

# 2008-2010年十大即热式电 热水器品牌竞争格局及品牌策略分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2008-2010年十大即热式电热水器品牌竞争格局及品牌策略分析报告》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/taiyangneng/R438024G90.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

[b]2008-2010年十大即热式电热水器品牌竞争格局及品牌策略分析报告 内容介绍：[/b]

品牌分析 Brand Analyst：是指专业的品牌研究分析人员，根据长期的品牌监测数据，对行业品牌母体进行的全方面的分析。这种品牌分析包括品牌识别系统分析、品牌接触点分析、品牌生态位分析、品牌指数分析、品牌竞争格局分析、品牌成熟度分析、品牌趋势分析、品牌体验分析等。并根据行业品牌总体表现分析行业品牌生态、品牌演化阶段和演化趋势。

我们通过对即热式电热水器行业的系统观察，对即热式电热水器品牌进行了全方面的分析，其中对即热式电热水器行业趋势、品牌竞争格局，消费者品牌偏好等都进行了详尽的分析，为品牌领航员提供品牌数据支持。

[b]第一章 中国即热式电热水器行业与产品发展概况[/b]

第一节 2005-2008年我国经济和社会环境分析

第二节 我国近期即热式电热水器产业政策分析

第三节 即热式电热水器行业产品构成分析

第四节 即热式电热水器产业链模型分析

第五节 即热式电热水器行业的“波特五力模型”分析

一、现有企业间的竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

[b]第二章 我国即热式电热水器产品市场规模分析[/b]

第一节 2005-2008年中国即热式电热水器行业产量分析

第二节 2005-2008年中国即热式电热水器行业消费量分析

第三节 2005-2008年中国即热式电热水器行业需求规模分析

第四节 2008-2010年中国即热式电热水器行业市场规模预测

[b]第三章 十大即热式电热水器品牌研究[/b]

第一节 哈佛即热式电热水器

一、品牌简介

二、2005-2007年销售情况（销售收入，利润）

三、2005-2007年价格分析（产品平均销售价格）

四、渠道分析（包括直营模式，代理模式，网络模式，国际贸易模式）

五、品牌营销战略（包括国内外布局、营销网络、终端构建）

## 第二节 海尔即热式电热水器

一、品牌简介

二、2005-2007年销售情况（销售收入，利润）

三、2005-2007年价格分析（产品平均销售价格）

四、渠道分析（包括直营模式，代理模式，网络模式，国际贸易模式）

五、品牌营销战略（包括国内外布局、营销网络、终端构建）

## 第三节 奥特朗即热式电热水器

一、品牌简介

二、2005-2007年销售情况（销售收入，利润）

三、2005-2007年价格分析（产品平均销售价格）

四、渠道分析（包括直营模式，代理模式，网络模式，国际贸易模式）

五、品牌营销战略（包括国内外布局、营销网络、终端构建）

## 第四节 太尔即热式电热水器

一、品牌简介

二、2005-2007年销售情况（销售收入，利润）

三、2005-2007年价格分析（产品平均销售价格）

四、渠道分析（包括直营模式，代理模式，网络模式，国际贸易模式）

五、品牌营销战略（包括国内外布局、营销网络、终端构建）

## 第五节 哈博即热式电热水器

一、品牌简介

二、2005-2007年销售情况（销售收入，利润）

三、2005-2007年价格分析（产品平均销售价格）

四、渠道分析（包括直营模式，代理模式，网络模式，国际贸易模式）

五、品牌营销战略（包括国内外布局、营销网络、终端构建）

## 第六节 西门子即热式电热水器

一、品牌简介

二、2005-2007年销售情况（销售收入，利润）

三、2005-2007年价格分析（产品平均销售价格）

四、渠道分析（包括直营模式，代理模式，网络模式，国际贸易模式）

五、品牌营销战略（包括国内外布局、营销网络、终端构建）

## 第七节 汉诺威即热式电热水器

- 一、品牌简介
- 二、2005-2007年销售情况（销售收入，利润）
- 三、2005-2007年价格分析（产品平均销售价格）
- 四、渠道分析（包括直营模式，代理模式，网络模式，国际贸易模式）
- 五、品牌营销战略（包括国内外布局、营销网络、终端构建）

#### 第八节 欧莱克即热式电热水器

- 一、品牌简介
- 二、2005-2007年销售情况（销售收入，利润）
- 三、2005-2007年价格分析（产品平均销售价格）
- 四、渠道分析（包括直营模式，代理模式，网络模式，国际贸易模式）
- 五、品牌营销战略（包括国内外布局、营销网络、终端构建）

#### 第九节 斯狄胤即热式电热水器

- 一、品牌简介
- 二、2005-2007年销售情况（销售收入，利润）
- 三、2005-2007年价格分析（产品平均销售价格）
- 四、渠道分析（包括直营模式，代理模式，网络模式，国际贸易模式）
- 五、品牌营销战略（包括国内外布局、营销网络、终端构建）

#### 第十节 蓝勋章即热式电热水器

- 一、品牌简介
- 二、2005-2007年销售情况（销售收入，利润）
- 三、2005-2007年价格分析（产品平均销售价格）
- 四、渠道分析（包括直营模式，代理模式，网络模式，国际贸易模式）
- 五、品牌营销战略（包括国内外布局、营销网络、终端构建）

### [b]第三章 十大即热式电热水器品牌竞争分析[/b]

#### 第一节 各品牌市场份额分析

#### 第二节 品牌集中度调查

- 一、产品产出的企业集中度
- 二、产品消费的品牌集中度

#### 第三节 主要城市消费市场品牌构成调查

- 一、北京
- 二、上海
- 三、广东

## [b] 第四章 十大即热式电热水器品牌营销调查[/b]

### 第一节 营销模式调查

- 一、直销
- 二、代理经销
- 三、国际贸易
- 四、网络模式

### 第二节 销售渠道建设

- 一、渠道分类
- 二、渠道建设

### 第三节 销售终端竞争调查

- 一、广告宣传
- 二、促销活动
- 三、价格竞争

### 第四节 品牌国际化发展模式研究

## [b]第五章 十大即热式电热水器品牌消费群体与客户满意度调查[/b]

### 第一节 品牌消费偏好调查

- 一、消费者对即热式电热水器品牌的首要认知渠道调查
- 二、消费者对即热式电热水器产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对即热式电热水器品牌忠诚度调查

### 第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格影响程度
- 二、购买方便的影响
- 三、广告的影响程度
- 四、包装的影响程度

### 第四节 消费群体对即热式电热水器品牌产品的建议

- 一、产品设计
- 二、价位布局
- 三、供货方式

## [b]第六章 2008-2010年即热式电热水器行业投资价值与投资策略分析[/b]

### 第一节 即热式电热水器行业投资价值分析

- 一、即热式电热水器行业发展前景分析
- 二、即热式电热水器行业盈利能力预测

### 三、投资机会分析

#### 第二节 即热式电热水器行业投资风险分析

##### 一、政策风险

##### 二、竞争风险

##### 三、经营风险

#### 第三节 即热式电热水器行业投资策略分析

##### 一、市场定位

##### 二、重点区域

[b]图表目录省略。。。。。。[/b]

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/taiyangneng/R438024G90.html>