



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2010年中国电烤箱行业市场调查及投资趋势分析报告

## 一、调研说明

《2009-2010年中国电烤箱行业市场调查及投资趋势分析报告》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/98529.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

#### 第一章 2008-2009年全球电烤箱行业整体运营状况

##### 一、2008-2009年全球电烤箱行业市场运行格局

- (一) 全球电烤箱市场特征
- (二) 全球主要电烤箱品牌综述
- (三) 全球电烤箱市场动态
- (四) 全球电烤箱市场浅析

##### 二、2008-2009年全球电烤箱主要国家运行

- (一) 美国
- (二) 日本
- (三) 德国

##### 三、2009-2012年全球电烤箱行业发展趋势

#### 第二章 2008-2009年中国电烤箱行业市场发展环境解析

##### 一、2008年中国经济发展环境

- (一) 2008年中国宏观经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

##### 二、2008-2009年中国电烤箱市场政策环境

- (一) 扩大内需保增长政策解析
- (二) 家电下乡政策点解析

##### 三、2008-2009年中国电烤箱市场社会环境

- (一) 中西方饮食文化交流不断加深
- (二) 居民饮食习惯及消费观念

#### 第三章 2008-2009年中国电烤箱行业市场运行态势剖析

##### 一、2008-2009年中国电烤箱动态

- (一) 欧盟对中国产Pylones电烤箱发出警告
- (二) 微波炉行业巨头转战电烤箱市场
- (三) 市场前景预警经销商需瞄准电烤箱商机

## 二、2008-2009年中国电烤箱市场现状综述

- (一) 中国电烤箱市场运行特点
- (二) 2008年电烤箱行业迎来发展拐点
- (三) 2008年十大电烤箱品牌榜中榜

## 三、2008-2009年中国电烤箱市场运行

- (一) 烹饪习惯改变促进市场扩大
- (二) 销量猛增品牌集中度提高
- (三) 电烤箱批发额增长较快

## 第四章 2008-2009年中国电烤箱业内热点产品运营态势

### 一、2008-2009年中国电烤箱市场运营格局

- (一) 国内市场呈现供需两旺
- (二) 市场供需情况

### 二、2008-2009年中国电烤箱市场价格

- (一) 名牌太贵导致杂牌机横行农村
- (二) 电烤箱品牌价格

## 第五章 2007、2008年中国电烤箱相关行业数据

### 一、2007、2008年中国家用厨房电器具行业总体数据

- (一) 2007年中国家用厨房电器具行业全部企业数据
- (二) 2008年中国家用厨房电器具行业全部企业数据

### 二、2007、2008年中国家用厨房电器具行业不同规模企业数据

- (一) 2007年中国家用厨房电器具行业不同规模企业数据
- (二) 2008年中国家用厨房电器具行业不同规模企业数据

### 三、2007、2008年中国家用厨房电器具行业不同所有制企业数据

- (一) 2007年中国家用厨房电器具行业不同所有制企业数据
- (二) 2008年中国家用厨房电器具行业不同所有制企业数据

## 第六章 2008-2009年中国电烤箱行业市场销售渠道运行态势

### 一、2008-2009年中国电烤箱行业市场销售渠道特点

- (一) 垂直层次代理为主的渠道结构
- (二) 区域商场为主渠道终端

(三) 公司直营制的混合渠道结构

## 二、2008-2009年中国电烤箱行业市场销售渠道分类

(一) 大型商场专柜

(二) 零售卖场超市

(三) 中小型专卖店

## 三、2008-2009年电烤箱营销渠道模式比较研究

(一) 美的模式 批发商带动零售商

(二) 海尔模式 零售商为主导的渠道系统

(三) 格力模式 厂商股份合作制

## 四、2008-2009年电烤箱渠道的升级状况

(一) 注重以战略引爆渠道瓶颈的突破

(二) 注重以品牌引爆渠道格局的变革

(三) 注重以产品引爆渠道网点的销量

(四) 注重以服务引爆渠道运营的提升

## 第七章 2008-2009年中国电烤箱市场消费调查

### 一、2008-2009年中国电烤箱款式关注度

### 二、2008-2009年中国电烤箱价位关注度调查

### 三、2008-2009年度中国电烤箱市场消费者调查

(一) 能效新标准对电烤箱消费的影响

(二) 中国电烤箱消费者理想品牌调查

(三) 消费者购买呈现多样化

### 四、2008-2009年度消费者大品牌关注度调查

(一) 品牌关注度影响因素

(二) 品牌及营销满意度调查

### 五、2009-2010年电烤箱市场消费趋向调查

(一) 舒适为主流变频成首选

(二) 节能促使消费选择与厂商推广逐渐契合

(三) 服务质量左右消费心理意向

### 六、影响消费者购买的因素

(一) 功能

(二) 价格

### （三）服务

## 第八章 2008-2009年中国电烤箱市场竞争格局透析

### 一、2008-2009年中国电烤箱市场竞争

- （一）外资小家电品牌全线收缩中国战线
- （二）消费需求令电烤箱竞争差异化生存凸现
- （三）电烤箱"猛烈冲击"微波炉
- （四）电烤箱冲击厨房"明火"家电

### 二、2008-2009年中国电烤箱市场竞争格局

- （一）品牌竞争
- （二）价格竞争
- （三）营销方式竞争

### 三、2009-2012年中国电烤箱行业竞争趋势

## 第九章 全球品牌电烤箱企业简介

- 一、ACA北美
- 二、伊莱克斯
- 三、飞利浦PHILIPS

## 第十章 中国电烤箱重点企业简介

- 一、浙江苏泊尔股份有限公司
  - （一）企业概况
  - （二）企业财务
- 二、珠海格力电器股份有限公司
  - （一）企业概况
  - （二）企业财务
- 三、九阳股份有限公司
  - （一）企业概况
  - （二）企业财务
- 四、广东美的电器股份有限公司
  - （一）企业概况
  - （二）企业财务

## 五、佛山市伟仕达电器实业有限公司（长帝）

（一）企业概况

（二）企业财务

## 六、广东格兰仕集团有限公司

（一）企业概况

（二）企业财务

## 七、中山东菱威力电器有限公司（东菱）

（一）企业概况

（二）企业财务

## 八、浙江奔腾电器股份有限公司（奔腾）

（一）企业概况

（二）企业财务

## 九、佛山市顺德区长盈电器有限公司

（一）企业概况

（二）企业财务

## 十、汉威泰（广州）电器制造有限公司

（一）企业概况

（二）企业财务

## 第十一章 2009-2012年中国电烤箱行业发展趋势及投资分析

### 一、2009-2010年中国小家电行业的前景

（一）小家电行业成长前景看好

（二）小家电扩容整合前景诱人

（三）小家电的产品发展趋势

### 二、2009-2012年中国电烤箱市场前景

（一）电烤箱潜在市场巨大

（二）电烤箱行业前景展望

（三）电烤箱厂商的未来发展

### 三、2009-2012年中国电烤箱及相关行业发展趋势

（一）电烤箱引领厨房电气化

（二）厨房小家电功能细分趋势加快

（三）厨房小家营销趋势

#### 四、2009-2012年中国电烤箱市场预测

(一) 中国电烤箱市场供给预测

(二) 中国电烤箱市场需求预测

#### 五、2009-2012年中国电烤箱行业投资

(一) 中国电烤箱行业投资环境

(二) 中国电烤箱行业投资机会

(三) 中国电烤箱行业投资风险

图表目录 (部分) :

图表 : 2008年中国GDP增长情况

图表 : 2001-2008年中国工业增加值与发电量

图表 : 2005-2008年中国投资、消费、出口走势

图表 : 2001-2008年中国CPI、PPI走势

图表 : 2001-2008年中国进出口走势

图表 : 2001-2008年中国失业率走势

图表 : 2007-2008年中国货币供应量

图表 : 2008年1-9月份我国部分行业调整变化 (同比增长率%)

图表 : 2008年1-9月份我国周期性行业调整变化 (同比增长率%)

图表 : 2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长 (同比增长率%)

图表 : 近期公布的刺激经济的政策一览表

图表 : 提高出口退税率的清单

图表 : 略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问 : <https://www.icandata.com/view/98529.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。