



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国小家电行业市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006年中国小家电行业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/42858.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

中国家电市场调查研究课题组调研数据显示，到2007年，国内小家电销售额将达到1000亿元，预估峰值将不低于1500亿元。另据市场调研预测，国内小家电市场容量至少有3500多亿元。面对巨大的市场前景，面对2006年市场大变局，小家电企业又该如何把握和应对呢？

从现阶段来看，国内城镇每户小家电拥有量远远低于欧美国家，但小家电的生命周期一般只有3年至6年，而且每年国内有至少260万住户搬入新家。随着人们生活水平提高，对"厨房"和"卫生间"的日益重视，小家电产品的加速普及与换代升级必将孵化出惊人的市场推动力，小家电的市场发展前景非常广阔。今后2至3年内，我国小家电行业将步入黄金发展阶段，市场需求量年增幅有可能突破30%。目前，国内除了格兰仕之外，还有海尔、松下、方太、老板、万家乐、苏泊尔等数十家业界巨头，他们生产的产品迅速占领国内城镇居民家庭。

中国小家电市场已逐渐步入快速成长期，成为中国家电企业利润增长的又一主要源泉，但中国小家电市场的发展还远不如传统大家电产品市场发展成熟。研究建议，国内小家电制造企业应该重视并不断强化品牌建设，建立小家电市场的良好竞争秩序，以实现企业利润的最大化。

本研究咨询报告依据国家统计局、国家海关总署、国家经贸委、中国轻工业信息中心、中华商业信息中心、中国家电协会、国内外相关报纸杂志的基础信息以及中研普华公司对京津地区、珠江三角洲、长江三角洲等地区的市场调查获得的第一手资料，对我国小家电行业的市场规模与前景、供给与需求状况、销售情况、从业企业以及国家相关产业政策等进行了分析。并重点分析了小家电各细分市场的发展态势以及各主要产品的消费者需求心理，并对小家电行业的发展趋势进行了研判，是小家电生产企业、科研单位、经销企业等单位准确了解目前小家电行业发展动态，把握企业定位和发展战略不可多得的决策参考。

第一部分 行业概况 第一章 中国小家电行业概况1 第一节 我国小家电行业现状1 一、2005年行业经济运行情况2 二、小家电市场容量与结构7 三、我国小家电行业投资特性分析9 第二节 我国小家电行业发展环境分析13 一、我国小家电业基本情况13 二、产业政策环境14 第二章 小家电行业发展现状18 第一节 小家电行业现状分析18 一、小家电市场竞争升温18 二、市场面临大洗牌18 三、中国小家电行业正打响品牌淘汰战19 四、小家电细分市场扩大份额21 五、小家电企业市场分析21 六、产业集聚效应更加凸现24 第二节 小家电产品价格分析25 一、价格战引发"马太效应"25 二、消费心理日趋成熟小家电暴利开始被挤压26 第二部分 市场分析 第三章 大家电进军小家电的品牌之争29 第一节 小家电的品牌竞争29 一、小家电的产品类别与主要厂家29 二、小家电市场小品牌发展现状分析30 三、小家电各类别中的品牌格局32 四、小家电的品牌争锋35 五、小家电品牌相对分散36 六、小家电市场潜力巨大，品牌竞争凸现37 第二节 大家电进军小家电市场37 一、小家电前景吸引中外品牌角逐37 二、进军小家电行业的原因41 三、进

军小家电领域的3个整合44 四、进军小家电存在的问题46 第四章 厨房小家电49 第一节 厨房家电现状49 一、厨房家电的特征49 二、产业大局初成，品牌格局仍有待成形52 三、大量的资金和资源资本汇聚到厨房小家电领域53 四、厨房家电掀起人性化高潮55 五、厨房家电几个龙头品牌的基本情况57 第二节 整体厨房市场分析61 一、整体厨房的概念61 二、整体厨房的现状61 三、整体厨房的品牌竞争65 第三节 厨卫家电市场67 一、厨卫家电整体现状67 二、厨房电器市场现状69 三、厨卫家电的现状分析70 四、厨房家电市场四大变数73 五、厨房家电市场四大看点75 六、厨卫家电产业整合77 七、厨卫小家电渠道战略79 八、新国标规范厨具市场83 九、厨卫家电的发展83 十、切准国标"软肋"厨电产业实现整体崛起86 第五章 小家电行业进出口分析88 第一节 小家电进口分析88 一、小家电进口基本情况88 二、我国对进口家电征收"垃圾税"89 第二节 小家电出口分析90 一、小家电出口现状90 二、欧盟指令使小家电出口成本上升92 三、小家电企业集体出口转内销94 四、小家电行业规避欧盟"毕业"应未雨绸缪97 第三节 国外企业的发展动向99 一、日美两国家电公司对华新攻略99 二、美国家电巨头-惠而浦101 三、全球市场的角逐对本土企业的考验102 第六章 小家电细分市场分析104 第一节 热水器市场分析104 一、热水器市场总体情况104 二、热水器品牌市场情况109 四、即热式热水器的发展趋势117 第二节 微波炉市场分析121 一、微波炉市场现状121 二、微波炉市场现状分析123 三、微波炉市场竞争态势分析132 四、技术战将成微波炉竞争新策略135 第三节 吸油烟机行业分析139 一、我国吸油烟机的历史沿革139 二、吸油烟机的行业现状144 第四节 电饭锅市场分析149 一、电饭锅市场现状149 二、国内电饭锅市场的现状151 第五节 电磁炉市场分析155 一、电磁炉市场现状155 二、电磁炉三类品牌全景式点评163 三、电磁炉市场销售渠道特点167 四、电磁炉市场发展预测169 第六节 洗碗机市场分析173 一、洗碗机市场产销情况173 二、洗碗机消费者心理分析176 三、洗碗机市场增长前景178 第七节 饮水机市场分析178 一、饮水机市场发展状况178 二、饮水机消费需求分析183 三、未来发展前景分析185 第八节 电熨斗市场分析188 一、电熨斗市场浅析188 二、影响电熨斗市场规模的因素189 三、市场竞争激烈，但机会尤存190 第七章 小家电消费需求分析192 第一节 小家电市场终端消费者分析192 一、小家电市场需求特征192 二、消费者产品需求卖点分析193 三、城市小家电消费五大转变196 四、消费者心理三大变化199 第二节 小家电市场的需求变化趋势200 第三节 2006~2008年小家电需求预测202 第三部分 竞争格局分析 第八章 竞争格局分析207 第一节 产业结构分析207 一、市场细分程度的分析207 二、小家电市场的"蜂窝"格局207 第二节 地区发展态势213 一、小家电生产企业数量及分布情况213 二、浙江地区215 三、广东地区225 四、青岛地区228 第九章 优势企业分析231 第一节 格兰仕231 一、企业概况231 二、经营状况232 三、企业发展战略分析233 四、格兰仕谋求全球称霸236 第二节 艾美特239 一、公司简况239 二、企业经营情况240 第三节 龙的242 一、公司简况242 二、企业经营情况243 三、市场拓展策略244 第四节 华帝245 一、企

业概况245 二、经营状况247 三、市场拓展策略248 第五节 万和255 第六节 康宝258 第七节 海尔261 一、公司介绍261 二、小家电产品线构成263 三、经营状况265 四、海尔领军厨房家电265 第九节 方太267 一、公司简介267 二、市场发展策略268 第十节 美的269 一、公司概况269 二、企业经营情况271 三、宣布彻底退出部分小家电业务272 第四部分 发展趋势与建议 第十章 小家电行业发展趋势分析275 第一节 2006年小家电市场发展趋势275 一、未来两年小家电将出现两极分化275 二、杂牌小牌必将被淘汰276 三、大品牌整合将来到277 四、市场走向集中是大趋势278 第二节 2006年小家电的持续发展依据279 一、小家电持续发展依据279 二、在规范中持续发展280 三、潜在市场空间无比广阔282 第三节 小家电面临的新竞争283 一、利润：小家电立足之本283 二、终端建设、渠道变革迫在眉睫284 三、小家电争打"售后服务"牌284 第四节 小家电的品牌布局285 一、OEM，一种双赢策略286 二、OEM的生产模式288 三、家电善用OEM292 第五节 06年中国家电行业发展趋势展望293 一、家电产品出口形势严峻294 二、城镇化进程加快为家电行业增长提供持续性的需求支撑294 三、农村家电市场会有所升温295 四、家电产品技术升级趋势将加快295 第十一章 小家电行业投资建议297 第一节 小家电行业发展SWOT分析297 一、机会和优势分析297 二、劣势和威胁分析303 第二节 新进入者应注意的关键因素分析308 一、企业定位的问题308 二、经营模式的选择310 三、障碍因素分析311 四、功能开发切莫远离国情312 五、弱势品牌应如何切入新市场315 第三节 关注小家电的细节问题319 一、产品的质量之忧319 二、产品不如人意320 三、产品创新与知识产权保护321 四、建议322 第四节 我国家电企业该如何获得商业信贷323 一、银行对贷款风险点和防范措施的把控324 二、银行在信贷时会关注的其他问题327 第十二章 小家电营销攻略329 第一节 小家电市场营销现状329 一、制约小家电发展的主要因素329 二、渠道构成330 三、家电主流渠道模式:4模式 1组合拳332 四、小家电差异渠道寻销售新路336 五、直销模式逐渐兴起340 六、家电制造商寻求销售新模式343 第二节 家电业走进大连锁时代347 一、家电零售业2005回顾和2006年发展趋势分析347 二、家电厂家与连锁商家的博弈走向356 二、积极应对家电连锁企业扩张360 第三节 小家电市场营销攻略363 一、突破旧有观念及管理模式363 二、小家电分销模式创新364 三、小家电产品策略创新368 四、营销理论体系创新369 五、翘开国内小家电市场11招371 六、产品各阶段促销策略的运用373 附录384 附录一 小家电包括哪些产品384 附录二 电子电器产品进入全球市场的EMC要求385 附录三 第十九届电子信息百强企业名单388 附录四 部分小家电产量统计数据396 图表目录 图表：家用电器行业2005年经济效益增长情况3 图表：2005年1-10月家用电子电器制造业经济效益3 图表：2005年1-10月小家电制造业主要产品产量5 图表：05年1月主要小家电产品产量5 图表：05年1月主要小家电产品产量同期增长率6 图表：2005年1-10月家用电子、电器制造业出口交货值6 图表：2005年1-10月主要家电产品出口情况7 图表：我国主要小家电产品所处的生命周期阶段12 图表：微波炉国内市场占有率构

成52 图表：电饭煲国内市场占有率构成53 图表：家用豆浆机国内市场占有率构成53 图表
：2005年家用厨房电器具制造业累计产品销售收入69 图表：2005年厨房电器具制造业累计利
润总额69 图表：2005年12月家用厨房电器具制造销售收入前十家企业70 图表：2005年11月份
主要小家电产品进口量统计88 图表：2005年9月份主要小家电进口量统计88 图表：2005年11月
主要小家电产品出口量90 图表：2005年10月不同类型热水器零售价格106 图表：2005年10月不
同类型热水器零售量及增长率106 图表：2005年10月主要品牌热水器零售量及增长率107 图表
：2005年2-12月燃气热水器产量全国统计107 图表：2005年2-12月燃气热水器产量江苏省统
计108 图表：2005年2-12月燃气热水器产量广东省统计108 图表：2005年2-12月燃气热水器产量
浙江省统计109 图表：2005年2-12月燃气热水器产量上海市统计109 图表：2005年6月热水器品
牌零售占有率111 图表：2005年9月热水器全国及分区品牌占有率112 图表：2005年8月热水器
热销型号零售量占有率113 图表：2005年3月份热水器品牌占有率113 图表：2005年3月份热水
器畅销型号占有率114 图表：2004年到2005年中国热水器市场规模116 图表：2004年到2005年中
国电热水器产品销量结构116 图表：2004年到2005年中国燃气热水器产品销量结构117 图表
：2005年2-12月微波炉全国统计121 图表：2005年2-12月微波炉广东省统计122 图表：2005
年2-12月微波炉上海市统计122 图表：2005年2-12月微波炉山东省统计123 图表：2005年10月不
同微波炉零售价格124 图表：2005年10月不同类型微波炉零售量及增长率124 图表：2005年10
月主要品牌微波炉零售量及增长率125 图表：2002年-2005年国内微波炉市场销售总量125 图表
：2002年-2005年微波炉市场销售总额126 图表：2004年与2005年微波炉市场品牌集中度127 图
表：2005年9月微波炉全国及分区品牌占有率128 图表：2005年3月份微波炉品牌占有率129 图
表：2005年3月份微波炉畅销型号占有率129 图表：05年6月微波炉品牌零售量统计131 图表
：2004年-2005年总体市场产品结构变化132 图表：2003年到2005年中国油烟机市场销售量规模
与变化146 图表：2003年到2005年中国油烟机市场产品结构与变化146 图表：2004年与2005年中
国油烟机市场整体均价季节 波动146 图表：2005年2-12月排油烟机产量全国合计147 图表
：2005年2-12月排油烟机江苏省统计147 图表：2005年2-12月排油烟机广东省统计147 图表
：2005年2-12月排油烟机北京市统计148 图表：2005年2-12月排油烟机浙江省统计148 图表
：2005年2-12月排油烟机上海市统计149 图表：2004年11月-2005年11月国内电饭锅市场品牌占
有率151 图表：2005年2-12月电饭锅全国统计153 图表：2005年2-12月电饭锅广东省统计153 图
表：2005年2-12月电饭锅浙江省统计153 图表：2005年2-12月电饭锅上海市统计154 图表：2005
年2-12月电饭锅山东省统计154 图表：电磁炉与微波炉、燃气灶对比表156 图表：2003-2005年
中国电磁炉市场销量规模变化158 图表：2003-2005年中国电磁炉市场销售额规模变化158 图表
：2004-2005年品牌集中度变化158 图表：2005年3月份电磁炉品牌占有率159 图表：2005年3月
份电磁炉畅销型号占有率160 图表：2005年9月电磁炉全国及分区品牌占有率162 图表：2005

年10月不同电磁炉零售价格162 图表：2005年10月主要品牌电磁炉零售量及增长率163 图表
：2005年10月不同容积段电磁炉零售量及增长率163 图表：电磁炉销售业态比例示意图167 图
表：电磁炉在大卖场中的产品销售结构168 图表：电磁炉在大商场中的产品销售结构168 图表
：2005年2-12月家用洗碗机全国统计175 图表：2005年2-12月家用洗碗机广东省统计175 图表
：2005年2-12月家用洗碗机山东省统计175 图表：2005年7月饮水机全国及分区品牌占有率182
图表：2004-2007年净水器增长情况预测185 图表：2004-2007年饮水机市场销售量发展趋势186
图表：2004-2007年净水器市场销售量发展趋势186 图表：主要家电企业生产的小家电产品类
别207 图表：中山华帝燃具股份有限公司利润构成表247 图表：中山华帝燃具股份有限公司经
营能力表247 图表：海尔全球十大工业园261 图表：青岛海尔股份有限公司利润构成表265 图
表：青岛海尔股份有限公司经营能力表265 图表：广东美的集团股份有限公司利润构成表272
图表：广东美的集团股份有限公司经营能力表272 图表：欧盟对于家用电器产品需要符合的相
关技术标准和文件385 图表：不同的产品有不同的认证形式386 图表：家电产品进入澳洲市场
所需要满足的技术要求387 图表：2000年到2005年我国吸尘器产量规模与变化396 图表：2002
年到2005年我国吸尘器销售量规模与数据396 图表：2004年到2005年吸尘器价位机构与变化397
图表：吸尘器价位机构与变化397 图表：2005年4月份吸尘器畅销型号占有率397 图表：2005年
吸尘器全国统计398 图表：2005年吸尘器江苏省统计399 图表：2005年吸尘器广东省统计399 图
表：2005年吸尘器浙江省统计400 图表：2005年吸尘器上海市统计400 图表：2005年电风扇全
国统计401

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42858.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。