

2015-2022年中国厨房电器 市场运营状况分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2022年中国厨房电器市场运营状况分析与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/dianqi1509/493271UK07.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-09-07

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2022年中国厨房电器市场运营状况分析与投资前景研究报告》共十章。报告介绍了厨房电器行业相关概述、中国厨房电器产业运行环境、分析了中国厨房电器行业的现状、中国厨房电器行业竞争格局、对中国厨房电器行业做了重点企业经营状况分析及中国厨房电器产业发展前景与投资预测。您若想对厨房电器产业有个系统的了解或者想投资厨房电器行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

中国是家电生产大国，其中尤以厨房家电发展最为成熟。近年，随着城市居民家庭经济收入的增长，人们的生活水平普遍提高，尤其是居住条件和水、电、气等配套设施的改善，为种类繁多的厨房电器进入千家万户创造了条件，中国厨房家用电器市场规模持续扩张。除去2014年受金融危机影响外，2005-2014年行业市场销售收入同比增速均保持在20%以上，2014年销售收入达到1299.54亿元，同比增长29.89%。

未来，中国厨房电器行业的整体制造水平不断提升，企业对消费者需求的洞察也日益精准，再加上中国内需市场的不断成长，消费者对生活品质的重视和追求，加速了厨房家电产品的普及，中国厨房家电行业已经具备了创造和创新的实力，汇聚一批影响力品牌，向更广阔的市场前进。

另外，从技术趋势来看，节能和智能成为行业技术未来发展主攻方向。在国家政策推动下，低碳环保已成为各行业主流趋势，消费者也更加倾向于节能低碳的厨卫产品。海尔、美的、万和等多家厨卫家电生产厂商立足节能环保，纷纷加大技术研发力度，大力推广低碳产品。并且随着人们越来越重视高质量的家居生活，厨卫家电在消费者家庭生活中的地位越来越重要，同时厨卫家电产品的功能和设计也更加趋向人性化和智能化。智能化厨卫家电产品开始走入人们的生活，智能家居产品市场前景良好，在行业内将会有更广阔的市场发展空间。

报告目录：

第1章：中国厨房电器行业定位与背景环境分析

1.1 厨房电器行业定义及分类

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 行业主要产品大类

1.1.3 厨房电器行业特性

1.2 厨房电器行业统计标准

1.2.1 厨房电器行业统计部门和统计口径

1.2.2 厨房电器行业统计方法

1.2.3 厨房电器行业数据种类

1.3 中国厨房电器行业市场环境分析

1.3.1 行业政策环境分析

(1) 行业相关政策分析

(2) 行业发展规划分析

1.3.2 行业经济环境分析

(1) 国际宏观经济环境分析

(2) 国家宏观经济环境分析

(3) 行业宏观经济环境分析

1.3.3 行业社会需求环境分析

(1) 行业需求特征分析

(2) 行业需求趋势分析

第2章：厨房电器行业产业链发展现状及前景分析

2.1 厨房电器行业产业链简介

2.2 厨房电器行业上游产业链分析

2.2.1 家电用钢市场发展分析

(1) 冷轧板市场分析

(2) 不锈钢市场分析

(3) 镀板市场分析

2.2.2 铜材市场发展分析

(1) 供需状况

(2) 价格走势

2.2.3 铝材市场发展分析

(1) 供需状况

(2) 价格走势

2.2.4 聚丙烯（PP）市场发展分析

(1) 供需状况

(2) 价格走势

2.2.5 工程塑料（ABS）市场发展分析

（1）供需状况

（2）价格走势

2.2.6 电子元器件市场发展分析

（1）供需状况

（2）价格走势

2.3 厨房电器行业下游产业链分析

2.3.1 居民收入水平

2.3.2 居民支出水平

2.3.3 居民消费信心

2.3.4 居民消费结构

2.3.5 房地产业发展

第3章：中国厨房电器行业现状与主要经济运营指标分析

3.1 行业发展总体状况

3.1.1 行业发展总体状况

3.1.2 行业发展特点分析

3.2 2014年行业经营情况分析

3.2.1 行业经营效益分析

3.2.2 行业盈利能力分析

3.2.3 行业运营能力分析

3.2.4 行业偿债能力分析

3.2.5 行业发展能力分析

3.3 2014年行业供需平衡分析

3.3.1 行业总体供给情况分析

3.3.2 各地区供给情况分析

3.3.3 行业总体需求情况分析

3.3.4 各地区需求情况分析

3.3.5 2014年行业产销率分析

3.4 行业进出口市场分析

3.4.1 行业贸易发展环境分析

（1）行业贸易环境发展现状

(2) 行业贸易环境发展趋势

(3) 应对贸易环境变化策略

3.4.2 2014年1-6月行业进出口状况综述

3.4.3 2014年1-6月行业出口情况

(1) 行业出口总体情况

(2) 行业出口产品结构

(3) 行业出口产品特征

(4) 行业出口国别和地区特征

(5) 行业出口潜力市场分析

(6) 行业出口前景分析

3.4.4 2014年1-6月进口情况分析

(1) 行业进口总体情况

(2) 行业进口产品结构

(3) 行业进口产品特征

(4) 行业进口国别和地区特征

(5) 行业进口前景分析

3.5 2014年1-6月行业运营状况分析

3.5.1 行业产业规模分析

3.5.2 行业资本/劳动密集度分析

3.5.3 行业产销分析

3.5.4 行业成本费用结构分析

3.5.5 行业盈亏分析

第4章：中国厨房电器行业竞争现状及趋势分析

4.1 国际市场竞争状况分析

4.1.1 国际市场发展现状

4.1.2 国际市场竞争格局

4.1.3 国际市场发展趋势

4.2 跨国公司在华市场投资布局

4.2.1 松下 (Panasonic)

4.2.2 伊立浦 (Elecpro)

4.2.3 伊莱克斯 (Electrolux)

- 4.2.4 北美电器（ACA）
- 4.2.5 惠而浦（Whirlpool）
- 4.2.6 法国赛博（SEB）
- 4.2.7 德国博朗（Braun）
- 4.3 国内市场竞争状况分析
 - 4.3.1 厨房电器行业市场规模分析
 - 4.3.2 国内厨房电器行业集中度分析
 - （1）行业销售集中度分析
 - （2）行业资产集中度分析
 - （3）行业利润集中度分析
 - 4.3.3 厨房电器行业五力竞争模型
 - （1）上游议价能力分析
 - （2）下游议价能力分析
 - （3）新进入者威胁分析
 - （4）替代品威胁分析
 - （5）行业竞争现状分析
- 4.4 行业区域市场竞争分析
 - 4.4.1 行业区域结构特征
 - 4.4.2 行业区域集中度
- 4.5 行业不同经济类型企业竞争分析
 - 4.5.1 不同经济类型企业特征情况
 - 4.5.2 行业经济类型集中度分析

第5章：中国厨房电器行业技术发展现状及主流趋势分析

- 5.1 行业技术发展现状分析
 - 5.1.1 行业国际技术发展现状分析
 - 5.1.2 行业国内技术发展现状分析
- 5.2 行业技术发展趋势分析
 - 5.2.1 节能技术
 - 5.2.2 智能技术
- 5.3 行业节能技术发展分析
 - 5.3.1 行业产品能效标准

5.3.2 行业主要节能技术

- (1) 变频技术：
- (2) 电磁感应技术
- (3) 感温软磁技术：
- (4) 远红外加热技术
- (5) 温控技术

5.3.3 行业节能技术创新与市场发展

- (1) 节能技术创新与产品定位
- (2) 节能技术创新与市场地位

5.3.4 行业节能产品市场前景分析

- (1) 行业节能产品市场比重预测
- (2) 行业节能产品市场规模预测

5.4 行业智能技术发展分析

5.4.1 行业智能技术支撑产业发展分析

- (1) 中国智能电网产业投资建设分析
- (2) 互联网市场及技术发展分析
- (3) 物联网发展与技术分析
- (4) 三网融合发展与技术分析

5.4.2 行业智能技术发展分析

- (1) 模糊技术发展概况
- (2) 神经网络技术发展概况
- (3) 云计算发展状况

5.4.3 行业智能技术创新与市场发展

- (1) 智能技术创新与产品定位
- (2) 智能技术创新与市场地位

5.4.4 行业智能产品市场前景分析

- (1) 行业智能产品市场比重预测
- (2) 行业智能产品市场规模预测

第6章：中国厨房电器行业产品市场现状及前景趋势分析

6.1 厨房清洁电器市场分析

6.1.1 抽油烟机市场发展分析

- (1) 抽油烟机产品特征与设计分析
- (2) 抽油烟机市场规模分析
- (3) 抽油烟机市场竞争格局
- (4) 抽油烟机市场规模预测
- (5) 抽油烟机市场发展趋势

6.1.2 消毒柜市场发展分析

- (1) 消毒柜产品特征与设计分析
- (2) 消毒柜市场规模分析
- (3) 消毒柜市场竞争格局
- (4) 消毒柜市场规模预测
- (5) 消毒柜市场发展趋势

6.1.3 洗碗机市场发展分析

- (1) 洗碗机产品特征与设计分析
- (2) 洗碗机市场规模分析
- (3) 洗碗机市场竞争格局
- (4) 洗碗机市场规模预测
- (5) 洗碗机市场发展趋势

6.2 厨房电热蒸煮器具市场分析

6.2.1 电压力锅市场分析

- (1) 电压力锅产品特征与设计分析
- (2) 电压力锅市场规模分析
- (3) 电压力锅市场竞争格局
- (4) 电压力锅市场规模预测
- (5) 电压力锅市场发展趋势

6.2.2 电饭煲市场分析

- (1) 电饭煲产品特征与设计分析
- (2) 电饭煲市场发展概况
- (3) 电饭煲品牌竞争格局
- (4) 电饭煲市场规模预测
- (5) 电饭煲市场发展趋势

6.2.3 煮蛋器市场分析

- (1) 煮蛋器产品特征与设计分析

(2) 煮蛋器市场发展概况

(3) 煮蛋器品牌竞争格局

(4) 煮蛋器市场规模预测

(5) 煮蛋器市场发展趋势

6.3 厨房家用电灶市场分析

6.3.1 微波炉产品市场分析

(1) 微波炉产品特征与设计分析

(2) 微波炉市场规模分析

(3) 微波炉品牌竞争格局

(4) 微波炉市场用户关注度分析

1) 微波炉市场品牌关注度分析

2) 微波炉产品结构关注度分析

3) 微波炉重点品牌关注度走势

(5) 微波炉市场规模预测

(6) 微波炉市场发展趋势

6.3.2 电磁炉产品市场分析

(1) 微波炉产品特征与设计分析

(2) 电磁炉市场规模分析

(3) 电磁炉品牌竞争格局

(4) 电磁炉市场用户关注度分析

1) 电磁炉市场品牌结构

2) 电磁炉市场产品结构

3) 电磁炉重点品牌分析

(5) 电磁炉市场竞争策略

(6) 电磁炉技术发展状况

(7) 电磁炉市场规模预测

(8) 电磁炉市场发展趋势

6.4 厨房食品加工电器具市场分析

6.4.1 榨汁机产品市场分析

(1) 榨汁机产品特征与设计分析

(2) 榨汁机市场规模分析

(3) 榨汁机品牌竞争格局

- (4) 榨汁机品牌竞争策略
- (5) 榨汁机市场价格结构
- (6) 榨汁机技术发展状况
- (7) 榨汁机市场发展趋势

6.4.2 搅拌器市场分析

- (1) 搅拌器产品特征与设计分析
- (2) 搅拌器市场发展概况
- (3) 搅拌器品牌竞争格局
- (4) 搅拌器市场规模预测
- (5) 搅拌器市场发展趋势

6.4.3 料理器市场分析

- (1) 料理器产品特征与设计分析
- (2) 料理器市场发展概况
- (3) 料理器品牌竞争格局
- (4) 料理器市场规模预测
- (5) 料理器市场发展趋势

6.5 厨房电热烘烤器具市场分析

6.5.1 面包烤炉市场分析

- (1) 面包烤炉产品特征与设计分析
- (2) 面包烤炉市场发展概况
- (3) 面包烤炉品牌竞争格局
- (4) 面包烤炉市场规模预测
- (5) 面包烤炉市场发展趋势

6.5.2 电饼铛市场分析

- (1) 电饼铛产品特征与设计分析
- (2) 电饼铛市场发展概况
- (3) 电饼铛品牌竞争格局
- (4) 电饼铛市场规模预测
- (5) 电饼铛市场发展趋势

6.6 其他厨房电器市场分析

6.6.1 电水壶市场分析

6.6.2 饮水机市场分析

6.6.3 厨宝市场分析

6.6.4 电咖啡壶市场分析

6.6.5 电炒锅市场分析

6.6.6 电煎锅市场分析

6.7 整体厨房市场分析

6.7.1 整体厨房发展背景

(1) 概念及其定义

(2) 运作模式

6.7.2 整体厨房市场规模

6.7.3 整体厨房竞争格局

6.7.4 整体厨房市场规模预测

6.7.5 整体厨房发展趋势

6.7.6 整体厨房与厨房电器相关性分析

6.7.7 厨房电器行业内企业整体厨房市场投资分析

(1) 整体投资分析

1) 进入壁垒

2) 盈利模式

3) 投资现状

4) 投资前景

(2) 典型企业投资分析

1) 海尔

2) 樱花

第7章：中国厨房电器行业营销渠道分析及相关营销建议

7.1 行业消费者市场调研

7.1.1 主要厨房电器具产品市场普及率

7.1.2 厨房电器具产品购买动机

7.1.3 未来购买厨房电器具产品打算

7.1.4 厨房电器具产品购买场所选择

7.1.5 厨房电器具产品信息获得方式

7.2 行业营销渠道分析

7.2.1 行业营销渠道分析

- (1) 商超渠道
- (2) 家电连锁渠道
- (3) 品牌专卖店
- (4) 建材市场渠道
- (5) 网络销售渠道
- (6) 其他新兴渠道

7.2.2 行业营销渠道存在的问题

7.2.3 行业营销渠道发展趋势分析

7.3 行业营销策略分析

7.3.1 产品策略分析

7.3.2 价格策略分析

7.3.3 渠道策略分析

7.3.4 促销策略分析

7.4 行业营销案例分析

7.4.1 格兰仕营销案例

- (1) 品牌地位
- (2) 产品定位
- (3) 推广策略

7.4.2 美的营销案例

- (1) 品牌地位
- (2) 产品定位
- (3) 推广策略

7.4.3 九阳营销案例

- (1) 品牌地位
- (2) 产品定位
- (3) 豆浆机市场的防御策略

7.4.4 苏泊尔营销案例

- (1) 品牌地位
- (2) 产品定位
- (3) 联合营销策略

7.4.5 飞利浦营销案例

- (1) 品牌地位

(2) 产品定位

(3) 推广策略

7.4.6 华帝营销案例分析

(1) 品牌地位

(2) 产品定位

(3) 推广策略

7.4.7 老板电器营销案例

(1) 品牌地位

(2) 产品定位

(3) 公关营销策略

第8章：中国厨房电器行业典型区域市场营销及发展潜力分析

8.1 行业城市市场营销及拓展策略分析

8.1.1 行业城市市场发展现状分析

8.1.2 行业城市市场竞争状况分析

8.1.3 行业城市市场拓展进程分析

8.1.4 行业城市市场发展前景分析

(1) 人口家庭数量

(2) 行业产品保有量

(3) 行业产品更换频率

(4) 行业产品市场规模测算

8.1.5 行业城市市场拓展策略及建议

8.2 行业农村市场营销及拓展策略分析

8.2.1 行业农村市场发展状况分析

8.2.2 行业农村市场消费特性分析

8.2.3 行业农村市场拓展进程分析

8.2.4 行业农村市场发展潜力分析

(1) 人口家庭数量

(2) 行业产品保有量

(3) 行业产品更换频率

(4) 行业产品市场规模测算

8.2.5 行业农村市场拓展阻碍因素分析

8.2.6 行业农村市场渠道建设分析

(1) 直营渠道

1) 格兰仕

- 1、拓展计划
- 2、投资规模
- 3、门店数量及分布
- 4、门店经营情况分析
- 5、前景分析

2) 海尔日日顺

- 1、拓展计划
- 2、投资规模
- 3、门店数量及分布
- 4、门店经营情况分析
- 5、前景分析

(2) 经销渠道

1) 苏宁电器

- 1、拓展计划
- 2、投资规模
- 3、门店数量及分布
- 4、门店经营情况分析
- 5、前景分析

2) 国美电器

- 1、拓展计划
- 2、投资规模
- 3、门店数量及分布
- 4、门店经营情况分析
- 5、前景分析

3) 三联家电

- 1、拓展计划
- 2、投资规模
- 3、门店数量及分布
- 4、门店经营情况分析

5、前景分析

(3) 渠道优劣势对比分析

(4) 企业渠道选择相关建议

8.2.7 行业农村市场拓展策略及其建议

第9章：中国厨房电器行业领先企业发展状况及经济运营指标分析

9.1 厨房电器制造企业发展总体状况分析

9.1.1 厨房电器行业企业规模

9.1.2 厨房电器行业工业产值状况

9.1.3 厨房电器行业销售收入和利润

9.1.4 主要厨房电器制造企业创新能力分析

9.2 厨房电器行业领先企业个案分析

9.2.1 广东格兰仕集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产销能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业组织架构分析

(8) 企业产品结构及新产品动向

(9) 企业销售渠道与网络

(10) 企业经营状况SWOT分析

(11) 企业最新发展动向分析

9.2.2 美的日用家电集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况SWOT分析

9.2.3 灿坤集团公司经营情况分析

(1) 厦门灿坤实业股份有限公司经营情况分析

1) 企业发展简况分析

- 2) 主要经济指标分析
- 3) 企业盈利能力分析
- 4) 企业运营能力分析
- 5) 企业偿债能力分析
- 6) 企业发展能力分析
- 7) 企业产品结构及新产品动向
- 8) 企业销售渠道与网络
- 9) 企业经营状况SWOT分析
- 10) 企业投资兼并与重组分析
- 11) 企业最新发展动向分析

(2) 漳州灿坤实业有限公司

- 1) 企业发展简况分析
- 2) 企业产销能力分析
- 3) 企业盈利能力分析
- 4) 企业运营能力分析
- 5) 企业偿债能力分析
- 6) 企业发展能力分析
- 7) 企业产品结构及新产品动向
- 8) 企业销售渠道与网络
- 9) 企业经营状况SWOT分析
- 10) 企业最新发展动向分析

9.2.4 广东东菱凯琴集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况SWOT分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析

(11) 企业最新发展动向分析

9.2.5 九阳股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构及新产品动向

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况SWOT分析

(10) 企业投资兼并与重组分析

(11) 企业最新发展动向分析

第10章：中国厨房电器行业发展与投资前景分析

10.1 中国厨房电器市场发展趋势与前景分析

10.1.1 中国厨房电器市场发展趋势分析

10.1.2 中国厨房电器市场发展前景预测

10.2 中国厨房电器行业投资风险

10.2.1 行业政策风险

10.2.2 行业技术风险

10.2.3 行业供求风险

10.2.4 行业宏观经济波动风险

10.2.5 行业关联产业风险

10.2.6 行业产品结构风险

10.2.7 企业生产规模及所有制风险

10.2.8 行业其他风险

10.3 中国厨房电器行业投资特性分析

10.3.1 行业进入壁垒分析

10.3.2 行业盈利模式分析

10.3.3 行业盈利因素分析

10.4 中国厨房电器行业固定资产投资结构

10.4.1 行业投资规模分析
10.4.2 行业投资资金来源构成
10.4.3 行业投资项目建设分析
10.4.4 行业投资资金用途分析
(1) 投资资金流向构成
(2) 不同级别项目投资资金比重
(3) 新建、扩建和改建项目投资比重
10.4.5 行业投资主体构成分析
10.5 中国厨房电器行业投资现状及建议
10.5.1 技术投资
(1) 行业技术投资现状
(2) 行业技术投资建议
10.5.2 渠道投资
(1) 行业渠道投资现状
(2) 行业渠道投资建议

图表目录：

图表1：欧洲主要国家及五国债务状况（单位：亿欧元，%）
图表2：各国紧缩计划主要内容及目标
图表3：美国经济引擎——消费增长（单位：%）
图表4：日德经济引擎——出口反弹（单位：%）
图表5：主要国家经济复苏情况-GDP同比（单位：%）
图表6：国内物价值数及翘尾因素（单位：%）
图表7：2006-2014年中国政府固定资产投资增速（单位：%）
图表8：2011-2014年国内M1/M2增幅（单位：%）
图表9：家电下乡产品分布情况（单位：种）
图表10：厨房电器行业产业链简介
图表11：2014年1-6月主要不锈钢厂产量变动（单位：吨）
图表12：2012-2014年中国涂层板月度产量走势图（单位：万吨，%）
图表13：国内主要城市1.0*1250*C镀锌板行情走势（单位：元/吨）
图表14：2006-2014年铜月度表观消费量（单位：千吨）
图表15：2006-2014年中国铜材月度产量（单位：千吨）

图表16：2006-2014年中国铜净进口量（单位：千吨）

图表17：2006-2014年中国原铝产量（单位：千吨）

图表18：2006-2014年我国聚丙烯供需平衡情况（单位：万吨，%）

图表19：2014年1季度中国ABS价格走势图（单位：元/吨）

图表20：2005-2014E年中国集成电路产业规模及增长率（单位：亿元，%）

图表21：2001-2014年中国城乡居民人均收入水平变化（单位：元）

图表22：2001-2014年中国城镇居民家庭人均消费性支出统计表（单位：元，%）

图表23：2001-2014年农村居民家庭人均消费性支出统计表（单位：元）

图表24：2014-2015年中国消费者信心指数变化

图表25：建国以来我国居民消费经历的三次升级转型情况

图表26：1995-2014年社会消费品零售总额城乡构成（单位：%）

图表27：2006-2014年商品房销售面积（单位：平方千米）

图表28：2005-2014年房地产开发投资金额及增速（单位：十万，%）

图表29：2006-2014年商品房施工面积（单位：平方千米）

图表30：2006-2014年商品房新开工面积（单位：平方千米）

图表31：2006-2014年商品房竣工面积（单位：平方千米）

图表32：2005-2014年国房景气指数走势

图表33：2014年中国厨房电器行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）

图表34：2014年中国厨房电器行业盈利能力分析（单位：%）

图表35：2014年中国厨房电器行业运营能力分析（单位：次）

图表36：2014年中国厨房电器行业偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表37：2014年中国厨房电器行业发展能力分析（单位：%）

图表38：2006-2014年中国厨房电器行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）

图表39：2006-2014年中国厨房电器行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表40：2014年工业总产值居前的10个省市统计表（单位：万元，%）

图表41：2014年工业总产值居前的10个省市比重图（单位：%）

图表42：2014年产成品居前的10个省市统计表（单位：万元，%）

图表43：2014年产成品居前的10个省市比重图（单位：%）

图表44：2006-2014年中国厨房电器行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）

图表45：2006-2014年中国厨房电器行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表46：2014年中国销售产值居前的10个省市统计表（单位：万元，%）

图表47：2014年销售产值居前的10个省市比重图（单位：%）

图表48：2014年销售收入居前的10个省市统计表（单位：万元，%）

图表49：2014年销售收入居前的10个省市比重图（单位：%）

图表50：2005-2014年中国厨房电器行业产销率变化趋势图（单位：%）

图表51：2014年1-6月中国厨房电器行业进出口状况表（单位：万美元）

图表52：2014年1-6月中国厨房电器行业月度出口额走势图（单位：万美元）

图表53：2014年1-6月中国厨房电器行业月度主要出口产品结构表（单位：万吨，吨，万美元）

图表54：2014年1-6月中国厨房电器行业月度进口额走势图（单位：万美元）

图表55：2014年1-6月中国厨房电器行业月度主要进口产品结构表（单位：万吨，吨，千克，万美元）

图表56：2014年1-6月中国厨房电器行业产业规模分析（单位：家，万人，亿元，%）

图表57：2014年1-6月中国厨房电器行业产业规模分析（按经济类型划分）（单位：家，万人，亿元，%）

图表58：2014年1-6月中国厨房电器行业产业规模分析（按重点地区划分）（单位：家，万人，亿元，%）

图表59：2014年1-6月中国厨房电器行业资本/劳动密集度分析（单位：万元/人，万元/单位，%）

图表60：2014年1-6月中国厨房电器行业资本/劳动密集度分析（按经济类型划分）（单位：万元/人，万元/单位，%）

图表61：2014年1-6月中国厨房电器行业资本/劳动密集度分析（按重点地区划分）（单位：万元/人，万元/单位）

图表62：2014年1-6月中国厨房电器行业产销情况（单位：亿元，%）

图表63：2014年1-6月中国厨房电器行业产销情况（按经济类型划分）（单位：亿元，%）

图表64：2014年1-6月中国厨房电器行业产销情况（按重点地区划分）（单位：亿元，%）

图表65：2014年1-6月中国厨房电器行业成本费用情况（单位：亿元，%）

图表66：2014年1-6月中国厨房电器行业成本费用结构情况（单位：%）

图表67：2014年1-6月中国厨房电器行业成本费用情况（按经济类型划分）（单位：亿元，%）

图表68：2014年1-6月中国厨房电器行业成本费用情况（按重点地区划分）（单位：亿元，%）

图表69：2014年1-6月中国厨房电器行业盈亏情况（单位：亿元，%）

图表70：2014年1-6月中国厨房电器行业盈亏情况（按经济类型划分）（单位：亿元，%）

图表71：2014年1-6月中国厨房电器行业盈亏情况（按重点地区划分）（单位：万元，%）

图表72：法国SEB现有工厂数量分布

图表73：2005-2014年中国厨房电器行业销售规模变化趋势图（单位：亿元，%）

图表74：2014年中国厨房电器行业前10名厂商销售额及销售份额（单位：万元，%）

图表75：2003-2014年厨房电器行业销售集中度变化图（单位：%）

图表76：2014年中国厨房电器行业前10名厂商资产规模（单位：万元，%）

图表77：2003-2014年厨房电器行业资产集中度变化图（单位：%）

图表78：2014年中国厨房电器行业前10名厂商利润情况（单位：万元，%）

图表79：2014年中国家用厨房电器制造企业市场竞争格局（按工业总产值）（单位：%）

图表80：2014年中国厨房电器市场占有率前十企业（单位：亿元，%）

图表81：2011-2014年中国厨房电器企业区域市场情况（单位：个，人，亿元）

图表82：2011-2014年中国厨房电器行业各区域企业数量占全国的比重（单位：%）

图表83：2010-2014年厨房电器行业各区域资产总计占全国的比重（单位：%）

图表84：2010-2014年中国厨房电器行业各区域销售额占全国的比重（单位：%）

图表85：2014年中国厨房电器行业前十五地区销售收入排名情况（单位：亿元）

图表86：2014年中国厨房电器行业销售收入按省份累计百分比（单位：%）

图表87：2004-2014年中国厨房电器行业销售收入靠前的五地区占比情况（单位：%）

图表88：2004-2014年中国厨房电器行业收入排名前五的占比情况（单位：%）

图表89：2014年厨房电器行业企业的所有制结构特征（单位：个，万元）

图表90：2014年厨房电器行业不同经济类型企业的财务状况比较（一）（单位：%、次）

图表91：2014年厨房电器行业不同经济类型企业的财务状况比较（二）（单位：%）

图表92：2014年中国厨房电器行业按经济类型的销售收入排名情况（单位：亿元）

图表93：2014年中国厨房电器行业销售收入按经济类型累计百分比（单位：%）

图表94：2004-2014年厨房电器行业经济类型占比（按销售收入）（单位：%）

图表95：2004-2014年厨房电器行业经济类型集中度变化趋势图（按销售收入）（单位：%）

图表96：2011-2014年国内油烟机市场规模变化趋势（单位：亿元，%）

图表97：2011-2014年油烟机市场竞争格局变化趋势（按零售量）（单位：%）

图表98：大风量抽油烟机市场竞争格局（单位：台，元，%）

图表99：2014年国内油烟机市场不同类型产品规模（单位：万台，亿元）

图表100：2014年度中国最受用户关注的10大消毒柜品牌比例分布（单位：%）

图表101：2014年Q1-Q4康宝、万和、美的消毒柜品牌关注比例走势（单位：%）

图表102：中国八大洗碗机品牌榜

图表103：2014年电压力锅市场占有率及均价（单位：元，%）

图表104：2011-2014年主流品牌电压力锅价格变化（单位：元）

图表105：2014年微波炉市场占有率及均价（单位：元，%）

图表106：2014年中国微波炉品牌关注比例分布（单位：%）

图表107：2014年中国微波炉品牌关注排名对比（单位：%）

图表108：2014年不同价位微波炉关注份额（单位：%）

图表109：2014年不同容量微波炉关注份额（单位：%）

图表110：2014年中国微波炉产品关注排名（单位：%）

图表111：2014年格兰仕微波炉产品关注排名（单位：%）

图表112：2014年美的微波炉产品关注排名（单位：%）

图表113：2014年松下微波炉产品关注排名（单位：%）

图表114：2014年格兰仕、美的、松下微波炉关注比例走势（单位：%）

图表115：2014年格兰仕、美的、松下微波炉不同价位段产品数量占比（单位：%）

图表116：2014年格兰仕、美的、松下品牌重合度对比（单位：%）

图表117：2014年全国城市市场电磁炉品牌销售占有率（单位：%）

图表118：2014年中国电磁炉品牌关注比例分布（单位：%）

图表119：2014年中国电磁炉品牌关注排名对比（单位：%）

图表120：2014年不同价位电磁炉关注份额（单位：%）

图表121：2014年不同功率电磁炉关注份额（单位：%）

图表122：2014年中国电磁炉产品关注排名（单位：%）

图表123：2014年美的电磁炉产品关注排名（单位：%）

图表124：2014年苏泊尔电磁炉产品关注排名（单位：%）

图表125：2014年九阳电磁炉产品关注排名（单位：%）

图表126：2014年美的、苏泊尔、九阳电磁炉关注比例走势（单位：%）

图表127：2014年美的、苏泊尔、九阳电磁炉不同价位段产品数量占比（单位：%）

图表128：2014年美的、苏泊尔、九阳品牌重合度对比（单位：%）

图表129：2014年中国榨汁机市场占有率及均价（单位：元，%）

图表130：榨汁机价格段构成变化（零售量份额）

图表131：榨汁机前20位畅销机型（按零售额排序）价格区间数量分布变化

图表132：榨汁机前20位畅销机型（按零售额排序）价格区间零售量份额变化（单位：%）

图表133：主要厨房电器产品市场普及率（%）

图表134：消费者厨房电器产品购买动机（%）

图表135：消费者未来购买厨房电器产品打算（%）

图表136：消费者厨房电器产品购买场所选择（%）

图表137：消费者厨房电器产品信息获得方式（%）

图表138：2014年中国厨房电器行业工业总产值、销售收入和利润前十名企业

图表139：2014年厨房电器行业工业总产值（现价）前十位企业（单位：万元）

图表140：2014年中国厨房电器行业企业产品销售收入与利润总额（单位：万元）

图表141：2014年厨房电器行业企业新产品产值（单位：万元）

图表142：2014年广东格兰仕集团有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表143：2014年广东格兰仕集团有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表144：2014年广东格兰仕集团有限公司运营能力分析（单位：次）

图表145：2014年广东格兰仕集团有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）

图表146：2014年广东格兰仕集团有限公司发展能力分析（单位：%）

图表147：广东格兰仕集团有限公司组织架构图

图表148：广东格兰仕集团有限公司SWOT分析

图表149：美的日用家电集团有限公司SWOT分析

图表150：2014年厦门灿坤实业股份有限公司产销能力分析（单位：万元）

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自 国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/dianqi1509/493271UK07.html>