



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国电热水器市场 分析及投资策略研究报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国电热水器市场分析及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/276425.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

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。

电热水器经过十余年的发展，热水器的技术不断进步，行业先后有防电墙、防电闸、3D速热、变频增容等革新性产品出现，电热水器在安全、节能、加热速度、出水量等方面不断改进，市场销售历年持续增长。随着近几年生活水平的提高，人们对用水量的需求越来越大，所以电热水器的畅销容积已经从2000年左右的40升提升到如今的60升左右，湖北、湖南、贵州等长江两岸，一直是80升大容积热水器畅销的省份。

如今，传统电热水器挂墙安装受空心墙等原因影响，易掉落，不安全！"大水桶"裸露不美观，占空间。部分厂家开始考虑建筑一体化或者家居一体化产品，市面上一种集成式热水器便是此类。集成式热水器，是将热水器和浴室柜集成设计，设计理念上与传统热水器有很大不同，是一种全新的尝试。 2015年1-10月全国家用电热水器产量集中度分析

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：中国电热水器行业定义及产业链分析 16

#### 1.1 电热水器定义及分类 16

##### 1.1.1 电热水器定义 16

##### 1.1.2 电热水器产品分类 16

#### 1.2 电热水器行业产业链分析 16

##### 1.2.1 电热水器行业产业链简介 16

##### 1.2.2 电热水器行业上游供应链分析 17

###### （1）不锈钢市场现状与价格分析 17

###### （2）铝材市场现状与价格分析 18

- (3) 铜材市场现状与价格分析 20
- (4) 塑料制品市场运营情况 22
- (5) 聚氨酯发泡料市场运营情况 25
- (6) 橡胶市场运营情况 27

#### 1.2.3 电热水器行业下游分析 28

- (1) 城乡居民收入支出水平 28
- (2) 房地产行业销售情况 29
- (3) 国家新农村建设进展 34

### 第2章：中国电热水器行业市场环境及趋势分析 37

#### 2.1 行业政策环境分析 37

##### 2.1.1 电热水器行业监管体制 37

##### 2.1.2 电热水器行业相关标准及政策 37

- (1) 电热水器国家标准 37
- (2) 《电热水器服务规范》 38
- (3) 《储水式电热水器能效限定值及能效等级》 39
- (4) 即热式电热水器能效标准 39
- (5) 国务院办公厅关于搞活流通扩大消费的意见 40
- (6) 轻工业调整和振兴规划 40
- (7) 家电下乡补贴政策 41
- (8) 节能产品惠民工程 42
- (9) 出口退税政策 43

##### 2.1.3 电热水器行业发展规划 44

#### 2.2 行业经济环境分析 46

##### 2.2.1 国际宏观经济环境分析 46

- (1) 国际宏观经济现状 46
- (2) 国际宏观经济预测 48

##### 2.2.2 国内宏观经济环境分析 49

- (1) 国内宏观经济现状 49
- (2) 国内宏观经济预测 53

##### 2.2.3 行业宏观经济环境及走势分析 54

#### 2.3 行业消费环境分析 54

### 2.3.1 行业消费环境现状分析 54

(1) 消费者首选要素 54

(2) 消费者主要购买渠道 54

(3) 消费者预期 54

### 2.3.2 消费者投诉情况分析 55

(1) 投诉概况 55

(2) 热水器投诉类别 55

(3) 质量投诉问题分析 55

(4) 服务投诉问题分析 56

(5) 企业处理情况 58

### 2.3.3 行业消费环境趋势分析 58

## 2.4 行业技术环境分析 59

### 2.4.1 电热水器生产工艺流程 59

### 2.4.2 电热水器行业技术发展存在问题 59

### 2.4.3 电热水器行业新技术发展趋势 60

(1) 国际电热水器行业新技术发展趋势 60

(2) 国内电热水器行业新技术发展趋势 60

## 第3章：全球电热水器行业现状及发展前景分析 62

### 3.1 全球电热水器市场现状分析 62

#### 3.1.1 全球电热水器市场发展概况 62

#### 3.1.2 全球电热水器行业竞争分析 63

### 3.2 全球主要地区电热水器市场分析 64

#### 3.2.1 美洲电热水器市场分析 64

#### 3.2.2 欧洲电热水器市场分析 65

### 3.3 全球电热水器市场发展前景分析 65

#### 3.3.1 全球电热水器市场发展趋势分析 65

#### 3.3.2 全球电热水器市场发展前景分析 65

## 第4章：中国电热水器行业现状与产销需求分析 67

### 4.1 中国电热水器行业发展特点及影响因素分析 67

#### 4.1.1 电热水器行业发展概况 67

4.1.2 电热水器行业发展特点	67
4.1.3 电热水器行业发展影响因素分析	68
4.2 中国电热水器市场关注度分析	69
4.2.1 电热水器品牌关注度分析	69
(1) 电热水器品牌关注度分析	69
(2) 主流品牌关注度走势分析	71
4.2.2 电热水器价格段关注度分析	71
4.3 中国电热水器市场价格分析	72
4.3.1 电热水器市场均价分析	72
4.3.2 主要产品种类价格变化趋势	73
4.3.3 价格对销量的影响分析	73
(1) 零售量分价格构成变化趋势	73
(2) 主要品牌零售量分价格构成	74
4.4 中国电热水器行业主要经济指标分析	75
4.4.1 2013-2015年电热水器行业主要经济指标分析	75
4.4.2 2013-2015年电热水器行业经营情况分析	77
(1) 2013-2015年电热水器行业经营效益分析	77
(2) 2013-2015年电热水器行业盈利能力分析	77
(3) 2013-2015年电热水器行业运营能力分析	78
(4) 2013-2015年电热水器行业偿债能力分析	78
(5) 2013-2015年电热水器行业发展能力分析	79
4.5 2013-2015年电热水器行业供需平衡分析	79
4.5.1 2013-2015年全国电热水器行业供给情况分析	79

2015年10月中国家用电热水器产量为3,438,967.00台，同比下降1.88%。2015年1-10月止累计中国家用电热水器产量31,608,138.00台，同比增长5.47%。2015年10月全国家用电热水器数据表如下表所示：

2015年1-10月全国家用电热水器产量分省市统计表

地区	10月(台)	1-10月止累计(台)	10月同比增长(%)	1-10月累计同比增长(%)
全国	3,438,967.00	31,608,138.00	-1.88	5.47
北京	-	-	-	-
天津	-	-	-	-
河北	-	-	-	-
山西	-	-	-	-
内蒙古	-	-	-	-
辽宁	2,705.00	18,052.00	35.25	-46.9
吉林	-	-	-	-
黑龙江	-	-	-	-
上海	1,389.00	16,640.00	-40.54	-29.76
江苏	229,125.00	2,231,888.00	-7.42	-13.8
浙江	39,788.00	677,491.00	7.37	-12.07
安徽	728,399.00	5,997,735.00	-2.84	8.26
福建	78,351.00	1,463,110.00	-6.37	184.32
江西	-	-	-	-
山东	332,524.00	2,972,564.00	-2.66	3.85
河南	-	-	-	-

252,646.00	2,431,575.00	0.32	7.86	湖北	153,729.00	1,597,892.00	-11.95	-5.16	湖南
4,810.00	23,364.00	-36.43	-25.76	广东	1,612,070.00	14,136,091.00	0.68	3.93	广西 - - - -
海南 - - - -	重庆 - - - -	四川	3,431.00	41,736.00	-40.5	-33.26	贵州 - - - -		
云南 - - - -	西藏 - - - -	陕西 - - - -	甘肃 - - - -	青海 - - - -	宁夏 - - - -				
- - - -	新疆 - - - -								

(1) 2013-2015年全国电热水器行业总产值分析 79

(2) 2013-2015年全国电热水器行业产成品分析 80

4.5.2 2013-2015年各地区电热水器行业供给情况分析 81

(1) 2013-2015年总产值排名前10个地区分析 81

(2) 2013-2015年产成品排名前10个地区分析 82

4.5.3 2013-2015年全国电热水器行业需求情况分析 83

(1) 2013-2015年全国电热水器行业销售产值分析 83

(2) 2013-2015年全国电热水器行业销售收入分析 84

4.5.4 2013-2015年各地区电热水器行业需求情况分析 85

(1) 2013-2015年销售产值排名前10个地区分析 85

(2) 2013-2015年销售收入排名前10个地区分析 86

4.5.5 2013-2015年全国电热水器行业产销率分析 87

4.6 2013-2015年电热水器行业进出口市场及前景分析 88

4.6.1 电热水器行业进出口状况综述 88

4.6.2 2013-2015年电热水器行业出口情况 89

(1) 2013-2015年电热水器行业出口总体情况 89

(2) 2013-2015年电热水器行业出口产品结构 89

4.6.3 2013-2015年电热水器行业进口情况分析 90

(1) 2013-2015年电热水器行业进口总体情况 90

(2) 2013-2015年电热水器行业进口产品结构 91

4.6.4 电热水器行业进出口前景及建议 92

(1) 电热水器行业出口前景及建议 92

(2) 电热水器行业进口前景及建议 92

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 93

5.1 电热水器行业竞争结构波特五力模型分析 93

5.1.1 现有竞争者之间的竞争 93

5.1.2 关键要素的供应商议价能力分析	94
5.1.3 消费者议价能力分析	94
5.1.4 行业潜在进入者分析	94
5.1.5 替代品风险分析	95
5.2 中国电热水器行业市场竞争格局分析	95
5.2.1 中国电热水器行业市场规模	95
(1) 总体市场规模情况	95
(2) 分城市级别市场增长情况	96
(3) 分渠道市场增长情况	97
5.2.2 中国电热水器行业集中度分析	98
5.2.3 中国电热水器行业竞争格局分析	99
(1) 主流品牌市场份额	99
(2) 主流品牌销售走势	100
5.3 跨国企业在华竞争及投资布局分析	101
5.3.1 A.O.史密斯	101
(1) 企业发展简介	102
(2) 企业主营业务分析	102
(3) 企业经营情况分析	102
(4) 企业在华投资布局	102
5.3.2 阿里斯顿	102
(1) 企业发展简介	103
(2) 企业主营业务分析	103
(3) 企业经营情况分析	103
(4) 企业在华投资布局	104
5.3.3 西门子	104
(1) 企业发展简介	104
(2) 企业主营业务分析	105
(3) 企业经营情况分析	105
(4) 企业在华投资布局	105

## 第6章：中国电热水器行业主要产品市场及前景分析 106

6.1 电热水器产销规模分析	106
----------------	-----



6.1.1 电热水器产量规模分析	106
6.1.2 电热水器销量规模分析	106
6.2 电热水器主要产品种类市场概况分析	107
6.2.1 主要产品种类销售结构	107
(1) 总体市场结构分析	107
(2) 分产品种类零售量构成	108
(3) 分产品种类零售额构成	108
6.2.2 主要产品种类市场增长情况	109
6.3 细分产品市场及前景分析	110
6.3.1 即热式电热水器市场及前景分析	110
(1) 即热式电热水器特点及技术要求	110
(2) 即热式电热水器市场规模分析	111
(3) 即热式电热水器市场竞争格局分析	111
(4) 即热式电热水器发展前景分析	112
6.3.2 储水式电热水器市场及前景分析	112
(1) 储水式电热水器特点及技术要求	112
(2) 储水式电热水器市场规模分析	113
1) 储水式电热水器市场规模	113
2) 储水式电热水器市场结构	113
(3) 储水式电热水器市场竞争格局分析	114
(4) 储水式电热水器发展前景分析	114
6.3.3 速热式电热水器市场及前景分析	115
(1) 速热式电热水器特点及技术要求	115
(2) 速热式电热水器市场规模分析	115
(3) 速热式电热水器发展前景分析	116
6.3.4 未来电热水器产品特点及功能分析	116
6.4 行业替代品市场及前景分析	117
6.4.1 国内各类热水器市场份额	117
6.4.2 国内各类热水器需求影响要素分析	118
(1) 安全性	118
(2) 价格	118
(3) 性能	118

(4) 安装条件	118
6.4.3 国内太阳能热水器市场及前景分析	119
(1) 太阳能热水器市场规模分析	119
(2) 太阳能热水器市场竞争格局	120
(3) 太阳能热水器技术发展状况	121
(4) 太阳能热水器市场发展前景	123
6.4.4 国内燃气热水器市场及前景分析	123
(1) 燃气热水器市场规模分析	123
(2) 燃气热水器市场竞争格局	124
(3) 燃气热水器技术发展状况	124
(4) 燃气热水器市场发展前景	125
6.4.5 国内空气能热水器市场及前景分析	126
(1) 空气能热水器市场规模分析	126
(2) 空气能热水器品牌竞争格局	127
(3) 空气能热水器技术发展状况	128
(4) 空气能热水器市场发展前景	129
第7章：中国电热水器行业市场营销与策略分析	131
7.1 电热水器行业营销渠道分析	131
7.1.1 电热水器行业销售渠道分析	131
(1) 大型家电连锁店	131
(2) 电器城	131
(3) 百货商场	131
(4) 建材城、建材超市渠道	131
(5) 自建渠道，开设专卖店	132
(6) 工程渠道	132
(7) 网络渠道	132
7.1.2 电热水器主要渠道竞争格局分析	132
(1) 主要渠道零售量构成	132
(2) 主要渠道零售额构成	133
(3) 总体格局比较	134
7.1.3 电热水器渠道发展趋势分析	134

## 7.2 电热水器行业营销策略分析 135

### 7.2.1 产品策略分析 135

### 7.2.2 价格策略分析 135

### 7.2.3 渠道策略分析 135

### 7.2.4 促销策略分析 135

## 7.3 电热水器行业营销案例分析 135

### 7.3.1 海尔 135

#### (1) 品牌定位 136

#### (2) 产品定位 136

#### (3) 推广策略 136

### 7.3.2 美的 137

#### (1) 品牌定位 137

#### (2) 产品定位 138

#### (3) 推广策略 138

### 7.3.3 奥特朗 138

#### (1) 品牌定位 138

#### (2) 产品定位 138

#### (3) 推广策略 139

### 7.3.4 阿里斯顿 139

#### (1) 品牌定位 139

#### (2) 产品定位 140

#### (3) 推广策略 140

## 第8章：中国电热水器行业主要生产企业经营情况分析 141

### 8.1 海尔电器集团有限公司经营情况分析 141

#### 8.1.1 企业发展简况 141

#### 8.1.2 企业主营业务与产品 142

#### 8.1.3 企业销售渠道与网络 142

#### 8.1.4 企业经营情况分析 143

##### (1) 主要经济指标 143

##### (2) 盈利能力 144

##### (3) 运营能力 145

(4) 偿债能力	145
(5) 发展能力	146
8.1.5 企业优势与劣势分析	146
8.1.6 企业投资兼并与重组	147
8.1.7 企业最新发展动向	147
8.2 A.O.史密斯热水器(中国)有限公司经营情况分析	148
8.2.1 企业发展简况	148
8.2.2 企业主营业务与产品	148
8.2.3 企业销售渠道与网络	148
8.2.4 企业经营情况分析	148
(1) 产销能力	148
(2) 盈利能力	149
(3) 运营能力	149
(4) 偿债能力	150
(5) 发展能力	150
8.2.5 企业优势与劣势分析	151
8.2.6 企业投资兼并与重组	151
8.2.7 企业最新发展动向	152
8.3 广东美的电器股份有限公司经营情况分析	152
8.3.1 企业发展简况	152
8.3.2 企业主营业务与产品	154
8.3.3 企业销售渠道与网络	154
8.3.4 企业经营情况分析	154
(1) 主要经济指标	154
(2) 盈利能力	155
(3) 运营能力	156
(4) 偿债能力	157
(5) 发展能力	157
8.3.5 企业优势与劣势分析	158
8.3.6 企业投资兼并与重组	158
8.3.7 企业最新发展动向	159
8.4 广东万和新电气股份有限公司经营情况分析	159

8.4.1 企业发展简况分析	159
8.4.2 企业主营业务与产品	160
8.4.3 企业经营模式分析	162
8.4.4 企业经营状况分析	166
(1) 主要经济指标	166
(2) 盈利能力	167
(3) 运营能力	168
(4) 偿债能力	169
(5) 发展能力	170
8.4.5 企业经营状况优劣势分析	170
8.4.6 企业投资兼并与重组分析	171
8.4.7 企业最新发展动向分析	174
8.5 樱花卫厨(中国)股份有限公司经营情况分析	175
8.5.1 企业发展简况	175
8.5.2 企业主营业务与产品	176
8.5.3 企业销售渠道与网络	176
8.5.4 企业经营情况分析	176
(1) 产销能力	176
(2) 盈利能力	176
(3) 运营能力	177
(4) 偿债能力	177
(5) 发展能力	178
8.5.5 企业优势与劣势分析	179
8.5.6 企业投资兼并与重组	179
8.5.7 企业最新发展动向	180

## 第9章：中国电热水器行业发展前景与投资分析 264

9.1 中国电热水器行业发展趋势与前景预测	264
9.1.1 电热水器行业发展驱动因素分析	264
9.1.2 电热水器行业发展的障碍因素分析	265
9.1.3 电热水器行业发展趋势分析	265
9.1.4 电热水器行业细分市场前景预测	266

(1) 农村市场发展前景预测	266
(2) 城镇市场发展前景预测	266
9.1.5 2016-2022年电热水器行业发展前景预测	267
(1) 2016-2022年电热水器产量规模预测	267
(2) 2016-2022年电热水器销售规模预测	268
9.2 中国电热水器行业投资特性分析	269
9.2.1 电热水器行业进入壁垒分析	269
9.2.2 电热水器行业盈利模式分析	269
9.3 中国电热水器行业投资机会与投资风险分析	271
9.3.1 电热水器行业投资机会分析	271
9.3.2 电热水器行业投资风险分析	272
9.4 电热水器行业投资建议	273
9.4.1 电热水器行业投资存在的问题	273
9.4.2 电热水器行业主要投资建议	274 (AK WZY)

#### 图表目录：

图表1：热水器行业产业链示意图	16
图表2：2006-2015年中国原铝产量（单位：千吨）	19
图表3：2006-2015年铜月度表观消费量（单位：千吨）	21
图表4：2006-2015年中国铜材月度产量（单位：千吨）	21
图表5：2006-2015年中国铜净进口量（单位：千吨）	21
图表6：2015年塑料制品月度产量及增长率情况（单位：万吨，%）	23
图表7：2007-2015年聚乙烯需求及其增长率（单位：千吨，%）	24
图表8：2007-2015年中国城乡居民人均收入水平变化（单位：元）	29
图表9：2007-2009年中国城乡居民人均消费支出情况（单位：元）	29
图表10：2006-2015年商品房销售面积（单位：平方千米）	30
图表11：2008-2015年房地产开发投资金额及增速（单位：十万，%）	31
图表12：2006-2015年商品房施工面积（单位：平方千米）	32
图表13：2006-2015年商品房新开工面积（单位：平方千米）	32
图表14：2006-2015年商品房竣工面积（单位：平方千米）	33
图表15：2008-2015年国房景气指数走势	34
图表16：2015年1-12月家电下乡销售情况（单位：万台，亿元，元，%）	35

图表17：2014与2015年1-12月家电下乡主要产品销量占比情况（单位：%） 36

图表18：电热水器行业主要标准 38

图表19：出口退税率的商品清单（家用电器部分）（自2009年6月1日起生效） 44

图表20：2008-2015年美国非农业部门失业率变化（单位：%） 46

图表21：2015年欧元区主要国家GDP数据一览（单位：%） 47

图表22：2008-2015年规模以上工业增加值增长情况（单位：%） 49

图表23：2013-2015年城镇固定资产投资及其增长情况（单位：亿元，%） 51

图表24：2013-2015年社会消费品零售额及其增长情况（单位：亿元，%） 51

图表25：2007-2015年CPI及PPI月度涨幅变化（单位：%） 52

图表26：2013-2015年分月度贸易顺差额变化（单位：亿美元） 53

图表27：热水器投诉类别分析（单位：%） 55

图表28：热水器投诉质量问题分析（单位：%） 56

图表29：热水器服务投诉分析（单位：%） 58

图表30：万和电热水器生产工艺流程图 59

图表31：2007-2015年美国电热水器销售情况（单位：台） 64

图表32：2015年中国电热水器市场品牌关注比例分布（单位：%） 70

图表33：2015年Q4中国电热水器市场品牌关注排名对比 70

图表34：2015年中国电热水器市场主流品牌关注比例走势（单位：%） 71

图表35：2015年中国燃气热水器市场不同价格段产品关注比例分布（单位：元，%） 72

图表36：2013-2015年中国电热水器市场均价对比（单位：元/台，%） 72

图表37：2013-2015年中国电热水器主要产品种类价格变化趋势（单位：元/台） 73

图表38：2013-2015年中国电热水器市场零售量分价格构成变化趋势（单位：%） 74

图表39：2013-2015年中国电热水器主要品牌零售量分价格段构成（单位：%） 75

图表40：2013-2015年电热水器行业主要经济指标统计表（单位：万元，家，人，%） 76

图表41：2013-2015年电热水器行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%） 77

图表42：2013-2015年中国电热水器行业盈利能力分析（单位：%） 78

图表43：2013-2015年中国电热水器行业运营能力分析（单位：次） 78

图表44：2013-2015年中国电热水器行业偿债能力分析（单位：%，倍） 79

图表45：2013-2015年中国电热水器行业发展能力分析（单位：%） 79

图表46：2006-2015年电热水器行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%） 80

图表47：2006-2015年电热水器行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%） 81

图表48：2013-2015年工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 81

图表49：2015年工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%） 82

图表50：2013-2015年产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 83

图表51：2015年产成品居前的10个地区比重图（单位：%） 83

图表52：2006-2015年电热水器行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%） 84

图表53：2006-2015年电热水器行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%） 85

图表54：2013-2015年销售产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 85

图表55：2015年销售产值居前的10个地区比重图（单位：%） 86

图表56：2013-2015年销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 87

图表57：2015年销售收入居前的10个地区比重图（单位：%） 87

图表58：2008-2015年全国电热水器行业产销率变化趋势图（单位：%） 88

图表59：2013-2015年中国电热水器行业进出口状况表（单位：万美元） 89

图表60：2013-2015年中国电热水器行业月度出口情况（单位：万美元） 89

图表61：2013-2015年中国电热水器行业月度主要出口产品结构表（单位：万美元，万个） 90

图表62：2013-2015年中国电热水器行业月度进口情况（单位：万美元） 91

图表63：2013-2015年中国电热水器行业月度主要进口产品结构表（单位：万美元，万个） 92

图表64：2008-2015年中国电热水器行业销售收入及资产总额变化趋势（单位：亿元，%） 96

图表65：中国电热水器行业分城市市场增长情况（单位：%） 97

图表66：中国电热水器行业分渠道类别市场增长情况（单位：%） 98

图表67：2013-2015年中国电热水器行业销售收入地区分布（单位：%） 99

图表68：2014年中国电热水器受关注品牌份额（单位：%） 100

图表69：2015年中国电热水器市场主流品牌产品销量情况（单位：款） 101

图表70：2015年中国电热水器市场主流品牌单产品关注率（单位：%） 101

图表71：2013-2015年我国电热水器月度产量及同比增长情况（单位：万台，%） 106

图表72：2008-2015年我国电热水器市场零售量及同比增长情况（单位：万台，%） 107

图表73：2014-2015中国传统电热水器主要产品种类市场结构（单位：%） 107

图表74：2014-2015中国传统电热水器分产品种类零售量构成情况（单位：%） 108

图表75：2014-2015中国传统电热水器分产品种类零售额构成情况（单位：%） 109

图表76：2015年中国传统电热水器分产品种类市场增长情况（单位：%） 110

图表77：2008-2015年即热式电热水器市场零售量和零售额增长情况（单位：万台，亿元，%） 111

图表78：2008-2015年储水式电热水器市场零售量和零售额增长情况（单位：万台，亿元，%）



图表79：2015年中国储水式电热水器分容积段市场增长情况（单位：%） 114

图表80：2015年热水器销售市场份额（单位：%） 117

图表81：2006-2015年中国太阳能热水器行业销售收入变化趋势图（单位：亿元，%） 120

图表82：太阳能热水器生产流程图 121

图表83：2008-2015年中国燃气热水器销售量及销售额增长情况（单位：万台，亿元，%） 124

图表84：2008-2015年中国空气能热水器销售量及销售额增长情况（单位：万台，亿元，%） 127

图表85：2013-2015年中国电热水器主要渠道零售量构成（单位：%） 133

图表86：2013-2015年中国电热水器主要渠道零售量构成（单位：%） 133

图表87：企业架构简图 141

图表88：2008-2015年海尔电器集团有限公司产销能力分析（单位：万元） 144

图表89：2013-2015年海尔电器集团有限公司主营业务收入（单位：万元，%） 144

图表90：2008-2015年海尔电器集团有限公司盈利能力分析（单位：%） 145

图表91：2008-2015年海尔电器集团有限公司运营能力分析（单位：次） 145

图表92：2008-2015年海尔电器集团有限公司偿债能力分析（单位：%，倍） 146

图表93：2008-2015年海尔电器集团有限公司发展能力分析（单位：%） 146

图表94：海尔电器集团有限公司优势与劣势 147

图表95：2008-2015年A.O.史密斯热水器（中国）有限公司产销能力分析（单位：万元） 149

图表96：2008-2015年A.O.史密斯热水器（中国）有限公司盈利能力分析（单位：%） 149

图表97：2008-2015年A.O.史密斯热水器（中国）有限公司运营能力分析（单位：次） 150

图表98：2008-2015年A.O.史密斯热水器（中国）有限公司偿债能力分析（单位：%，倍） 150

图表99：2008-2015年A.O.史密斯热水器（中国）有限公司发展能力分析（单位：%） 151

图表100：A.O.史密斯热水器（中国）有限公司优势与劣势 151

图表101：企业及实际控制人之间的产权及控制关系方框图 153

图表102：2008-2015年广东美的电器集团有限公司产销能力分析（单位：万元） 154

图表103：2008-2015年广东美的电器集团有限公司盈利能力分析（单位：%） 156

图表104：210年广东美的电器股份有限公司主营业务分产品情况表 156

图表105：2015年广东美的电器股份有限公司主营业务分地区情况 156

图表106：2008-2015年广东美的电器集团有限公司运营能力分析（单位：次） 157

图表107：2008-2015年广东美的电器集团有限公司偿债能力分析（单位：%，倍） 157

图表108：2008-2015年广东美的电器集团有限公司发展能力分析（单位：%） 158

图表109：广东美的电器集团有限公司优势与劣势 158

图表110：广东万和新电气股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系 160

图表111：广东万和新电气股份有限公司热水器产品概况 161

图表112：2015年广东万和新电气股份有限公司的产品结构（单位：%） 161

图表113：2015年广东万和新电气股份有限公司的主营业务地区分布（单位：%） 162

图表114：:2015年广东万和新电气股份有限公司的经营模式 163

图表115：2015年广东万和新电气股份有限公司营销管理中心的组织架构 164

图表116：广东万和新电气股份有限公司的经销商模式 165

图表117：2008-2015年广东万和新电气股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元） 166

图表118：2015年广东万和新电气股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%） 167

图表119：2008-2015年广东万和新电气股份有限公司盈利能力分析（单位：%） 168

图表120：2015年广东万和新电气股份有限公司主营业务分产品情况表（单位：万元，%） 168

图表121：2008-2015年广东万和新电气股份有限公司运营能力分析（单位：次） 169

图表122：2008-2015年广东万和新电气股份有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍） 170

图表123：2008-2015年广东万和新电气股份有限公司发展能力分析（单位：%） 170

图表124：广东万和新电气股份有限公司优劣势分析 170

图表125：2015年广东万和新电气股份有限公司的股权结构 172

图表126：2015年广东万和集团股份有限公司的投资情况 172

图表127：广东万和集团股份有限公司的历史沿革 173

图表128：2008-2015年樱花卫厨（中国）股份有限公司产销能力分析（单位：万元） 176

图表129：2008-2015年樱花卫厨（中国）股份有限公司盈利能力分析（单位：%） 177

图表130：2008-2015年樱花卫厨（中国）股份有限公司运营能力分析（单位：次） 177

图表131：2008-2015年樱花卫厨（中国）股份有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍） 178

图表132：2008-2015年樱花卫厨（中国）股份有限公司发展能力分析（单位：%） 179

图表133：樱花卫厨（中国）股份有限公司优势与劣势 179

图表134：2008-2015年广东万家乐燃气具有限公司产销能力分析（单位：万元） 181

图表135：2008-2015年广东万家乐燃气具有限公司盈利能力分析（单位：%） 181

图表136：2008-2015年广东万家乐燃气具有限公司运营能力分析（单位：次） 182

图表137：2008-2015年广东万家乐燃气具有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍） 182

图表138：2008-2015年广东万家乐燃气具有限公司发展能力分析（单位：%） 183

图表139：广东万家乐燃气具有限公司优势与劣势 184

图表140：2008-2015年阿里斯顿热能产品中国有限公司产销能力分析（单位：万元） 186

图表141：2008-2015年阿里斯顿热能产品中国有限公司盈利能力分析（单位：%） 187

图表142：2008-2015年阿里斯顿热能产品中国有限公司运营能力分析（单位：次） 187

图表143：2008-2015年阿里斯顿热能产品中国有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍） 188

图表144：2008-2015年阿里斯顿热能产品中国有限公司发展能力分析（单位：%） 188

图表145：阿里斯顿热能产品中国有限公司优势与劣势 188

图表146：2008-2015年深圳市联创实业有限公司产销能力分析（单位：万元） 192

图表147：2008-2015年深圳市联创实业有限公司盈利能力分析（单位：%） 192

图表148：2008-2015年深圳市联创实业有限公司运营能力分析（单位：次） 193

图表149：2008-2015年深圳市联创实业有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍） 193

图表150：2008-2015年深圳市联创实业有限公司发展能力分析（单位：%） 194

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/276425.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数

名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

#### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。