)

2005年厨房家电结构变化(万台/万个)

2005年厨房家电结构变化(%)

2004-2005年电磁炉市场销量品牌集中度

2005年12月华北市场电磁炉品牌市场占有率(%)

2005年12月东北市场电磁炉品牌市场占有率(%)

2005年12月中南市场电磁炉品牌市场占有率(%)

2005年12月西南市场电磁炉品牌市场占有率(%)

2005年12月华东市场电磁炉品牌市场占有率(%)

2005年12月西北市场电磁炉品牌市场占有率(%)

2004-2005年电磁炉市场销售量比重价格结构分布

2004年全国电磁炉前十名的名牌的价格和占有率(元/台, %)

2005年全国电磁炉品牌市场占有率(%)

2003-2005年我国电磁炉出口及增长

2005年我国电磁炉出口数量

电磁炉品牌西南地区主要代理商

电磁炉品牌东北地区主要代理商

电磁炉品牌华北地区主要代理商

电磁炉品牌西北地区主要代理商

电磁炉品牌华东及华南主要代理商

电磁炉品牌华中主要代理商

2005年电磁炉热销型号零售量占有率

2005年电磁炉硬广告投放区域比较

2005年电磁炉硬广告投放前七城市（单位：万元）

2005年电磁炉硬广告投放前七大众媒体（单位：万元）

2005年电磁炉硬广告投放前九品牌（单位：万元）

2005年电磁炉硬广告投放前七城市（单位：万元）

2005年电磁炉软广告投放前十品牌（单位：篇）

我国发电量及增长率预测

电力供需预测2006、2007 年电力供应有所缓和其它图表见报告正文中

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42832.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。