



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：提高出口退税率的商品清单

图表：略……

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）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。