



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2005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

《2005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/42974.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】近年来，在大家电行业利润下降，发展势头放缓时，小家电行业经过蓄势，开始异军突起，发展势头迅猛，“这边风景独好”。在未来的几年内，中国小家电仍有着巨大的市场潜力和30%左右的利润空间。巨大的市场空间与丰厚的利润成为市场的根本驱动力，国内家电巨头、国际家电大鳄与小家电专业厂商三大板块博弈小家电，争食“最后的蛋糕”，一场更高层次的竞争已经拉开帷幕。值此风云骤起之时，小家电企业又该如何把握和应对？

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信息以及我司对京津地区、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。 【目录】 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、2004年行业经济运行情况	2
二、小家电市场容量与结构	5
三、我国小家电行业投资特性分析	7
第二节 我国小家电行业发展环境分析	11
一、我国小家电业基本情况	11
二、产业政策环境	13
第二章 小家电行业发展现状	14
第一节 小家电行业现状分析	14
一、小家电产品产量持续增长	14
二、小家电市场格局由二元变为三元	14
三、小家电产品利润率高	15
四、小家电细分市场扩大份额	16
五、小家电的产品走向	17
六、小家电品牌授权缺乏监管	17

七、小家电企业市场分析	19
八、制约小家电发展的主要因素	22
九、产业集聚效应更加凸现	23
第二节 小家电产品价格分析	24
一、价格战引发"马太效应"	24
二、小家电结束暴利时代	24
第二部分 市场分析	
第三章 大家电进军小家电的品牌之争	27
第一节 小家电的品牌竞争	27
一、小家电的产品类别与主要厂家	27
二、小家电品牌市场现状	28
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、进军小家电行业的原因	38
二、进军小家电领域的3个整合	40
三、企业整合重组小家电市场	43
四、进军小家电存在的问题	44
五、家电巨头抢占小家电市场	46
六、小家电前景吸引中外品牌角逐	47
第四章 厨卫小家电	52
第一节 厨房家电现状	52
一、厨房小家电竞争加剧	52
二、厨房家电掀起人性化高潮	53
第二节 整体厨房市场分析	55
一、整体厨房的概念	55
二、整体厨房的现状	55
三、整体厨房的品牌竞争	56
第三节 厨卫家电市场	57
一、厨卫家电整体现状	57

二、厨房电器市场现状	58
三、厨卫家电的现状分析	63
四、厨房家电市场四大看点	65
五、厨卫家电产业整合	67
六、厨卫小家电渠道战略	69
七、新国标规范厨具市场	73
八、厨卫家电的发展	73
第五章 小家电行业进出口分析	78
第一节 小家电进口分析	78
一、小家电进口基本情况	78
二、我国对进口家电征收"垃圾税"	79
三、2004年部分家电调整进口关税	80
第二节 小家电出口分析	81
一、小家电出口现状	81
二、中国低端家电对韩出口	82
三、小家电出口前景	82
四、不确定因素的影响	83
五、我国家电加快对沙特出口	85
六、美国家电市场MP3需求强劲	88
第三节 国外企业的发展动向	88
一、日美两国家电公司对华新攻略	88
二、美国家电巨头--惠而浦	91
三、全球市场的角逐对本土企业的考验	92
第六章 小家电细分市场分析	94
第一节 热水器市场分析	94
一、热水器市场总体情况	94
二、热水器品牌市场情况	97
三、热水器市场的特点	102
四、热水器发展趋势--快速热水器	104
第二节 微波炉市场分析	108
一、微波炉市场现状分析	108
二、微波炉市场产销情况	113

三、微波炉市场竞争态势分析	121
四、技术战将成微波炉竞争新策略	124
第三节 吸油烟机行业分析	128
一、我国吸油烟机的历史沿革	128
二、吸油烟机的行业现状	133
三、吸油烟机的行业特点	136
第四节 电饭锅市场分析	139
一、电饭锅市场现状	139
二、电饭锅市场产销情况	141
三、电饭锅区域市场生产状况	146
四、电饭锅行业发展态势	146
五、电饭锅的技术革新	148
第五节 电磁炉市场分析	149
一、电磁炉市场发展现状	149
二、电磁炉市场销售渠道特点	154
三、电磁炉市场发展预测	156
第六节 洗碗机市场分析	159
一、洗碗机市场产销情况	159
二、洗碗机消费者心理分析	162
三、洗碗机市场增长前景	164
第七节 饮水机市场分析	165
一、饮水机市场发展状况	165
二、饮水机消费需求分析	166
三、未来发展前景分析	168
第八节 电暖器市场分析	169
第九节 电熨斗市场分析	171
一、中端电熨斗市场需求可观	171
二、影响电熨斗市场规模的因素	172
三、市场竞争激烈，但机会尤存	173
第七章 小家电消费需求分析	174
第一节 小家电市场终端消费者分析	174
一、小家电市场需求特征	174

二、消费者产品需求卖点分析	175
三、城市小家电消费五大转变	178
四、消费者心理三大变化	181
第二节 小家电市场的需求变化趋势	183
第三节 2005~2008年小家电需求预测	184
第三部分 竞争格局分析	
第八章 竞争格局分析	189
第一节 产业结构分析	189
一、市场细分程度的分析	189
二、各细分市场品牌集中度分析	189
第二节 地区发展态势	194
一、小家电生产企业数量及分布情况	194
二、浙江地区	196
三、广东地区	205
四、青岛地区	209
第九章 优势企业分析	212
第一节 美的	212
一、公司简况	212
二、企业经营情况	213
三、市场拓展策略	214
四、小家电-美的电器"胜负手"	216
第二节 格兰仕	223
一、历年生产规模、销售规模、利润指标	224
二、主要市场定位及市场占有情况	225
三、企业发展战略分析	227
第三节 华帝	229
一、企业概况	230
二、经营状况	232
第四节 万家乐	233
一、企业概况	233
二、经营情况	236
第五节 万和	237

第六节 康宝	240
第七节 海尔	243
一、公司介绍	243
二、小家电产品线构成	245
三、经营状况	247
四、海尔领军厨房家电	247
第八节 帅康	251
第九节 方太	255
一、公司简介	255
二、市场发展策略	256
第十节 灿坤	257
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	263
第一节 2005年小家电市场发展趋势	263
一、小家电市场风景独好	263
二、小家电市场渐入品牌主导期	267
三、市场将出现两极分化	268
四、技术与资本将突现作用	268
五、大势所趋的营销模式	268
六、产业品类此消彼长	269
第二节 2005年小家电的持续发展依据	269
一、小家电持续发展依据	269
二、在规范中持续发展	270
三、潜在市场空间无比广阔	273
第三节 小家电面临的新竞争	274
一、利润：小家电立足之本	274
二、终端建设、渠道变革迫在眉睫	274
三、售后服务有待加强	275
第四节 小家电的品牌布局	275
一、OEM，一种双赢策略	276
二、OEM的生产模式	278
三、家电善用OEM	282

第十一章 小家电行业投资建议	284
第一节 小家电行业发展SWOT分析	284
一、机会和优势分析	284
二、劣势和威胁分析	292
第二节 新进入者应注意的关键因素分析	297
一、企业定位的问题	297
二、经营模式的选择	299
三、障碍因素分析	301
第三节 关注小家电的细节问题	302
一、产品的质量之忧	302
二、产品不如人意	303
三、产品创新与知识产权保护	304
四、建议	305
第四节 我国家电企业该如何获得商业信贷	306
一、银行对贷款风险点和防范措施的把控	306
二、银行在信贷时会关注的其他问题	310
第五节 小家电市场销售分析与分销模式推荐	311
一、渠道构成	311
二、小家电分销模式创新	313
三、小家电产品策略创新	316
第六节 白小家电连锁现状及运作思路探讨	320
第七节 小家电市场营销攻略	322
一、国内小家电企业面临的问题	323
二、突破旧有观念及管理模式	324
三、营销攻略	325
四、渠道变局、何去何从	326
附录	
附录一 小家电包括哪些产品	329
附录二 电子电器产品进入全球市场的EMC要求	330
附录三 第十六届电子信息百强企业名单	333
附录四 部分小家电产量统计数据	336
图表目录 图表：家用电器行业2004年经济效益增长情况	2

图表：2004年1-8月家用电子电器制造业经济效益	3
图表：2004年1-8月小家电制造业主要产品产量	4
图表：2004年1-8月家用电子、电器制造业出口交货值	4
图表：历年小家电产量变化	6
图表：历年中国小家电市场规模	7
图表：各类小家电产品的规模比例	7
图表：我国主要小家电产品所处的生命周期阶段	11
图表：2005年中国家电主要产品需求量预测	13
图表：2004年1-12月吸尘器产量	14
图表：2004年1-12月电风扇产量	14
图表：2004年11月全国重点大商场微波炉品牌市场占有状况	28
图表：2004年11月全国重点大商场吸油烟机品牌市场占有状况	29
图表：2004年11月全国重点大商场燃气热水器品牌市场占有状况	29
图表：2004年11月全国重点大商场电热水器品牌市场占有状况	29
图表：2004年11月全国重点大商场燃气灶品牌市场占有状况	30
图表：2004年11月全国重点大商场电饭煲品牌市场占有状况	30
图表：2004年11月全国重点大商场洗碗机品牌市场占有状况	30
图表：2004年11月全国重点大商场吸尘器品牌市场占有状况	31
图表：2004年11月全国重点大商场电熨斗品牌市场占有状况	31
图表：2004年11月全国重点大商场消毒柜品牌市场占有状况	31
图表：2003年厨房电器具制造累计企业单位数	59
图表：2003年全国厨房电器具制造业主要经济指标	59
图表：2003年家用厨房电器具制造业累计产品销售收入	62
图表：2003年厨房电器具制造业累计利润总额	62
图表：2003年9月家用厨房电器具制造销售收入前十家企业	63
图表：2004年1-10月日本重点家电类进口产品统计表	78
图表：2003年上半年主要小家电产品进口量	78
图表：2004年1-3月日本重点家电类进口产品统计表	78
图表：2004年部分家电进口关税调整表	80
图表：2004年9月主要小家电产品出口量	81
图表：2004年1-10月日本重点家电类出口产品统计表	81
图表：2004年1-11月重点商业城市各月热水器销量所占比例	94
图表：2004年1-11月重点商业城市分类销售量比例	95
图表：2004年1-12月燃气热水器产量	95
图表：2004年燃气热水器全国统计	95

图表：2004年燃气热水器江苏省统计	96
图表：2004年燃气热水器广东省统计	96
图表：2004年燃气热水器浙江省统计	96
图表：2004年燃气热水器上海市统计	97
图表：2004年燃气热水器山东省统计	97
图表：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	98
图表：2004年1-11月热水器市场品牌竞争情况	99
图表：不同区域市场2004年1-11月品牌销售量市场占有情况	99
图表：2004年1-11月热水器整体销售排行前五位各品牌分月销售量构成情况	100
图表：即热式热水器2004年1-11月销售量、销售额排行前20位品牌排序	101
图表：32个重点城市居住类1-9月价格指数情况	101
图表：我国微波炉生产能力变化示意图	110
图表：历年我国微波炉各年度生产量	113
图表：2003年微波炉产量	113
图表：2004年1-11月微波炉产量	114
图表：历年微波炉各月生产情况对比	114
图表：2004年微波炉全国统计	114
图表：2004年微波炉江苏省统计	115
图表：2004年微波炉广东省统计	115
图表：2004年微波炉上海市统计	115
图表：2004年微波炉山东省统计	116
图表：全国主要省份2003年微波炉销量汇总	116
图表：历年全国部分地区微波炉产品销售量	117
图表：2003年7月国内市场微波炉各主要国外独资及合资品牌所占零售额（%）	117
图表：2003年7月超大型城市微波炉品牌零售量统计（市区非农业人口在200万以上）	118
图表：2003年7月特大型城市微波炉品牌零售量统计（市区非农人口数在100~200万之间）	118
图表：2003年7月大型城市微波炉品牌零售量统计（市区非农人口数在50~100万之间）	119
图表：2003年7月中型城市微波炉品牌零售量统计（市区非农人口数在20~50万之间）	119
图表：2003年7月小型城市微波炉品牌零售量统计（市区非农人口数在20万以下）	120
图表：2003年7月微波炉零售量前10名的城市主要品牌占有率	120
图表：2003年上半年中国微波炉市场前十位品牌销售量及市场份额	121
图表：2004年1-11月排油烟机产量	134
图表：2004年排油烟机全国统计	134

图表：2004年排油烟机江苏省统计	134
图表：2004年排油烟机广东省统计	135
图表：2004年排油烟机北京市统计	135
图表：2004年排油烟机浙江省统计	135
图表：2004年排油烟机上海市统计	136
图表：2003年电饭煲产品出口国家分布示意图	141
图表：2003年1-9月电饭锅生产量	141
图表：2003年第1-2季度电饭锅的生产、销售与库存	142
图表：2003年7月电饭锅零售量前10名的城市主要品牌占有率	142
图表：2003年2季度国内市场电饭煲各主要国外独资及合资品牌所占零售额（%）	143
图表：2004年1-11月电饭锅产量	143
图表：2004年电饭锅全国统计	144
图表：2004年电饭锅广东省统计	144
图表：2004年电饭锅浙江省统计	144
图表：2004年电饭锅上海市统计	145
图表：2004年电饭锅安徽省统计	145
图表：2004年电饭锅山东省统计	145
图表：2003年1-9月全国区域市场电饭锅生产情况及比重	146
图表：2003年1-9月全国电饭锅生产区域结构	146
图表：电饭锅品牌市场占有率情况表	147
图表：2002年电饭锅品牌市场综合占有率增降情况	148
图表：2003-2004年各季度市场销售额规模指数变化	150
图表：2003-2004年各季度市场平均价格变化	151
图表：2003-2004年各季度可统计销量的品牌数量变化	151
图表：2003-2004年各季度重点品牌的销售额市场占有率变化	152
图表：2004年第二季度电磁炉市场不同价格段的销售额结构	153
图表：电磁炉销售业态比例示意图	154
图表：电磁炉在大卖场中的产品销售结构	155
图表：电磁炉在大商场中的产品销售结构	155
图表：2000-2003年9月家用洗碗机产量逐月统计	160
图表：2004年家用洗碗机全国统计	161
图表：2004年家用洗碗机广东省统计	162
图表：2004年家用洗碗机山东省统计	162

图表：主要家电企业生产的小家电产品类别	189
图表：2002年常用小家电主要品牌市场占有率	190
图表：2003年7月全国重点大商场微波炉各品牌市场占有状况	190
图表：2003年7月全国重点大商场吸油烟机各品牌市场占有状况	191
图表：2003年7月全国重点大商场燃气热水器各品牌市场占有状况	191
图表：2003年7月全国重点大商场电热水器各品牌市场占有状况	191
图表：2003年7月全国重点大商场燃气灶各品牌市场占有状况	192
图表：2003年7月全国重点大商场电饭煲各品牌市场占有状况	192
图表：2003年7月全国重点大商场洗碗机各品牌市场占有状况	192
图表：2003年7月全国重点大商场吸尘器各品牌市场占有状况	193
图表：2003年7月全国重点大商场电烫斗各品牌市场占有状况	193
图表：2003年7月全国重点大商场消毒柜各品牌市场占有状况	193
图表：广东美的集团股份有限公司利润构成表	213
图表：广东美的集团股份有限公司经营能力表	214
图表：2002年美的产品市场地位分析	215
图表：美的小家电产业情况一览表	220
图表：1993-2002年格兰仕微波炉产销规模	224
图表：1994~2002年格兰仕集团企业产值增长情况	225
图表：1995-2002年格兰仕微波炉产品国内外市场占有率	226
图表：2001-2002年格兰仕光波炉销售数据量化对比表	226
图表：2001~2002年格兰仕微波炉中国市场同比销售数据量化对比表	227
图表：1999年到2002年华帝业务构成变化	231
图表：1999~2002年华帝销售业绩	231
图表：中山华帝燃具股份有限公司利润构成表	232
中山华帝燃具股份有限公司经营能力表	232
图表：广东万家乐股份有限公司利润构成表	236
图表：广东万家乐股份有限公司经营能力表	236
图表：海尔全球十大工业园	243
图表：青岛海尔股份有限公司利润构成表	247
图表：青岛海尔股份有限公司经营能力表	247
图表：帅康集团有限公司1993-2002年经济总量图	252
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	330
图表：不同的产品有不同的认证形式	331
图表：家电产品进入澳洲市场所需要满足的技术要求	332
图表：2004年吸尘器全国统计	336

图表：2004年吸尘器江苏省统计 336  
图表：2004年吸尘器广东省统计 336  
图表：2004年吸尘器北京市统计 337  
图表：2004年吸尘器浙江省统计 337  
图表：2004年吸尘器上海市统计 338  
图表：2004年电风扇全国统计 338  
略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42974.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](http://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。