

2010年中国热水器市场评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2010年中国热水器市场评估报告》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.abaogao.com/b/taiyangneng/006189E57Y.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

[b]2010年中国[b]热水器[b]市场评估报告 内容介绍：[/b]

经过20多年的发展，整个热水器行业已经从最初的小而少发展到现在的大而多，产品类型也随着技术的不断成熟由最初的燃气热水器独领风骚发展到今天的燃气式、电热式、太阳能等多种类型。近年来，随着人民生活水平的不断提高，特别是居家装修的兴起，人们开始对热水器行业也提出了更高的要求。

据了解，目前我国市场上的主流热水器仍是储水式、燃气式和太阳能热水器，但它们都有本身无法克服的缺陷。燃气热水器污染环境，直排式还不大安全；储水式电热水器体积庞大占空间，预热时间长，外形粗笨影响美观，洗浴时间受容量限制，保温和加热多余的热水耗费大量电能；而太阳能热水器易受气候、成本及安装条件影响，城市楼宇也很难满足安装要求。这些有待改进的缺陷，或多或少地影响了它们的市场前程。

2007年底，国家环保总局颁布的《环境标志产品技术要求家用太阳能热水系统》和《环境标志产品技术要求太阳能集热器》两大技术标准正式开始实施，标准的实施将有利于太阳能行业长期发展，环保不达标、产品质量低劣的企业将被淘汰出局，同时，节能减排事业、强制安装政策等都将为2008年太阳能热水器行业发展提供了良好的发展机遇。

本报告主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国务院发展研究中心、中国家电协会、国家经济信息中心、全国商业信息中心、中国五金制品协会、国内外相关报刊杂志的基础信息以及家电行业专业研究单位等公布和提供的大量资料，对中国热水器发展分析[/b]

第一节 电热水器新国标带来新变化

- 一、性能新国标对节能耐用进行分等分级
- 二、安装新国标不允许无可靠接地的安装
- 三、安全新国标增加了可选的附录AA
- 四、新国标正确解读很重要

第二节 中国电热水器发展现状分析

- 一、电热水器再掀技术战
- 二、即热式电热水器市场或将启动
- 三、电热水器消费将跨入安全时代
- 四、国内电热水器已进入寡头竞争时代

第三节 东北电热水器一二级市场对比分析

- 一、黑龙江

二、吉林

三、辽宁

第四节 快速电热水器发展分析

第五节 不同电热水器厂商市场份额及实力分析

一、国内大型家电制造商

二、在国内设厂的外资家电制造商

三、本土老牌专业电热水器制造商

四、本土小型电热水器厂家

五、纯进口电热水器产品

第六节 电热水器市场发展趋势

一、热水器市场潜力巨大

二、储水式电热水器已步入下坡路

三、快速式电热水器将成市场主流

第七节 中小品牌电热水器之出路分析

[b]第五章 中国燃气热水器发展分析[/b]

第一节 中国燃气热水器发展现状分析

一、燃气热水器占市场总量57.4%

二、燃气热水器市场洗牌在即20%不合格品将淘汰

三、冷凝技术将主导燃气热水器市场

第二节 燃气热水器市场导向分析

一、市场进入成熟期

二、安全节能逐成市场导向

三、消费档次明显提升

四、“两万”产品主导燃气热水器市场

[b]第六章 中国太阳能热水器发展分析[/b]

第一节 中国太阳能热水器发展现状分析

一、影响太阳能热水器发展的因素

二、太阳能热水器的工程化促进了其快速发展

三、太阳能热水器发展速度不断加快

第五节 太阳能热水器品牌分析

一、企业品牌

二、产品品牌

三、服务品牌

第六节 太阳能热水器的营销环境分析

一、行业分析

二、政策分析

三、市场分析

四、技术分析

第七节 我国太阳能热水器的销售模式分析

第八节 太阳能热水器的营销创新分析

一、产品创新

二、渠道创新

三、定位和促销创新

第九节 太阳能热水器市场存在的问题分析

一、杂牌军侵蚀朝阳行业

二、太阳能“孤儿”数量惊人

三、七成产品“先天残疾”

四、“短命”产品贻患无穷

五、热水不够用成新焦点

第十节 太阳能热水器行业需要竞合精神

一、竞合内涵

二、战略竞合

三、终端竞合

第十一节 中国太阳能热水器发展分析[/b]

第一节 空气源热水器产品特征及市场应用

一、产品特征及市场应用

二、机组构成及运行模式

第二节 空气源热水器市场分析

第三节 空气源热水器应主攻高端市场

第四节 空气源热水器营销分析

一、抓住时机乘势而上

二、目标明确循序渐进

三、因地制宜以变应变

四、准确定位、顺势推动

[b]第八章 中国城市居民家庭热水器消费习惯分析[/b]

第一节 中国城市居民家庭热水器购买地点选择

第二节 促销行为对城市热水器销售的影响分析

第三节 中国城市居民家庭热水器消费行为特性分析

一、最终购买决策前采取的行动

二、购买行为分析

三、消费者希望了解的热水器产品信息

第四节 中国城市居民家庭热水器信息来源渠道分析

一、产品信息来源渠道

二、消费者最常收看的电视台

三、消费者对中央电视台其他频道收看的频次比例

四、消费者最常阅读的报纸类别

五、12个超大城市的居民通常阅读最多的报纸种类

六、消费者阅读最多的几类杂志

七、消费者最常收听的广播电台

第五节 中国城市居民家庭预期购买的热水器产品特征分析

一、预期购买的产品类型

二、预期购买的热水器外观主色调

三、预期购买的热水器容积状况

四、城市居民家庭对预期购买的热水器性能指标重视程度

五、城市居民家庭对预期购买的热水器的产地选择

六、城市居民家庭对热水器的预期支付价格

七、预期购买电热水器的城市居民家庭不选择燃气热水器的原因

八、预期购买燃气热水器的城市居民家庭不选择电热水器的原因

九、预期购买燃气热水器的城市居民家庭对强排式热水器的了解程度

[b]第九章 热水器行业重点企业经营分析[/b]

第一节 广东万家乐股份有限公司

一、公司简介

二、2009-2010年财务分析

三、公司未来的发展展望

第二节 青岛海尔股份有限公司

一、公司简介

二、2009-2010年财务分析

三、公司未来的发展展望

第三节 中山华帝燃具股份有限公司

一、公司简介

二、2009-2010年财务分析

三、公司未来发展规划和展望

第四节 广东美的电器股份有限公司

一、公司简介

二、2009-2010年财务分析

三、公司未来的发展展望

第五节 成都前锋电子股份有限公司

一、公司简介

二、2009-2010年财务分析

三、公司未来的发展展望

第六节 合肥美菱股份有限公司

一、公司简介

二、2009-2010年财务分析

三、公司未来的发展展望

第七节 其他重点企业

一、广东万和集团有限公司

二、皇明太阳能集团有限公司

三、艾欧史密斯发展趋势及相关建议

第一节 中国热水器发展趋势

一、智能化运用是热水器技术发展的趋势

二、燃气热水器现代技术发展趋势

第三节 中国热水器行业发展趋势

一、未来太阳能热水器发展趋势

二、未来燃气热水器行业发展趋势

三、快速电热水器市场发展趋势

第四节 新国标下挑选热水器的几点建议

第五节 中国太阳能热水器(太阳能热水器市场分析)市场发展的政策建议

部分图表目录

图表 2009年2-12月全国燃气热水器产量及增长情况

图表 2009年2-12月全国电淋浴器产量及增长情况

图表 2010年2-6月全国燃气热水器产量及增长情况

图表 2010年2-6月全国电淋浴器产量及增长情况

图表 2009年全国电热水器、浸入式液体加热器等电热设备进口总额

图表 2009年全国电热水器、浸入式液体加热器等电热设备出口总额

图表 2009-2010年第一季度广东万家乐股份有限公司主营收入与营业利润

图表 2009-2010年第一季度青岛海尔股份有限公司主营收入与营业利润

图表 2009-2010年第一季度中山华帝燃具股份有限公司主营收入与营业利润

图表 2009-2010年第一季度广东美的电器股份有限公司主营收入与营业利润

图表 2009-2010年第一季度成都前锋电子股份有限公司主营收入与营业利润

图表 2009-2010年第一季度合肥美菱股份有限公司主营收入与营业利润

图表 2009年2-12月吉林燃气热水器产量及增长情况

图表 2009年2-12月江苏燃气热水器产量及增长情况

图表 2009年2-12月广东燃气热水器产量及增长情况

图表 2009年2-12月重庆燃气热水器产量及增长情况

图表 2009年2-12月山西燃气热水器产量及增长情况

图表 2009年2-12月浙江燃气热水器产量及增长情况

图表 2009年2-12月四川燃气热水器产量及增长情况

图表 2009年2-12月天津燃气热水器产量及增长情况

图表 2009年2-12月上海燃气热水器产量及增长情况

图表 2009年2-12月湖南燃气热水器产量及增长情况

图表 2009年2-12月辽宁电淋浴器产量及增长情况

图表 2009年2-12月江苏电淋浴器产量及增长情况

图表 2009年2-3月浙江电淋浴器产量及增长情况

图表 2009年2-12月福建电淋浴器产量及增长情况

图表 2009年2-12月山东电淋浴器产量及增长情况

图表 2009年2-12月湖北电淋浴器产量及增长情况

图表 2009年2-12月湖南电淋浴器产量及增长情况

图表 2009年2-12月广东电淋浴器产量及增长情况

图表 2009年2-12月重庆电淋浴器产量及增长情况

图表 2009年2-12月四川电淋浴器产量及增长情况

图表 2010年2-6月吉林燃气热水器产量及增长情况

图表 2010年2-6月江苏燃气热水器产量及增长情况

图表 2010年2-6月广东燃气热水器产量及增长情况

图表 2010年2-6月重庆燃气热水器产量及增长情况

图表 2010年2-6月山西燃气热水器产量及增长情况

图表 2010年2-6月浙江燃气热水器产量及增长情况

图表 2010年2-6月四川燃气热水器产量及增长情况

图表 2010年2-6月天津燃气热水器产量及增长情况

图表 2010年2-6月上海燃气热水器产量及增长情况

图表 2010年2-6月湖南燃气热水器产量及增长情况

图表 2010年2-6月辽宁电淋浴器产量及增长情况

图表 2010年2-6月江苏电淋浴器产量及增长情况

图表 2010年2-6月浙江电淋浴器产量及增长情况

图表 2010年2-6月福建电淋浴器产量及增长情况

图表 2010年2-6月山东电淋浴器产量及增长情况

图表 2010年2-6月湖北电淋浴器产量及增长情况

图表 2010年2-6月湖南电淋浴器产量及增长情况

图表 2010年2-6月广东电淋浴器产量及增长情况

图表 2010年2-6月重庆电淋浴器产量及增长情况

图表 2010年2-6月四川电淋浴器产量及增长情况

图表 不同升数段电热水器零售量市场份额

图表 城市居民家庭对强排式燃气热水器的了解程度示意图

图表 预期购买燃气热水器的城市居民家庭不选择电热水器的原因示意图

图表 预期购买电热水器的城市居民家庭不选择燃气热水器的原因示意图

图表 城市居民家庭对热水器的预期支付价格示意图

图表 城市居民家庭对预期购买热水器的产地选择对比示意图

图表 城市居民家庭对预期购买的热水器性能指标重视程度示意图

图表 城市居民家庭预期购买的热水器容积段分布状况示意图

图表 城市居民家庭预期购买的热水器外观主色调分布状况示意图

图表 不同热水器类型市场发展潜力对比示意图

图表 城市居民家庭预期购买的热水器类型示意图

图表 预期购买热水器的城市居民家庭最常收听的广播电台状况示意图

图表 12个超大城市的居民家庭阅读最多的报纸种类示意图

图表 预期购买热水器的城市居民家庭最常阅读的报纸类别分布状况示意图

图表 预期购买热水器的城市居民家庭最常收看的中央电视台其他频道状况示意图

图表 预期购买热水器的城市居民家庭最常收看的电视台分布状况示意图

图表 城市居民家庭信息来源渠道示意图

图表 城市居民家庭购买热水器前希望了解的产品信息示意图

图表 城市居民家庭购买热水器的消费行为特征示意图

图表 城市居民家庭对热水器最终购买决策前采取的行动示意图

图表 促销行为对不同的消费群体产生的影响差异对比示意图

图表 城市居民家庭热水器购买地点选择状况示意

图表 太阳能热水器提供的热水量是否够用比例图

图表 中国冷、热水使用比例

图表 欧美国家冷、热水使用比例

图表 辽宁省一二级城市部分终端电热水器主销品牌

图表 吉林省一二级城市部分终端电热水器主销品牌

图表 黑龙江一二级城市部分终端电热水器主销品牌

图表 东北一级市场电热水器畅销产品品牌及型号

图表 电热水器主要性能指标分级标准

图表 燃气热水器和电热水器销售比例图

图表 不同排水量燃气热水器市场份额图

图表 不同容量段的电热水器市场份额图

图表 太阳能热水器满足用户热水需求情况

图表 太阳能热水器一年中使用期限的调查

图表 用户对太阳能热水器服务的评价

图表 用户对太阳能热水器二次购买率

图表 用户对太阳能使用的整体评价

图表 各类热水器当前使用及未来购买情况

图表 燃气热水器和电热水器的用户的忠诚度对比图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/taiyangneng/006189E57Y.html>