

# 2016-2022年中国电热水龙头市场深度调查与市场分析预测报告

## 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

《2016-2022年中国电热水龙头市场深度调查与市场分析预测报告》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/Z2271998U2.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

电热水龙头具有安全、节能、经济的特点，其创新在于接上电源打开水龙头就能产生热水。相比电热水器长时间的预热过程，电热水龙头，即开即热的特点，可以满足现代人高标准、快节奏的生活需求。快速电热水龙头正以安全、方便、环保、节能等特性，越来越多的得到现代人的青睐，每年正以200%的增长速度辐射中国广大的市场。

2013年，北京、成都、重庆、哈尔滨、广州、南京等许多省市的房地产公司和物业公司选择了向小区家庭安装快速电热水龙头。广州、连云港、上海等地的家装博览会及卫浴产品博览会更吸引众多专业销售商的目光。据2013年装饰材料市场及卫浴产品市场统计，电热水龙头的销量（特指批发量）在专业市场已接近当地大百货商场的月销总量。

目前城市居民家庭对于厨卫小家电产品的需求已不再满足于现状，消费者对于厨卫产品的多样化、个性化需求，为厨卫产品市场进一步的开拓提供了广阔的市场。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国电热水龙头市场深度调查与市场分析预测报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

### 第1章：中国电热水龙头行业发展综述

#### 1.1 电热水龙头行业定义及分类

##### 1.1.1 行业概念及定义

##### 1.1.2 主要产品大类

##### 1.1.3 产品功能特点

##### 1.1.4 产品适用领域

#### 1.2 电热水龙头行业产业链分析

##### 1.2.1 电热水龙头行业下游产业流通链解析

###### (1) 综合零售业发展现状与需求

- 1) 综合零售业发展概况
- 2) 综合零售业经济运行
  - (2) 家电连锁业发展现状与需求
- 1) 家电连锁业发展概况
- 2) 家电连锁业经济运行
  - (3) 房地产行业发展现状与需求
- 1) 房地产行业发展概况
- 2) 房地产行业经济运行
  - (4) 新农村建设进展及未来规划
- 1.2.2 电热水龙头行业上游产业供应链解析
  - (1) 陶瓷业供需分析及价格走势
  - (2) 不锈钢供需分析及价格走势
  - (3) 塑料供需分析及价格走势
- 1.3 电热水龙头行业相关产业分析
  - 1.3.1 水供应量及价格走势
  - 1.3.2 电供应量及价格走势

## 第2章：电热水龙头行业发展与竞争

- 2.1 电热水龙头市场规模及测评
  - 2.1.1 全国市场规模及测评
  - 2.1.2 东北地区市场规模及测评
  - 2.1.3 西北地区市场规模及测评
  - 2.1.4 华北地区市场规模及测评
  - 2.1.5 华中地区市场规模及测评
  - 2.1.6 华东地区市场规模及测评
  - 2.1.7 其他地区市场规模及测评
- 2.2 电热水龙头品牌竞争格局
  - 2.2.1 电热水龙头企业品牌竞争
    - (1) 综合企业品牌排名情况
    - (2) 企业品牌认知度排名情况
    - (3) 企业品牌美誉度排名情况
    - (4) 企业品牌的3C认证情况

## 2.2.2 电热水龙头企业区域竞争

- (1) 不同区域的品牌渗透情况
- (2) 不同品牌的区域竞争情况

## 2.2.3 电热水龙头企业渠道竞争

- (1) 代理加盟商渠道竞争情况
- (2) 专业连锁销售渠道竞争情况
- (3) 工程/团体采购渠道竞争情况

## 2.2.4 电热水龙头企业价格竞争

- (1) 300元以下产品品牌排名
- (2) 300-500元产品品牌排名
- (3) 500-1000元产品品牌排名
- (4) 1000元以上产品品牌排名

## 2.2.5 电热水龙头企业营销竞争

- (1) 企业营销战略比较
- (2) 企业营销推广比较

## 2.2.6 电热水龙头企业专业技术竞争

- (1) 企业专业背景比较
- (2) 企业技术背景比较

## 2.3 电热水龙头品牌调研

### 2.3.1 奥特朗

- (1) 产品特征及3C认证
- (2) 产品价格与定位
- (3) 品牌识别度与美誉度
- (4) 营销模式及推广
- (5) 渠道结构与特征
- (6) 门店数量及分布

### 2.3.2 艾宝

- (1) 产品特征及3C认证
- (2) 产品价格与定位
- (3) 品牌识别度与美誉度
- (4) 营销模式及推广
- (5) 渠道结构与特征

(6) 门店数量及分布

### 2.3.3 亚乐

(1) 产品特征及3C认证

(2) 产品价格与定位

(3) 品牌识别度与美誉度

(4) 营销模式及推广

(5) 渠道结构与特征

(6) 门店数量及分布

### 2.3.4 飞羽

(1) 产品特征及3C认证

(2) 产品价格与定位

(3) 品牌识别度与美誉度

(4) 营销模式及推广

(5) 渠道结构与特征

(6) 门店数量及分布

### 2.3.5 扬子

(1) 产品特征及3C认证

(2) 产品价格与定位

(3) 品牌识别度与美誉度

(4) 营销模式及推广

(5) 渠道结构与特征

(6) 门店数量及分布

### 2.3.6 酷科

(1) 产品特征及3C认证

(2) 产品价格与定位

(3) 品牌识别度与美誉度

(4) 营销模式及推广

(5) 渠道结构与特征

(6) 门店数量及分布

### 2.3.7 传福

(1) 产品特征及3C认证

(2) 产品价格与定位

- (3) 品牌识别度与美誉度
- (4) 营销模式及推广
- (5) 渠道结构与特征
- (6) 门店数量及分布

#### 2.3.8 科屹乐

- (1) 产品特征及3C认证
- (2) 产品价格与定位
- (3) 品牌识别度与美誉度
- (4) 营销模式及推广
- (5) 渠道结构与特征
- (6) 门店数量及分布

#### 2.3.9 依拉贝

- (1) 产品特征及3C认证
- (2) 产品价格与定位
- (3) 品牌识别度与美誉度
- (4) 营销模式及推广
- (5) 渠道结构与特征
- (6) 门店数量及分布

#### 2.3.10 易热宝

- (1) 产品特征及3C认证
- (2) 产品价格与定位
- (3) 品牌识别度与美誉度
- (4) 营销模式及推广
- (5) 渠道结构与特征
- (6) 门店数量及分布

#### 2.3.11 顺皇

- (1) 产品特征及3C认证
- (2) 产品价格与定位
- (3) 品牌识别度与美誉度
- (4) 营销模式及推广
- (5) 渠道结构与特征
- (6) 门店数量及分布

### 2.3.12 爱拓升

- (1) 产品特征及3C认证
- (2) 产品价格与定位
- (3) 品牌识别度与美誉度
- (4) 营销模式及推广
- (5) 渠道结构与特征
- (6) 门店数量及分布

### 2.3.13 佳源

- (1) 产品特征及3C认证
- (2) 产品价格与定位
- (3) 品牌识别度与美誉度
- (4) 营销模式及推广
- (5) 渠道结构与特征
- (6) 门店数量及分布

### 2.3.14 杰

- (1) 产品特征及3C认证
- (2) 产品价格与定位
- (3) 品牌识别度与美誉度
- (4) 营销模式及推广
- (5) 渠道结构与特征
- (6) 门店数量及分布

### 2.3.15 恋尔

- (1) 产品特征及3C认证
- (2) 产品价格与定位
- (3) 品牌识别度与美誉度
- (4) 营销模式及推广
- (5) 渠道结构与特征
- (6) 门店数量及分布

## 第3章：电热水龙头行业消费需求调研

### 3.1 电热水龙头需求与发展空间

#### 3.1.1 商业性需求与发展空间



- (1) 商业性需求领域分析
- (2) 商业性需求空间分析
- 3.1.2 民用消费需求与发展空间
  - (1) 居民潜在消费需求分析
  - (2) 不同地域居民消费需求分析
  - (3) 民用消费需求空间测算
- 3.2 北方城市需求空间调研分析
  - 3.2.1 电热水龙头消费层次
  - 3.2.2 电热水龙头消费承受能力
  - 3.2.3 电热水龙头消费频率
  - 3.2.4 电热水龙头消费质量要求
  - 3.2.5 电热水龙头消费场所选择
  - 3.2.6 电热水龙头品牌忠诚度
  - 3.2.7 电热水龙头投诉率与口碑影响
- 3.3 南方城市需求空间调研分析
  - 3.3.1 电热水龙头消费层次
  - 3.3.2 电热水龙头消费承受能力
  - 3.3.3 电热水龙头消费频率
  - 3.3.4 电热水龙头消费质量要求
  - 3.3.5 电热水龙头消费场所选择
  - 3.3.6 电热水龙头品牌忠诚度
  - 3.3.7 电热水龙头投诉率与口碑影响

#### 第4章：电热水龙头销售渠道与营销推广策略

- 4.1 电热水龙头行业销售渠道
  - 4.1.1 电热水龙头销售渠道发展
  - 4.1.2 电热水龙头渠道模式
    - (1) 直营
    - (2) 代理分销
    - (3) 品牌托管
  - 4.1.3 电热水龙头销售渠道
    - (1) 百货商场

(2) 品牌专卖店

(3) 家居建材专营店

(4) 综合超市

(5) 零散销售卖点

4.1.4 电热水龙头销售渠道发展趋势

4.2 电热水龙头行业营销推广策略

4.2.1 电热水龙头营销策略

(1) 产品策略

(2) 价格策略

(3) 渠道策略

(4) 促销策略

4.2.2 电热水龙头营销策略形式

(1) 形象营销策略

(2) 概念营销策略

(3) 品牌营销策略

(4) 文化营销策略

(5) 情感营销策略

(6) 淡旺季营销策略

(7) 不同区域针对性营销策略

第5章：电热水龙头行业主要企业运营指标

5.1 电热水龙头企业发展总体状况分析

5.1.1 电热水龙头行业企业规模

5.1.2 电热水龙头行业工业产值状况

5.1.3 电热水龙头行业销售收入和利润

5.1.4 主要电热水龙头企业创新能力分析

5.2 电热水龙头企业个案分析

5.2.1 奥特朗电器（广州）有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

5.2.2 广州艾宝家电制造有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 5.2.3 慈溪市新亚电器有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 5.2.4 宁波索顿飞羽电器有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 5.2.5 中国扬子集团扬子新材料科技有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 5.2.6 广州酷科电气股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 5.2.7 传福电器有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 5.2.8 桐庐科艺电器有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 5.2.9 深圳市明佳实业发展有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

## 第6章：电热水龙头行业关键成功因素

### 6.1 电热水龙头产品要素

#### 6.1.1 产品质量要素

- (1) 原材料采购与价格谈判
- (2) 代工企业选择与质量控制

#### 6.1.2 产品技术要素

- (1) 研发投入与融资
- (2) 研发项目投入市场的关键
- (3) 市场需求挖掘与技术更新

#### 6.1.3 产品认证要素

- (1) 国家3C认证申报流程
- (2) 产品认证关键点与方法
- (3) 出口市场与国外认证

### 6.2 电热水龙头营销战略

#### 6.2.1 市场细分与定位

- (1) 市场定位“第一原则”
- (2) 市场定位要素的确立

#### 6.2.2 目标市场的选定

- (1) 北方城市市场的选择
- (2) 南方城市市场的突破
- (3) 工程项目市场的选择

#### 6.2.3 市场营销的组合

#### 6.2.4 营销计划的实施

- (1) 营销计划时间点控制
- (2) 营销计划“结果导向”

### 6.3 电热水龙头品牌战略

#### 6.3.1 品牌化决策

#### 6.3.2 品牌模式选择

#### 6.3.3 品牌识别界定

#### 6.3.4 品牌延伸规划

#### 6.3.5 品牌管理规划

#### 6.3.6 品牌远景规划

## 第7章：电热水龙头行业发展趋势分析与预测

### 7.1 电热水龙头市场趋势与前景

#### 7.1.1 市场发展趋势

#### 7.1.2 市场前景预测

### 7.2 电热水龙头行业投资特性

#### 7.2.1 进入壁垒

#### 7.2.2 盈利模式

#### 7.2.3 盈利因素

### 7.3 电热水龙头行业投资风险

#### 7.3.1 政策风险

#### 7.3.2 技术风险

#### 7.3.3 供求风险

#### 7.3.4 宏观经济波动风险

#### 7.3.5 关联产业风险

#### 7.3.6 生产规模及所有制风险

### 7.4 电热水龙头行业投资建议

#### 7.4.1 行业投资现状

#### 7.4.2 主要投资建议

## 第8章 电商行业发展分析

### 8.1 电子商务发展分析

#### 8.1.1 电子商务定义及发展模式分析

#### 8.1.2 中国电子商务行业政策现状

#### 8.1.3 2013-2015年中国电子商务行业发展现状

### 8.2 “互联网+”的相关概述

#### 8.2.1 “互联网+”的提出

#### 8.2.2 “互联网+”的内涵

#### 8.2.3 “互联网+”的发展

#### 8.2.4 “互联网+”的评价

#### 8.2.5 “互联网+”的趋势

### 8.3 电商市场现状及建设情况

### 8.3.1 电商总体开展情况

### 8.3.2 电商案例分析

### 8.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）

## 8.4 电商行业未来前景及趋势预测

### 8.4.1 电商市场规模预测分析

### 8.4.2 电商发展前景分析

#### 图表目录：

图表1：中国电热水龙头行业主要品牌（排名不分先后）

图表2：2009年以来长江现货铜价格变化（单位：元/吨）

图表3：2010年以来我国不锈钢产量产能及预测（单位：万吨）

图表4：不锈钢下游主要行业不锈钢消费量（单位：万吨）

图表5：2009年以来上海不锈钢价格（单位：元/吨）

图表6：2009年以来全国市场规模（单位：元）

图表7：2009年以来东北地区市场规模（单位：元）

图表8：2009年以来西北地区市场规模（单位：元）

图表9：2009年以来华北地区市场规模（单位：元）

图表10：2009年以来华中地区市场规模（单位：元）

图表11：2009年以来华东地区市场规模（单位：元）

图表12：2009年以来其他地区市场规模（单位：元）

图表13：2009年以来综合企业品牌排名

图表14：2009年以来企业品牌认知度排名

图表15：2009年以来企业品牌美誉度排名

图表16：电热水龙头3C认证情况

图表17：2012年以来300元以下产品品牌排名

图表18：2012年以来300-500元产品品牌排名

图表19：2012年以来500-1000元产品品牌排名

图表20：2012年以来1000元以上产品品牌排名

图表21：中国电热水龙头行业工业总产值、销售收入和利润前十名企业

图表22：2012年以来电热水龙头行业工业总产值（现价）前十位企业（单位：万元）

图表23：2012年以来中国电热水龙头行业企业产品销售收入与利润总额（单位：万元）

图表24：2012年以来电热水龙头行业企业新产品产值（单位：万元）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/Z2271998U2.html>