

2014-2019年中国厨具市场 深度调研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

《2014-2019年中国厨具市场深度调研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/jiaju1403/Z75104LR25.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-03-31

【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《2014-2019年中国厨具市场深度调研与投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了中国厨具行业的概念，接着分析了中国厨具行业发展环境，然后对中国厨具行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国厨具行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国厨具行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

厨具厨房用具的通称。按照使用场合来分，可分为商用厨具和家用厨具。商用厨具适用于酒店、饭店等大型厨房设备，家用厨具一般用于家庭。统计数据显示，2012年厨具市场销售规模达到2650亿元，同比增长16.33%。其中，厨房电器销售收入达到1423亿元，占比达到53.6%，是厨具市场最大的细分市场。 2008-2012年我国厨具市场销售规模（亿元）

报告目录：

第一章 中国厨具行业发展概述 1

第一节 厨具行业概述 1

一、厨具的定义 1

二、厨具的特点 1

第二节 厨具上下游产业链分析 2

一、产业链模型介绍 2

二、厨具行业产业链分析 5

第三节 厨具行业生命周期分析 5

一、行业生命周期概述 5

二、厨具行业所属的生命周期 6

第四节 行业经济指标分析 7

一、赢利性 7

二、附加值的提升空间 7

三、进入壁垒／退出机制 8

四、行业周期 8

第二章 2013年世界厨具市场运行形势分析 9

第一节 2013年全球厨具行业发展回顾 9

第二节 亚洲地区主要市场概况	9
第三节 欧盟主要国家市场概况	9
第四节 北美地区主要市场概况	10
第五节 2014-2019年世界厨具发展走势预测	10
第三章 2013年中国厨具产业发展环境分析	11
第一节 2013年中国宏观经济环境分析	11
一、GDP历史变动轨迹分析	11
二、固定资产投资历史变动轨迹分析	18
三、2014年中国经济发展预测分析	20
第二节 厨具行业主管部门、行业监管体	22
第三节 中国厨具行业政策环境分析	28
第四节 2013年中国厨具产业社会环境发展分析	30
一、人口环境分析	30
二、教育环境分析	31
三、文化环境分析	31
四、生态环境分析	33
五、消费观念分析	34
第四章 2013年中国厨具产业运行情况	38
第一节 中国厨具行业发展状况	38
一、厨具行业市场供给情况	38

众所周知，近年来大量厨房电器产品开始进入市场，主要包括搅拌机、榨汁机、豆浆机、电磁灶、电压力锅、煎烤器、电烤箱、多士炉、面包机、咖啡机等等，这些产品使用方便，减化家务负担，适合快节奏的生活方式，营造时尚的生活情趣，受到现代家庭的广泛欢迎。与此同时，厨房电器产品的生产规模也在不断扩大。2012年以来厨房电器多数产品内销市场负增长，但降幅逐季收窄。中国厨房电器在全球出口市场地位持续上升。2008-2012年我国厨房小家电产量（亿台）

近年来，我国厨具产品市场规模正以每年30%以上的速度增长。数据显示，2012年我国厨具行业工业总产值达到2870亿元。对此，有业内专家分析指出，在城镇化率提高、住房改善、消费升级的大趋势之下，专业品牌的细分和深耕使得厨具产品市场需求进一步发展扩大。2008-2012年我国厨具行业产值（亿元）

二、厨具行业市场需求情况	39
三、厨具行业市场容量	39
第二节 中国厨具行业价格走势分析	40
一、厨具行业价格影响因素分析	40

总体而言，我国厨具价格存在三大利好，一是近两年厨具行业的产品结构调整及产业升级一直在继续；二是原材料价格回落并逐步稳定，这对于行业保持赢利水平有积极作用；三是城镇居民在厨具产品上仍有大量的更新换代需求需要满足。但与此同时，厨具市场也面临着一些不利的因素，一是全球金融危机依然持续，中国经济由过去的V型向W型演变；二是房地产调控持续，直接抑制了消费者对厨具产品的购买；三是产能过剩，库存问题突出，尤其是大件厨房家电产品。监测数据显示，目前家电行业的各大品类中，油烟机库存量仅次于空调，高居第二位。因此，如何消化库存，将是未来摆在电器类厨具企业面前的一道难题。

二、2013年厨具行业价格走势回顾	40
三、2014-2019年厨具行业价格走势预测	41
第三节 中国厨具行业技术发展分析	42
第四节 厨具行业未来发展趋势预测	42

第五章 中国厨具市场发展分析	44
第一节 中国厨具行业竞争现状	44
第二节 中国厨具行业集中度分析	44
一、市场集中度	44
二、企业集中度	45
三、区域集中度	46
第三节 厨具行业品牌现状分析	46
第四节 中国厨具行业存在的问题	46
第五节 中国厨具行业国际竞争力分析	47
一、生产要素	47
二、需求条件	47
三、支援与相关产业	48
四、企业战略、结构与竞争状态	49
五、政府的作用	49

第六章 2013年中国厨具行业竞争情况 50

第二节 行业竞争结构分析 50

一、现有企业间竞争 50

二、潜在进入者分析 51

三、替代品威胁分析 51

四、供应商议价能力 51

五、客户议价能力 51

第三节 厨具行业SWOT分析 51

一、优势 51

二、劣势 52

三、机会 52

四、威胁 52

第四节 中国厨具产品竞争力优势分析 53

一、整体产品竞争力评价 53

二、产品竞争力评价结果分析 53

三、竞争优势评价及构建建议 53

第七章 2011-2013中国家用厨房电器具制造行业行业主要数据监测分析 55

第一节 2011-2013年中国家用厨房电器具制造行业总体数据分析 55

一、2011年中国家用厨房电器具制造行业全部企业数据分析 55

二、2012年中国家用厨房电器具制造行业全部企业数据分析 57

三、2013年中国家用厨房电器具制造行业全部企业数据分析 59

第二节 2011-2013年中国家用厨房电器具制造行业不同规模企业数据分析 60

一、2011年中国家用厨房电器具制造行业不同规模企业数据分析 60

二、2012年中国家用厨房电器具制造行业不同规模企业数据分析 61

三、2013年中国家用厨房电器具制造行业不同规模企业数据分析 61

第三节 2011-2013年中国家用厨房电器具制造行业不同所有制企业数据分析 62

一、2011年中国家用厨房电器具制造行业不同所有制企业数据分析 62

二、2012年中国家用厨房电器具制造行业不同所有制企业数据分析 62

三、2013年中国家用厨房电器具制造行业不同所有制企业数据分析 63

第八章 2011-2013中国金属制厨用器皿及餐具制造行业行业主要数据监测分析

第一节 2011-2013年中国金属制厨用器皿及餐具制造行业总体数据分析 64

一、2011年中国金属制厨用器皿及餐具制造行业全部企业数据分析 64

二、2012年中国金属制厨用器皿及餐具制造行业全部企业数据分析 66

三、2013年中国金属制厨用器皿及餐具制造行业全部企业数据分析 67

第二节 2011-2013年中国金属制厨用器皿及餐具制造行业不同规模企业数据分析 69

一、2011年中国金属制厨用器皿及餐具制造行业不同规模企业数据分析 69

二、2012年中国金属制厨用器皿及餐具制造行业不同规模企业数据分析 70

三、2013年中国金属制厨用器皿及餐具制造行业不同规模企业数据分析 70

第三节 2011-2013年中国金属制厨用器皿及餐具制造行业不同所有制企业数据分析 71

一、2011年中国金属制厨用器皿及餐具制造行业不同所有制企业数据分析 71

二、2012年中国金属制厨用器皿及餐具制造行业不同所有制企业数据分析 71

三、2013年中国金属制厨用器皿及餐具制造行业不同所有制企业数据分析 72

第九章 2011-2013中国金属制厨房调理及卫生器具制造行业行业主要数据监测分析

第一节 2011-2013年中国金属制厨用器皿及餐具制造行业总体数据分析 73

一、2011年中国金属制厨房调理及卫生器具制造行业全部企业数据分析 73

二、2012年中国金属制厨房调理及卫生器具制造行业全部企业数据分析 75

三、2013年中国金属制厨房调理及卫生器具制造行业全部企业数据分析 76

第二节 2011-2013年中国金属制厨房调理及卫生器具制造行业不同规模企业数据分析 78

一、2011年中国金属制厨房调理及卫生器具制造行业不同规模企业数据分析 78

二、2012年中国金属制厨房调理及卫生器具制造行业不同规模企业数据分析 79

三、2013年中国金属制厨房调理及卫生器具制造行业不同规模企业数据分析 79

第三节 2011-2013年中国金属制厨房调理及卫生器具制造行业不同所有制企业数据分析

一、2011年中国金属制厨房调理及卫生器具制造行业不同所有制企业数据分析 80

二、2012年中国金属制厨房调理及卫生器具制造行业不同所有制企业数据分析 80

三、2013年中国金属制厨房调理及卫生器具制造行业不同所有制企业数据分析 81

第十章 2013年厨具行业重点生产企业分析 82

第一节 海尔集团 82

一、企业概况 82

二、企业主要经济指标分析 83

三、企业盈利能力分析 84

四、企业偿债能力分析 85

五、企业运营能力分析 86

六、企业成长能力分析 87

第二节 九阳股份有限公司 87

一、企业概况 87

二、企业主要经济指标分析 88

三、企业盈利能力分析 90

四、企业偿债能力分析 91

五、企业运营能力分析 92

六、企业成长能力分析 92

第三节 杭州老板电器股份有限公司 93

一、企业概况 93

二、企业主要经济指标分析 94

三、企业盈利能力分析 95

四、企业偿债能力分析 96

五、企业运营能力分析 97

六、企业成长能力分析 98

第四节 浙江苏泊尔股份有限公司 98

一、企业概况 98

二、企业主要经济指标分析 99

三、企业盈利能力分析 101

四、企业偿债能力分析 102

五、企业运营能力分析 103

六、企业成长能力分析 103

第十一章 2014-2019年厨具行业发展预测 105

第一节 2014-2019年中国厨具行业未来发展前景分析 105

一、2014-2019年中国厨具市场发展环境分析 105

二、2014-2019年中国厨具行业市场规模预测 105

三、2014-2019年中国厨具行业市场发展趋势分析 106

第二节 2014-2019年中国厨具行业市场供需预测 107

一、2014-2019年中国厨具行业供给预测 107

二、2014-2019年中国厨具市场需求预测 108

第三节2014-2019年中国厨具行业盈利走势预测 108

第十二章 2014-2019年中国厨具行业投资风险与营销分析 110

第一节2014-2019年厨具行业进入壁垒分析 110

第二节2014-2019年中国厨具行业投资环境分析 111

第三节 中国厨具行业投资风险 111

一、政策风险 111

二、技术风险 112

三、竞争风险 112

四、原材料风险 112

五、其他风险 112

第四节 中国厨具行业营销分析 113

一、渠道构成 113

二、销售贡献比率 113

三、覆盖率 114

四、销售渠道效果 114

五、价值流程结构 114

第十三章 2014-2019年中国厨具行业发展策略及投资建议 116

第一节 厨具行业市场重点客户战略实施 116

一、实施重点客户战略的必要性 116

二、合理确立重点客户 116

三、对重点客户的营销策略 117

四、强化重点客户的管理 117

五、实施重点客户战略要重点解决的问题 118

第三节 博思数据投资建议 119

一、重点投资区域建议 119

二、重点投资产品建议 119

图表目录：部分

图表：家用厨房电器制造行业集中度分析

图表：金属制厨用器皿及餐具制造行业集中度分析

图表：金属制厨房调理及卫生器具制造行业集中度分析

图表：家用厨房电器制造行业企业集中度分析

图表：金属制厨用器皿及餐具制造行业企业集中度分析

图表：金属制厨房调理及卫生器具制造行业集中度分析 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家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/jiaju1403/Z75104LR25.html>