

2021年中国开瓶器市场分析报告- 市场竞争环境与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国开瓶器市场分析报告-市场竞争环境与投资前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qitajfw/551231551231.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

开瓶器主要用于开啤酒、葡萄酒等瓶盖。近年来得益于啤酒、葡萄酒等市场的发展，我国开瓶器市场也随之发展。目前我国开瓶器已从第一代发展到第三代，其产品从塑料手动开瓶器为代表的发展到以气压开瓶器、电动开瓶器代表的开瓶器，这类开瓶器是在第二代的基础上发展起来，以气压和电动开瓶器为代表，摆脱了一二代红酒开瓶器费力、笨拙的缺点，技术上臻于成熟，外观上时尚美观，其显著特点是自动化操作，更省时、省力、方便快捷。

开瓶器产品发展历程及其相关情况

产品发展历程

相关成品

主要情况

第一代

主要以塑料手动开瓶器为代表

这种开瓶器缺点很明显：1、费劲；2、不适合女士和小孩使用；3、外观不美观；

第二代

主要是不锈钢开瓶器、蝴蝶开瓶器、海马开瓶器、金属开瓶器等

这一代开瓶器开始出现功能多样化，使用方便省力；但缺点也很明显，首先没有摆脱费力的缺点，仍然不适合女士使用；金属的开瓶器开始利用一些物理原理，但是产品体积庞大，笨拙。气压和电动开瓶器在技术上还不成熟，外观上也不美观。

第三代

主要包括气压开瓶器，电动开瓶器（干电电动开瓶器和充电电动开瓶器）

是在第二代的基础上发展起来，以气压和电动开瓶器为代表，摆脱了一二代红酒开瓶器费力、笨拙的缺点，技术上臻于成熟，外观上时尚美观。这一代红酒开瓶器的显著特点是自动化操作，将现代科技完美运用到红酒开瓶器中，省时、省力、方便快捷，更适合女士使用。资料来源：观研天下整理”

啤酒

啤酒发展历史悠久，是水和茶之后世界上消耗量排名第三的饮料。我国是啤酒生产大国和消费大国，生产方面，我国啤酒制造已处于成熟期，逐步加大技术研发，朝着中高端啤酒方向发展。2021年1-6月，中国规模以上啤酒企业累计产量1889.07万千升，同比增长10.25%。

2015-2021年我国规模以上啤酒企业累计产量情况 数据来源：观研天下整理

啤酒需求方面，随着近年来我国老龄化趋势日益加剧，20-39岁消费群体人数减少，叠加产品严重同质化的消极影响，市场有所下滑。但进入2019年以来，市场有所回暖。数据显示，2019年中国啤酒总消费量为3796.3万千升，同比增长0.8%；初步估算2020年消费量

将在**万千升左右。

2014-2021中国啤酒总消费量预测情况 数据来源：观研天下整理

数据显示，2020年我国啤酒销售收入为1688.1亿元，同比增长6.75%。初步估算，2021年我国啤酒销售收入将达到1794.9亿元左右。

2014-2021中国啤酒销售收入预测情况 数据来源：观研天下整理

葡萄酒

葡萄酒是以鲜葡萄或葡萄汁为原料，经过全部或部分发酵酿造而成，且酒精含量介于10%~15%的酒精饮品。

近年来受国外有着优质的葡萄的品种和源源不断的供货资源以及国内种植葡萄在国内的气候条件并非最佳导致葡萄的品种的优质程度也不是还能够满足美酒的需求，使得葡萄酒产量呈现下降态势。但是进入2021年，我国葡萄酒产量明显回升。数据显示，2020年我国葡萄酒产量为41.3万千升，同比下降6.1%；2021年1-5月中国葡萄酒累计产量为13.1万千升，累计增长20.2%。

2015-2021年5月中国葡萄酒产量及增长情况 数据来源：观研天下整理

虽然市场产量呈现下降态势，但市场需求方面，受消费者对于葡萄酒饮用的认可，市场规模呈现持续增长的态势。而随着中国经济大环境趋向稳定、葡萄酒文化进一步普及，中国葡萄酒行业市场规模也将稳步增长。数据显示，2020年中国葡萄酒行业市场规模为1036.2亿元，预计在2021年增长至1106.5亿元。

2016-2021年我国葡萄酒行业市场规模预测情况 数据来源：观研天下整理（WW）

观研报告网发布的《2021年中国开瓶器市场分析报告-市场竞争环境与投资前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

行业报告是业内企业、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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国开瓶器行业发展概述

第一节 开瓶器行业发展情况概述

- 一、开瓶器行业相关定义
- 二、开瓶器行业基本情况介绍
- 三、开瓶器行业发展特点分析
- 四、开瓶器行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、开瓶器行业需求主体分析

第二节 中国开瓶器行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、开瓶器行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国开瓶器行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国开瓶器行业生命周期分析

- 一、开瓶器行业生命周期理论概述
- 二、开瓶器行业所属的生命周期分析

第四节 开瓶器行业经济指标分析

- 一、开瓶器行业的赢利性分析
- 二、开瓶器行业的经济周期分析
- 三、开瓶器行业附加值的提升空间分析

第五节 中国开瓶器行业进入壁垒分析

- 一、开瓶器行业资金壁垒分析
- 二、开瓶器行业技术壁垒分析
- 三、开瓶器行业人才壁垒分析
- 四、开瓶器行业品牌壁垒分析
- 五、开瓶器行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球开瓶器行业市场发展现状分析

第一节 全球开瓶器行业发展历程回顾

第二节 全球开瓶器行业市场区域分布情况

第三节 亚洲开瓶器行业地区市场分析

- 一、亚洲开瓶器行业市场现状分析
- 二、亚洲开瓶器行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲开瓶器行业市场前景分析

第四节 北美开瓶器行业地区市场分析

- 一、北美开瓶器行业市场现状分析
- 二、北美开瓶器行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美开瓶器行业市场前景分析

第五节 欧洲开瓶器行业地区市场分析

- 一、欧洲开瓶器行业市场现状分析
- 二、欧洲开瓶器行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲开瓶器行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界开瓶器行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球开瓶器行业市场规模预测

第三章 中国开瓶器产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国开瓶器行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国开瓶器产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国开瓶器行业运行情况

第一节 中国开瓶器行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国开瓶器行业市场规模分析

第三节 中国开瓶器行业供应情况分析

第四节 中国开瓶器行业需求情况分析

第五节 我国开瓶器行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国开瓶器行业供需平衡分析

第七节 中国开瓶器行业发展趋势分析

第五章 中国开瓶器所属行业运行数据监测

第一节 中国开瓶器所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国开瓶器所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国开瓶器所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国开瓶器市场格局分析

第一节 中国开瓶器行业竞争现状分析

一、中国开瓶器行业竞争情况分析

二、中国开瓶器行业主要品牌分析

第二节 中国开瓶器行业集中度分析

一、中国开瓶器行业市场集中度影响因素分析

二、中国开瓶器行业市场集中度分析

第三节 中国开瓶器行业存在的问题

第四节 中国开瓶器行业解决问题的策略分析

第五节 中国开瓶器行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国开瓶器行业需求特点与动态分析

第一节 中国开瓶器行业消费市场动态情况

第二节 中国开瓶器行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 开瓶器行业成本结构分析

第四节 开瓶器行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国开瓶器行业价格现状分析

第六节 中国开瓶器行业平均价格走势预测

一、中国开瓶器行业价格影响因素

二、中国开瓶器行业平均价格走势预测

三、中国开瓶器行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国开瓶器行业区域市场现状分析

第一节 中国开瓶器行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区开瓶器市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区开瓶器市场规模分析

四、华东地区开瓶器市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区开瓶器市场规模分析

四、华中地区开瓶器市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区开瓶器市场规模分析

四、华南地区开瓶器市场规模预测

第九章 2017-2021年中国开瓶器行业竞争情况

第一节 中国开瓶器行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

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

第二节 中国开瓶器行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国开瓶器行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 开瓶器行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国开瓶器行业发展前景分析与预测

第一节 中国开瓶器行业未来发展前景分析

- 一、开瓶器行业国内投资环境分析
- 二、中国开瓶器行业市场机会分析
- 三、中国开瓶器行业投资增速预测

第二节 中国开瓶器行业未来发展趋势预测

第三节 中国开瓶器行业市场发展预测

- 一、中国开瓶器行业市场规模预测
- 二、中国开瓶器行业市场规模增速预测
- 三、中国开瓶器行业产值规模预测
- 四、中国开瓶器行业产值增速预测
- 五、中国开瓶器行业供需情况预测

第四节 中国开瓶器行业盈利走势预测

- 一、中国开瓶器行业毛利润同比增速预测
- 二、中国开瓶器行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国开瓶器行业投资风险与营销分析

第一节 开瓶器行业投资风险分析

- 一、开瓶器行业政策风险分析
- 二、开瓶器行业技术风险分析
- 三、开瓶器行业竞争风险分析
- 四、开瓶器行业其他风险分析

第二节 开瓶器行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国开瓶器行业发展战略及规划建议

第一节 中国开瓶器行业品牌战略分析

- 一、开瓶器企业品牌的重要性

二、开瓶器企业实施品牌战略的意义

三、开瓶器企业品牌的现状分析

四、开瓶器企业的品牌战略

五、开瓶器品牌战略管理的策略

第二节 中国开瓶器行业市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国开瓶器行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国开瓶器行业发展策略及投资建议

第一节 中国开瓶器行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国开瓶器行业营销渠道策略

一、开瓶器行业渠道选择策略

二、开瓶器行业营销策略

第三节 中国开瓶器行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国开瓶器行业重点投资区域分析

二、中国开瓶器行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitajfw/551231551231.html>