

2024-2029年中国智能电饭煲行业市场深入分析与消费者需求调研报告

报告简介

目前，对于智能电饭煲，这块蛋糕的诱惑力，显然让很多企业无法自拔。除了日前小米的突然加入，包括格力旗下的大松也开始发力高端的智能电饭煲。去年底，九阳就宣布要募集10亿资金用于智能电饭煲项目的产能和技术建设。此外，苏泊尔对于电饭煲市场的投入力度，也较过去几年频频加码。

作为电饭煲市场最大风口的美的，除了在市场规模上一直保持着领先优势之外，还频频在高端市场上对外资企业发起了正面进攻。其核心模式，就是要凭借其掌握的高端智能电饭煲烹饪技术，以及米饭烹饪生态圈，打通硬件电饭煲、软件云平台，以及内容数以百种的大米，完成对产业发展方向的引领。

可以看到，除了美的、九阳、苏泊尔等传统企业，以及小米、大松等新晋企业，接下来不排除还会有互联网，或者综合家电企业，进入电饭煲市场抢夺这一块市场大蛋糕。

因为更多企业看中的，不只是当前电饭煲市场150亿元左右的蛋糕，更多的还是未来3—5年时间产品迭代升级之后，可能产生的300亿甚至更大的市场蛋糕。这种看得见的机会，谁也不愿意错过。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国智能电饭煲行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国智能电饭煲行业发展状况和特点，以及中国智能电饭煲行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球智能电饭煲行业发展态势作了详细分析，并对智能电饭煲行业进行了趋向研判，是智能电饭煲生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前智能电饭煲行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分行业运行现状

第一章智能电饭煲行业发展回顾

第一节 国内智能电饭煲行业发展历程

第二节 2019-2023年智能电饭煲行业发展成就回顾

一、2019-2023年智能电饭煲行业市场规模分析

二、2019-2023年智能电饭煲行业企业数量分析

三、2019-2023年智能电饭煲行业营业收入分析

四、2019-2023年智能电饭煲行业产销情况分析

五、2019-2023年智能电饭煲行业产品价格走势分析

第三节 2019-2023年智能电饭煲行业热点事件回顾

一、主要热点事件回顾

二、热点事件影响分析

第四节 2019-2023年智能电饭煲行业运行中存在的问题分析

一、2019-2023年智能电饭煲行业面临的问题分析

二、2019-2023年智能电饭煲行业企业面对的困境分析

三、2019-2023年智能电饭煲行业企业的发展出路分析

第二章中国智能电饭煲行业运行效益

第一节 2019-2023年中国智能电饭煲行业盈利能力分析

一、2019-2023年中国智能电饭煲行业总资产利润率分析

二、2019-2023年中国智能电饭煲行业营收利润率分析

三、2019-2023年中国智能电饭煲行业毛利率分析

第二节 2019-2023年中国智能电饭煲行业偿债能力分析

一、2019-2023年中国智能电饭煲行业速动比率分析

二、2019-2023年中国智能电饭煲行业流动比率分析

三、2019-2023年中国智能电饭煲行业资产负债率分析

第三节 2019-2023年中国智能电饭煲行业运营能力分析

一、2019-2023年中国智能电饭煲行业总资产周转率分析

二、2019-2023年中国智能电饭煲行业应收账款周转率分析

三、2019-2023年中国智能电饭煲行业存货周转率分析

第四节 2019-2023年中国智能电饭煲行业成长能力分析

一、2019-2023年中国智能电饭煲行业总资产增长率分析

二、2019-2023年中国智能电饭煲行业营收增长率分析

三、2019-2023年中国智能电饭煲行业利润增长率分析

第五节 2019-2023年中国智能电饭煲行业成本费用分析

一、中国智能电饭煲成本构成分析

二、2019-2023年中国智能电饭煲行业成本费用分析

三、中国智能电饭煲行业成本费用对于行业利润的影响分析

第三章中国智能电饭煲行业经营模式及渠道分析

第一节 中国智能电饭煲行业经营模式分析

第二节 中国智能电饭煲行业盈利模式分析

一、中国智能电饭煲行业盈利模式

二、影响中国智能电饭煲企业盈利的因素分析

第三节 中国智能电饭煲行业渠道分布

一、中国智能电饭煲行业渠道结构分布

二、主流渠道的优劣势对比分析

三、2024-2029年中国智能电饭煲行业渠道结构变化趋势预测

第四节 电子商务在中国智能电饭煲行业渠道中的应用现状

一、中国电子商务发展现状

二、中国电子商务相比传统渠道的优势分析

三、电子商务在中国智能电饭煲行业的应用现状

四、电子商务在中国智能电饭煲行业的应用趋势

第四章智能电饭煲行业背景环境分析

第一节 智能电饭煲行业宏观经济背景分析

一、2019-2023年国内宏观经济运行分析

二、2024-2029年宏观经济预测

三、宏观经济对智能电饭煲行业的支持分析

第二节 智能电饭煲行业政策背景分析

一、智能电饭煲行业管理体制及相关标准分析

二、2019-2023年国内政策环境分析

三、2024-2029年政策环境预测

四、政策环境对智能电饭煲行业的支持分析

第三节 智能电饭煲行业社会背景分析

一、2019-2023年国内社会背景分析

二、2024-2029年社会背景预测

三、社会背景对智能电饭煲行业的支持分析

第四节 智能电饭煲行业技术背景分析

一、2019-2023年智能电饭煲行业专利技术情况

二、2019-2023年智能电饭煲行业技术水准评估

三、2019-2023年智能电饭煲行业技术发展趋势

第二部分消费者研究分析

第五章消费者属性分析

第一节 消费者的首要认知渠道结构

第二节 消费者的细分属性调研

一、消费者年龄构成

二、消费者收入构成

三、消费者职业构成

四、消费者群体规模分析

第三节 影响消费者购买的因素对比

一、价格

二、包装

三、外观

四、品牌

五、广告

六、其他

第六章消费行为研究

第一节 智能电饭煲市场消费需求分析

一、智能电饭煲市场的消费需求变化

二、智能电饭煲行业的需求情况分析

三、2019-2023年智能电饭煲品牌市场消费需求分析

第二节 智能电饭煲消费市场状况分析

一、智能电饭煲行业消费特点

二、智能电饭煲行业消费分析

三、智能电饭煲行业消费结构分析

四、智能电饭煲行业消费的市场变化

五、智能电饭煲市场的消费方向

第三节 2024-2029年消费者行为变化趋势

第四节 2019-2023年中国智能电饭煲行业舆情环境分析

一、2019-2023年舆情现状

二、2019-2023年舆论关注度

三、2019-2023年舆情环境分析

四、2019-2023年舆情特点及发展趋势

第七章市场品牌现状分析

第一节 智能电饭煲行业市场品牌现状

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者经常购买的品牌调查

四、智能电饭煲行业品牌忠诚度调查

五、消费者的消费理念调研

第二节 智能电饭煲行业品牌排行

一、TOP10智能电饭煲行业品牌排行

二、TOP10智能电饭煲行业品牌市场占有率排行

第三部分市场竞争分析

第八章区域品牌情况分析

第一节 华北地区

一、整体区域市场规模分析

二、主要市场品牌分析

三、重点市场分析

四、投资价值分析

第二节 东北地区

一、整体区域市场规模分析

二、主要市场品牌分析

三、重点市场分析

四、投资价值分析

第三节 华东地区

一、整体区域市场规模分析

二、主要市场品牌分析

三、重点市场分析

四、投资价值分析

第四节 华南地区

一、整体区域市场规模分析

二、主要市场品牌分析

三、重点市场分析

四、投资价值分析

第五节 华中地区

一、整体区域市场规模分析

二、主要市场品牌分析

三、重点市场分析

四、投资价值分析

第六节 西南地区

一、整体区域市场规模分析

二、主要市场品牌分析

三、重点市场分析

四、投资价值分析

第七节 西北地区

一、整体区域市场规模分析

二、主要市场品牌分析

三、重点市场分析

四、投资价值分析

第九章重点企业经营现状

第一节 浙江苏泊尔股份有限公司

一、企业简介

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第二节 美的集团

一、企业简介

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第三节 小米公司

一、企业简介

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第四节 松下电器

一、企业简介

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第五节 九阳股份有限公司

一、企业简介

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第六节 上海奔腾企业(集团)有限公司

一、企业简介

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第七节 格兰仕集团

一、企业简介

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第八节 广东半球电器实业集团公司

一、企业简介

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第九节 重点企业产销量及价格对比

第十章 市场竞争格局与趋势

第一节 竞争五力模型

一、现有企业竞争

二、潜在进入者

三、替代品威胁

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 市场集中度分析

一、市场集中度评价

二、区域集中度分析

第三节 国内外智能电饭煲企业竞争力对比分析

一、国内智能电饭煲企业竞争优势分析

二、国内外智能电饭煲企业的竞争格局

1、国内市场国内外智能电饭煲企业竞争格局

2、全球市场国内外智能电饭煲企业竞争格局

三、构建中国智能电饭煲企业竞争力的策略建议

第四节 中国智能电饭煲行业竞争趋势预测

一、未来竞争格局及特点预测

二、竞争趋势分析

第四部分 产业前景与投资

第十一章 未来影响中国智能电饭煲行业发展的因素分析

第一节 未来影响中国智能电饭煲行业发展的主要因素

一、有利因素

二、稳定因素

三、不利因素

第二节 未来中国智能电饭煲行业面临的挑战与机遇

一、2024-2029年中国智能电饭煲行业面临的挑战分析

二、2024-2029年中国智能电饭煲行业面临挑战的解决策略建议

三、2024-2029年中国智能电饭煲行业面临的机遇分析

第三节 未来中国智能电饭煲行业企业面对的困境与解决策略

一、2024-2029年中国智能电饭煲行业企业面对的困境分析

二、重点企业面对的困境与解决策略

三、中小企业面对的困境与解决策略

第十二章智能电饭煲行业前景与投资建议

第一节 智能电饭煲行业发展前景预测

一、2024-2029年智能电饭煲行业数据预测

1、2024-2029年智能电饭煲行业市场规模预测

2、2024-2029年智能电饭煲行业营业收入预测

3、2024-2029年智能电饭煲行业产销预测

二、2024-2029年智能电饭煲行业发展趋势分析

三、2024-2029年智能电饭煲行业发展前景展望

第二节 智能电饭煲行业发展策略分析

一、重点客户策略

1、智能电饭煲行业实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、智能电饭煲行业实施重点客户战略要重点解决的问题

4、重点客户管理功能

二、品牌策略

1、智能电饭煲行业品牌的重要性

2、智能电饭煲行业实施品牌战略的意义

3、智能电饭煲行业企业品牌的现状分析

4、我国企业的品牌战略

5、品牌战略管理的策略

第三节 2024-2029年智能电饭煲行业投资机会分析

一、产业链投资机会分析

二、细分市场投资机会分析

三、区域投资机会分析

第四节 2024-2029年智能电饭煲行业投资建议

一、投资项目建议

二、投资区域建议

三、投资方式建议

图表目录：

图表：2019-2023年智能电饭煲行业市场规模分析

图表：2019-2023年智能电饭煲行业企业数量分析

图表：2019-2023年智能电饭煲行业营业收入分析

图表：2019-2023年智能电饭煲行业产销情况分析

图表：2019-2023年智能电饭煲行业产品价格走势分析

图表：2019-2023年中国智能电饭煲行业总资产利润率分析

图表：2019-2023年中国智能电饭煲行业营收利润率分析

图表：2019-2023年中国智能电饭煲行业毛利率分析

图表：2019-2023年中国智能电饭煲行业速动比率分析

图表：2019-2023年中国智能电饭煲行业流动比率分析

图表：2019-2023年中国智能电饭煲行业资产负债率分析

图表：2019-2023年中国智能电饭煲行业总资产周转率分析

图表：2019-2023年中国智能电饭煲行业应收账款周转率分析

图表：2019-2023年中国智能电饭煲行业存货周转率分析

图表：2019-2023年中国智能电饭煲行业总资产增长率分析

图表：2019-2023年中国智能电饭煲行业营收增长率分析

图表：2019-2023年中国智能电饭煲行业利润增长率分析

图表：2024-2029年智能电饭煲行业市场规模预测

图表：2024-2029年智能电饭煲行业营业收入预测

图表：2024-2029年智能电饭煲行业产销预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170616/84269.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)