

2009-2012年中国抽油烟机 行业投资分析及深度研究咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009-2012年中国抽油烟机行业投资分析及深度研究咨询报告》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.cction.com/report/200906/18920.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

→内容简介

中国抽油烟机行业经近三十年的发展，已成为一个较成熟的产业。与其他家电产品相比较，抽油烟机产业处于一个相对激烈的竞争环境里，以珠江三角洲和长江三角洲为代表的各大抽油烟机生产企业占据了国内抽油烟机市场上的主要份额。抽油烟机虽然一直被归入小家电类，但近两年随着人们对厨房设备的日渐重视，已发展成为在家电市场中举足轻重的产品，并逐渐向高端化和时尚化转型。2008年抽油烟机销量为895万台，同比增长1.6%。烟灶市场在年初受自然灾害影响表现低迷，“五一”因假期调整，市场销量也出现同比下降20%的不利局面，但由于主力品牌策略得当，同时产品结构上移，高端产品比重增加，“十一”黄金周，烟灶产品销量稳中有升。“十一”期间，一、二级市场的吸油烟机销量约为19.9万台，同比增长3.3%，基于宏观环境和目前的市场表现，2009年烟灶产品市场销量将低速增长，市场需求将进一步分化，销售结构继续向高端产品偏移。但从供应层面来看，企业在各大销售旺季均未达到乐观预期的压力下，极有可能会采取更为积极有效的营销策略，以推动产品的销售。因此，烟灶市场的平均价格将有一定幅度的下降，欧式机的价格极有可能突破2000元，且降幅超过深型机。

2008年抽油烟机的中式、欧式一直分为两极：浙江派为高端阵营，广东派为中低端阵营。帅康、老板、方太三大品牌对近吸式吸油烟机的拒绝，使众多二、三线品牌拥有更多的财富想象力，此时介入近吸式吸油烟机，会给二、三线厨卫品牌提供市场成长的空间。近吸式吸油烟机阵营的介入和比拼，也会对整个烟机行业局势的改变有所触动，近吸式吸油烟机将创造中国吸油烟机新一代豪门贵族，而最大得益者是四川阵营。2009年，欧式机和深型机各占半壁江山的格局短期内不会有重大改变。但是，欧式吸油烟机的造型比较美观，迎合了当前大众的消费心理，其华丽的外观与经过高档装修的室内环境更为协调，同时欧式吸油烟机选用的材料比较讲究，一般采用品质较好的不锈钢板、彩色铜板、钢化玻璃等材料，加工工艺较为精致，所以往往会给人一种物有所值的满足感。再加上欧式吸油烟机比较齐全的功能，因此，其市场比重将逐步扩大。值得关注的是，经过技术升级和材料改进的侧吸式吸油烟机卷土重来，将对吸油烟机市场现有格局产生一定的冲击。此外，嵌入式灶具也将逐渐成为市场的主流。从目前的家电消费趋势看，消费观念新潮和购买能力相对较强的年轻人群对价格的敏感度较低，对各种附加功能更为关注，因此，智能化抽油烟机产品是未来的发展趋势。而这一发展趋势也有助于抽油烟机行业提升产品的技术含量和附加值，为各品牌开发自己的特色产品、打造核心竞争力提供机遇。未来抽油烟机产品市场将进一步两极分化，高端产品的市场销量占有率和销售额将进一步增加。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国务院发展研究中心、中国家电协会、中国轻工业联合会、中华商业信息中心、中华全国工商业联合会厨具业商会、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国抽油烟机行业的市场规模与发展前景、供给与需求状况、销售情况、从业企业以及国家相关产业政策等进行了分析。报告重点分析了抽油烟机市场的现状以及行业竞争格局，详解了行业知名品牌营销模式，并对抽油烟机行业的发展趋势进行了研判，是抽油烟机生产企业、科研单位、经销企业等单位准确了解目前抽油烟机行业发展动态，把握企业定位和发展战略不可多得的决策参考资料。

→报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展环境分析

第一章 国产品牌抽油烟机发展环境分析 1

第一节 经济环境分析 1

一、经济发展状况 1

二、收入增长情况 20

三、固定资产投资 23

四、存贷款利率变化 28

五、人民币汇率变化 31

六、金融危机对抽油烟机行业影响分析 34

第二节 政策环境分析 35

一、我国出台新政策规范住宅整体厨卫行业标准 35

二、家电行业的调整和振兴规划 36

第三节 社会环境分析 39

一、人口规模与年龄结构分析 39

二、学历结构分析 39

三、2009年居民生活水平分析 40

四、2009年零售市场情况分析 49

第四节 我国油烟机技术环境分析 51

一、技术发展现状 51

二、技术发展问题 52

三、新技术发展与趋势 53

第二部分 行业市场调查

第二章 中国抽油烟机市场规模分析 57

第一节 中国抽油烟机市场规模分析 57

第二节 2008年我国抽油烟机区域结构分析 57

第三节 中国抽油烟机区域市场规模分析 58

第四节 2009-2012年中国抽油烟机市场规模预测 61

第三章 中国抽油烟机需求与消费者偏好调查 65

第一节 2005-2009年中国抽油烟机产量统计分析 65

一、2005年我国抽油烟机产量统计 65

二、2006年我国抽油烟机产量统计 68

三、2007年我国抽油烟机产量统计 70

四、2008年我国抽油烟机产量统计 74

五、2009年我国抽油烟机产量统计 78

第二节 中国抽油烟机历年消费量统计分析 80

一、抽油烟机市场供需发展历程 80

二、2008年吸油烟机销量冠军 81

三、2009年5月上海抽油烟机销量排行榜 83

四、2009年5月北京抽油烟机销量排行榜 84

第三节 2008-2009年抽油烟机产品的品牌市场调查 85

一、2008-2009年我国抽油烟机市场品牌调查情况 85

二、2008年12月抽油烟机市场品牌用户关注度调查 87

三、2008年12月低价抽油烟机市场品牌用户关注度调查 89

四、2009年1月抽油烟机市场品牌用户关注度调查 91

五、2009年1月低价抽油烟机市场品牌用户关注度调查 94

第四节 2009年5-6月我国抽油烟机市场品牌调查 96

一、2009年6月我国抽油烟机市场品牌关注度比例 96

二、2009年5-6月我国抽油烟机市场品牌热门情况 97

三、2009年5-6月我国抽油烟机各品牌热门情况 100

四、2009年5-6月各价格阶段的抽油烟机市场品牌热门情况 105

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析 107

一、价格敏感程度 107

二、品牌的影响	111
三、广告的影响程度	112
四、包装的影响程度	116
第六节 2009年一季度厨卫家电市场用户关注走势调研	119
第四章 国产品牌抽油烟机市场价格分析	123
第一节 我国抽油烟机市场发展现状	123
一、我国抽油烟机行业概貌	123
二、我国抽油烟机市场机型分析	123
三、我国抽油烟机市场消费者的需求特点	124
第二节 价格形成机制分析	125
第三节 2009年我国抽油烟机价格情况	128
一、2009年3月我国各地抽油烟机价格情况	128
二、2009年4月我国各地抽油烟机价格情况	135
三、2009年5月我国各地抽油烟机价格情况	136
第四节 国产品牌抽油烟机价格趋势分析	143
第五章 国产品牌抽油烟机进出口市场情况分析	146
第一节 2005-2008年国产品牌抽油烟机进出口量分析	146
第二节 我国抽油烟机对印尼出口情况	146
第三部分 行业竞争格局	
第六章 国产抽油烟机优势品牌企业分析	149
第一节 方太(中国驰名商标)	149
一、企业概况	149
二、企业业务综述	151
三、企业经营状况	152
四、品牌市场份额	154
五、品牌竞争策略	156
第二节 樱花(中国驰名商标)	159
一、企业概况	159
二、企业新动态	159
三、品牌竞争策略	160
第三节 欧意(中国驰名商标)	162
一、企业概况	162

- 二、企业经营状况 163
- 三、企业新动态 166
- 四、品牌竞争策略 168
- 第四节 万家乐（中国驰名商标） 170
 - 一、企业概况 170
 - 二、企业经营状况 171
 - 三、2008-2009年公司财务分析 172
 - 四、品牌竞争策略 175
- 第五节 美的Midea（中国驰名商标，广东佛山） 178
 - 一、企业概况 178
 - 二、企业经营状况 179
 - 三、2008-2009年公司财务分析 180
 - 四、品牌竞争策略 184
- 第六节 老板（中国驰名商标） 186
 - 一、企业概况 186
 - 二、企业新动态 187
 - 三、品牌建设分析 188
- 第七节 帅康（中国驰名商标） 191
 - 一、企业概况 191
 - 二、品牌竞争策略 192
- 第八节 华帝（中国名牌） 193
 - 一、企业概况 193
 - 二、企业经营状况 195
 - 三、2008-2009年公司财务分析 196
 - 四、品牌竞争策略 199
- 第九节 德意（中国驰名商标） 201
 - 一、企业概况 201
 - 二、品牌竞争策略 201
- 第十节 普田（中国名牌，中山） 202
 - 一、企业概况 202
 - 二、公司科技创新情况 205
 - 三、品牌建设分析 208

四、企业新动态	210
第七章 国产品牌抽油烟机竞争格局分析	212
第一节 我国厨卫品牌竞争格局分析	212
第二节 我国抽油烟机行业竞争格局与问题	216
一、我国抽油烟机行业竞争格局	216
二、我国抽油烟机品牌竞争问题	220
三、抽油烟机品牌竞争策略	221
第三节 抽油烟机细分行业竞争优势分析	221
一、侧吸式吸油烟机竞争优势	221
二、近吸式烟机竞争优势	224
第四节 国产知名吸油烟机企业大博弈	226
第八章 国产抽油烟机企业竞争策略分析	243
第一节 抽油烟机行业竞争结构分析	243
一、行业内现有企业的竞争	243
二、新进入者的威胁	244
三、替代品的威胁	245
四、供应商的讨价还价能力	245
五、购买者的讨价还价能力	246
第二节 抽油烟机行业国际竞争力影响因素分析	247
一、生产要素	247
二、需求条件	248
三、相关和支持性产业	249
四、企业的战略、结构和竞争对手	249
第三节 抽油烟机行业市场营销策略分析	250
一、产品策略	250
二、价格策略	251
三、渠道策略	251
四、推广策略	252
五、信息策略	254
六、服务策略	255
第四节 我国抽油烟机企业竞争策略分析	255
一、坚守核心主业	255

二、构建优质渠道 256

三、整合优质资源 256

四、提升经营能力 257

五、明确品牌形象 258

六、调整市场策略 258

第四部分 行业投资形势与策略

第九章 国产品牌抽油烟机发展趋势与预测 261

第一节 国内油烟机行业发展的趋势 261

第二节 未来高端吸油烟机和燃气灶市场发展趋势与预测 263

第三节 未来10年我国吸油烟机市场预测 264

第十章 抽油烟机行业投资机遇与风险分析 267

第一节 金融危机给我国企业带来的机遇分析 267

一、为享受调控政策带来机遇 267

二、为搞好战略转型带来机遇 267

三、为吸引国际投资带来机遇 268

四、为招聘高端人才带来机遇 268

五、为实施战略重组带来机遇 269

六、为降低制造成本带来机遇 269

第二节 金融危机下抽油烟机行业发展机遇分析 270

一、金融危机为抽油烟机企业提供了并购国外企业的机会 270

二、金融危机导致部分经营不善的抽油烟机企业退出市场 271

三、金融危机中我国抽油烟机企业发展机遇分析 272

第三节 2009年家电行业的投资机遇分析 272

第四节 抽油烟机企业战略规划不确定性风险分析 273

一、客观事件的不确定性风险 274

二、市场的不确定性风险 274

三、行业发展的不确定性风险 275

四、技术发展的不确定性风险 275

五、战略规划者的主观不确定性风险 276

六、执行过程的不确定性风险 276

七、工具方法的局限性风险 277

八、战略规划系统的不确定性风险 277

第十一章 抽油烟机行业投资战略研究	279
第一节 抽油烟机行业发展战略研究	279
一、技术开发战略	279
二、产业战略规划	282
三、业务组合战略	284
四、营销战略规划	287
五、区域战略规划	289
六、企业信息化战略规划	298
第二节 抽油烟机行业品牌战略分析	300
一、品牌的基本含义	300
二、品牌战略在企业发展中的重要性	300
三、抽油烟机品牌的特性和作用	301
四、抽油烟机品牌的价值战略	302
五、我国抽油烟机品牌竞争趋势	302
六、抽油烟机企业品牌发展战略	303
七、抽油烟机行业品牌竞争策略	305
第三节 抽油烟机企业经营管理策略	305
一、企业经营策略综述	305
二、企业产品经营策略	306
三、企业渠道经营策略	307
四、企业并购策略分析	308
五、经济危机下企业经营管理策略	310
第四节 抽油烟机行业投资战略研究	313
第五节 金融危机下抽油烟机发展与投资策略分析	313
一、对症下药	314
二、程序科学	314
三、控制成本	314
四、以市场为中心	314
五、讲求效益	315
六、可持续发展	315
七、遵守法律	315
第六节 新经济形势下家电行业投资策略	315

附录

附录：影响消费者购买决策的因素 338

图表目录

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度 1

图表：2004-2008年我国居民消费价格涨跌幅度 2

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度 2

图表：2004-2008年我国外汇储备情况 3

图表：2004-2008年我国税收收入及其增长速度 3

图表：2008年1月国家宏观经济景气指数 5

图表：2008年2月国家宏观经济景气指数 5

图表：2008年3月国家宏观经济景气指数 6

图表：2008年4月国家宏观经济景气指数 6

图表：2008年5月国家宏观经济景气指数 6

图表：2008年6月国家宏观经济景气指数 6

图表：2008年7月国家宏观经济景气指数 6

图表：2008年8月国家宏观经济景气指数 7

图表：2008年9月国家宏观经济景气指数 7

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 7

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 7

图表：2008年11月国家宏观经济景气指数 7

图表：2008年12月国家宏观经济景气指数 8

图表：2008年1季度我国企业景气指数 8

图表：2008年2季度我国企业景气指数 8

图表：2008年3季度我国企业景气指数 8

图表：2008年4季度我国企业景气指数 9

图表：2009年2月我国宏观经济景气指数 10

图表：2009年3月我国宏观经济景气指数 10

图表：2009年4月我国宏观经济景气指数 11

图表：2008年-2009年4月我国国有及国有控股企业营业收入、利润增长变化趋势 12

图表：2008年-2009年4月我国国有及国有控股企业应交税金、已交税金增长变化趋势 13

图表：2004-2008年我国农村居民人均纯收入及其增长速度 21

图表：2004-2008年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 21

图表：2004-2008年我国固定资产投资及其增长速度 23

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 24

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力 25

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况 26

图表：2008年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度 28

图表：2004-2008年我国城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度 29

图表：历年银行存款利率变化表 30

图表：1990-2008年人民币和美元汇率变化走势图 31

图表：2008年人口数及其构成 39

图表：2009年1月我国居民消费价格分类指数 40

图表：2009年2月我国居民消费价格分类指数 40

图表：2009年3月我国居民消费价格分类指数 41

图表：2009年4月我国居民消费价格分类指数 41

图表：2009年1月我国消费者信心指数 42

图表：2009年2月我国消费者信心指数 42

图表：2009年3月我国消费者信心指数 43

图表：2009年4月我国消费者信心指数 43

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（一） 44

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（二） 44

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（三） 44

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（四） 44

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（五） 45

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（一） 45

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（二） 45

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（三） 45

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（四） 46

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（五） 46

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（一） 46

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（二） 46

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（三） 47

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（四） 47

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（五） 47

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（一） 47

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（二） 48

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（三） 48

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（四） 48

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（五） 49

图表：2009年1月我国社会消费品零售总额情况 49

图表：2009年2月我国社会消费品零售总额情况 50

图表：2009年3月我国社会消费品零售总额情况 50

图表：2009年4月我国社会消费品零售总额情况 51

图表：2005年3月抽油烟机硬广告投放区域结构对比 58

图表：2007-2008年中国市场各种油烟机所占比率图 60

图表：2005年2-12月排油烟机产品产量全国合计 65

图表：2005年2-12月排油烟机产品产量江苏合计 65

图表：2005年2-12月排油烟机产品产量河南合计 66

图表：2005年2-12月排油烟机产品产量广东合计 66

图表：2005年2-12月排油烟机产品产量北京合计 66

图表：2005年2-12月排油烟机产品产量浙江合计 67

图表：2005年2-12月排油烟机产品产量上海合计 67

图表：2005年2-12月排油烟机产品产量山东合计 68

图表：2006年2-12月排油烟机产品产量全国合计 68

图表：2006年2-12月排油烟机产品产量江苏合计 68

图表：2006年2-12月排油烟机产品产量广东合计 69

图表：2006年2-12月排油烟机产品产量浙江合计 69

图表：2006年2-12月排油烟机产品产量上海合计 70

图表：2006年2-12月排油烟机产品产量山东合计 70

图表：2007年2-12月排油烟机产品产量全国合计 70

图表：2007年2-12月排油烟机产品产量江苏合计 71

图表：2007年2-12月排油烟机产品产量广东合计 71

图表：2007年2-12月排油烟机产品产量浙江合计 72

图表：2007年2-12月排油烟机产品产量湖北合计 72

图表：2007年2-12月排油烟机产品产量广西合计 72

图表：2007年2-12月排油烟机产品产量四川合计 73

图表：2007年2-12月排油烟机产品产量上海合计 73

图表：2007年2-12月排油烟机产品产量山东合计 74

图表：2008年2-12月排油烟机产品产量全国合计 74

图表：2008年2-12月排油烟机产品产量江苏合计 74

图表：2008年2-12月排油烟机产品产量广东合计 75

图表：2008年2-12月排油烟机产品产量浙江合计 75

图表：2008年2-12月排油烟机产品产量湖北合计 76

图表：2008年2-12月排油烟机产品产量广西合计 76

图表：2008年2-12月排油烟机产品产量四川合计 76

图表：2008年2-12月排油烟机产品产量上海合计 77

图表：2008年2-12月排油烟机产品产量山东合计 77

图表：2008年2-12月排油烟机产品产量湖南合计 78

图表：2009年2-4月排油烟机产品产量全国合计 78

图表：2009年2-4月排油烟机产品产量江苏合计 78

图表：2009年2-4月排油烟机产品产量广东合计 78

图表：2009年2-4月排油烟机产品产量浙江合计 79

图表：2009年2-4月排油烟机产品产量湖北合计 79

图表：2009年2-4月排油烟机产品产量广西合计 79

图表：2009年2-4月排油烟机产品产量上海合计 79

图表：2009年2-4月排油烟机产品产量山东合计 79

图表：2009年2-4月排油烟机产品产量湖南合计 80

图表：2009年5月1日-5月3日上海抽油烟机销量排行榜 83

图表：2009年5月15日-5月31日上海抽油烟机销量排行榜 83

图表：2009年5月15日-5月9日北京抽油烟机销量排行榜 84

图表：2009年5月20日-5月27日北京抽油烟机销量排行榜 84

图表：2008年吸油烟机-抽油烟机十大品牌排行 85

图表：2009年抽油烟机品牌中国驰名商标名单 85

图表：2009年抽油烟机品牌中国名牌产品名单 86

图表：油烟机品牌国家免检产品名单 86

图表：2008年12月最受用户关注的十款抽油烟机产品排行 87

图表：2008年12月与2008年1月最受用户关注的十款抽油烟机产品排行对比 88

图表：2008年12月最受用户关注的十款2000元以下抽油烟机排行 90

图表：2008年12月与2008年1月最受用户关注的十款2000元以下抽油烟机排行对比 90

图表：2009年1月最受用户关注的十款抽油烟机排行 92

图表：2009年1月与2008年12月最受用户关注的十款抽油烟机排行对比 93

图表：2009年1月最受用户关注的十款2000元内抽油烟机排行 94

图表：2009年1月与2008年12月最最受用户关注的十款2000元内抽油烟机排行对比 95

图表：2009年6月上旬我国抽油烟机市场品牌关注度比例 96

图表：2009年5-6月我国热门抽油烟机市场品牌情况 97

图表：2009年5-6月我国抽油烟机新品排行榜 98

图表：2009年5-6月最新抽油烟机产品热门情况 98

图表：2009年5-6月热门抽油烟机品牌情况 99

图表：2009年5-6月热门方太抽油烟机情况 100

图表：2009年5-6月热门樱花抽油烟机情况 101

图表：2009年5-6月热门老板抽油烟机情况 101

图表：2009年5-6月热门帅康抽油烟机情况 102

图表：2009年5-6月热门西门子抽油烟机情况 102

图表：2009年5-6月热门华帝抽油烟机情况 103

图表：2009年5-6月热门海尔抽油烟机情况 103

图表：2009年5-6月热门樱雪抽油烟机情况 104

图表：2009年5-6月热门美的抽油烟机情况 104

图表：2009年5-6月热门1000元以下抽油烟机情况 105

图表：2009年5-6月热门1000-2000元抽油烟机情况 106

图表：2009年5-6月热门2000-3000元抽油烟机情况 106

图表：2009年5-6月热门3000-4000元抽油烟机情况 107

图表：广告在品牌传播中对消费者的影响作用 114

图表：2009年1季度电磁炉市场用户关注走势统计 119

图表：2009年1季度电饭煲市场用户关注走势统计 120

图表：2009年1季度微波炉市场用户关注走势统计 120

图表：2009年1季度消毒柜市场用户关注走势统计 121

图表：2009年3月11日我国各地抽油烟机报价 128

图表：2009年3月14日我国各地抽油烟机报价 130

图表：2009年3月20日我国各地抽油烟机报价 131

图表：2009年3月23日我国各地抽油烟机报价 133

图表：2009年4月10日我国各地抽油烟机报价 135

图表：2009年5月13日我国各地抽油烟机报价 136

图表：2009年5月16日我国各地油烟机报价 138

图表：2009年5月22日我国各地抽油烟机报价 139

图表：2009年5月25日我国各地抽油烟机网上报价 141

图表：2009年5月31日我国各地抽油烟机报价 142

图表：2000-2006年我国抽油烟机对印尼出口变动轨迹 147

图表：2000-2006年印尼在我国抽油烟机出口市场地位变动轨迹 148

图表：2008年下半年广东万家乐股份有限公司主营构成 172

图表：2008-2009年广东万家乐股份有限公司每股指标 172

图表：2008-2009年广东万家乐股份有限公司获利能力 173

图表：2008-2009年广东万家乐股份有限公司经营能力 173

图表：2008-2009年广东万家乐股份有限公司偿债能力 173

图表：2008-2009年广东万家乐股份有限公司资本结构 173

图表：2008-2009年广东万家乐股份有限公司发展能力 174

图表：2008-2009年广东万家乐股份有限公司现金流量 174

图表：2008-2009年广东万家乐股份有限公司主营业务收入 174

图表：2008-2009年广东万家乐股份有限公司主营业务利润 174

图表：2008-2009年广东万家乐股份有限公司营业利润 175

图表：2008-2009年广东万家乐股份有限公司利润总额 175

图表：2008-2009年广东万家乐股份有限公司净利润 175

图表：2008年下半年广东美的电器股份有限公司主营构成 180

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司每股指标 180

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司获利能力 181

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司经营能力 181

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司偿债能力 181

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司资本结构 181

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司发展能力 182

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司现金流量 182

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司主营业务收入 182

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司主营业务利润 182

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司营业利润 183

图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司利润总额 183
图表：2008-2009年广东美的电器股份有限公司净利润 183
图表：杭州老板实业集团有限公司品牌上层建筑 188
图表：2008年下半年中山华帝燃具股份有限公司主营构成 196
图表：2008-2009年中山华帝燃具股份有限公司每股指标 196
图表：2008-2009年中山华帝燃具股份有限公司获利能力 197
图表：2008-2009年中山华帝燃具股份有限公司经营能力 197
图表：2008-2009年中山华帝燃具股份有限公司偿债能力 197
图表：2008-2009年中山华帝燃具股份有限公司资本结构 197
图表：2008-2009年中山华帝燃具股份有限公司发展能力 198
图表：2008-2009年中山华帝燃具股份有限公司现金流量 198
图表：2008-2009年中山华帝燃具股份有限公司主营业务收入 198
图表：2008-2009年中山华帝燃具股份有限公司主营业务利润 198
图表：2008-2009年中山华帝燃具股份有限公司营业利润 199
图表：2008-2009年中山华帝燃具股份有限公司利润总额 199
图表：2008-2009年中山华帝燃具股份有限公司净利润 199
图表：华帝公司品牌概念变化 200

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200906/18920.html>