



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006中国小家电市场研究预测报告

一、调研说明

《2006中国小家电市场研究预测报告》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/42954.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

【目录】第一部分 中国小家电行业投资环境分析

第一章 2004、2005年国内经济环境分析1

第一节 2004-2005年中国经济运行态势1

一、宏观经济走势分析1

二、中国人文统计分析5

三、居民家庭收入及消费支出变化情况13

第二节 2006年国民经济发展影响因素分析及预测15 第二章 中国小家电产业政策环境分析19

一、2004年小家电行业政策变化19

二、2005年相关产业政策走向20 第三章 小家电关联产业发展态势21

第一节 2004-2005年我国家电业发展分析21

一、家电产业特征分析21

二、2004、2005年家电业产销情况27

三、2006年家电业发展形势展望29

第二节 整体厨房市场分析30 第二部分 中国小家电行业总体发展状况

第一章 中国小家电行业整体运行状况34

第一节 小家电行业投资特性分析34

一、盈利性分析34

二、成长速度分析35

三、投资壁垒及风险36

四、行业所处生命周期的阶段37

第二节 2004年小家电行业发展现状38

一、市场规模与增长情况38

二、小家电生产企业区域分布39

三、小家电市场集中度分析45

四、小家电行业存在问题分析48 第二章 2004-2005年小家电进出口分析51

第一节 2004年小家电产品进出口分析及预测51

一、2001-2004年小家电产品进出口统计51

二、小家电分产品进出口状况分析60

第二节 2005年小家电产品进出口形势分析62

第三节 海外小家电市场64

一、美国家电市场64

二、日本家电市场64

三、韩国家电进口市场73

四、沙特家电市场73

五、德国家电销售渠道现状和趋势78

六、奥地利家电销售渠道的现状和趋势81

第四节 国外壁垒83 第三章 小家电消费需求分析86

第一节 小家电市场消费特征分析86

一、2004年小家电产品市场保有状况86

二、小家电市场需求特征89

第二节 小家电终端消费者分析90

一、小家电消费者收入状况分析90

二、小家电消费者消费心理变化93

三、小家电消费者消费行为变化94

第三节 2005年小家电需求分析及预测98

一、2005年小家电产业面临的机遇与挑战98

二、2005年需求总量分析及预测99 第三部分 小家电市场细分

第一章 微波炉市场分析102

第一节 国内微波炉行业发展透视102

一、生产规模历年变化103

三、技术发展趋势及其影响104

第二节 2004年微波炉市场产销情况分析105

一、市场规模与容量106

三、品牌市场格局109

四、产品价格走势110

第三节 微波炉市场竞争分析112

一、品牌高度集中112

二、中外品牌竞争激烈113

三、行业格局演变态势115

第四节 2004-2005年微波炉市场发展116 第二章 电饭煲市场分析118

第一节 电饭煲行业发展概述118

一、行业发展历程	118
二、生产规模历年变化	119
第二节 2004-2005年电饭煲市场产销分析	120
一、产销情况分析	120
二、区域市场状况	122
三、企业生产及竞争状况	122
第三节 2005年电饭煲市场发展展望	124
第三章 燃气灶行业分析	125
第一节 2004-2005年燃气灶行业发展分析	125
一、市场容量及规模增长	125
二、行业利润及竞争情况	125
第二节 2005年燃气灶行业发展趋势	128
一、企业竞争格局演变	128
二、行业发展面临的机会与风险分析	129
第四章 吸油烟机市场分析	131
第一节 2004-2005年吸油烟机市场分析	131
一、市场发展现状	131
二、2004年吸油烟机产销情况	131
三、区域市场状况	132
第二节 吸油烟机生产企业竞争态势	133
第五章 电磁炉市场分析	137
第一节 电磁炉市场发展现状	137
一、市场发展仍属起步阶段	137
二、电磁炉市场规模及结构	137
第二节 电磁炉市场格局发展态势	138
一、品牌竞争格局发展演变	138
二、电磁炉市场面临的挑战与机遇	139
第三节 电磁炉市场发展展望	141
一、有望成为厨房主打灶具	141
二、总量增长预测	141
三、技术竞争发展趋势	142
四、类型结构发展方向	143
第六章 消毒柜市场分析	144
第一节 消毒柜市场发展现状	144
一、产业发展特征	144
二、2004-2005年市场消费特点及趋势	145

第二节 消毒柜行业未来发展形势	146
一、行业内竞争状况	146
二、替代产品的挑战	146
三、整体厨房带来转机	147
第七章 洗碗机市场分析	148
第一节 2004-2005年洗碗机市场分析	148
第二节 洗碗机市场发展前景	149
一、洗碗机消费者心理分析	149
二、市场增长前景	151
第八章 热水器市场分析	153
第一节 我国热水器市场总体状况	153
第二节 2004年-2005热水器市场产销分析	155
一、产量情况	155
二、市场销售特点	156
三、品牌市场格局	160
四、热水器消费者消费心理研究	162
第三节 热水器行业竞争态势	163
一、市场集中度不高	163
二、市场结构存在明显的地域差异	163
三、行业发展面临的机遇与挑战	164
第四节 2006年热水器市场发展预测	164
一、竞争态势	164
二、快速电热水器迅速崛起	166
第九章 饮水机市场分析	170
第一节 饮水机市场发展状况	170
一、行业规模及增长情况	170
二、消费者需求特点	171
三、行业竞争状况	173
第二节 饮水机市场发展前景分析	175
第十章 其它小家电产品	176
第一节 电风扇市场分析	176
第二节 豆浆机市场分析	179
第三节 加湿器市场分析	180
第四节 吸尘器市场分析	182
第五节 空气净化器市场分析	184
第六节 其他产品市场	188

一、面包机	188
二、电熨斗	189
第四部分 小家电市场营销现状分析	
第一章 小家电市场营销现状分析	190
第一节 我国家电业销售渠道分析	190
一、当前家电企业销售渠道模式及特点	190
二、国美模式	196
第二节 小家电市场营销渠道分析	204
一、渠道构成及特点	204
二、2004年-2005小家电市场营销特点	208
三、2005年-2005小家电渠道演变趋势	217
第五部分 竞争格局及优势企业分析	
第一章 行业竞争格局分析	220
第一节 小家电行业的市场竞争分析	220
一、品牌竞争格局	220
二、价格竞争态势	222
三、服务竞争趋势	226
第二节 2005年小家电行业市场格局演变	227
第二章 行业内优势企业分析	232
第一节 美的	232
一、经营状况和竞争力	232
二、市场拓展策略	235
三、企业战略规划与发展动向	236
第二节 格兰仕	240
一、产销及经营情况	240
二、市场占有情况	244
三、企业竞争优势及发展战略	245
四、格兰仕“感动文化”是这样炼成的	255
第三节 海尔	263
一、经营状况和竞争力	263
二、市场拓展策略	265
三、企业战略规划与发展动向	265
第四节 华帝	273
第五节 方太	275
一、经营状况和竞争力	275

二、产品介绍276

第六节 万和277

一、经营状况和竞争力277

二、企业战略规划与发展动向278

第七节 万家乐278

一、经营状况和竞争力278

二、市场拓展策略279

三、企业战略规划与发展动向281

第八节 康宝282

第九节 帅康284

第十节 灿坤286

第十一节 松下288

一、经营状况和竞争力288

二、企业战略规划与发展动向289

第十二节 LG291

第十三节 飞利浦296

第十四节 伊莱克斯302 第六部分 小家电行业发展趋势与企业策略

第一章 小家电行业发展趋势分析309

第一节 2006年小家电市场成长趋势309

一、小家电市场发展势头迅猛309

二、市场将出现两极分化309

第二节 小家电市场需求发展趋势310

一、市场需求变化趋势310

二、小家电产品科研开发趋势311

三、家电业进入产业供应链竞争时代312 第二章 小家电企业发展策略分析314

第一节 小家电行业的吸引力分析314

一、市场容量巨大314

二、行业格局不稳及进入壁垒低314

三、出口市场广阔314

四、西部小家电市场蕴含无限商机316

五、农村家电消费将持续增长317

第二节 小家电行业投资建议318

一、进入障碍因素分析318

二、企业定位与经营模式选择319

第三节 小家电企业市场竞争策略326

一、渠道策略326

二、产品策略327

三、终端策略328

第四节 小家电市场营销攻略331

一、国内小家电企业面临的问题332

二、突破旧有观念及管理模式333

三、营销攻略333 图表目录

图表1-1-1：2000-2004年中国GDP按季度增长情况1

图表1-1-2：1990-2004年工业增加值及其在国民经济中的比2 图表1-1-3：中国固定资产增长率变化图2

图表1-1-4：近年来中国人口统计5

图表1-1-5：未来中国人口增长趋势6

图表1-1-6：中国主要人口经济指标与其它国家的比较，19957

图表1-1-7：中国的家庭收入分布占总收入的%7

图表1-1-8：中国人口年龄金字塔9

图表1-1-9：中国家庭规模变化趋势10

图表1-1-10：2002年中国家庭结构分布10

图表1-1-11：中国人口出生率、死亡率和自然增长率的变化11 图表1-1-12：1953-2050年期间中国人口结构的变化12

图表1-1-13：中国居民可支配收入变化13

图表1-1-14：中国城乡居民人均消费支出14

图表1-1-15：中国城乡居民家庭恩格尔系数14

图表1-1-16：我国近年来GDP增长趋势16

图表1-1-17：我国财政收支当月增长情况17

图表1-1-18：至今我国宏观调控进程的阶段性划分18

图表1-2-1：2004年中国部分家电调整进口关税19

图表1-2-2：2005年中国家电主要产品需求量预测20

图表1-3-1：2001-2004年全国主要家电产品产量统计27

图表1-3-2：2004年家用电力器具制造全国合计28

图表2-1-1：我国主要小家电产品所处的生命周期阶段37

图表2-1-2：2004-2005年小家电产量变化38

图表2-1-3：2004-2005年中国小家电市场规模39

图表2-1-4：各类小家电产品的规模比例39

图表2-1-5：2004-2005年吸油烟机制造业累计企业单位数42

图表2-1-6：2004-2005年吸尘器制造业累计企业单位数44

图表2-1-7：2004-2005年微波炉产品市场占有率变化46

图表2-1-8：2004-2005年吸油烟机产品市场占有率变化46

图表2-1-9：2004-2005年吸尘器产品市场占有率变化47

图表2-1-10：2004-2005年电热水器产品市场占有率变化47

图表2-1-11：2004-2005年吸尘器产品市场占有率变化48

图表2-2-1：2004年中国家电出口状况51

图表2-2-2：2004年1-12月家用电器类产品出口统计54

图表2-2-3：2004年1-7月家用电器类产品出口统计55

图表2-2-4：2004年06月家用电器类产品进口统计60

图表2-2-5：2004年重点家电类出口产品统计表60

图表2-2-6：2004年重点家电类进口产品统计表61

图表2-2-7：2004年5月美国家电产品销量状况64

图表2-2-8：2004年日本重点家电类进口产品统计表66

图表2-2-9：2004年日本重点家电类进口产品统计表66

图表2-2-10：2004年本重点家电类出口产品统计表67

图表2-2-11：2004年本重点家电类出口产品统计表67

图表2-2-12：2004年日本主要家用电器产品产量68

图表2-2-13：2004年日本主要家用电器产品产量69

图表2-2-14：日本白色家电产销额及进出口变化统计71

图表2-2-15：日本主要家电产品国内销售量变化统计72

图表2-2-16：日本部分家电产品国外生产比率变化统计72

图表2-2-17：德国家电市场各销售渠道规模79

图表2-2-18：德国家电市场各销售渠道的市场份额79

图表2-2-19：德国主要家电连锁公司79

图表2-2-20：德国主要采购集团80

图表2-2-21：奥地利家电市场各主要销售渠道规模81

图表2-2-22：奥地利家电市场各销售渠道的市场份额82

图表2-2-23：奥地利主要家电或非专业连锁集团和自愿者联盟83

图表2-3-1：城乡区民家庭平均每百户年底耐用消费品拥有量87

图表2-3-2：不同收入家庭的小家电拥有率[] 91

图表2-3-3：不同收入家庭的小家电拥有率[] 91

图表2-3-4：不同收入家庭未来一年意向购买小家电的比例92 图表2-3-5：中国四大城市居民家庭拥有小家电情况95

图表2-3-6：消费者最重视的购买影响因素96

图表2-3-7：消费者在购买小家电产品受品牌因素影响的程度96

图表2-3-8：中国城市居民家庭中小家电的质量和耐用性情况97

图表2-3-9：消费者如何处理坏了的小家电产品98

图表2-3-10：消费者对小家电产品的维修整体评价98

图表3-1-1：2002-2004年中国微波炉产量102

图表3-1-2：2003年1-12月微波炉产量102

图表3-1-3：2004年1-08月微波炉产量103

图表3-1-4：2004年国内市场微波炉各主要国外独资及合资品牌所占零103

图表3-1-5：2004分地区城镇居民家庭平均每百户月平均微波炉拥有量 105

图表3-1-6：我国微波炉产销量与出口量动态对比图105

图表3-1-7：世界微波炉市场容量分析106

图表3-1-8：全国主要省份2003年微波炉销量汇总108

图表3-1-9：2004年全国重点大商场微波炉各品牌市场占有状况109

图表3-1-10：微波炉平均价格走势112

图表3-2-1：我国电饭锅各年度产量统计118

图表3-2-2：我国电饭锅产量及增长率119

图表3-2-3：中国电饭锅产量119

图表3-2-4：电饭锅产量120

图表3-2-5：电饭锅产量120

图表3-2-6：2004年中国电饭锅的生产.销售与库存统计121

图表3-2-7：电饭煲产品出口国家分布示意图122

图表3-2-8：国内市场电饭煲各主要国外独资及合资品牌所占零售额 122

图表3-3-1：2004年中国燃气用具产量125

图表3-4-1：2004年1--2季度中国吸排油烟机的生产.销售与库存统计 131

图表3-4-2：2004年中国排油烟机产量132

图表3-4-3：2003年1-12月排油烟机产量132

图表3-4-4：2004年排油烟机产量132

图表3-4-5：2004城镇居民家庭平均每百户平均吸油烟机消费品拥有量132

图表3-4-6：2004年全国重点大商场吸油烟机各品牌市场占有状况133

图表3-7-1：2004年中国洗碗机产量149

图表3-8-1：2004城镇居民家庭平均每百户平均沐浴热水器消费品拥量154

图表3-8-2：2004年燃气热水器产量155

图表3-8-3：2004年燃气热水器产量155

图表3-8-4：2004年中国燃气热水器产量155

图表3-8-5：2004年中国电淋浴器产量156

图表3-8-6：2004年电淋浴器产量156

图表3-8-7：2004年全国重点大商场燃气热水器各品牌市场占有状况60

图表3-8-8：2004年全国市场和各大片区市场电热水器销售的品牌监测160

图表3-8-9：2004年6月全国重点大商场燃气热水器各品牌市场占有状况61

图表3-8-10：国内市场热水器各主要国外独资及合资品牌所占零售额161

图表3-8-11：热水器消费者的品牌认可度 162

图表3-8-12：热水器拥有量与其影响因素的偏相关系数162

图表3-9-1：2004年全国市场和各大片区市场饮水机销售的品牌监测173

图表3-9-2：2004年6月份全国饮水机市场综合占有率173

图表3-10-1：2001-2004年中国电风扇产量176

图表3-10-2：2004电风扇产量176

图表3-10-3：2004年电风扇产量176

图表3-10-4：2004年全国重点大商场电风扇各品牌市场占有状况177

图表3-10-5：2004年分地区城镇居民家庭平均每百户月平均电风扇拥有量 177

图表3-10-6：2004年中国主要家用电风扇的生产销售与库存统计178

图表3-10-7：2001-2004年中国吸尘器产量182

图表3-10-8：2003吸尘器产量183

图表3-10-9：2004年吸尘器产量183

图表3-10-10：2004分地区城镇居民家庭平均每百户月平均吸尘器拥有量 183

图表3-10-11：2004国内市场吸尘器各主要国外独资及合资品牌所占零售额 184

图表3-10-12：2004年中国家用吸尘器的生产.销售与库存统计184

图表3-10-13：国内市场电熨斗各主要国外独资及合资品牌所占零售额 189

图表4-1-1：2001-2003年我国白色家电渠道变化情况191

图表4-1-2：2003年国美电器北京市场份额202

图表5-1-1：主要家电企业生产的小家电产品类别220

图表5-1-2：常用小家电主要品牌市场占有率221

图表5-1-3：近几年家用电器价格变化情况223

图表5-2-1：格兰仕历次降价的内容和效果244

图表5-2-2：格兰仕微波炉市场占有率244

图表5-2-3：华帝燃气灶市场统计相关指标274

图表5-2-4：帅康集团有限公司1993-2002年经济总量图285

图表5-2-5：LG电子在中国建立的10家生产企业292

图表5-2-6：飞利浦产品在全球市场的领先地位296

图表5-2-7：飞利浦产品在中国市场的领先地位298

图表5-2-8：飞利浦在中国建立的26家合资厂/全资子公司

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42954.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。