

# 2018-2024年中国电热水器 行业前景研究与市场分析预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2018-2024年中国电热水器行业前景研究与市场分析预测报告》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/E1716167KS.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

在整个电热水器市场处在规模下滑的情况下，品牌的马太效应会愈发明显，主导品牌可以充分发挥品牌和渠道的优势，主流品牌也具备着产业链的优势，而剩下来一大批中小品牌的生存空间会遭受进一步的挤压。不难发现的是，为了满足消费者日益挑剔的需求，大多数电热品牌在产品上会选择往注重用户体验的高端化方向去发展。 尽管整个热水器市场是呈现出“燃进电退”的发展趋势，但就现阶段而言这种趋势还只是出现在局部，并非全部，至少在天然气铺设尚未到达的地区，电热水器在很大程度上依旧是消费者的首选。而正是这些广阔的三四级及农村市场，承担起了电热水器的主要销量。为此，不少电热水器品牌也期待通过持续的渠道下沉，将触角延伸至更为偏远的乡镇和农村市场，从而寻求进一步发展的空间。目前，包括海尔、万和、万家乐等主流大牌们也开始逐步渗透到更深层次的市场中来。以万和为例，其电热水器在三四级市场的销售占比就逐步提高，到2017年就已超过了50%。 对于大部分电热水器品牌而言，他们一方面会继续扩大在三四级市场的渠道覆盖面；另一方面，也在积极推动电热产品的升级、终端门店的升级，提升品牌在消费者心目中的品牌价值 and 口碑传播，进而改善盈利空间。在一位电热水器业内人士看来，一二线城市的高房价正加速着一部分人口会往二三四城市迁移，这就会带来一定的电热水器的购置需求。

报告目录第1章：中国电热水器行业定义及产业链分析1.1 电热水器定义及分类1.1.1 电热水器定义1.1.2 电热水器产品分类1.2 电热水器行业产业链分析1.2.1 电热水器行业产业链简介1.2.2 电热水器行业上游供应链分析（1）不锈钢市场现状与价格分析（2）铝材市场现状与价格分析（3）铜材市场现状与价格分析（4）塑料制品市场运营情况（5）聚氨酯发泡料市场运营情况（6）橡胶市场运营情况1.2.3 电热水器行业下游分析（1）城乡居民收入支出水平（2）房地产行业销售情况（3）国家新农村建设进展 第2章：中国电热水器行业市场环境及趋势分析2.1 行业政策环境分析2.1.1 电热水器行业监管体制2.1.2 电热水器行业相关标准及政策（1）电热水器国家标准（2）《电热水器服务规范》（3）《储水式电热水器能效限定值及能效等级》（4）即热式电热水器能效标准（5）国务院办公厅关于搞活流通扩大消费的意见（6）轻工业调整和振兴规划（7）家电下乡补贴政策（8）节能产品惠民工程（9）出口退税政策2.1.3 电热水器行业发展规划2.2 行业经济环境分析2.2.1 国际宏观经济环境分析（1）国际宏观经济现状（2）国际宏观经济预测2.2.2 国内宏观经济环境分析（1）国内宏观经济现状（2）国内宏观经济预测2.2.3 行业宏观经济环境及走势分析2.3 行业消费环境分析2.3.1 行业消费环境现状分析（1）消费者首选要素（2）消费者主要购买渠道（3）消费者预期2.3.2 消费者投诉情况分析（1）投诉概况（2）热水器投诉类别（3）质量投诉问题分析（4）服务投诉问题分析（5）企业处理情况2.3.3 行业消费环境趋势分析2.4 行业技术环境分析2.4.1 电热水器生产工艺流程2.4.2 电热

水器行业技术发展存在问题2.4.3 电热水器行业新技术发展趋势（1）国际电热水器行业新技术发展趋势（2）国内电热水器行业新技术发展趋势 第3章：全球电热水器行业现状及发展前景分析3.1 全球电热水器市场现状分析3.1.1 全球电热水器市场发展概况3.1.2 全球电热水器行业竞争分析3.2 全球主要地区电热水器市场分析3.2.1 美洲电热水器市场分析3.2.2 欧洲电热水器市场分析3.3 全球电热水器市场发展前景分析3.3.1 全球电热水器市场发展趋势分析3.3.2 全球电热水器市场发展前景分析 第4章：中国电热水器行业现状与产销需求分析4.1 中国电热水器行业发展特点及影响因素分析4.1.1 电热水器行业发展概况4.1.2 电热水器行业发展特点4.1.3 电热水器行业发展影响因素分析4.2 中国电热水器市场关注度分析4.2.1 电热水器品牌关注度分析（1）电热水器品牌关注度分析（2）主流品牌关注度走势分析4.2.2 电热水器价格段关注度分析4.3 中国电热水器市场价格分析4.3.1 电热水器市场均价分析4.3.2 主要产品种类价格变化趋势4.3.3 价格对销量的影响分析（1）零售量分价格构成变化趋势（2）主要品牌零售量分价格构成4.4 中国电热水器行业主要经济指标分析4.4.1 电热水器行业主要经济指标分析4.4.2 电热水器行业经营情况分析（1）电热水器行业经营效益分析（2）电热水器行业盈利能力分析（3）电热水器行业运营能力分析（4）电热水器行业偿债能力分析（5）电热水器行业发展能力分析4.5 电热水器行业供需平衡分析4.5.1 全国电热水器行业供给情况分析（1）全国电热水器行业总产值分析（2）全国电热水器行业产成品分析4.5.2 全国电热水器行业需求情况分析（1）全国电热水器行业销售产值分析（2）全国电热水器行业销售收入分析4.5.3 全国电热水器行业产销率分析4.6 电热水器行业进出口市场及前景分析4.6.1 电热水器行业进出口状况综述4.6.2 电热水器行业出口情况（1）电热水器行业出口总体情况（2）电热水器行业出口产品结构4.6.3 电热水器行业进口情况分析（1）电热水器行业进口总体情况（2）电热水器行业进口产品结构4.6.4 电热水器行业进出口前景及建议（1）电热水器行业出口前景及建议（2）电热水器行业进口前景及建议 第5章：中国电热水器行业竞争格局与跨国企业在华竞争分析5.1 电热水器行业竞争结构波特五力模型分析5.1.1 现有竞争者之间的竞争5.1.2 关键要素的供应商议价能力分析5.1.3 消费者议价能力分析5.1.4 行业潜在进入者分析5.1.5 替代品风险分析5.2 中国电热水器行业市场竞争格局分析5.2.1 中国电热水器行业市场规模（1）总体市场规模情况（2）分城市级别市场增长情况（3）分渠道市场增长情况5.2.2 中国电热水器行业集中度分析5.2.3 中国电热水器行业竞争格局分析（1）主流品牌市场份额（2）主流品牌销售走势5.3 跨国企业在华竞争及投资布局分析5.3.1 A.O.史密斯（1）企业发展简介（2）企业主营业务分析（3）企业经营情况分析（4）企业在华投资布局5.3.2 阿里斯顿（1）企业发展简介（2）企业主营业务分析（3）企业经营情况分析（4）企业在华投资布局5.3.3 西门子（1）企业发展简介（2）企业主营业务分析（3）企业经营情况分析（4）企业在华投资布局 第6章：中国电热水器行业主要产品市场及前景分析6.1 电热水器产销规模分析6.1.1 电热水器产量规模分析6.1.2 电热水器销量规模分析6.2

电热水器主要产品种类市场概况分析6.2.1 主要产品种类销售结构（1）总体市场结构分析（2）分产品种类零售量构成（3）分产品种类零售额构成6.2.2 主要产品种类市场增长情况6.3 细分产品市场及前景分析6.3.1 即热式电热水器市场及前景分析（1）即热式电热水器特点及技术要求（2）即热式电热水器市场规模分析（3）即热式电热水器市场竞争格局分析（4）即热式电热水器发展前景分析6.3.2 储水式电热水器市场及前景分析（1）储水式电热水器特点及技术要求（2）储水式电热水器市场规模分析1）储水式电热水器市场规模2）储水式电热水器市场结构（3）储水式电热水器市场竞争格局分析（4）储水式电热水器发展前景分析6.3.3 速热式电热水器市场及前景分析（1）速热式电热水器特点及技术要求（2）速热式电热水器市场规模分析（3）速热式电热水器发展前景分析6.3.4 未来电热水器产品特点及功能分析6.4 行业替代品市场及前景分析6.4.1 国内各类热水器市场份额6.4.2 国内各类热水器需求影响要素分析（1）安全性（2）价格（3）性能（4）安装条件6.4.3 国内太阳能热水器市场及前景分析（1）太阳能热水器市场规模分析（2）太阳能热水器市场竞争格局（3）太阳能热水器技术发展状况（4）太阳能热水器市场发展前景6.4.4 国内燃气热水器市场及前景分析（1）燃气热水器市场规模分析（2）燃气热水器市场竞争格局（3）燃气热水器技术发展状况（4）燃气热水器市场发展前景6.4.5 国内空气能热水器市场及前景分析（1）空气能热水器市场规模分析（2）空气能热水器品牌竞争格局（3）空气能热水器技术发展状况（4）空气能热水器市场发展前景 第7章：中国电热水器行业市场营销与策略分析7.1 电热水器行业营销渠道分析7.1.1 电热水器行业销售渠道分析（1）大型家电连锁店（2）电器城（3）百货商场（4）建材城、建材超市渠道（5）自建渠道，开设专卖店（6）工程渠道（7）网络渠道7.1.2 电热水器主要渠道竞争格局分析（1）主要渠道零售量构成（2）主要渠道零售额构成（3）总体格局比较7.1.3 电热水器渠道发展趋势分析7.2 电热水器行业营销策略分析7.2.1 产品策略分析7.2.2 价格策略分析7.2.3 渠道策略分析7.2.4 促销策略分析7.3 电热水器行业营销案例分析7.3.1 海尔（1）品牌定位（2）产品定位（3）推广策略7.3.2 美的（1）品牌定位（2）产品定位（3）推广策略7.3.3 奥特朗（1）品牌定位（2）产品定位（3）推广策略7.3.4 阿里斯顿（1）品牌定位（2）产品定位（3）推广策略 第8章：中国电热水器行业主要生产企业经营情况分析8.1 海尔电器国际股份有限公司经营情况分析8.1.1 企业发展简况8.1.2 企业主营业务与产品8.1.3 企业销售渠道与网络8.1.4 企业经营情况分析（1）主要经济指标（2）盈利能力（3）运营能力（4）偿债能力（5）发展能力8.1.5 企业优势与劣势分析8.1.6 企业投资兼并与重组8.1.7 企业最新发展动向8.2 艾欧史密斯（中国）热水器有限公司经营情况分析8.2.1 企业发展简况8.2.2 企业主营业务与产品8.2.3 企业销售渠道与网络8.2.4 企业经营情况分析8.2.5 企业优势与劣势分析8.2.6 企业投资兼并与重组8.2.7 企业最新发展动向8.3 广东美的电器股份有限公司经营情况分析8.3.1 企业发展简况8.3.2 企业主营业务与产品8.3.3 企业销售渠道与网络8.3.4 企业经营情况分析（1）主要经济指标（2）盈利能力（3）

运营能力(4) 偿债能力(5) 发展能力8.3.5 企业优势与劣势分析8.3.6 企业投资兼并与重组8.3.7 企业最新发展动向8.4 广东万和新电气股份有限公司经营情况分析8.4.1 企业发展简况分析8.4.2 企业主营业务与产品8.4.3 企业经营模式分析8.4.4 企业经营状况分析(1) 主要经济指标(2) 盈利能力(3) 运营能力(4) 偿债能力(5) 发展能力8.4.5 企业经营状况优劣势分析8.4.6 企业投资兼并与重组分析8.4.7 企业最新发展动向分析8.5 樱花卫厨(中国)股份有限公司经营情况分析8.5.1 企业发展简况8.5.2 企业主营业务与产品8.5.3 企业销售渠道与网络8.5.4 企业经营情况分析8.5.5 企业优势与劣势分析8.5.6 企业投资兼并与重组8.5.7 企业最新发展动向8.6 广东万家乐燃气具有限公司经营情况分析8.6.1 企业发展简况8.6.2 企业主营业务与产品8.6.3 企业销售渠道与网络8.6.4 企业经营情况分析8.6.5 企业优势与劣势分析8.6.6 企业最新发展动向8.7 阿里斯顿热能产品中国有限公司经营情况分析8.7.1 企业发展简况8.7.2 企业主营业务与产品8.7.3 企业销售渠道与网络8.7.4 企业经营情况分析8.7.5 企业优势与劣势分析8.7.6 企业最新发展动向8.8 深圳市联创科技集团有限公司经营情况分析8.8.1 企业发展简况8.8.2 企业主营业务与产品8.8.3 企业销售渠道与网络8.8.4 企业经营情况分析8.8.5 企业优势与劣势分析8.8.6 企业投资兼并与重组8.8.7 企业最新发展动向8.9 浙江瑞琦仕科技股份有限公司经营情况分析8.9.1 企业发展简况8.9.2 企业主营业务与产品8.9.3 企业销售渠道与网络8.9.4 企业优势与劣势分析8.9.5 企业最新发展动向8.10 奥特朗电器(广州)有限公司经营情况分析8.10.1 企业发展简况8.10.2 企业主营业务与产品8.10.3 企业销售渠道与网络8.10.4 企业优势与劣势分析8.10.5 企业最新发展动向8.11 中山市樱雪集团有限公司经营情况分析8.11.1 企业发展简况8.11.2 企业主营业务与产品8.11.3 企业销售渠道与网络8.11.4 企业经营情况分析8.11.5 企业优势与劣势分析8.11.6 企业最新发展动向8.12 宁波帅康热水器有限公司经营情况分析8.12.1 企业发展简况8.12.2 企业主营业务与产品8.12.3 企业销售渠道与网络8.12.4 企业经营情况分析8.12.5 企业优势与劣势分析8.12.6 企业的业务拓展8.12.7 企业最新发展动向8.13 赛德隆国际电器(中国)有限公司经营情况分析8.13.1 企业发展简况8.13.2 企业主营业务与产品8.13.3 企业销售渠道与网络8.13.4 企业经营情况分析8.13.5 企业优势与劣势分析8.13.6 企业最新发展动向8.14 法罗力热能设备(中国)有限公司经营情况分析8.14.1 企业发展简况8.14.2 企业主营业务与产品8.14.3 企业销售渠道与网络8.14.4 企业经营情况分析8.14.5 企业优势与劣势分析8.14.6 企业最新发展动向8.15 浙江康泉电器有限公司经营情况分析8.15.1 企业发展简况8.15.2 企业主营业务与产品8.15.3 企业销售渠道与网络8.15.4 企业经营情况分析8.15.5 企业优势与劣势分析8.15.6 企业最新发展动向8.16 广东威博电器有限公司经营情况分析8.16.1 企业发展简况8.16.2 企业主营业务与产品8.16.3 企业销售渠道与网络8.16.4 企业经营情况分析8.16.5 企业优势与劣势分析8.16.6 企业最新发展动向 第9章：中国电热水器行业发展前景与投资分析9.1 中国电热水器行业发展趋势与前景预测9.1.1 电热水器行业发展驱动因素分析9.1.2 电热水器行业发展的障碍因素分析9.1.3 电热水器行业发展趋势分

析9.1.4 电热水器行业细分市场前景预测 (1) 农村市场发展前景预测 (2) 城镇市场发展前景预测9.1.5 电热水器行业发展前景预测 (1) 电热水器产量规模预测 (2) 电热水器销售规模预测9.2 中国电热水器行业投资特性分析9.2.1 电热水器行业进入壁垒分析9.2.2 电热水器行业盈利模式分析9.3 中国电热水器行业投资机会与投资风险分析9.3.1 电热水器行业投资机会分析9.3.2 电热水器行业投资风险分析9.4 电热水器行业投资建议9.4.1 电热水器行业投资存在的问题9.4.2 电热水器行业主要投资建议 图表目录图表1：热水器行业产业链示意图图表2：中国原铝产量（单位：千吨）图表3：铜月度表观消费量（单位：千吨）图表4：中国铜材月度产量（单位：千吨）图表5：中国铜净进口量（单位：千吨）图表6：塑料制品月度产量及增长率情况（单位：万吨，%）图表7：2012-2017年聚乙烯需求及其增长率（单位：千吨，%）图表8：2012-2017年中国城乡居民人均收入水平变化（单位：元）图表9：2012-2017年中国城乡居民人均消费支出情况（单位：元）图表10：商品房销售面积（单位：平方千米）图表11：房地产开发投资金额及增速（单位：十万，%）图表12：商品房施工面积（单位：平方千米）图表13：商品房新开工面积（单位：平方千米）图表14：商品房竣工面积（单位：平方千米）图表15：国房景气指数走势图图表16：家电下乡销售情况（单位：万台，亿元，元，%）图表17：家电下乡主要产品销量占比情况（单位：%）图表18：电热水器行业主要标准图表19：出口退税率的商品清单（家用电器部分）（自2009年起生效）图表20：美国非农业部门失业率变化（单位：%）图表21：欧元区主要国家GDP数据一览（单位：%）图表22：规模以上工业增加值增长情况（单位：%）图表23：城镇固定资产投资及其增长情况（单位：亿元，%）图表24：社会消费品零售额及其增长情况（单位：亿元，%）图表25：CPI及PPI月度涨幅变化（单位：%）图表26：分月度贸易顺差额变化（单位：亿美元）图表27：热水器投诉类别分析（单位：%）图表28：热水器投诉质量问题分析（单位：%）图表29：热水器服务投诉分析（单位：%）图表30：万和电热水器生产工艺流程图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/taiyangneng/E1716167KS.html>