



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005CMMS中国品牌发展报告 (家电IT数码)

一、调研说明

《2005CMMS中国品牌发展报告(家电IT数码)》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/42882.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

一、项目设计 调查区域：北京、上海、广州、成都、天津、沈阳、济南、武汉、福州、南京、西安、昆明、哈尔滨、大连、青岛、杭州、厦门、深圳、郑州、重庆、厦门、深圳、杭州、郑州、青岛、大连、哈尔滨、长春、南昌、宁波、合肥、南宁、长沙、太原、苏州、佛山、海口 调查样本：北京和上海各5,000样本，广州和成都各4,000样本，其它城市样本分别为2,000 数据采集时间：2004年1月—2004年12月 二、报告分类与产品类别：六卷，共101类产品。 第一卷是《家电?IT?数码》，包括14类产品：电视机、影碟机、照相机、数码相机、台式电脑、打印机、电冰箱、洗衣机、空调、微波炉、燃气热水器、电热水器、抽油烟机、移动电话。共173页。 第二卷是《食品?烟》，包括17类产品：速冻主食、食用油、成人奶粉、婴儿奶粉、婴幼儿辅助食品、口香糖/泡泡糖、糖果、润喉糖、巧克力、冰淇淋/雪糕、方便面、豆奶粉/核桃粉、谷麦类食品、饼干/威化/派、膨化食品、果冻、香烟。共165页。 第三卷是《饮料?酒》，包括17类产品：鲜奶、酸奶、乳酸菌饮料、速溶咖啡、瓶装水、可乐、碳酸饮料(不含可乐)、功能性饮料、100%纯果汁、果汁/果味饮料/蔬菜汁、茶饮品、速溶饮品、啤酒、白酒、葡萄酒、白兰地/威士忌、液态豆奶/花生奶。共169页。 第四卷是《家庭日化用品》，包括20类产品：婴儿纸尿裤/纸尿片、洗衣粉/洗衣液、衣物柔顺剂、碗碟洗洁精、家庭清洁用品、空气清新剂、杀虫剂、婴儿/儿童洗浴/润肤品、香皂、牙膏、牙刷、洗手液、洗发水、护发素/润发露、头发定型产品、染发剂、沐浴露、卫生巾、卫生护垫、纸巾。共219页。 第五卷是《化妆品》，包括13类产品：洁肤品、润肤/护肤品、润肤/护肤品 - 去痘、润肤/护肤品 - 防皱、润肤/护肤品 - 护手、润肤/护肤品 - 护身体、润肤/护肤品 - 滋润、润肤/护肤品 - 防晒、润肤/护肤品 - 美白、润肤/护肤品 - 祛斑、化妆品、润唇膏、香水。共160页。 第六卷是《药品及保健品》包括20类产品：止咳药、润喉药、感冒药、内服止痛药、外用止痛药、肠胃药、心脑血管药、眼药、皮肤药、减肥类营养品、补钙型保健品、补肾型保健品、补脑性保健品、补血型保健品、滋补养颜型保健品、综合类营养补品、多种维生素营养补品、妇科用药、隐形眼镜、隐形眼镜护理液。共180页。 媒体卷：赠送，30城市不同性别、年龄、月收入的消费者，接触各地主流媒体(电视、广播、报纸以及互联网)的习惯。共34页。 电视机 一 电视机行业分地区基本市场状况 1 1.1 电视机行业分地区总体市场与需求状况 1 1.2 不同类型电视机分地区市场与需求状况 (一) 2 1.3 不同类型电视机分地区市场与需求状况 (二) 3 1.4 不同类型电视机分地区市场与需求状况 (三) 4 二 电视机行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 5 2.1 品牌购买率 5 2.2 品牌预购率 6 2.3 品牌美誉度 7 三 电视机消费者的人口构成及其在特定人群中的产品保有率、购买率、预购率 8 四 电视机行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 10 4.1 品牌购买率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群

中的品牌购买率 10 4.2 品牌预购率前10位品牌的预购者人口构成及其在特定人群中的品牌预购率 11 4.3 品牌美誉度前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌美誉度 12 五 电视机消费者的生活态度 13 六 电视机消费者的体育运动和休闲活动 14 6.1 参加体育运动比例 14 6.2 日常休闲活动比例 14 影碟机 一 影碟机行业分地区基本市场状况 15 1.1 影碟机行业分地区总体市场与需求状况 15 1.2 不同类型影碟机分地区市场与需求状况 (一) 16 1.3 不同类型影碟机分地区市场与需求状况 (二) 17 二 影碟机行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 18 2.1 品牌购买率 18 2.2 品牌预购率 19 2.3 品牌美誉度 20 三 影碟机消费者的人口构成及其在特定人群中的产品保有率、购买率、预购率 21 四 影碟机行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 22 4.1 品牌购买率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌购买率 22 4.2 品牌预购率前10位品牌的预购者人口构成及其在特定人群中的品牌预购率 23 4.3 品牌美誉度前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌美誉度 24 五 影碟机消费者的生活态度 25 六 影碟机消费者的体育运动和休闲活动 26 6.1 参加体育运动比例 26 6.2 日常休闲活动比例 26 照相机 一 照相机行业分地区基本市场状况 27 1.1 照相机行业分地区总体市场与需求状况 27 1.2 不同类型照相机分地区市场与需求状况 28 二 照相机行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 29 2.1 品牌购买率 29 2.2 品牌预购率 30 2.3 品牌美誉度 31 三 照相机消费者的人口构成及其在特定人群中的产品保有率、购买率、预购率 32 四 照相机行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 33 4.1 品牌购买率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌购买率 33 4.2 品牌预购率前10位品牌的预购者人口构成及其在特定人群中的品牌预购率 34 4.3 品牌美誉度前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌美誉度 35 五 照相机消费者的生活态度 36 六 照相机消费者的体育运动和休闲活动 37 6.1 参加体育运动比例 37 6.2 日常休闲活动比例 37 数码相机 一 数码相机行业分地区基本市场状况 38 1.1 数码相机行业分地区总体市场与需求状况 38 二 数码相机行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 39 2.1 品牌购买率 39 2.2 品牌预购率 40 2.3 品牌美誉度 41 三 数码相机消费者的人口构成及其在特定人群中的产品保有率、购买率、预购率 42 四 数码相机行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 43 4.1 品牌购买率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌购买率 43 4.2 品牌预购率前10位品牌的预购者人口构成及其在特定人群中的品牌预购率 44 4.3 品牌美誉度前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌美誉度 45 五 数码相机消费者的生活态度 46 六 数码相机消费者的体育运动和休闲活动 47 6.1 参加体育运动比例 47 6.2 日常休闲活动比例 47 台式电脑 一 台式电脑行业分地区基本市场状况 48 1.1 台式电脑行业分地区总体市场与需求状况 48 1.2 不同类型台式电脑分地区市场与需求状况 49 二 台式品牌电脑行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 50 2.1 品牌购买率 50 2.2 品牌预购率 51 2.3 品牌美誉度 52 三 台式电脑消费者的人口构成及其在特定人群中的产品保有率、购买率、预购率 53 四 台式品牌电脑行业各主要产品品牌分人口组

别基本市场指标 54 4.1 品牌购买率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌购买率 54 4.2 品牌预购率前10位品牌的预购者人口构成及其在特定人群中的品牌预购率 55 4.3 品牌美誉度前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌美誉度 56 五 台式电脑消费者的生活态度 57 六 台式电脑消费者的体育运动和休闲活动 58 6.1 参加体育运动比例 58 6.2 日常休闲活动比例 58 打印机 — 打印机行业分地区基本市场状况 59 1.1 打印机行业分地区总体市场与需求状况 59 1.2 不同类型打印机分地区市场与需求状况 60 二 打印机行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 61 2.1 品牌购买率 61 2.2 品牌预购率 62 2.3 品牌美誉度 63 三 打印机消费者的人口构成及其在特定人群中的产品保有率、购买率、预购率 64 四 打印机行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 65 4.1 品牌购买率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌购买率 65 4.2 品牌预购率前10位品牌的预购者人口构成及其在特定人群中的品牌预购率 66 4.3 品牌美誉度前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌美誉度 67 五 打印机消费者的生活态度 68 六 打印机消费者的体育运动和休闲活动 69 6.1 参加体育运动比例 69 6.2 日常休闲活动比例 69 电冰箱 — 电冰箱行业分地区基本市场状况 70 1.1 电冰箱行业分地区总体市场与需求状况 70 二 电冰箱行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 71 2.1 品牌购买率 71 2.2 品牌预购率 72 2.3 品牌美誉度 73 三 电冰箱消费者的人口构成及其在特定人群中的产品保有率、购买率、预购率 74 四 电冰箱行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 75 4.1 品牌购买率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌购买率 75 4.2 品牌预购率前10位品牌的预购者人口构成及其在特定人群中的品牌预购率 76 4.3 品牌美誉度前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌美誉度 77 五 电冰箱消费者的生活态度 78 六 电冰箱消费者的体育运动和休闲活动 79 6.1 参加体育运动比例 79 6.2 日常休闲活动比例 79 洗衣机 — 洗衣机行业分地区基本市场状况 80 1.1 洗衣机行业分地区总体市场与需求状况 80 1.2 不同类型洗衣机分地区市场与需求状况 81 二 洗衣机行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 82 2.1 品牌购买率 82 2.2 品牌预购率 83 2.3 品牌美誉度 84 三 洗衣机消费者的人口构成及其在特定人群的产品保有率、购买率、预购率 85 四 洗衣机行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 86 4.1 品牌购买率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌购买率 86 4.2 品牌预购率前10位品牌的预购者人口构成及其在特定人群中的品牌预购率 87 4.3 品牌美誉度前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌美誉度 88 五 洗衣机消费者的生活态度 89 六 洗衣机消费者的体育运动和休闲活动 90 6.1 参加体育运动比例 90 6.2 日常休闲活动比例 90 空调 — 空调行业分地区基本市场状况 91 1.1 空调行业分地区总体市场与需求状况 91 1.2 不同类型空调分地区市场与需求状况 92 二 空调行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 93 2.1 品牌购买率 93 2.2 品牌预购率 94 2.3 品牌美誉度 95 三 空调消费者的人口构成及其在特定人群中的产品保有率、购买率、预购率 96 四 空调行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 97 4.1 品牌

购买率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌购买率 97 4.2 品牌预购率前10位品牌的预购者人口构成及其在特定人群中的品牌预购率 98 4.3 品牌美誉度前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌美誉度 99 五 空调消费者的生活态度 100 六 空调消费者的体育运动和休闲活动 101 6.1 参加体育运动比例 101 6.2 日常休闲活动比例 101 微波炉 — 微波炉行业分地区基本市场状况 102 1.1 微波炉行业分地区总体市场与需求状况 102 二 微波炉行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 103 2.1 品牌购买率 103 2.2 品牌预购率 104 2.3 品牌美誉度 105 三 微波炉消费者的人口构成及其在特定人群中的产品保有率、购买率、预购率 106 四 微波炉行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 107 4.1 品牌购买率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌购买率 107 4.2 品牌预购率前10位品牌的预购者人口构成及其在特定人群中的品牌预购率 108 4.3 品牌美誉度前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌美誉度 109 五 微波炉消费者的生活态度 110 六 微波炉消费者的体育运动和休闲活动 111 6.1 参加体育运动比例 111 6.2 日常休闲活动比例 111 燃气热水器 — 燃气热水器行业分地区基本市场状况 112 1.1 燃气热水器行业分地区总体市场与需求状况 112 二 燃气热水器行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 113 2.1 品牌购买率 113 2.2 品牌预购率 114 2.3 品牌美誉度 115 三 燃气热水器消费者的人口构成及其在特定人群中的产品保有率、购买率、预购率 116 四 燃气热水器行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 117 4.1 品牌购买率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌购买率 117 4.2 品牌预购率前10位品牌的预购者人口构成及其在特定人群中的品牌预购率 118 4.3 品牌美誉度前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌美誉度 119 五 燃气热水器消费者的生活态度 120 六 燃气热水器消费者的体育运动和休闲活动 121 6.1 参加体育运动比例 121 6.2 日常休闲活动比例 121 电热水器 — 电热水器行业分地区基本市场状况 122 1.1 电热水器行业分地区总体市场与需求状况 122 二 电热水器行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 123 2.1 品牌购买率 123 2.2 品牌预购率 124 2.3 品牌美誉度 125 三 电热水器消费者的人口构成及其在特定人群中的产品保有率、购买率、预购率 126 四 电热水器行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 27 4.1 品牌购买率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌购买率 127 4.2 品牌预购率前10位品牌的预购者人口构成及其在特定人群中的品牌预购率 128 4.3 品牌美誉度前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌美誉度 129 五 电热水器消费者的生活态度 130 六 电热水器消费者的体育运动和休闲活动 131 6.1 参加体育运动比例 131 6.2 日常休闲活动比例 131 抽油烟机 — 抽油烟机行业分地区基本市场状况 132 1.1 抽油烟机行业分地区总体市场与需求状况 132 二 抽油烟机行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 133 2.1 品牌购买率 133 2.2 品牌预购率 134 2.3 品牌美誉度 135 三 抽油烟机消费者的人口构成及其在特定人群中的产品保有率、购买率、预购率 136 四 抽油烟机行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 137 4.1 品牌购买率前10位品牌的消费

者人口构成及其在特定人群中的品牌购买率 137 4.2 品牌预购率前10位品牌的预购者人口构成及其在特定人群中的品牌预购率 138 4.3 品牌美誉度前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌美誉度 139 五 抽油烟机消费者的生活态度 140 六 抽油烟机消费者的体育运动和休闲活动 141 6.1 参加体育运动比例 141 6.2 日常休闲活动比例 141 移动电话 — 移动电话行业分地区基本市场状况 142 1.1 移动电话行业分地区总体市场与需求状况 142 二 移动电话行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 143 2.1 品牌购买率 143 2.2 品牌预购率 144 2.3 品牌美誉度 145 三 移动电话消费者的人口构成及其在特定人群中的产品保有率、购买率、预购率 146 四 移动电话行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 147 4.1 品牌购买率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌购买率 147 4.2 品牌预购率前10位品牌的预购者人口构成及其在特定人群中的品牌预购率 148 4.3 品牌美誉度前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌美誉度 149 五 移动电话消费者的生活态度 150 六 移动电话消费者的体育运动和休闲活动 151 6.1 参加体育运动比例 151 6.2 日常休闲活动比例 151

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42882.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。