

2017-2022年中国厨电市场发展现状及投资规划研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国厨电市场发展现状及投资规划研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/xiaojiadian/292611292611.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

2015年，中国家电行业整体规模为15300亿元，其中彩电、冰箱、空调等产品出现负增长，而厨电市场规模却同比增长10.5%，达到690亿，这一增长速度明确高于家电行业整体水平，已成为家电行业新的增长点。与传统家电相比，近年来厨电市场发展迅速，销售额与品类均呈现出良好的发展态势。随着我国楼市初步解禁、城市化进程加快以及保障性住房政策的落实，促使厨电市场可在未来一段时期内仍保持着平稳的产品需求。

一、中国厨电市场发展现状分析

从中国厨电市场发展的整体情况来看，在厨电品牌市场竞争中，方太、老板、美的、华帝等品牌仍然保持着较高的市场占有率；一线城市对厨电产品的需求仍以换代需求与新房装修需求为主，产品销售量稳步提升，二三四线市场随着生活水平的提高和生活品质的提升，使得厨电产品销售量迅速增长；传统厨电如烟机灶具等，其市场需求趋于饱和状态，但是产品价格明显提升，销售额稳步增长。现将中国厨电市场发展情况分析如下：

1.三强格局稳定化。在中国厨电市场中，方太、老板、美的在厨电市场上占据着主流地位，总的市场占有率超过五成，形成了三强鼎立的格局，而其他厨电品牌尚未对这三大品牌构成实质性威胁。三强格局的稳定化，增强了消费者对这三大品牌的信赖度，尤其在三大品牌向高端化厨电领域进军的情况下，进一步提升了品牌定位。如，方太的厨电种类不断增多，除烟机灶品类之外，革新性产品如水槽洗碗机等也逐步得到了市场的认可，使方太在高端化厨电品类上占据明显优势。而美的则走丰富化、综合化的厨电品类路线，保持着较强的性价比竞争优势。

2.厨电产品高端化。随着厨电市场日渐成熟，厨电产品的竞争不仅体现在价格方面，更体现在品质、功能、能效方面。以烟机灶为例，其材质已经发展为不锈钢和钢化玻璃材质，产品类别拓展为双灶眼、多灶眼，产品外观发展为欧式、嵌入式、侧吸式。同时，在国家倡导节能减排的形势下，燃气灶的设计融入绿色环保理念，在能效上取得了较大突破，相继出现了热效率高、燃气消耗小的燃气灶产品。油烟机应用先进的技术，在显示屏上可内置菜谱，成为智能厨房不可或缺的厨电产品，给予消费者们更加便捷、时尚、新鲜的厨房体验。

3.厨电单价提升。随着消费观念的增强，消费者更加追求厨电产品的品质与性能，从以往的重视厨电产品价格、实用性，逐步过渡到注重产品的高端化、智能化。据调查显示，大部分消费者愿意付出更大的支出用于购置厨电产品，愿意支付万元以上预算的消费者占总

消费群体的五分之一左右。在这种市场需求态势下，一方面促使厨电企业更加重视高端产品的研发，加大对厨电产品智能化的设计力度，另一方提升了厨电单价，使厨电产品销售额快速增长。

图：厨电行业上市公司主营变动一览 资料来源：公开资料，中国报告网整理

二、中国厨电市场未来发展趋势

1.技术创新是制胜之本。从近几年厨电市场的销售策略上可以看出，高、中、低端品牌格局正在形成，随着消费的升级，高端厨电市场的份额在持续增长，消费者在选购厨房电器产品时从原先单纯的关注产品价格，转变为更多的考虑产品品质、技术实力以及售后服务等。老板电器之所以能够领先，就在于不断推出新技术，因此，技术创新成为企业立于不败之地的法宝。不断技术发展创新的集成灶在国内逐渐受到亲睐，很多的家庭住户都开始选择它作为厨房的主要炊具，它的创新一体化和自动化，为大家的生活带来了很多的便利，国内的集成灶市场也在不断的扩大。

2.厨电市场两极化日渐明显。现阶段，我国城镇居民可支配收入的增长速度明显低于乡村居民，并且在国家积极建设城镇化的背景下，可以预见农村市场对家电产品的需求将大幅度增长，这为二线以下的品牌企业带来了发展契机。这些厨电生产企业可立足于农村市场，积极开发性价比高的厨电产品，扩大自身品牌在农村市场上的影响力。与此同时，在一线、二线城市市场中，高端厨电产品日益受到消费者的青睐，在消费者换代升级厨电产品时，倾向于选择兼具外观与性能的大品牌厨电产品，促使厨电产品向高端化迈进，所以大品牌厨电生产企业要重视高端产品开发，以满足城市消费者的需求。

3.跨界合作深层次化。随着互联网的普及，厨电企业与互联网企业的跨界合作日益频繁，成为厨电企业提高品牌竞争力的有效途径之一。然而当前，厨电企业与互联网企业的跨界合作仍停留在技术层面，尚未对各自的优势全面整合，所以从厨电市场的未来发展趋势上来看，跨界合作仍然具有较大发展空间，如将厨电生产企业的产业链与互联网企业用户群相整合，从而增强双方的实力，实现双方共赢。

此外，厨电企业也要借助互联网的优势，变革销售渠道，可建立起电商网站，发展个人“微商”，多渠道扩大厨电品牌的影响力。电商渠道销售厨电产品能够省去诸多中间商环节，节约实体店的经营成本，并与消费者建立起直接沟通的渠道，虽然当前电商渠道销售金额与实体店渠道的销售金额尚存在一定差距，但是在互联网浪潮下，厨电渠道电商化已经成为必然趋势。

4.消费需求两极化。现阶段中国家庭厨卫电器保有量低，当前厨卫电器的75%为新增需求，而替换型需求仅占到25%左右，所以住宅销售对厨卫电器销售有着极为深刻的影响。在农村市场以普及为主，受收入因素、消费观念等因素影响，消费者多愿意选择高性价比产品，比如千元以下的电热水器、百元左右的燃气灶等。而在城市市场，由于厨卫电器已经成为家装中一个非常重要的部分，因此外观上具备时尚和前卫元素、性能上有利于人体健康的产品将成为拉动市场增长的主要力量，比如集成灶、集成水槽、嵌入式厨房电器等。

5.消费需求多样化。我国正致力于建设小康社会，保持着高速的经济增长，这为厨电市场发展创建了良好环境。从厨电产品需求人群的年龄结构上来看，“80后”、“90后”成为影响厨电市场发展的重要因素，“80后”步入安家置业阶段，而“90后”也进入了适婚年龄，成为厨电产品的主要消费群体。这些消费群体以追求生活品味和时尚科技为主，要求厨电产品更加智能化、多样化、一体化、高效化，所以这意味着厨电企业必须针对这一新生代消费群体，积极调整厨电产品战略，研发设计满足这一群体的产品。此外，厨电企业还要在营销中树立“互联网”思维，通过互联网搭建起与新生代消费群体的沟通桥梁，促使厨电品牌向时尚化、年轻化、国际化的方向发展。

6.智能厨电逐步普及。智能厨电是厨电市场的必然趋势，也是做强做大厨电品牌的突破口。近年来，我国消费者对智能厨电的认知度逐步提高，年轻化的消费群体对智能厨电的需求也正在迅速增长，这均为智能厨电的发展奠定了基础。在智能厨电行业中，集成灶是行业关注的热点，应在智能集成灶产品开发时融入智能控制，提高消费者操作厨电的舒适度。在微波炉、电烤箱中预设各种程序，让不善于烹饪的消费者也能够通过一键烹饪简单地做出美食。随着城市生活节奏的加快，白领族对智能厨电的需求更加迫切，他们属于厨电市场的高端消费者，厨电企业要针对这一消费群体，设计多功能厨电产品，使一台厨电可替代过去几台厨电的功能，既节省厨电占用空间，又方便白领族快速完成操作。

三、小结

总而言之，中国厨电市场呈现出良好的发展态势，品类更加齐全、功能更加完善、效能更加明显、定位更加高端，可以满足广大消费者对厨电多样化的需求，使厨电市场在一定时期内保持着稳定增长的销售量和销售额。为了进一步增强市场竞争力，厨电企业要针对消费群体的特点及其需求的变化，积极开发设计高端化、性价比高、质量过硬的厨电产品，并且采取多渠道营销策略，不断扩大厨电产品在市场上的占有率，获取广阔的发展空间。

中国报告网发布的《2017-2022年中国厨电市场发展现状及投资规划研究报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景

、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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。

目录

第一部分行业发展现状

第一章厨电行业发展概述

第一节厨电行业的界定

一、行业经济特性

二、主要细分行业

三、产业链结构分析

第二节行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节国内外厨电行业对比

一、企业对比

二、技术对比

三、政策对比

四、品牌对比

第二章全球厨电行业发展分析

第一节世界厨电行业发展分析

一、世界厨电行业发展分析

二、世界厨电行业发展分析

三、世界厨电市场需求分析

四、厨电国外市场竞争分析

第二节主要国家或地区厨电行业发展分析

- 一、美国厨电行业分析
- 二、日本厨电行业分析
- 三、香港厨电行业分析
- 四、韩国厨电行业分析

第三章我国厨电行业发展分析

第一节我国厨电行业发展概况

- 一、我国厨电行业发展历程
- 二、中国厨电行业发展特征
- 三、我国厨电行业发展状况

第二节我国厨电行业发展现状

- 一、中国厨电行业发展现状
- 二、我国厨电制造业现状剖析
- 三、我国厨电工业设计分析

第三节中国厨电行业发展状况

- 一、厨电行业发展状况分析
- 二、中国厨电行业发展动态
- 三、厨电行业经营业绩分析
- 四、我国厨电行业发展热点

第四节中国厨电市场供需状况

- 一、中国厨电行业供给能力
- 二、中国厨电市场供给分析
- 三、中国厨电市场需求分析
- 四、中国厨电产品价格分析

第五节对中国厨电市场的分析及思考

- 一、厨电市场特点
- 二、厨电市场分析
- 三、厨电市场变化的方向
- 四、中国厨电产业发展的新思路
- 五、对中国厨电产业发展的思考

第四章厨电运行分析

第一节营运能力分析

- 一、营运能力分析
- 二、营运能力分析

第二节偿债能力分析

一、偿债能力分析

二、偿债能力分析

第三节盈利能力分析

一、资产利润率

二、销售利润率

第四节发展能力分析

一、资产年均增长率

二、利润增长率

第五章我国厨电产业进出口分析

第一节我国厨电进口分析

一、进口总量分析

二、进口结构分析

三、进口区域分析

第二节我国厨电出口分析

一、出口总量分析

二、出口结构分析

三、出口区域分析

第三节我国厨电进出口预测

一、进口分析

二、出口分析

三、进口预测

四、出口预测

第六章厨电行业供求状况分析

第一节整体生产能力

第二节产值分布特征及变化

一、产值前10名省市及经济效益情况

二、产值前10名企业

第三节产品供给分析

一、中国电子工业总体供给

二、厨电市场供给分析

第四节影响厨电市场需求的主要因素

第五节市场容量及增长速度

第六节厨电业整体销售能力

一、工业销售产值

二、销售收入

三、利润率

四、产销率

第七节产品需求分析

一、中国电子工业需求分析

二、厨电市场需求分析

第二部分行业竞争格局

第七章厨电产业发展地区比较

第一节长三角地区

一、竞争优势

二、发展状况

三、发展前景

第二节珠三角地区

一、竞争优势

二、发展状况

三、发展前景

第三节环渤海地区

一、竞争优势

二、发展状况

三、发展前景

第四节东北地区

一、竞争优势

二、发展状况

三、发展前景

第五节西部地区

一、竞争优势

二、发展状况

三、发展前景

第八章厨电行业竞争格局分析

第一节外资和本土厨电企业竞争状况

一、外资和本土厨电品牌对比分析

二、外资与本土厨电品牌竞争力对比分析

三、中国厨电海外市场竞争分析

第二节中国厨电市场竞争状况

一、中国厨电市场竞争格局

二、中国厨电市场竞争状况

三、中国厨电市场竞争状况

第三节厨电制造业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业出口交货值对比分析

五、重点企业利润总额对比分析

六、重点企业综合竞争力对比分析

第四节厨电行业竞争格局分析

一、厨电制造业竞争分析

二、中外厨电产品竞争分析

三、国内外厨电竞争分析

四、我国厨电市场竞争分析

五、我国厨电市场集中度分析

六、国内主要厨电企业动向

第九章厨电企业竞争策略分析

第一节厨电市场竞争策略分析

一、厨电市场增长潜力分析

二、厨电主要潜力品种分析

三、现有厨电产品竞争策略分析

四、潜力厨电品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节厨电企业竞争策略分析

一、欧债危机对厨电行业竞争格局的影响

二、欧债危机后厨电行业竞争格局的变化

三、我国厨电市场竞争趋势

四、厨电行业竞争格局展望

五、厨电行业竞争策略分析

六、厨电企业竞争策略分析

第十章厨电企业竞争分析

第一节宁波方太厨具有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第二节杭州老板电器股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第三节中山华帝燃具股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第四节广东万和新电气股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第五节广东万家乐股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第六节美的集团股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第七节青岛海尔股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第八节九阳股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第九节广东格兰仕集团有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十节帅康集团有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第三部分行业前景预测

第十一章厨电行业发展趋势分析

第一节发展环境展望

一、宏观经济形势展望

二、政策走势及其影响

三、国际行业走势展望

第二节厨电行业发展趋势分析

一、技术发展趋势分析

二、产品发展趋势分析

三、行业竞争格局展望

第三节中国厨电市场趋势分析

一、厨电市场趋势总结

二、厨电发展趋势分析

三、厨电市场发展空间

四、厨电产业政策趋向

五、厨电技术革新趋势

六、厨电价格走势分析

第十二章未来厨电行业发展预测

第一节国际厨电市场预测

- 一、全球厨电行业产值预测
- 二、全球厨电市场需求前景
- 三、全球厨电市场价格预测

第二节国内厨电市场预测

- 一、国内厨电行业产值预测
- 二、国内厨电市场需求前景
- 三、国内厨电市场价格预测

第三节市场消费能力预测

- 一、行业总需求规模预测
- 二、主要产品市场规模预测
- 三、市场供应能力预测

第四部分投资战略研究

第十三章厨电行业投资现状分析

第一节厨电行业投资情况分析

- 一、总体投资及结构
- 二、投资规模情况
- 三、投资增速情况
- 四、分行业投资分析
- 五、分地区投资分析
- 六、外商投资情况

第二节厨电行业投资情况分析

- 一、总体投资及结构
- 二、投资规模情况
- 三、投资增速情况
- 四、分行业投资分析
- 五、分地区投资分析
- 六、外商投资情况

第十四章厨电行业投资环境分析

第一节经济发展环境分析

- 一、我国宏观经济运行情况

二、我国宏观经济形势分析

三、投资趋势及其影响预测

第二节政策法规环境分析

一、厨电行业政策环境

二、国内宏观政策对其影响

三、行业产业政策对其影响

第三节社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、社会环境发展分析

三、社会环境对行业的影响分析

第四节电子信息产业振兴规划

一、电子信息产业振兴规划概述

二、电子信息产业振兴规划细则

三、电子信息产业振兴规划主要任务

四、电子信息产业振兴规划主要工程

五、电子信息产业振兴规划主要措施

六、电子信息产业兴规划的意义与作用

七、电子信息产业振兴规划对厨电行业的影响

第十五章厨电行业投资机会与风险

第一节行业活力系数比较及分析

一、相关产业活力系数比较

二、行业活力系数分析

第二节行业投资收益率比较及分析

一、相关产业投资收益率比较

二、行业投资收益率分析

第三节厨电行业投资效益分析

一、厨电行业投资状况分析

二、厨电行业投资效益分析

三、厨电行业投资趋势预测

四、厨电行业的投资方向

五、厨电行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节影响厨电行业发展的主要因素

一、影响厨电行业运行的有利因素分析

二、影响厨电行业运行的稳定因素分析

三、影响厨电行业运行的不利因素分析

四、我国厨电行业发展面临的挑战分析

五、我国厨电行业发展面临的机遇分析

第五节厨电行业投资风险及控制策略分析

一、厨电行业市场风险及控制策略

二、厨电行业政策风险及控制策略

三、厨电行业经营风险及控制策略

四、厨电行业技术风险及控制策略

五、厨电同业竞争风险及控制策略

六、厨电行业其他风险及控制策略

第十六章厨电行业投资战略研究

第一节厨电行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节对我国厨电品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、厨电实施品牌战略的意义

三、厨电企业品牌的现状分析

四、我国厨电企业的品牌战略

五、厨电品牌战略管理的策略

第三节电子信息产业投资战略研究

一、电子信息产业投资战略

二、厨电行业投资战略

三、厨电行业投资战略

四、细分行业投资战略

五、投资战略建议

图表目录

图表：世界（部分）家用厨房电器需求结构

图表：我国厨电行业营运能力分析

图表：我国厨电行业营运能力分析

图表：我国厨电行业偿债能力分析

图表：我国厨电行业偿债能力分析

图表：我国厨电行业资产利润率分析

图表：我国厨电行业销售利润率分析

图表：我国厨电行业资产增长率分析

图表：我国厨电行业利润增长率分析

图表：1-12月家电业累计进出口额（单位：亿美元）

图表：12月家电业月度进出口额（单位：亿美元）

（GYZJY）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiaojiadian/292611292611.html>