

2022-2028年中国养生小家电市场运行动态分析及投资前景战略研究报告

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

《2022-2028年中国养生小家电市场运行动态分析及投资前景战略研究报告》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.abaogao.com/b/xiaojiadian/441043SDH5.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

2019年线上养生壶品类的均价为139元，其余主要品牌价格段分布在150~250元之间，北鼎产品定价远高于小熊、美的、苏泊尔等同类竞品，是国内养生壶行业中唯一均价在千元以上的品牌。其高端的定位路线虽然牺牲了部分受众群体，但在高端市场上为公司减少了竞争对手，带来了很高的利润水平。线上市场主要养生壶品牌价格段比较

从19年线上市场的销额份额来看，国内各主要品牌中美的市占率相对较高，为15.4%，北鼎市占率较小在2.5%左右，其他品牌合计市占率超过60%，整体市场上品牌分散度较高。价格方面，2019年线上市场均价在391元，美的、小熊、格兰仕等主要品牌产品均价均低于市场均价，说明整个市场产品仍以低价位为主流，北鼎烤箱的定价策略与养生壶产品相同，同属于抢占高端市场，减少因在低价位的过度竞争而损害公司的利润水平。线上市场主要电烤箱品牌价格段比较

智研数据研究中心发布的《2022-2028年中国养生小家电市场运行动态分析及投资前景战略研究报告》共十二章。首先介绍了养生小家电相关概念及发展环境，接着分析了中国养生小家电规模及消费需求，然后对中国养生小家电市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国养生小家电面临的机遇及发展前景。您若想对中国养生小家电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。

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。

报告目录：

第1章 养生小家电行业发展综述

1.1 养生小家电行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业产品/服务分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 养生小家电行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 养生小家电行业在产业链中的地位

1.3 养生小家电行业政治法律环境分析

- 1.3.1 行业管理体制分析
- 1.3.2 行业主要法律法规
- 1.3.3 行业相关发展规划
- 1.4 养生小家电行业经济环境分析
 - 1.4.1 国际宏观经济形势分析
 - 1.4.2 国内宏观经济形势分析
 - 1.4.3 产业宏观经济环境分析
- 1.5 养生小家电行业技术环境分析
 - 1.5.1 养生小家电技术发展水平
 - 1.5.2 行业主要技术现状及发展趋势

第2章 国际养生小家电行业发展经验借鉴和典型企业运营情况分析

- 2.1 国际养生小家电行业发展总体状况
 - 2.1.1 国际养生小家电行业发展规模分析
 - 2.1.2 国际养生小家电行业市场结构分析
 - 2.1.3 国际养生小家电行业竞争格局分析
 - 2.1.4 国际养生小家电行业市场容量预测
- 2.2 国外主要养生小家电市场发展状况分析
 - 2.2.1 欧盟养生小家电行业发展状况分析
 - 2.2.2 美国养生小家电行业发展状况分析
 - 2.2.3 日本养生小家电行业发展状况分析
- 2.3 国际养生小家电企业运营状况分析

第3章 我国养生小家电行业发展现状

- 3.1 我国养生小家电行业发展现状
 - 3.1.1 养生小家电行业品牌发展现状
 - 3.1.2 养生小家电行业消费市场现状

除健康养生类小家电外，2019年我国消费者较推崇的养生保健的方式主要为食补、膳食补充剂和运动健身等，其中57.8%的消费者首选养生保健首选方式为食补。此外，年轻的消费者已成为购买滋补类商品的主力大军，2018年京东618滋补养生类产品销售同比增长率超过70%。消费者尤其是年轻消费者对于健康养生的意识逐渐增强，甚至形成了养生的风气。2019年中国消费者养生保健首选方式情况

- 3.1.3 养生小家电市场需求层次分析
- 3.1.4 我国养生小家电市场走向分析
- 3.2 我国养生小家电行业发展状况
 - 3.2.1 2019年中国养生小家电行业发展回顾
 - 3.2.2 2019年养生小家电行业发展情况分析
 - 3.2.3 2019年我国养生小家电市场特点分析
 - 3.2.4 2019年我国养生小家电市场发展分析
- 3.3 中国养生小家电行业供需分析
 - 3.3.1 2019年中国养生小家电市场供给总量分析
 - 3.3.2 2019年中国养生小家电市场供给结构分析
 - 3.3.3 2019年中国养生小家电市场需求总量分析
 - 3.3.4 2019年中国养生小家电市场需求结构分析
 - 3.3.5 2019年中国养生小家电市场供需平衡分析

第4章 中国养生小家电行业经济运行分析

- 4.1 2017-2019年养生小家电行业运行情况分析
 - 4.1.1 2019年养生小家电行业经济指标分析
 - 4.1.2 2019年养生小家电行业经济指标分析
- 4.2 2019年养生小家电行业进出口分析
 - 4.2.1 2017-2019年养生小家电行业进口总量及价格
 - 4.2.2 2017-2019年养生小家电行业出口总量及价格
 - 4.2.3 2017-2019年养生小家电行业进出口数据统计
 - 4.2.4 2022-2028年养生小家电进出口态势展望

第5章 我国养生小家电所属行业整体运行指标分析

- 5.1 2015-2019年中国养生小家电所属行业总体规模分析
 - 5.1.1 企业数量结构分析
 - 5.1.2 人员规模状况分析
 - 5.1.3 行业资产规模分析
 - 5.1.4 行业市场规模分析
- 5.2 2015-2019年中国养生小家电所属行业运营情况分析
 - 5.2.1 我国养生小家电所属行业营收分析

5.2.2 我国养生小家电所属行业成本分析

5.2.3 我国养生小家电所属行业利润分析

5.3 2015-2019年中国养生小家电所属行业财务指标总体分析

5.3.1 行业盈利能力分析

5.3.2 行业偿债能力分析

5.3.3 行业营运能力分析

5.3.4 行业发展能力分析

第6章 我国养生小家电行业竞争形势及策略

6.1 行业总体市场竞争状况分析

6.1.1 养生小家电行业竞争结构分析

(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

6.1.2 养生小家电行业企业间竞争格局分析

6.1.3 养生小家电行业集中度分析

6.2 中国养生小家电行业竞争格局综述

6.2.1 养生小家电行业竞争概况

(1) 中国养生小家电行业竞争格局

(2) 养生小家电行业未来竞争格局和特点

(3) 养生小家电市场进入及竞争对手分析

6.2.2 中国养生小家电行业竞争力分析

(1) 我国养生小家电行业竞争力剖析

(2) 我国养生小家电企业市场竞争的优势

(3) 国内养生小家电企业竞争能力提升途径

6.2.3 养生小家电市场竞争策略分析

第7章 中国养生小家电行业区域市场调研

7.1 华北地区养生小家电行业调研

- 7.1.1 2017-2019年行业发展现状分析
- 7.1.2 2017-2019年市场规模情况分析
- 7.1.3 2022-2028年市场需求情况分析
- 7.1.4 2022-2028年行业趋势预测分析
- 7.2 东北地区养生小家电行业调研
 - 7.2.1 2017-2019年行业发展现状分析
 - 7.2.2 2017-2019年市场规模情况分析
 - 7.2.3 2022-2028年市场需求情况分析
 - 7.2.4 2022-2028年行业趋势预测分析
- 7.3 华东地区养生小家电行业调研
 - 7.3.1 2017-2019年行业发展现状分析
 - 7.3.2 2017-2019年市场规模情况分析
 - 7.3.3 2022-2028年市场需求情况分析
 - 7.3.4 2022-2028年行业趋势预测分析
- 7.4 华南地区养生小家电行业调研
 - 7.4.1 2017-2019年行业发展现状分析
 - 7.4.2 2017-2019年市场规模情况分析
 - 7.4.3 2022-2028年市场需求情况分析
 - 7.4.4 2022-2028年行业趋势预测分析
- 7.5 华中地区养生小家电行业调研
 - 7.5.1 2017-2019年行业发展现状分析
 - 7.5.2 2017-2019年市场规模情况分析
 - 7.5.3 2022-2028年市场需求情况分析
 - 7.5.4 2022-2028年行业趋势预测分析
- 7.6 西南地区养生小家电行业调研
 - 7.6.1 2017-2019年行业发展现状分析
 - 7.6.2 2017-2019年市场规模情况分析
 - 7.6.3 2022-2028年市场需求情况分析
 - 7.6.4 2022-2028年行业趋势预测分析
- 7.7 西北地区养生小家电行业调研
 - 7.7.1 2017-2019年行业发展现状分析
 - 7.7.2 2017-2019年市场规模情况分析

7.7.3 2022-2028年市场需求情况分析

7.7.4 2022-2028年行业趋势预测分析

第8章 我国养生小家电行业产业链分析

8.1 养生小家电行业产业链分析

8.1.1 产业链结构分析

8.1.2 主要环节的增值空间

8.1.3 与上下游行业之间的关联性

8.2 养生小家电上游行业分析

8.2.1 养生小家电产品成本构成

8.2.2 2015-2019年上游行业发展现状

8.3 养生小家电下游行业分析

8.3.1 养生小家电下游行业分布

8.3.2 2015-2019年下游行业发展现状

8.3.3 2022-2028年下游行业发展趋势

8.3.4 下游需求对养生小家电行业的影响

第9章 养生小家电重点企业发展分析

9.1 美的集团股份有限公司

9.1.1 企业概况

9.1.2 企业经营状况

9.1.3 企业盈利能力

9.1.4 企业市场战略

9.2 飞利浦(中国)投资有限公司

9.2.1 企业概况

9.2.2 企业经营状况

9.2.3 企业盈利能力

9.2.4 企业市场战略

9.3 浙江苏泊尔股份有限公司

9.3.1 企业概况

9.3.2 企业经营状况

9.3.3 企业盈利能力

9.3.4 企业市场战略

9.4 九阳股份有限公司

9.4.1 企业概况

9.4.2 企业经营状况

9.4.3 企业盈利能力

9.4.4 企业市场战略

9.5 科沃斯机器人股份有限公司

9.5.1 企业概况

9.5.2 企业经营状况

9.5.3 企业盈利能力

9.5.4 企业市场战略

9.6 戴森贸易(上海)有限公司

9.6.1 企业概况

9.6.2 企业经营状况

9.6.3 企业盈利能力

9.6.4 企业市场战略

9.7 松下电器(中国)有限公司

9.7.1 企业概况

9.7.2 企业经营状况

9.7.3 企业盈利能力

9.7.4 企业市场战略

9.8 海尔集团公司

9.8.1 企业概况

9.8.2 企业经营状况

9.8.3 企业盈利能力

9.8.4 企业市场战略

9.9 广东格兰仕集团有限公司

9.9.1 企业概况

9.9.2 企业经营状况

9.9.3 企业盈利能力

9.9.4 企业市场战略

9.10 小米科技有限责任公司

- 9.10.1 企业概况
- 9.10.2 企业经营状况
- 9.10.3 企业盈利能力
- 9.10.4 企业市场战略

第10章 养生小家电行业投资与趋势预测分析

- 10.1 2019年养生小家电行业投资情况分析
 - 10.1.1 2019年总体投资结构
 - 10.1.2 2019年投资规模情况
 - 10.1.3 2019年投资增速情况
 - 10.1.4 2019年分行业投资分析
- 10.2 养生小家电行业投资机会分析
 - 10.2.1 养生小家电投资项目分析
 - 10.2.2 2019年养生小家电投资新方向
- 10.3 2022-2028年养生小家电行业投资建议
- 11.3.1 2019年养生小家电行业投资前景研究
- 11.3.2 2022-2028年养生小家电行业投资前景研究

第11章 养生小家电行业发展预测分析

- 11.1 2022-2028年中国养生小家电市场预测分析
 - 11.1.1 2022-2028年我国养生小家电发展规模预测
 - 11.1.2 2022-2028年养生小家电产品价格预测分析
- 11.2 2022-2028年中国养生小家电行业供需预测
 - 11.2.1 2022-2028年中国养生小家电供给预测
 - 11.2.2 2022-2028年中国养生小家电需求预测
- 11.3 2022-2028年中国养生小家电市场趋势分析

第12章 养生小家电企业管理策略建议

- 12.1 提高养生小家电企业竞争力的策略
 - 12.1.1 提高中国养生小家电企业核心竞争力的对策
 - 12.1.2 养生小家电企业提升竞争力的主要方向
 - 12.1.3 影响养生小家电企业核心竞争力的因素及提升途径

12.1.4 提高养生小家电企业竞争力的策略

12.2 对我国养生小家电品牌的战略思考

12.2.1 养生小家电实施品牌战略的意义

12.2.2 养生小家电企业品牌的现状分析

12.2.3 我国养生小家电企业的品牌战略

12.2.4 养生小家电品牌战略管理的策略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/441043SDH5.html>