2024-2029年中国电饭煲行业产销需求与投资预测分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国电饭煲行业发展综述
1.1 电饭煲行业定义及分类
1.1.1 行业定义
1.1.2 行业主要产品大类
1.2 电饭煲行业统计标准
1.2.1 电饭煲行业统计部门和统计口径
1.2.2 电饭煲行业统计方法
1.2.3 电饭煲行业数据种类
1.3 电饭煲行业供应链分析
1.3.1 电饭煲行业上下游产业供应链简介
1.3.2 电饭煲行业下游产业链分析
（1）居民收入与消费结构分析
（2）零售市场发展现状与趋势
1.3.3 电饭煲行业上游产业供应链分析
（1）钢材市场发展分析
（2）工程塑料市场发展分析
（3）铜材市场发展分析
（4）铝行业市场发展分析
（5）微特电机市场发展分析
第2章：电饭煲行业发展状况分析
2.1 中国家用厨房电器行业发展状况分析
2.1.1 中国家用厨房电器行业发展总体概况
2.1.2 中国家用厨房电器行业发展主要特点
2.1.3 中国家用厨房电器行业运行态势
（1）家用厨房电器行业经营效益分析
（2）家用厨房电器行业盈利能力分析
（3）家用厨房电器行业营运能力分析
（4）家用厨房电器行业偿债能力分析
（5）家用厨房电器行业发展能力分析
2.1.4 中国家用厨房电器行业发展趋势
2.2 中国电饭煲行业发展状况分析
2.2.1 中国电饭煲行业发展概况
2.2.2 中国电饭煲行业发展特点
2.2.3 电饭煲行业生产情况
2.2.4 电饭煲行业销售情况
2.3 中国电饭煲进出口市场分析
2.3.1 电饭煲行业出口情况
（1）行业出口总体情况
（2）行业出口产品结构
2.3.2 电饭煲行业进口情况分析
（1）行业进口总体情况
（2）行业进口产品结构
第3章：电饭煲行业市场环境分析
3.1 行业政策环境分析
3.1.1 行业相关政策动向
3.1.2 行业未来发展规划
3.2 行业经济环境分析
3.2.1 国际宏观经济环境分析
3.2.2 国内宏观经济环境分析
3.2.3 行业宏观经济环境
3.3 行业社会需求环境分析

3.3.1 行业需求特征分析
3.3.2 行业需求趋势分析
3.4 行业贸易环境分析
3.4.1 行业贸易环境发展现状
3.4.2 行业贸易环境发展趋势
3.4.3 应对国际贸易环境变化的策略
3.5 行业技术环境分析
3.5.1 行业技术水平发展现状
3.5.2 行业技术水平发展趋势
3.6 金融危机对行业发展的影响
3.6.1 金融危机与行业的关系
3.6.2 金融危机对行业的影响
3.6.3 金融危机对关联行业的影响
第4章：电饭煲行业市场竞争状况分析
4.1 国际市场竞争状况分析
4.1.1 国际电饭煲市场发展状况
4.1.2 国际电饭煲市场竞争状况
4.1.3 国际电饭煲市场发展趋势
4.2 跨国公司在华市场投资布局
4.2.1 飞利浦在华市场投资布局
4.2.2 松下在华市场投资布局
4.2.3 日立在华市场投资布局
4.2.4 三洋在华市场投资布局
4.2.5 东芝在华市场投资布局
4.3 国内电饭煲市场竞争状况分析
4.3.1 行业五力竞争模型
（1）行业上游议价能力
（2）行业下游议价能力
（3）行业新进入者威胁
（4）行业替代品威胁
（5）行业竞争格局
4.3.2 行业区域市场品牌竞争格局
（1）全国电饭煲市场品牌占有率
（2）东北电饭煲市场品牌占有率
（3）华北电饭煲市场品牌占有率
（4）华东电饭煲市场品牌占有率
（5）华南电饭煲市场品牌占有率
（6）西北电饭煲市场品牌占有率
（7）西南电饭煲市场品牌占有率
（8）华中电饭煲市场品牌占有率
第5章：电饭煲行业产品市场分析
5.1 行业主要产品结构特征
5.1.1 行业产品结构总体特征
5.1.2 行业产品类别构成变化趋势
5.1.3 行业产品形状构成变化趋势
5.1.4 行业产品容积段构成变化趋势
5.1.5 行业主要品牌市场构成比较
5.2 电饭锅市场分析
5.2.1 电饭锅市场发展概况
5.2.2 电饭锅市场零售情况
（1）零售量和零售额情况
（2）主要品牌零售份额比较
5.2.3 电饭锅产品市场价格走势
5.2.4 电饭锅产品存在的质量问题
5.2.5 电饭锅产品市场发展趋势分析
5.3 普通型电饭煲市场分析
5.3.1 普通型电饭煲市场发展概况
5.3.2 普通型电饭煲市场零售情况
（1）零售量和零售额情况

（2）主要品牌零售份额比较
5.3.3 普通型电饭煲产品价格走势
5.3.4 普通型电饭煲市场发展趋势
5.4 电脑型电饭煲市场分析
5.4.1 电脑型电饭煲市场发展概况
5.4.2 电脑型电饭煲市场零售情况
（1）零售量和零售额情况
（2）主要品牌零售份额比较
5.4.3 电脑型电饭煲产品价格走势
5.4.4 电脑型电饭煲市场发展趋势
第6章：中国电饭煲行业市场营销分析
6.1 中国电饭煲行业销售渠道分析
6.1.1 行业产品主要销售渠道分析
（1）百货商场
（2）综合超市
（3）家电连锁
（4）其他新兴渠道
6.1.2 行业产品零售渠道竞争格局
（1）总体格局比较
（2）不同渠道零售份额
（3）主要品牌网络覆盖率
6.2 电饭煲企业营销策略分析
6.2.1 产品营销策略
6.2.2 价格营销策略
6.2.3 渠道营销策略
6.2.4 促销营销策略
6.3 中国电饭煲行业营销案例分析
6.3.1 美的营销案例
（1）品牌定位
（2）产品定位
（3）广告策略
（4）传播计划
6.3.2 格兰仕营销案例
（1）品牌定位
（2）产品定位
（3）营销战略
第7章：电饭煲行业主要企业生产经营分析
7.1 电饭煲企业发展总体状况分析
7.2 电饭煲行业重点企业个案分析
7.2.1 美的集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业组织架构分析
（4）企业产品结构及新产品动向
（5）企业销售渠道与网络
（6）企业经营状况优劣势分析
（7）企业投资兼并与重组分析
（8）企业最新发展动向分析
7.2.2 浙江苏泊尔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）企业经营状况优劣势分析
（10）企业投资兼并与重组分析

（11）企业最新发展动向分析
7.2.3 佛山市南海TCL家用电器有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
7.2.4 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）企业经营情况分析
（3）企业组织架构分析
（4）企业产品结构及新产品动向
（5）企业销售渠道与网络
（6）企业经营状况优劣势分析
（7）企业最新发展动向分析
7.2.5 广东半球实业集团公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业投资兼并与重组分析
7.2.6 尚朋堂（广州）电器有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
7.2.7 广东容声电器股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业投资兼并与重组分析
7.2.8 广东威王集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业组织架构分析
（4）企业产品结构及新产品动向
（5）企业销售渠道与网络
（6）企业经营状况优劣势分析
（7）企业最新发展动向分析
7.2.9 茂名市三角电器有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
7.2.10 广东鸿智智能科技股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业组织架构分析
（4）企业产品结构及新产品动向
（5）企业销售渠道与网络
（6）企业经营状况优劣势分析
（7）企业最新发展动向分析
7.2.11 广东创威电器有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析
（3）企业组织架构分析
（4）企业产品结构及新产品动向
（5）企业销售渠道与网络
（6）企业经营状况优劣势分析
7.2.12 浙江爱仕达电器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）企业主要职能部门及工作职责
（8）企业产品结构分析
（9）企业经营模式分析
（10）企业经营状况优劣势分析
（11）企业投资兼并与重组分析
（12）企业最新发展动向分析
7.2.13 格力电器（中山）小家电制造有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
7.2.14 浙江奔腾电器股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
7.2.15 杭州松下厨房电器有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
第8章：电饭煲行业发展趋势分析与预测
8.1 中国电饭煲行业投资风险
8.1.1 电饭煲行业政策风险
8.1.2 电饭煲行业技术风险
8.1.3 电饭煲行业供求风险
8.1.4 电饭煲行业宏观经济波动风险
8.1.5 电饭煲行业关联产业风险
8.1.6 电饭煲行业产品结构风险
8.1.7 企业生产规模及所有制风险
8.1.8 电饭煲行业其他风险
8.2 电饭煲行业投资特性分析
8.2.1 电饭煲行业进入壁垒分析
8.2.2 电饭煲行业盈利模式分析
8.2.3 电饭煲行业盈利因素分析
8.3 中国电饭煲行业发展趋势
8.3.1 中国电饭煲行业发展趋势分析
8.3.2 中国电饭煲行业发展前景预测

图表目录

图表1：电饭煲行业产业链情况
图表2：城镇居民人均可支配收入和农村居民人均现金收入实际增长率（单位：%）
图表3：纳瑟姆曲线
图表4：中国农村和城镇人口比重（单位：%）
图表5：社会消费品零售总额城乡构成（单位：%）
图表6：中国人口年龄结构分析（单位：%）
图表7：社会消费品零售总额与GDP增长变化（单位：%）
图表8：消费者信心指数走势（单位：%）
图表9：社会消费品零售总额单月名义和实际同比增速（单位：%）
图表10：各省社会消费品零售总额同比增速（单位：%）
图表11：社会消费品零售总额实际增速与最终消费支出贡献GDP（单位：%）
图表12：主要不锈钢厂产量变动（单位：吨）
图表13：中国涂层板月度产量走势图（单位：万吨，%）
图表14：国内主要城市1.0*1250*C镀锌板行情走势（单位：元/吨）
图表15：各月份精炼铜产量及同比增速变化（单位：万吨，%）
图表16：长江现货铜价格变化（单位：元/吨）
图表17：LME期铜价格变化及库存变化（单位：吨，美元/吨）
图表18：沪铝价格走势（单位：元/吨）
图表19：中国家用厨房电器行业销售规模变化趋势图（单位：亿元，%）
图表20：家用厨房电器行业经营效益分析（单位：万元，%）
图表21：家用厨房电器行业盈利能力分析（单位：%）
图表22：家用厨房电器行业运营能力分析（单位：次）
图表23：家用厨房电器行业偿债能力分析（单位：%，倍）
图表24：家用厨房电器行业发展能力分析（单位：%）
图表25：中国电饭煲累计产量及同比增长情况（单位：万个，%）
图表26：2013中国电饭煲累计产量及同比增长情况（单位：万个，%）
图表27：中国电饭煲月度产量及同比增长情况（单位：万个，%）
图表28：中国电饭煲月度产量及同比增长情况（单位：万个，%）
图表29：中国电饭煲分地区累计产量及同比增长情况（单位：万个，%）
图表30：中国电饭煲分地区累计产量及同比增长情况（单位：万个，%）
图表31：中国电饭煲月度销量及同比增长情况（单位：万个，%）
图表32：中国电饭煲分城市级别市场环比增长比较（单位：%）
图表33：中国电饭煲分城市级别市场同比增长比较（单位：%）
图表34：中国电饭煲分渠道类别市场环比增长比较（单位：%）
图表35：中国电饭煲分渠道类别市场同比增长比较（单位：%）
图表36：中国电饭煲分产品种类市场环比增长比较（单位：%）
图表37：中国电饭煲分产品种类市场同比增长比较（单位：%）
图表38：中国电饭煲分产品形状市场环比增长比较（单位：%）
图表39：中国电饭煲分产品形状市场同比增长比较（单位：%）
图表40：中国电饭煲分容积段市场环比增长比较（单位：%）
图表41：中国电饭煲分容积段市场同比增长比较（单位：%）
图表42：中国电饭煲行业月度出口额走势图（单位：万美元）
图表43：中国电饭煲行业月度出口数量走势图（单位：万个）
图表44：中国电饭煲行业月度主要出口产品结构表（单位：万美元，万个）
图表45：中国电饭煲行业月度进口额走势图（单位：万美元）
图表46：中国电饭煲行业月度进口数量走势图（单位：个）
图表47：中国电饭煲行业月度主要进口产品结构表（单位：万美元，个）
图表48：欧洲主要国家及五国债务状况（单位：亿欧元，%）
图表49：各国紧缩计划主要内容及目标
图表50：美国经济引擎——消费增长（单位：%）
图表51：日德经济引擎——出口反弹（单位：%）
图表52：主要国家经济复苏情况-GDP同比（单位：%）
图表53：2017-2022年GDP和三次产业累计增长速度（单位：%）
图表54：2017-2022年工业增加值月度增长速度（单位：%）
图表55：2017-2022年固定资产投资和房地产开发投资累计增速走势（单位：%）

图表56：2017-2022年社会消费品零售额月度增长速度势（单位：%）
图表57：2017-2022年CPI和PPI月度涨幅
图表58：2017-2022年月度外贸进出口增长速度（单位：亿美元，%）
图表59：2017-2022年货币月度供应量增长速度（单位：%）
图表60：家电下乡产品分布情况（单位：种）
图表61：中国电饭煲行业品牌占有率对比（单位：%）
图表62：中国电饭煲行业品牌占有率对比（单位：%）
图表63：2017-2022年中国电饭煲行业主要品牌零售量份额变化趋势（单位：%）
图表64：2017-2022年中国电饭煲行业主要品牌零售额份额变化趋势（单位：%）
图表65：主要品牌零售量份额比较（分产品种类）（单位：%）
图表66：全国电饭煲市场占有率及均价（单位：%，元）
图表67：东北电饭煲市场占有率及均价（单位：%，元）
图表68：华北电饭煲市场占有率及均价（单位：%，元）
图表69：华东电饭煲市场占有率及均价（单位：%，元）
图表70：华南电饭煲市场占有率及均价（单位：%，元）
图表71：西北电饭煲市场占有率及均价（单位：%，元）
图表72：西南电饭煲市场占有率及均价（单位：%，元）
图表73：华中电饭煲市场占有率及均价（单位：%，元）
图表74：电饭煲产品结构对比（单位：%）
图表75：电饭煲产品结构对比（单位：%）
图表76：2017-2022年行业分产品类别市场零售量构成变化趋势（单位：%）
图表77：2017-2022年行业分产品类别市场零售额构成变化趋势（单位：%）
图表78：2017-2022年行业电脑型分产品形状市场零售量构成变化趋势（单位：%）
图表79：2017-2022年行业电脑型分产品形状市场零售额构成变化趋势（单位：%）
图表80：2017-2022年行业分容积段市场零售量构成变化趋势（单位：%）
图表81：2017-2022年行业分容积段市场零售额构成变化趋势（单位：%）
图表82：主要品牌市场零售量分产品类型构成比较（单位：%）
图表83：主要品牌市场零售量分容积段构成比较（单位：%）
图表84：电饭锅主要品牌零售量份额比较（单位：%）
图表85：2017-2022年电饭锅价格走势（单位：元/台）
图表86：普通型电饭煲主要品牌零售量份额比较（单位：%）
图表87：2017-2022年普通型电饭煲价格走势（单位：元/台）
图表88：电脑型电饭煲主要品牌零售量份额比较（单位：%）
图表89：2017-2022年电脑型电饭煲价格走势（单位：元/台）
图表90：中国电饭煲行业不同渠道竞争格局比较（单位：%）
图表91：中国电饭煲行业不同渠道零售量份额变化趋势（单位：%）
图表92：中国电饭煲行业不同渠道零售额份额变化趋势（单位：%）
图表93：中国电饭煲行业主要品牌网络覆盖率（单位：%）
图表94：中国电饭煲行业工业总产值、销售收入和利润前十名企业
图表95：电饭煲行业工业总产值（现价）前十位企业（单位：万元）
图表96：中国电饭煲行业企业产品销售收入与利润总额（单位：万元）
图表97：电饭煲行业企业新产品产值（单位：万元）
图表98：美的集团有限公司的产品结构
图表99：美的集团有限公司部分电饭煲产品与功能
图表100：美的集团有限公司优劣分析
图表101：浙江苏泊尔股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图
图表102：浙江苏泊尔股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表103：浙江苏泊尔股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）
图表104：2017-2022年浙江苏泊尔股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表105：2017-2022年浙江苏泊尔股份有限公司主营业务分行业、产品情况表（单位：万元，%）
图表106：2017-2022年浙江苏泊尔股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表107：2017-2022年浙江苏泊尔股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表108：2017-2022年浙江苏泊尔股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表109：浙江苏泊尔股份有限公司的产品结构（单位：%）
图表110：浙江苏泊尔股份有限公司产品销售区域分布（单位：%）
图表111：浙江苏泊尔股份有限公司优劣分析
图表112：佛山市南海TCL家用电器有限公司优劣分析
图表113：广东格兰仕集团有限公司组织架构图
图表114：广东格兰仕集团有限公司优劣分析

图表115：广东半球实业集团公司优劣分析
图表116：尚朋堂（广州）电器有限公司优劣分析
图表117：广东容声电器股份有限公司优劣分析
图表118：广东威王集团有限公司优劣分析
图表119：茂名市三角电器有限公司优劣分析
图表120：湛江鸿智电器有限公司组织架构图

……略

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！