

2017-2022年中国饮水机市 场研究与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国饮水机市场研究与投资战略咨询报告》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/L850436XY7.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

饮水机是将桶装纯净水（或矿泉水）升温或降温并方便人们饮用的装置。自从20世纪90年代饮水机进入中国市场以来，国内饮水机市场规模迅速膨胀，一些家电企业纷纷加入饮水机市场，饮水机的产销量逐年递增，特别是近几年，饮水机市场的发展势头更趋强劲。

近年来，与大件家电降价背道的是，小家电领域饮水机的价格近来有所攀升，且高端市场份额正在逐渐加大。中国饮水机市场的品牌集中程度较高。安吉尔和美的两大品牌以明显优势位居第一阵营，沁园、浪木、奔腾等本土品牌组成了饮水机市场的第二阵营。2014年1-12月生产电冷热饮水机2624.86万台，同比下降2.52%。2015年1-5月中国电冷热饮水机累计产量9410.42台，同比下降3.45%。2015年10月中国电冷热饮水机产量为2,077,233.00台，同比下降13.96%。2015年1-10月止累计中国电冷热饮水机产量21,655,263.00台，同比下降2.38%。

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	2,077,233.00	21,655,263.00	-13.96	-2.38
北京	1,243.00	-	-24.71	-
天津	2,185.00	40,740.00	0.92	32.28
河北	-	-	-	-
山西	-	-	-	-
内蒙古	-	-	-	-
辽宁	-	-	-	-
吉林	-	-	-	-
黑龙江	-	-	-	-
上海	4,686.00	278,575.00	-94.7	6.04
江苏	1,582.00	16,710.00	-1.62	12.22
浙江	316,233.00	4,513,177.00	-41.93	-18.32
安徽	-	-	-	-
福建	3,113.00	34,011.00	28.58	29.96
江西	-	-	-	-
山东	-	-	-	-
河南	476,399.00	4,053,411.00	21.18	31.09
湖北	-	-	-	-
湖南	-	-	-	-
广东	1,270,675.00	12,701,321.00	-7.47	-3.44
广西	-	-	-	-
海南	-	-	-	-
重庆	2,360.00	16,075.00	-26.8	5.51
四川	-	-	-	-
贵州	-	-	-	-
云南	-	-	-	-
西藏	-	-	-	-
陕西	-	-	-	-
甘肃	-	-	-	-
青海	-	-	-	-
宁夏	-	-	-	-
新疆	-	-	-	-

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国饮水机市场研究与投资战略咨询报告》共十二章。首先介绍了饮水机相关概念及发展环境，接着分析了中国饮水机规模及消费需求，然后对中国饮水机市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国饮水机面临的机遇及发展前景。您若想对中国饮水机有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 饮水机行业相关概述

第一节 小家电行业概述

- 一、小家电定义及分类
- 二、中国小家电发展历程
- 三、小家电市场三大特点
- 四、中国小家电主要品牌介绍

第二节 饮水机相关概念

- 一、饮水机定义及分类
- 二、饮水机结构及组成
- 三、饮水机的工作原理

第二章 2013-2015年国际饮水机行业发展态势分析

第一节 2013-2015年国际饮水机行业总体态势分析

- 一、国际饮水机行业规模分析
- 二、国际饮水机行业产品结构分析
- 二、国际饮水机行业技术发展现状

第二节 2013-2015年国际饮水机行业市场运营状况分析

- 一、国际饮水机行业产销状况分析
- 二、国际饮水机行业主要经济指标分析

第三节 2013-2015年主要国家地区饮水机行业发展现状分析

- 一、美国
- 二、西欧
- 三、日本
- 四、韩国
- 五、俄罗斯

第三章 2013-2015年中国饮水机行业运行环境分析

第一节 2013-2015年中国饮水机行业经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数

三、城镇人员从业状况

四、存贷款利率变化

五、财政收支状况

第二节 2013-2015年中国饮水机行业政策环境分析

一、国家相关政策影响

二、产业政策

三、其他政策

第三节 2013-2015年中国饮水机行业社会环境分析

第四章 2013-2015年中国饮水机行业发展态势分析

第一节 2013-2015年中国饮水机行业动态分析

第二节 2013-2015年中国饮水机行业特征分析

一、行业盈利水平分析

二、行业生产结构分析

三、行业消费结构分析

第三节 2013-2015年中国饮水机行业发展存在的问题

一、质量良莠不齐

二、饮水机不合格产品较多

三、饮水机的健康与安全隐患

第五章 2013-2015年中国饮水机市场运行动态分析

第一节 2013-2015年中国饮水机市场特点分析

一、市场普及率不高

二、市场增长性极强的态势

三、饮水机市场形成群雄混战的局面

四、两派兵团：浙江水兵团和广东水兵团

五、铜内胆抗菌饮水机产销即将进入快车道

第二节 2013-2015年中国饮水机企业结构分析

一、不同规模企业数量及分布

二、不同所有制企业数量及分布

第三节 2013-2015年中国饮水机技术现状分析

第六章 2013-2015年中国饮水机市场供需状况分析

第一节 2013-2015年中国饮水机市场需求结构分析

一、城乡需求结构分析

二、区域需求结构分析

三、产品需求结构分析

第二节 2013-2015年影响中国饮水机的需求因素分析

一、广告影响因素

二、包装影响因素

三、价格影响因素

四、产品性能影响因素

五、销售方式影响因素

六、外观影响因素

第三节 2013-2015年中国饮水机生产能力分析

一、整体生产能力

二、地区生产能力分析

三、企业生产能力分析

第四节 2013-2015年中国饮水机市场供给情况

一、城乡供给情况

二、区域供给情况

三、产品供给情况

第五节 2013-2015年中国饮水机市场供需平衡分析

第七章 2013-2015年中国饮水机消费者市场调查分析

第一节 2013-2015年中国饮水机消费者购买行为分析

一、饮水机购买动机分析

二、饮水机消费者属性分析

三、饮水机消费者偏好分析

四、饮水机消费者的品牌认知度分析

五、饮水机消费者对产品电气性能关注度分析

六、饮水机消费者对产品价格关注度分析

七、饮水机消费者对质量关注度分析

八、饮水机消费者对外观关注度分析

九、消费者未购买饮水机的原因分析

第二节 2013-2015年中国饮水机消费者满意度分析

一、消费者产品满意度

二、消费者服务满意度

三、消费者功能满意度

四、消费者价格满意度

五、影响消费者满意度的因素分析

第八章 2013-2015年中国饮水机行业进出口态势分析

第一节 2013-2015年中国饮水机进出口情况概述

第二节 2013-2015年中国饮水机行业进出口总量分析

一、饮水机进口总量走势

二、饮水机出口总量走势

三、饮水机进出口差量变动情况

第三节 2013-2015年中国饮水机行业进出口国家分析

一、主要进口国

二、主要出口国

第四节 2013-2015年中国饮水机行业出口价格分析

一、饮水机进出口价格走势

二、影响饮水机进出口价格的因素

第九章 2013-2015年中国饮水机市场竞争格局分析

第一节 中国饮水机行业波特五力模型分析

一、供应商议价能力

二、买方议价能力

三、现存竞争者之间的竞争

四、替代品的威胁

五、新的竞争对手入侵

第二节 2013-2015年中国饮水机行业集中度分析

一、品牌集中度

二、区域集中度

三、产品集中度

四、企业集中度

第三节 2013-2015年中国饮水机区域竞争态势分析

一、华北

二、东北

三、华东

四、中南

五、西南

六、西北

七、华南

第十章 2013-2015年中国饮水机优势企业竞争力分析

第一节 美的

一、企业基本概况

二、2013-2015年企业经营与财务状况分析

三、2013-2015年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第二节 安吉尔

一、企业基本概况

二、2013-2015年企业经营与财务状况分析

三、2013-2015年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第三节 沁园

一、企业基本概况

二、2013-2015年企业经营与财务状况分析

三、2013-2015年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第四节 浪木

一、企业基本概况

二、2013-2015年企业经营与财务状况分析

三、2013-2015年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第五节 先锋

- 一、企业基本概况
- 二、2013-2015年企业经营与财务状况分析
- 三、2013-2015年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第六节 奇迪

- 一、企业基本概况
- 二、2013-2015年企业经营与财务状况分析
- 三、2013-2015年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第七节 司迈特

- 一、企业基本概况
- 二、2013-2015年企业经营与财务状况分析
- 三、2013-2015年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第十一章 2017-2022年中国饮水机行业的发展趋势及前景展望

第一节 2017-2022年中国家电行业的发展趋势

- 一、家电行业未来趋势
- 二、家电行业发展方向

第二节 2017-2022年中国小家电行业发展趋势

- 一、中国小家电行业的发展展望
- 二、小家电产品发展趋势
- 三、未来小家电将具备的功能分析
- 四、厨房小家电的发展趋势

第三节 2017-2022年中国饮水机行业的发展趋势

- 一、饮水机市场发展空间巨大
- 二、饮水机技术方面的趋势
- 三、饮水机产品发展趋势

第十二章 2017-2022年中国饮水机行业投资机会与风险分析 (ZY ZM)

第一节 2017-2022年中国饮水机行业投资机会分析

- 一、饮水机行业区域投资机会

二、饮水机主要产品投资机会

三、饮水机出口市场投资机会

第二节 2017-2022年中国饮水机行业投资风险分析

一、宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、供需波动风险

四、技术创新风险

五、经营管理风险

第三节 2017-2022年中国饮水机企业市场营销策略

一、注重定位和产品差异化定位

二、实施品牌忠诚的营销策略

三、建立完善的顾客服务系统

四、提高产品质量，赋予产品新的特色

五、寻找和进入新的细分市场

六、适时降价，吸引价格敏感消费者

第四节 专家相关建议

图表目录：

图表：饮水机的结构

图表：饮水机的组成

图表：2013-2015年饮水机市场分城市类别构成图

图表：2013-2015年饮水机市场各月度销售业绩环比变化图

图表：2013-2015年不同规格饮水机平均售价走势图

图表：2013-2015年饮水机主要品牌累计零售量对比

图表：2013-2015年饮水机主要品牌累计零售额占有率对比

图表：2013-2015年饮水机主要品牌零售量份额市场走势图

图表：2013-2015年饮水机供应量趋势图

图表：2013-2015年饮水机求购量趋势图

图表：2013-2015年小家电市场主要产品关注度比较

图表：2013-2015年饮水机市场价格分布图

图表：2013-2015年主要饮水机制造企业所属省市对比

图表：2013-2015年主要饮水机制造企业区域对比

图表：2013-2015年饮水机各区间价格对比

图表：2013-2015年饮水机区域市场供应量对比

图表：2013-2015年饮水机区域市场需求量对比

图表：2013-2015年全国饮水机品牌市场占有率

图表：2013-2015年全国饮水机前十名市场占有率

图表：2013-2015年全国饮水机前十名零售额市场占有率

图表：美的企业概述

图表：2013-2015年中国饮水机进口的总值

图表：2013-2015年中国饮水机出口的总值

图表：2017-2022年中国饮水机产量预测

图表：2017-2022年中国饮水机行业进出口状况预测

图表：2017-2022年中国饮水机行业市场供需状况预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/L850436XY7.html>