

2019年中国电热水器行业分析报告- 行业供需现状与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国电热水器行业分析报告-行业供需现状与发展前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/429283429283.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

电热水器是指以电作为能源进行加热的热水器。是与燃气热水器、太阳能热水器相并列的三大热水器之一。电热水器按加热功率大小可分为储水式(又称容积式或储热式)、即热式、速热式(又称半储水式)三种。

2018年中国电热水器市场是一家欢喜一家忧，市场占有率进一步分化：

从线下市场零售额来看，A.O史密斯以零售额占比为31.7%遥遥领先，同比下降1.35%。海尔较去年有所上升，同比增长0.83%，位于线下市场第二位。按零售额占比来看，前五品牌占比为84.5%，其他品牌占比为15.5%。从品牌均价来看，高端和低端价格明显分级。

从线下零售量来看，海尔和美的市场份额进一步缩小，仅相差2.3%。整体来看，线下零售量同比呈下降趋势。前五零售量占比为80.04%。整体来看，海尔、美的和A.O史密斯无论从线下零售量还是零售额来看，均占有绝对优势。而其他品牌则在低端价位竞争激烈。不过值得提出的是，从零售市场占有率提升来看，比弗利同比提升2.48%，其次是海尔同比提升0.83%，惠而浦则提升0.61%。

2018年中国电热水器品牌线下零售额TOP5统计情况

数据来源：中国家用电器协会

2018年中国电热水器品牌线下零售量TOP5统计情况

数据来源：中国家用电器协会

不难发现，围绕着产品的创新，以美的、海尔和A.O.史密斯等行业领先品牌均在产品的智能化、健康化及外观设计上进行升级，产品结构持续得到优化，用户的热水体验也进一步提升。据奥维云网的数据显示，2018年，整个电热水器市场的高端产品占比达到了38.95%，同比上升2.27%。

具体到不同维度来看，消费者首先会对大容量的产品更感兴趣，但是由于受到房屋面积、家庭人数、加热速度等限制，消费者对产品容积的追求逐渐趋于理性。目前，50L~60L的容量依旧是市场产品主流配置，且该容积段的产品市场地位仍在不断巩固中。2018年，50L~60L的容量产品在线上市场占比为52.1%，同比增长4%；线下市场占比为51.6%，同比增长1%。

其次，伴随着居民用电环境的有效改善，速热功能也渐受追捧，2018年1~8月，具有速热功能的电热水器线上市场渗透率为63.3%，同比增长13个百分点；线下市场渗透率为78.5

%，同比增长15.5个百分点。

确切地说，电热水器由于受到工作原理的制约，在一些基础性指标，比如加热速度、热水产出量、恒温效果、供水时间等方面，很难比得上燃气热水器及其他替代性产品，这也是为什么这么多年来电热水器一直未能有革命性突破的原因之一。近两年来，电热水器厂商在产品上都属于微创新，比如把机器外观设计得更加小巧、轻薄、时尚和美观，既符合年轻一代用户“颜值即正义”的审美需求，同时也更能匹配不同家装风格的搭配需求。（JPTC）

【报告大纲】

第一章：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

第二章：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

第三章：全球电热水器行业现状及趋势预测分析

- 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调研
 - 3.2.1 美洲电热水器市场调研
 - 3.2.2 欧洲电热水器市场调研
- 3.3 全球电热水器市场趋势预测分析
 - 3.3.1 全球电热水器市场发展趋势分析
 - 3.3.2 全球电热水器市场趋势预测分析

第四章：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

电热水器出货量稳定及增速下滑明显

(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

第五章：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

第六章：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) 即热式电热水器趋势预测分析

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) 储水式电热水器趋势预测分析

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) 速热式电热水器趋势预测分析

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) 太阳能热水器市场趋势预测

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) 燃气热水器市场趋势预测

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) 空气能热水器市场趋势预测

第七章：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

第八章：中国电热水器行业主要生产企业经营情况分析

8.1 海尔电器集团有限公司

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

8.2 A.O.史密斯热水器（中国）有限公司

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

8.3 广东美的电器股份有限公司

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

8.4 广东万和新电气股份有限公司

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

8.5 樱花卫厨（中国）股份有限公司

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

8.6 广东万家乐燃气具有限公司

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

第九章：中国电热水器行业趋势预测与投资分析

9.1 中国电热水器行业发展趋势与趋势分析

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趋势分析

(1) 农村市场趋势预测分析

(2) 城镇市场趋势预测分析

9.1.5 电热水器行业趋势预测分析

(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前景分析

9.3.1 电热水器行业投资机会分析

9.3.2 电热水器行业投资前景分析

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7：2016-2019年聚乙烯需求及其增长率（单位：千吨，%）

图表8：2016-2019年中国城乡居民人均收入水平变化（单位：元）

图表9：2016-2019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：%）

图表详见报告正文 (GYSYL)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国电热水器行业分析报告-行业供需现状与发展前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/429283429283.html>