

# 2017-2022年中国家用电吹风市场全景评估及战略咨询报告

## 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

《2017-2022年中国家用电吹风市场全景评估及战略咨询报告》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/Z227199LW2.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

吹风机是由一组电热丝和一个小风扇组合而成的。通电时，电热丝会产生热量，风扇吹出的风经过电热丝，就变成热风。如果只是小风扇转动，而电热丝不热，那么吹出来的就只是风而不热了。

吹风机吹出来的风属于干风，若使用的时间过长，很容易会造成水分的流失，造成热伤害，把损伤降到最低的秘诀就是：用毛巾先拍干头发上的水分，用手轻轻梳顺头发，然后再用吹风机。

吹风机主要用于头发的干燥和整形，但也可供实验室、理疗室及工业生产、美工等方面作局部干燥、加热和理疗之用。根据它所使用的电动机类型，可分为交流串激式、交流罩极式和直流永磁式。串激式吹风机的优点是启动转矩大，转速高，适合制造大功率的吹风机；缺点是噪音大，换向器对电信设备有一定的干扰。罩极式吹风机优点是噪音小，寿命长，对电信设备不会造成干扰；缺点是转速低，启动性能差，重量大。永磁式吹风机的优点是重量轻，转速高，制造工艺简单，造价低，物美价廉。

吹风机的种类虽然很多，但是结构大同小异，都是由壳体、手柄、电动机、风叶、电热元件、挡风板、开关、电源线等组成。

2014年我国电吹风市场零售额12.4亿元，之后逐步复苏。一方面源于产品升级，另一方面男士用户需求增加与宠物电吹风普及拉动市场需求增长。预计2020年我国电吹风市场规模将增长至23.7亿元，2017-2022年复合增长率为12.59%。

2012-2020年中国电吹风市场规模及趋势预测资料来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国家用电吹风市场全景评估及战略咨询报告》共十三章。首先介绍了家用电吹风行业市场发展环境、家用电吹风整体运行态势等，接着分析了家用电吹风行业市场运行的现状，然后介绍了家用电吹风市场竞争格局。随后，报告对家用电吹风做了重点企业经营状况分析，最后分析了家用电吹风行业发展趋势与投资预测。您若想对家用电吹风产业有个系统的了解或者想投资家用电吹风行业，本报告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：

## 第一章 2014-2016年世界家用电吹风市场运行态势分析

### 第一节 2014-2016年世界家用电吹风市场发展综述

- 一、松下推出护发吹风机
- 二、世界家用电吹风品牌竞争激烈分析
- 三、世界家用电吹风产品市场价格分析

### 第二节 2014-2016年世界主要国家电吹风市场运行状况分析

- 一、美国电吹风品牌分析
- 二、德国家用电吹风市场分析
- 三、日本电吹风市场分析

### 第三节 2017-2022年世界家用电吹风市场发展趋势预测分析

## 第二章 2014-2016年中国家用电吹风产业运行环境分析

### 第一节 2014-2016年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

### 第二节 2014-2016年中国家用电吹风产业政策环境分析

- 一、小家电政策分析
- 二、进出口政策分析
- 三、相关产业政策影响分析

### 第三节 2014-2016年中国家用电吹风产业社会环境分析

## 第三章 2014-2016年中国家用电吹风产业营运格局透析

### 第一节 2014-2016年中国家用电吹风产业运行概述

- 一、中国家用电吹风产业发展规模分析
- 二、中国家用电吹风产业发展特点分析
- 三、家用电吹风品牌分析

2016年中国电吹风十大品牌企业排名 序列 公司名称 基本情况介绍 1 PHILIPS飞利浦

飞利浦，全球医疗保健、优质生活和照明领域的领导者。飞利浦基于对客户需求的了解以及“精于心 简于形”的品牌承诺，将技术和设计融入到了以人为本的解决方案中。飞利浦电子是世界上最大的电子公司之一，在欧洲名列榜首。创立百年来一直锐意创新，为世界贡献了录音卡带、CD、可重写DVD、100赫兹彩电等众多发明，在彩色电视、照明、电动剃须刀、医疗诊断影像和病人监护仪、以及单芯片电视产品领域世界领先。飞利浦每年生产24亿只节能光源。世界上每年有约 250万利用X光设备进行的心脏程序（包括扫描和干涉程序）运用我们的技术。世界上每7台电视机中就有一台用飞利浦的彩色显示器件，而全球60%的电话都含有飞利浦的产品。世界上有30%的办公室采用飞利浦照明产品，飞利浦还同时为世界上65%的主要机场，55%的足球场和30%的医院提供照明。飞利浦公司以生产家用电器、军用和民用通讯设备、医疗设备、电脑、仪表和显示系统等著称于世。它也是西欧最大的军火企业之一，从人造卫星、“阿波罗”登月飞船到最新的航天飞机，都有飞利浦的产品。美国军舰也使用飞利浦的雷达。飞利浦是欧洲最大的电子跨国公司，在世界150个国家和地区建有分公司或工厂数百家，其中在美国有100多家。

2 飞科FLYCO 飞科公司创建于1999年，历经10多年的跨越式发展，现已成为一家以“研发设计”和“品牌运营”为核心竞争力，集剃须刀及个人护理电器研发、制造、销售于一体的企业。飞科公司现拥有100多项自主创新专利；是剃须刀行业国家标准制订单位。是中国剃须刀行业公认的第一品牌。公司现生产：电动剃须刀，女士剃毛器，鼻毛修剪器，毛球修剪器，电吹风，理发器，直发器、卷发器，电熨斗、挂烫机系列个人护理电器。凭借“时尚、简约、科技”的设计理念和严密完善的质量管理体系，产品以其质量好、外观美、创新快、服务优而畅销美国、欧盟、日本、俄罗斯等三十多个国家和地区。在中国市场销量连续荣列第一位。“技术领先、质量领先、成本领先、营销网络领先、品牌影响力领先”是企业核心理念，也是推动飞科公司飞速发展的源泉。公司先后通过了ISO9001:2000质量管理体系认证、ISO14001:2004环境管理体系认证、标准化管理体系认证、计量管理体系认证、GS认证、CQC产品安全认证、CE认证、RoHS认证、CCC认证。

3 康夫CONFU 广东华能达电器有限公司位于中国广东省揭阳市，总公司座落在市空港区内，属下“恒翔”电器有限公司位于一江之隔的揭东开发区内，两个厂区的总面积达14万平方米，厂区均处于广东东部核心交通枢纽位置，距离揭阳潮汕国际机场和潮汕高铁站都仅有10多公里，交通便捷，运输方便，得天独厚的地理位置，让华能达公司的发展一路畅通！公司经过多年来的精心研制，以“康夫”品牌为主的产品有：电吹风、电发夹、电推剪等美容美发系列；电水壶、电磁炉、干衣机、毛球修剪器、暖风机、空气净化器等家用电器系列。以“恒翔”品牌为主的串激电机、永磁直流电机、感应电机等各类电机和“恒翔”牌电吹风、电发夹等家用电器产品。目前是粤东地区电器生产行业中开发品种比

较齐全，具有规模化生产能力和雄厚设计开发实力的专业性家电制造企业，在职员工一千多名。公司自成立之日起，“康夫”品牌就定位于“时尚化、科技化、国际化”。从产品的研发、模具设计、制作、生产等每个环节，都有专业技术人才和先进设备给予强有力的支持和保障，公司的研发技术实力不断革新改变。作为国家家用电器标准委员会成员，公司全面通过了ISO9001国际质量体系认证，ISO14001环境质量体系认证、欧盟ROHS认证、“CE”认证和TUV“GS”认证、美国“ETL”认证以及中国强制性“3C”认证。2005年，“康夫”被评为“广东省著名商标”，先后在意大利、英国、法国、美国等31个国家注册商标，成为中国国际贸易促进委员会和欧洲信息中心注册供应商，被广东省对外贸易经济合作厅评为重点培育和发展的广东出口名牌，已经被评为“广东省名牌产品”、“中国驰名商标”、“广东省现代产业500强企业”和“高新技术企业”等荣誉称号。2015年，公司邀请国际巨星范冰冰为“康夫”电吹风形象代言人，为“康夫”创建国际品牌打下了坚实的基础。 4

**Panasonic松下** 松下Panasonic是全球最大的电子厂商之一。Panasonic的中文为“松下”。早期叫National，1986年开始逐步更改为Panasonic，2008年10月1日起全部统一为Panasonic。松下电器由被誉为“经营之神”的松下幸之助先生创建于1918年，创立之初是由3人组成的小作坊，主营的是电灯灯座。经过几代人的努力，如今已经成为世界著名的国际综合性电子技术企业集团。松下Panasonic产品涉及家电、数码视听电子、办公产品、航空等诸多领域而享誉全球。松下产品在民用方面主攻数码视听、小家电、办公产品、日用家电、特殊领域的专业设备。现松下在民用产品有70多个产品，如电动牙刷、剃须刀，大到广播电视设备，如等离子电视、液晶电视、数字背投、平面电视、数码摄像机、数码相机、DVD刻录机、台式DVD、便携DVD、迷你音响、录像机等等。松下引以为傲的还有其专利数量和强大的自我开发能力，其家电产品的自有元件利用率高达80-90%以上。 5

**奔腾POVOS** 上海奔腾企业（集团）有限公司是集家用电器产品研发、制造、销售为一体的综合性高新技术企业。产品包括以剃须刀、电吹风为主的个人护理产品以及电熨斗、挂烫机为主的家居电器产品。凭借战略眼光与不懈努力，历经十余年稳健发展，上海奔腾集团现已发展成为国内一流的专业小家电品牌运营商。“POVOS奔腾”先后荣获“上海市著名商标”、“上海名牌”、2008全国顾客最佳满意企业等荣誉称号。上海奔腾集团拥有现代化的小家电专业生产工厂，拥有完善的塑料件、钣金件、喷涂件、线性导轨、电子配件等自我配套能力，还引进了世界级领先工艺的全自动生产设备，已建成国内最先进的个人护理电器柔性生产基地，占地面积达170亩，建筑面积5万平方米，创建了国内首个最大最先进的个人护理电器工业园。专业分工、合理布局，初步形成了以上海为中心，浙、

皖为两翼的发展格局。各类小家电整机年生产能力达2000万台以上。上海奔腾集团秉承以技术创新提升生活品质的理念，提出了“让科技更懂你”的企业口号，让产品科技更加贴近消费者，更好的服务于消费者，更懂消费者的需求。产品研发上，奔腾集团建立了三级研发体系，企业研究所、技术中心与品质研究中心、以及生产工艺部门构成了奔腾集团从行业前沿性研究到全新应用技术的研究与全新产品开发，再到制造工艺研究的完整的企业研发体系。其中奔腾的技术中心被认定为上海市企业技术中心，并获得政府财政拨款支持；品质研究中心被评定为国家认可实验室。三年多来，奔腾共取得发明、实用新型、外观等共计200余项专利技术。

6 超人SID 中国·超人集团有限公司，位于中国五金之都--浙江省永康市。公司创建于1983年，凭着对事业的执意追求，经过了多年的锐意发展，已成为了中型企业，中国小家电企业中的佼佼者，拥有三个小家电研究所，十六个全资制造厂，五百多个协作厂，在国内设有二十多个分公司办事处。为顺应全球化需要，在美国、巴西、香港设有驻外分公司，已初步形成了家用小电器的产品开发、营销一体化的市场网络。1997年超人商标被评为浙江省著名商标，被首批确定为浙江省人民政府“五个一批”重点企业，连续十年评为重合同守信用单位，连续八年评为市纳税大户。是省专利先进单位，省信息化示范企业。2000年国家有关部门正式将中国剃须刀中心在超人集团挂牌，承担着国家对剃须刀产业技术进步、产品开发、研究和对外技术交流任务，至今已有十多个国外研究机构、同行专家前来我公司进行交流。企业拥有自主知识产权专利265项，在45个国家注册了超人商标。二十多年来中国·超人集团一直以专业的精神、专业的态度致力于剃须刀、电吹风等个人护理产品的研发、制造及销售，充分利用技术研发中心的强大实力，聚集世界优秀科研人员，吸收国际前沿技术，以市场为导向，以满足顾客的需求为已任，锐意创新、理性经营。今天的超人已成为国际上知名的品牌，产品出口世界五十多个国家和地区。并荣获“国家高新技术企业”和“中国知识产权示范单位”称号，在国内同行业中率先通过ISO9001国际质量体系认证、ISO14001环境管理体系认证。超人牌剃须刀连续12年在中国市场销量遥遥领先，高品质的产品、完善的营销网络、良好的运营体系，成为真正的中国剃须刀行业的领头企业。目前超人小家电产品已从个人护理产品延伸到家居电器和卫浴电器，三大系列九大类两百多个品种。

7 BRAUN博朗 1921年在德国的法兰克福奠下基业，几十年间，德国博朗凭借一流的个性化设计和内在的品质，成为家电殿堂中的至尊名品。对品质近乎苛刻的执着追求，对每一个细节的关注，天才的创意，人性化的设计，高贵而含蓄，简约而充满内涵，这就是经典，这就是德国博朗。1921年，Max Braun创立了自己的电器公司。1935年正式注册为博朗公司。创业之初生产工业传送带，之后开始生产通讯产业的部件。Max Braun是一位具有过人天赋和非凡创造力的人，早在1929年就发明了收录机，堪称业界先驱。在博朗帝国打下根基的最初日子里，内在的品质与不断创新一直是最重要的

基石。1945年，Max Braun的儿子Artur Braun加入博朗，秉承父亲创造天赋的他发明了博朗的第一款电动剃须刀。这一具有划时代意义的技术和设计仍然沿用至今。1951年，Max Braun去世，他的两个儿子Erwin Braun 和Artur Braun执掌博朗帝国。他们将博朗的经营理念——不断创新、一流设计、完美品质——继续向前推进，并不断拓展博朗的产品范围。如今，博朗在全球主要发达国家，如德国、日本、美国和中国都设有自己的公司，全球员工超过7500人。产品包括10大类200多种小家电产品，涉及电动剃须刀、电动口腔护理产品、脱毛器、食品加工器、咖啡机、电熨斗、耳朵测温计、护发设备、时钟和计算器。其中，在产品、几何刀片设计、脱毛器、手动搅拌机和口腔护理这些领域遥遥领先，成为名副其实的家电巨头。

8 WIK伟嘉 作为一家家族式生产制造企业，伟嘉始建于德国艾森市，以伟嘉品牌为主导的小家电的生产历程追溯到二十世纪50年代。直到今天伟嘉的总部仍保留在德国艾森，其产品在德国各主要商场和网上广泛销售。1987年，随着香港远东公司和生产线的建立，伟嘉成为香港首批欧洲小家电制造商之一，并于1988年将生产线相继迁移到中国大陆，是中国首个专注此行业的非亚洲公司，并在中国相关小家电行业有着丰富的商业连系和经验。改革，新颖的色彩和设计，引领时尚。多年以来伟嘉的产品范围有大幅度的扩张，包括了厨房电器如咖啡机、电水壶和个人护理产品如电吹风和美发造型系列。德国伟嘉WIK已在中国80多个大中城市百货商场建立零售专柜完整网络，精美的终端形象，是企业发展战略的重要环节。众多政企集团单位和国际星级酒店客房，使用我们的快速电水壶和电吹风就是对我们产品世界一流品质的完全认可，也使“伟嘉WIK”成为顾客心中光芒永耀的金钻品牌。

9 VS沙宣 Vidal Sassoon(维达·沙宣)，这个充满了传奇色彩的世界美发巨匠，对追求完美的美发造型艺术始终满怀激情。自1954年的第一间沙宣发廊开张，沙宣便展示了他的独特才情，从不追随已有的流行发型，而是根据自己对头发的个人理解，赋予秀发自由和灵动的韵律。不论是被公认为“有史以来最具有影响力的发型”的Bob（波波剪），还是披头士经典发型新演绎的Blunt Bowl，沙宣以其60年代被视为经典之作的沙宣剪发技术（SASSOON CUT），将现代主义元素带到每一根发丝中，以其细致的造型和俐落的线条，彻底将女士们从当时单调、呆板的生活中解脱出来，为全球发型界树立最震撼人心的时尚指针。在色彩方面，沙宣发明了挑染和片染技术，使稍带夸张的色彩跃然而出，头发颜色更加深沉自然，头发更有亮泽。在90年代，沙宣提出“健康的头发才会自然舞动”的理念，再次回归非常流畅的头发轮廓，回归到光泽。仅用一把摩登剪刀，沙宣便挥舞出整整半个世纪的时尚经典。

10 百特Paiteer 温州市百特电器有限公司创建于1991年10月，是一家拥有外贸进出口自主权的企业。公司坐落于温州市瓯海高新技术产业园，拥有设备完善的厂区，能容纳2000多人。现有七个职能部门，共计人员600余人，其中各类管理人员100余人，拥有一批专业技术人员。七个职能部门：行政部、财务部、生产部、

品质部、资材部、营销部、技术部，公司有雄厚的资金做后盾。浙江百特集团公司旗下包括温州市百特电器有限公司、浙江（温州）美森电器有限公司、江苏百特电器有限公司，共有3000多人。公司的主导产品有：烫发器、电吹风、电推剪、剃须刀、鼻毛机等美容、美发器具。产品主要销往欧美等一些经济发达国家。公司持续有效地运行ISO9001：2000质量管理体系，各类产品分别获得欧共体CE、GS、等国际及国内相关认证，公司历年来一直被评为先进企业、明星企业、出口创汇先进企业、名牌产品、驰名商标、纳税大户等相关荣誉。在百特，设计的涵义远远超出了仅仅制造外观漂亮的产品，更是创新过程的关键要素，百特将设计传统理念与高新科技相结合，创造出满足各个国家与地区的不同需求的产品解决方案。公司一如既往每年投入四五百万元作为研发经费，30多人组成的研发团队在小小的产品中不断完善功能和外观，让产品使用更人性化。

## 第二节 2014-2016年中国家用电吹风产业发展存在的问题分析

### 一、辐射大

### 二、产品质量问题分析

### 三、市场监管存在的问题分析

## 第三节 2014-2016年中国家用电吹风产业发展对策分析

## 第四章 2014-2016年中国家用电吹风市场运行动态分析

### 第一节 2014-2016年中国家用电吹风市场消费调查分析

#### 一、市场消费者调查分析

#### 二、购买产品影响因素分析

#### 三、购买渠道分析

### 第二节 2014-2016年中国家用电吹风市场发展动态分析

#### 一、品牌市场占有率分析

#### 二、产品需求动态分析

#### 三、产品多样化分析

### 第三节 2014-2016年中国家用电吹风市场价格走势分析

## 第五章 2014-2016年中国家用电吹风市场运行走势分析

### 第一节 2014-2016年中国家用电吹风市场产量统计分析

#### 一、家用电吹风供给情况分析

#### 二、家用电吹风需求分析

### 三、影响家用电吹风产业市场供需的因素分析

#### 第二节 2014-2016年中国电吹风机市场运行态势分析

##### 一、电吹风机品牌分析

##### 二、电吹风机价格分析

##### 三、电吹风机技术分析

#### 第三节 2014-2016年中国家用电吹风产品市场销售情况分析

### 第六章 2014-2016年中国家用美容、保健电器具行业数据监测分析

#### 第一节 2014-2016年中国家用美容、保健电器具行业规模分析

##### 一、企业数量增长分析

##### 二、从业人数增长分析

##### 三、资产规模增长分析

#### 第二节 2014-2016年中国家用美容、保健电器具行业结构分析

##### 一、企业数量结构分析

###### 1、不同类型分析

###### 2、不同所有制分析

##### 二、销售收入结构分析

###### 1、不同类型分析

###### 2、不同所有制分析

#### 第三节 2014-2016年中国家用美容、保健电器具行业产值分析

##### 一、产成品增长分析

##### 二、工业销售产值分析

##### 三、出口交货值分析

#### 第四节 2014-2016年中国家用美容、保健电器具行业成本费用分析

##### 一、销售成本统计

##### 二、费用统计

#### 第五节 2014-2016年中国家用美容、保健电器具行业盈利能力分析

##### 一、主要盈利指标分析

##### 二、主要盈利能力指标分析

### 第七章 2014-2016年中国电吹风机进出口数据监测分析

#### 第一节 2014-2016年中国电吹风机进口数据分析

一、进口数量分析（85163100）

二、进口金额分析

第二节 2014-2016年中国电吹风机出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2014-2016年中国电吹风机进出口平均单价分析

第四节 2014-2016年中国电吹风机进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第八章 2014-2016年中国家用电吹风产业市场竞争格局分析

第一节 2014-2016年中国家用电吹风产品竞争现状分析

一、品牌竞争分析

二、技术竞争分析

三、质量竞争分析

第二节 2014-2016年中国家用电吹风产业集中度分析

一、生产企业集中分布

二、市场集中度分析

第三节 2014-2016年中国家用电吹风企业提升竞争力策略分析

第四节 2017-2022年中国家用电吹风产品竞争趋势预测分析

第九章 2014-2016年中国家用电吹风产品优势企业财务状况及竞争力分析

第一节 松下电工·万宝电器(广州)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 博朗（上海）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 第三节 超人集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 第四节 浙江月立电器有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 第五节 卓亚士电子(深圳)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 第六节 江门市金羚风扇制造有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第七节 浙江金得利美容美发家电有限公司

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 四、企业偿债能力分析

### 五、企业运营能力分析

### 六、企业成长能力分析

## 第八节 宁波比依塑业有限公司

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 四、企业偿债能力分析

### 五、企业运营能力分析

### 六、企业成长能力分析

## 第九节 宁波西摩电器有限公司

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 四、企业偿债能力分析

### 五、企业运营能力分析

### 六、企业成长能力分析

## 第十节 远通五金塑胶制品(深圳)有限公司

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 四、企业偿债能力分析

### 五、企业运营能力分析

### 六、企业成长能力分析

## 第十章 2014-2016年中国小家电产业发展形势分析

### 第一节 2014-2016年中国小家电产业规模发展分析

#### 一、产量持续增长，速度趋于平缓

二、市场销售稳步提升，厨卫家电抢占风头

三、出口保持递增，形势大为喜人

第二节 2014-2016年中国小家电市场表现分析

一、多路家电厂商涉足小家电领域，争夺家电行业中的“最后一桶金”

二、时尚掀起风暴，品质引领方向

三、概念引导消费，演绎现代生活

四、内忧外患，路漫漫其修远

五、销售渠道呈多元化

第三节 2017-2022年中国小家电产业发展趋势预测分析

第十一章 2017-2022年中国家用电吹风产业发展趋势预测分析

第一节 2017-2022年中国家用电吹风产业发展趋势分析

一、产业规模发展预测分析

二、产业生产技术趋势预测分析

三、产业集中程度预测分析

第二节 2017-2022年中国家用电吹风市场发展趋势预测分析

一、产量产销预测分析

二、产品价格预测分析

三、家用美容、保健电器具制造行业预测分析

第三节 2017-2022年中国家用电吹风产业市场盈利预测分析

第十二章 2017-2022年中国家用电吹风产业投资机会与风险分析（ZYPX）

第一节 2017-2022年中国家用电吹风产业投资环境分析

第二节 2017-2022年中国家用电吹风产业投资机会分析

一、投资潜力分析

二、吸引力分析

第三节 2017-2022年中国家用电吹风投资风险预警分析

一、市场竞争风险分析

二、政策风险分析

三、进出口风险分析

第四节 专家建议

图表目录：

图表：2005-2016年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2016年中国三产业增加值结构图

图表：2009-2016年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2016年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2016年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2016年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2016年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2016年中国工业增加值增长趋势图

图表：2009-2016年我国工业增加值分季度增速

图表：2005-2016年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2016年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2016年我国财政收入支出走势图

图表：2009-2016年人民币兑美元汇率中间价

图表：2009-2016年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2016年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2001-2016年中国外汇储备走势图

图表：2008-2016年央行利率调整统计表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2016年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2016年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2016年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2016年中国就业人数走势图

图表：2005-2016年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2016年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2016年我国总人口数量增长趋势图

图表：2016年人口数量及其构成

图表：2005-2016年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2001-2016年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：1978-2016年中国城镇化率走势图

图表：2005-2016年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：电吹风品牌人气排行

图表：家用电吹风用户调查性别占比

图表：家用电吹风用户调查年龄分布结构

图表：消费者购买因素

图表：家用电吹风用户购买渠道

图表：家用电吹风品牌占有率

图表：中国家用电吹风市场集中度对比

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/Z227199LW2.html>