

# 2018-2023年中国厨房电器 市场监测及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2018-2023年中国厨房电器市场监测及投资前景研究报告》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/report/S027168OD6.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2018-07-25

【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《2018-2023年中国厨房电器市场监测及投资前景研究报告》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。

家用电器（HEA）主要指在家庭及类似场所中使用的各种电器和电子器具。又称民用电器、日用电器。家用电器使人们从繁重、琐碎、费时的家务劳动中解放出来，为人类创造了更为舒适优美、更有利于身心健康的生活和工作环境，提供了丰富多彩的文化娱乐条件，已成为现代家庭生活的必需品。

随着家电下乡并伴着“高端家电”商品的多样化、系列化，特别是消费者在收入增加的同时开始关注提高自己的生活质量与品位时，“高端家电”似乎也走下了“神坛”，进入越来越多的普通消费者的家中，更多的消费者成为了“高端家电”商品的消费群体，开始享受“高端家电”生活。

据博思数据发布的《2018-2023年中国厨房电器市场监测及投资前景研究报告》表明：2018年上半年我国家用电器和音像器材类商品零售达4282.5亿元，累计增长10.6%。

指标	2018年6月	2018年5月	2018年4月	2018年3月	2018年2月	家用电器和音像器材类商品零售类值_当期值(亿元)	家用电器和音像器材类商品零售类值_累计值(亿元)	家用电器和音像器材类商品零售类值_同比增长(%)	家用电器和音像器材类商品零售类值_累计增长(%)
家用电器和音像器材类商品零售类值_当期值(亿元)	919.2	713.4	687.6	746.1		919.2	4282.5	14.3	10.6
家用电器和音像器材类商品零售类值_同比增长(%)	7.6	6.7	15.4			7.6	3366.8	6.7	9.6
家用电器和音像器材类商品零售类值_累计增长(%)							2655.2		10.1
							1972.3		11.4
							1239.2		9.2

2016-2020年我国家用厨房电器制造业市场规模将以年复合增长率4.41%的增速保持增长，2020年市场规模将达到1,415.41亿元，其中大型厨电市场规模（烹饪类）将达到933.23亿元，年复合增长率为4.96%；小型厨电市场规模（烹饪类）将达到294.74亿元，年复合增长率为2.81%；其他厨房电器的市场规模将达到187.44亿元，年复合增长率为4.30%。从结构上看，大型厨电市场规模（烹饪类）占整个家用厨房家电市场比例仍将维持在65%左右。

## 报告目录：

## 第一部分 特许经营概况

### 第一章 特许经营的概念

#### 第一节 特许经营概述

- 一、特许经营的定义
- 二、特许经营的特征分析
- 三、特许经营的优势概括
- 四、特许经营的发展史
- 五、特许经营中的特许者分析

#### 第二节 特许经营的分类

- 一、按特许权授予方式分类
- 二、按特许人与受许人的身份分类
- 三、按特许的内容分类

#### 第三节 特许经营与其他经营方式的区别

- 一、特许经营与连锁经营之间的区别
- 二、特许经营与代理及经销的区别
- 三、特许经营与直销之间的区别
- 四、特许经营与设立分公司之间的区别

## 第二章 2015-2017年世界部分国家或地区的特许经营分析

### 第一节 国际特许经营的模式及战略

- 一、全球特许经营发展概述
- 二、国际特许经营模式
- 三、实施国际特许经营的方法
- 四、国际特许经营的战略研究
- 五、国际特许经营的市场策略剖析

### 第二节 美国的特许经营

- 一、美国的特许经营发展史
- 二、美国特许经营50强情况
- 三、美国特许经营的发展趋势
- 四、美国特许经营的成功经验借鉴

### 第三节 英国的特许经营

- 一、英国的特许经营发展回顾

- 二、英国对其特许经营业的监管
- 三、英国特许经营业的发展经验
- 四、英国快餐业特许经营市场调研
- 五、英国铁路特许经营实施效果差强人意

#### 第四节 日本的特许经营

- 一、日本特许经营快速发展的前提条件
- 二、日本便利店在华特许经营战略浅析
- 三、解析日本特许连锁经营的契约体系
- 四、日本的特许经营法律制度分析
- 五、日本特许经营的新特征和存在的问题分析

#### 第五节 其他国家或地区的特许经营特点

- 一、韩国
- 二、新加坡
- 三、法国
- 四、印度
- 五、西班牙
- 六、越南
- 七、智利
- 八、台湾

### 第三章 2015-2017年中国特许经营发展分析

#### 第一节 2015-2017年中国特许经营发展状况

- 一、各地规范商业特许经营的法规
- 二、2015年中国特许经营发展情况
- 三、2016年中国特许经营发展态势
- 四、2017年我国特许经营发展动态

#### 第二节 中国特许经营连锁100强调查分析

- 一、运行状况
- 二、主要特点
- 三、成本压力
- 四、营销趋势

#### 第三节 《商业特许经营管理条例》实施解读

- 一、中国特许经营迈入规范化轨道
- 二、商业特许经营管理条例的实施成效评析
- 三、政府在特许经营管理方面所做的努力
- 四、中国特许经营已形成一套独有的法律制度

#### 第四节 中国特许经营发展存在的问题

- 一、国内特许经营发展中存在的问题
- 二、中国特许经营市场存在的问题
- 三、发展中国特许经营的挑战
- 四、中国特许经营发展亟待突破“瓶颈”
- 五、中国特许经营发展面临的挑战

#### 第五节 促进中国特许经营发展的对策

- 一、中国特许经营发展壮大的途径
- 二、新形势下特许经营持续发展的思路
- 三、推动特许经营健康发展的对策
- 四、中国特许经营的竞争策略
- 五、特许经营者需转变市场观念

### 第四章 建材家居行业特许经营企业案例分析

#### 第一节 广州尚品宅配家居股份公司

- 一、公司基本简介及发展历史
- 二、公司发展现状
- 三、公司特许门店的目标市场定位
- 四、公司连锁标准店模式的设计
- 五、公司特许经营管理的优势
- 六、公司特许经营管理的问题及建议

#### 第二节 美克国际家居用品股份有限公司

- 一、公司基本简介及发展历史
- 二、公司发展现状
- 三、公司特许门店的目标市场定位
- 四、公司连锁标准店模式的设计
- 五、公司特许经营管理的优势
- 六、公司特许经营管理的问题及建议

### 第三节 东易日盛家居装饰集团股份有限公司

- 一、公司基本简介及发展历史
- 二、公司发展现状
- 三、公司特许门店的目标市场定位
- 四、公司连锁标准店模式的设计
- 五、公司特许经营管理的优势
- 六、公司特许经营管理的问题及建议

### 第四节 北京业之峰诺华装饰股份有限公司

- 一、公司基本简介及发展历史
- 二、公司发展现状
- 三、公司特许门店的目标市场定位
- 四、公司连锁标准店模式的设计
- 五、公司特许经营管理的优势
- 六、公司特许经营管理的问题及建议

### 第五节 北京元洲装饰有限责任公司

- 一、公司基本简介及发展历史
- 二、公司发展现状
- 三、公司特许门店的目标市场定位
- 四、公司连锁标准店模式的设计
- 五、公司特许经营管理的优势
- 六、公司特许经营管理的问题及建议

## 第二部分 行业发展状况

### 第五章 我国厨房电器行业发展现状分析

#### 第一节 我国厨房电器行业发展分析

- 一、行业发展阶段
- 二、行业发展特点分析

#### 第二节 2016-2017年我国厨房电器行业发展现状

- 一、行业发展分析
- 二、行业企业发展分析
- 三、产品发展趋势预测
- 1、产品发展新动态

2、技术新动态

3、产品发展趋势预测

### 第三节 2015-2017年我国厨房电器市场供需分析

一、我国行业供给情况

1、行业市场供给分析

2、行业供给影响因素

3、重点企业占有份额

二、我国行业需求情况

1、行业市场需求分析

2、行业需求影响因素

3、行业需求结构分析

### 第四节 我国厨房电器市场价格走势分析

一、市场定价机制组成

二、市场价格影响因素

三、价格走势分析

## 第六章 2017年我国厨房电器行业产业链分析

### 第一节 厨房电器行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

### 第二节 厨房电器上游行业调研

一、上游行业结构

二、上游行业发展现状

三、2018-2024年厨房电器上游行业发展趋势

四、上游供给对行业的影响

### 第三节 厨房电器下游行业调研

一、下游行业分布

二、下游行业发展现状

三、2018-2024年厨房电器下游行业发展趋势

四、下游需求对行业的影响

### 第三部分 行业竞争分析

#### 第七章 中国厨房电器行业竞争形势及策略

##### 第一节 厨房电器行业总体市场竞争状况分析

###### 一、厨房电器行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

###### 二、厨房电器行业企业间竞争格局分析

- 1、不同地域企业竞争格局
- 2、不同规模企业竞争格局
- 3、不同所有制企业竞争格局

###### 三、厨房电器行业集中度分析

- 1、市场集中度分析
- 2、企业集中度分析
- 3、区域集中度分析

###### 四、厨房电器行业SWOT分析

- 1、行业优势分析
- 2、行业劣势分析
- 3、行业机会分析
- 4、行业威胁分析

##### 第二节 中国厨房电器行业竞争格局综述

- 一、行业竞争程度
- 二、行业竞争格局
- 三、业未来竞争格局和特点
- 四、市场进入及竞争对手分析

#### 第八章 中国厨房电器行业重点品牌竞争格局（需根据中国建材家居网品牌大全做相应调整）

##### 第一节 老板

- 一、企业发展概况

## 二、企业产品结构

## 三、企业经销商分布情况

## 四、企业特许经营情况

### 1、企业特许经营概况

### 2、企业特许加盟细则

## 五、企业优势与劣势分析

## 第二节 方太

### 一、企业发展概况

## 二、企业产品结构

## 三、企业经销商分布情况

## 四、企业特许经营情况

### 1、企业特许经营概况

### 2、企业特许加盟细则

## 五、企业优势与劣势分析

## 第三节 华帝

### 一、企业发展概况

## 二、企业产品结构

## 三、企业经销商分布情况

## 四、企业特许经营情况

### 1、企业特许经营概况

### 2、企业特许加盟细则

## 五、企业优势与劣势分析

## 第四节 海尔

### 一、企业发展概况

## 二、企业产品结构

## 三、企业经销商分布情况

## 四、企业特许经营情况

### 1、企业特许经营概况

### 2、企业特许加盟细则

## 五、企业优势与劣势分析

## 第五节 德意

### 一、企业发展概况

## 二、企业产品结构

## 三、企业经销商分布情况

## 四、企业特许经营情况

### 1、企业特许经营概况

### 2、企业特许加盟细则

## 五、企业优势与劣势分析

## 第六节 帅康

### 一、企业发展概况

## 二、企业产品结构

## 三、企业经销商分布情况

## 四、企业特许经营情况

### 1、企业特许经营概况

### 2、企业特许加盟细则

## 五、企业优势与劣势分析

## 第七节 万和

### 一、企业发展概况

## 二、企业产品结构

## 三、企业经销商分布情况

## 四、企业特许经营情况

### 1、企业特许经营概况

### 2、企业特许加盟细则

## 五、企业优势与劣势分析

## 第八节 能率

### 一、企业发展概况

## 二、企业产品结构

## 三、企业经销商分布情况

## 四、企业特许经营情况

### 1、企业特许经营概况

### 2、企业特许加盟细则

## 五、企业优势与劣势分析

## 第九节 松下

### 一、企业发展概况

- 二、企业产品结构
- 三、企业经销商分布情况
- 四、企业特许经营情况
  - 1、企业特许经营概况
  - 2、企业特许加盟细则
- 五、企业优势与劣势分析

#### 第十节 A.O.史密斯

- 一、企业发展概况
- 二、企业产品结构
- 三、企业经销商分布情况
- 四、企业特许经营情况
  - 1、企业特许经营概况
  - 2、企业特许加盟细则
- 五、企业优势与劣势分析

### 第四部分 市场供需分析调研

#### 第九章 中国消费者对厨房电器的偏好调查

##### 第一节 厨房电器产品目标客户群体调查

- 一、不同性别消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

##### 第二节 厨房电器产品的品牌市场运营状况分析

- 一、消费者对厨房电器品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对厨房电器产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对厨房电器品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、厨房电器品牌忠诚度调查
- 六、厨房电器品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

##### 第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

## 第十章 中国厨房电器互联网消费市场调研

### 第一节 厨房电器互联网供求分析

一、厨房电器互联网供求情况

二、厨房电器互联网供求分析

三、2017年厨房电器十大品牌

### 第二节 厨房电器互联网交易属性分析

一、厨房电器互联网交易分类

二、厨房电器互联网交易属性分析

### 第三节 厨房电器互联网营销属性分析

一、厨房电器互联网营销属性情况

二、厨房电器互联网营销属性分析

### 第四节 厨房电器价格带分析

一、厨房电器价格带情况

二、厨房电器价格带分析

### 第五节 厨房电器互联网交易排行分析

一、厨房电器互联网搜索排行榜

1、前十名厨房电器热搜榜和上升榜

2、厨房电器互联网搜索排行榜分析

二、厨房电器互联网交易产品排行榜

1、前十名厨房电器热搜榜和上升榜

2、厨房电器互联网交易产品排行榜分析

三、厨房电器互联网交易公司排行榜

1、前十名厨房电器热搜榜和上升榜

2、厨房电器互联网交易公司排行榜分析

四、厨房电器互联网交易公司排行榜

1、前十名厨房电器热搜榜和上升榜

2、厨房电器互联网交易公司排行榜分析

## 第十一章 厨房电器行业渠道分析

## 第一节 厨房电器产品主流渠道形式

## 第二节 厨房电器各类渠道要素对比

## 第三节 厨房电器行业销售渠道变化趋势

## 第十二章 我国厨房电器行业区域市场调研

### 第一节 厨房电器市场销额区域结构分析

#### 一、产品销额区域集中度分析

#### 二、产品销额区域分布特点分析

#### 三、产品销额区域分布变化分析

### 第二节 2017年我国厨房电器市场销额重点区域市场调研

#### 一、东北地区市场调研

##### 1、地区市场规模分析

##### 2、重点省市分析

#### 二、华北地区市场规模分析

##### 1、地区市场规模分析

##### 2、重点省市分析

#### 三、华东地区市场规模分析

##### 1、地区市场规模分析

##### 2、重点省市分析

#### 四、华中地区市场规模分析

##### 1、地区市场规模分析

##### 2、重点省市分析

#### 五、华南地区市场规模分析

##### 1、地区市场规模分析

##### 2、重点省市分析

#### 六、西北地区市场规模分析

##### 1、地区市场规模分析

##### 2、重点省市分析

#### 七、西南地区市场规模分析

##### 1、地区市场规模分析

##### 2、重点省市分析

## 第五部分 趋势预测展望

### 第十三章 2018-2024年我国厨房电器行业前景及趋势预测

#### 第一节 2018-2024年厨房电器市场趋势预测

- 一、2018-2024年厨房电器市场发展潜力
- 二、2018-2024年厨房电器市场趋势预测展望
- 三、2018-2024年厨房电器细分行业趋势预测分析

#### 第二节 2018-2024年厨房电器市场发展趋势预测

- 一、2018-2024年厨房电器行业发展趋势
- 二、2018-2024年厨房电器市场规模预测
- 三、2018-2024年厨房电器细分市场发展趋势预测

#### 第三节 2018-2024年厨房电器行业产销预测

- 一、2018-2024年厨房电器行业产量预测
- 二、2018-2024年厨房电器行业销量预测
- 三、2018-2024年厨房电器行业产销平衡预测

### 第十四章 中国厨房电器行业特许经营趋势分析

#### 第一节 中国厨房电器行业特许经营前景展望

- 一、中国特许经营市场潜力巨大
- 二、中国特许经营未来前景可期
- 三、中国特许经营发展的机遇

#### 第二节 中国厨房电器行业特许经营发展趋势预测

- 一、2018-2024年中国特许经营发展预测分析
- 二、国内特许经营发展的趋势分析
- 三、中国特许经营发展的几大方向

#### 第三节 中国厨房电器行业特许经营具体发展表现

- 一、形式和行业领域的发展
- 二、竞争和管理的发展
- 三、经济形式的发展

## 第六部分 投资前景研究

### 第十五章 2018-2024年厨房电器行业投资前景研究

#### 第一节 厨房电器行业投资特性分析

一、行业进入壁垒分析

二、行业盈利因素分析

三、行业盈利模式分析

第二节 2018-2024年厨房电器行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 厨房电器行业投资情况

一、2017年总体投资结构

二、2017年投资规模情况

三、2017年投资增速情况

四、2017年分地区投资分析

第四节 2018-2024年厨房电器行业投资机会分析

一、国内重点区域投资机会

二、产业链投资机会

三、细分行业投资机会

第五节 2018-2024年厨房电器行业投资前景及防范

一、原材料价格波动风险及防范

二、市场竞争风险及防范

三、汇率风险及防范

四、其他风险及防范

第六节 2018-2024年厨房电器行业发展建议

一、行业未来发展方向

二、行业主要投资建议

1、抓住区域投资机会

2、把握投资的方向

3、确定投资渠道

第十六章 厨房电器行业特许经营的投资前景研究分析

第一节 厨房电器行业概况及机会

一、特许经营的投资概况

二、特许经营的投资机会

第二节 厨房电器行业投资前景

- 一、特许经营中常见的投资误区
- 二、特许方和加盟方的风险
- 三、特许经营扩张中的风险
- 四、特许经营中潜伏的风险
- 五、特许经营面临的法律风险探究

### 第三节 厨房电器行业投资建议

- 一、特许经营创业的考虑要素
- 二、特许经营模式的有效经营
- 三、把握特许经营的市场定位
- 四、特许经营投资规划建议总结

### 第四节 厨房电器行业民间资本投资特许经营现状

- 一、中国民企积极试水特许经营
- 二、特许经营成民资首选投资对象
- 三、民间资本进入特许经营亟待扫清障碍
- 四、民间资本PPP项目的实践与风险探析

#### 图表目录：

图表：厨房电器产业链分析

图表：厨房电器行业盈利影响因素

图表：厨房电器发展相关规划

图表：厨房电器行业竞争格局

图表：国际厨房电器市场规模

图表：国际厨房电器生命周期

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：2014-2017年中国厨房电器市场规模

图表：2014-2017年我国厨房电器需求情况

图表：2017年我国厨房电器主要细分市场结构图

图表：“十三五”期间中国第三产业增速预测

图表：&ldquo;十三五&rdquo;期间中国互联网行业增速预测

图表：&ldquo;十三五&rdquo;期间中国厨房电器行业发展规模预测

图表：&ldquo;十三五&rdquo;期间中国厨房电器行业发展趋势预测

图表：2018-2024年中国互联网经济整体规模

图表：2018-2024年我国厨房电器主要细分市场结构趋势

图表：2018-2024年中国厨房电器市场规模预测

图表：2014-2017年华东地区GDP增速

图表：2014-2017年华东地区市场规模

图表：2014-2017年华东地区行业相关政策

图表：2014-2017年华南地区GDP增速

图表：2014-2017年华南地区市场规模

图表：2014-2017年华南地区行业相关政策

图表：2014-2017年华北地区GDP增速

图表：2014-2017年华北地区市场规模

图表：2014-2017年华北地区行业相关政策

图表：2014-2017年华中地区GDP增速

图表：2014-2017年华中地区市场规模

图表：2014-2017年华中地区行业相关政策

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/S027168OD6.html>