



艾凯咨询
ICAN Consulting

2004-2005年中国洗衣机市场研究年度报告

一、调研说明

《2004-2005年中国洗衣机市场研究年度报告》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/43040.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】主要结论一、2004年全球洗衣机市场概述(一) 市场现状1、洗衣机市场处于成熟期2、亚太地区市场呈现销量和销售额同步稳定增长的态势3(二) 基本特点1、滚筒式洗衣机主导消费市场2、洗衣机生产厂商不断开发数字式等高端产品3、各个国家或地区不断推出洗衣机节能环保

【目录】

主要结论

一、2004年全球洗衣机市场概述

(一) 市场现状

- 1、洗衣机市场处于成熟期
- 2、亚太地区市场呈现销量和销售额同步稳定增长的态势3

(二) 基本特点

- 1、滚筒式洗衣机主导消费市场
- 2、洗衣机生产厂商不断开发数字式等高端产品
- 3、各个国家或地区不断推出洗衣机节能环保新标准

(三) 主要国家和地区发展概要

- 1、美国：滚筒洗衣机淘汰搅拌式
- 2、日本：洗衣机主打高附加值
- 3、欧洲：滚筒式洗衣机占统治地位二、2004年中国洗衣机市场规模与结构

(一) 市场规模

- 1、总量规模
- 2、增长速度
- 3、各季度市场情况

(二) 产品市场结构

- 1、按洗涤方式划分
- 2、按照产品价格结构划分
- 3、按照自动化程度划分
- 4、按照容量划分

(三) 品牌市场结构

(四) 区域市场结构

- 1、总量规模和结构

(五) 销售渠道结构三、2004年中国洗衣机市场供需分析

(一) 需求分析

- 1、消费需求以波轮洗衣机为主
- 2、1000 - 2000元的产品最受青睐
- 3、连锁电器商城成为消费者选购洗衣机的主要渠道
- 4、打折、降价仍是消费者欢迎的促销方式

(二) 供给分析

- 1、洗衣机产能过剩，各厂商打出技术牌
- 2、为满足消费者需求，价格供给以中低价位为主
- 3、促销方式变化不大，仍以降价、打折为主
- 4、连锁电器商城比重增大，成为渠道供给中的主力军

(三) 市场特征分析

- 1、波轮产品仍为主流，节能、环保产品成亮点
- 2、中低价位产品主导市场，高价位产品市场份额有所增加
- 3、百货商场销售比重缩减，连锁电器商城成主流，
- 4、消费者购买以中低价位为主，购买日趋理性化

四、2004年中国洗衣机市场竞争格局与厂商市场竞争力评价

(一) 竞争格局分析

- 1、整体市场竞争格局
- 2、细分市场格局

(二) 主力厂商市场竞争力评价

35 1、产品竞争力

35 2、价格竞争力

36 3、渠道竞争力

37 4、销售竞争力

37 5、服务竞争力

38 6、品牌竞争力

五、影响2005 - 2009年中国洗衣机市场发展因素

39 (一) 有利因素

39 1、居民的消费需求高档化将会增加对滚筒洗衣机的需求

39 2、新标准的出台将会进一步规范市场，促进市场的良性发展

40 3、产品技术水平的不断提高会进一步增加消费者需求

40 4、收入水平的提高将会增加洗衣机的消费需求

41 (二) 不利因素

41 1、能源紧张将会提高生产成本和消费成本

41 2、原材料价格的上升给生产厂商带来压力六、2005 - 2009年中国洗衣机市场趋势分析
43 (一) 产品发展趋势
44 (二) 价格变化趋势
45 (三) 渠道发展趋势
45 (四) 用户需求趋势
46 (五) 服务发展趋势七、2005 - 2009年中国洗衣机市场发展预测
47 (一) 市场规模预测
47 1、2005 - 2009年市场需求量预测
47 2、2005 - 2009年市场规模总额预测
49 (二) 市场结构预测
49 1、产品市场结构
50 2、产品价格结构
51 3、销售渠道结构八、建议
52 (一) 产品策略
52 (二) 价格策略
53 (三) 渠道策略
(四) 销售策略
(五) 服务策略
(六) 品牌策略报告说明表目录11 表1 2004年中国洗衣机季度市场规模与变化总表
表2 2004年中国市场洗衣机品牌的销售规模和结构
表3 2004年中国洗衣机市场区域市场需求规模和结构
表4 2004年中国洗衣机区域市场规模结构变化
表5 2004年中国洗衣机市场区域市场需求规模同比增长情况
表6 2004年中国境内主要制造企业洗衣机生产能力
表7 2004主力厂商市场竞争力(A)评价
表8 2004年主力厂商产品竞争力(B1)评价
表9 2004年主力厂商价格竞争力(B2)评价
表10 2004年主力厂商渠道竞争力(B3)评价
表11 2004年主力厂商销售竞争力(B4)评价
表12 2004年主力厂商服务竞争力(B5)评价
表13 2004年主力厂商品牌竞争力(B6)评价
表14 2005 - 2009年中国洗衣机市场发展预测图目录6

图1 2004年中国洗衣机市场规模

图2 1999 - 2004年中国洗衣机市场复合增长分析

图3 1999 - 2004年中国市场洗衣机销售量变化

图4 1999 - 2004年中国市场洗衣机销售额变化

图5 1999 - 2004年中国市场洗衣机平均价格变化

图6 2004年中国市场洗衣机季度销售量比较

图7 2003年与2004年中国市场洗衣机季度销售量比较

图8 2004年中国市场洗衣机季度销售额变化

图9 2003与2004年中国洗衣机市场各季度销售额变化

图10 2004年中国市场洗衣机季度平均价格变化

图11 2003与2004年中国市场洗衣机季度平均价格比较14

图12 2004年中国市场洗衣机洗涤方式结构

图13 2004年中国洗衣机市场产品价格结构

图14 2004年中国市场洗衣机自动化程度结构

图15 2004年中国市场洗衣机容量结构

图16 2004年中国市场销售量前十位品牌结构

图17 2004年中国市场销售额前十位品牌结构

图18 2004年中国洗衣机区域市场销售量和销售额结构比较

图19 2004年中国洗衣机区域市场销售量规模及增长

图20 2004年中国洗衣机区域市场销售额规模及增长

图21 2004年中国市场洗衣机渠道销售量结构

图22 消费者购买洗衣机类型

图23 消费者购买洗衣机的考虑因素

图24 消费者预期购买洗衣机的消费价位

图25 消费者购买洗衣机的销售渠道分析

图26 选择购物途径的分析

图27 消费者欢迎的促销方式

图28 2005 - 2009年中国市场洗衣机需求量预测

图29 2005 - 2009年中国洗衣机市场平均价格水平预测48

图30 2005 - 2009年中国洗衣机市场规模总额预测

图31 2005 - 2009年中国洗衣机市场产品结构预测

图32 2005 - 2009年中国洗衣机市场产品价格结构预测51

图33 2005 - 2009年中国洗衣机市场营销渠道结构预测

【目录】主要结论一、2004年全球洗衣机市场概述 (一) 市场现状1、洗衣机市场处于成熟期2、亚太地区市场呈现销量和销售额同步稳定增长的态势3(二) 基本特点1、滚筒式洗衣机主导消费市场2、洗衣机生产厂商不断开发数字式等高端产品3、各个国家或地区不断推出洗衣机节能环保

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43040.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。