

# 2010-2013年咖啡机行业深度调研与投资风险分析 报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2010-2013年咖啡机行业深度调研与投资风险分析报告》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/xiaojiadian/8151381513.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6500元 电子和纸介版: 6800

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

### 摘要

咖啡是世界上最流行的饮品之一，它给人们带来愉悦和兴奋。随着我国的改革与开放，目前世界上最为流行的意大利特浓咖啡（Espresso）、卡布其诺(Cappuccino)以及拿铁(Latte)牛奶咖啡等也摆到了国人的餐桌上，而且被越来越多的人所喜爱。

酿制一杯完美的意大利特浓（Espresso）或卡布其诺(Cappuccino)咖啡，都需要借助专门的咖啡机来完成。咖啡机用20帕的压力，迫使90 左右的热热水穿过10克左右的幼细的经过挤压的咖啡粉，汲取咖啡粉中的咖啡脂等芳香物质，并与热水达到充分溶合后流入杯中，整个过程是一个物理化学变化的综合过程，而且要在18-28秒的时间内完成，以便有效地避免过份提取所造成的不良味道。用咖啡机产生的高压蒸汽把牛奶乳化后制造出芳香的奶沫，在意大利特浓咖啡上面加上一层厚厚的奶沫就成了一杯美味的卡布其诺咖啡。显然，一杯高品质的意大利特浓或卡布其诺咖啡的生成，咖啡机起的作用是决定性的。

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、国家商务部、国家海关总署、国家经济信息中心、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国中国咖啡机行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区中国咖啡机市场的发展状况、中国咖啡机消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国中国咖啡机市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对中国咖啡机未来发展趋势进行了研判，是中国咖啡机生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前中国咖啡机行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

### 目录

#### 第一章 中国咖啡机行业发展状况综述 1

##### 第一节 中国咖啡机行业简介 1

##### 第二节 2008~2012年咖啡机行业相关政策展望 2

###### 一、国家“十一五”产业政策发展态势 2

###### 二、咖啡机相关行业政策发展态势 11

#### 第二章 中国咖啡机行业发展环境分析 14

##### 第一节 中国咖啡机消费者收入分析 14

###### 一、2008-2009年消费者收入水平 14

###### 二、2009年消费者信心指数分析 28

##### 第二节 经济发展环境分析 35

###### 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况 35

###### 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析 47

###### 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测 50

##### 第三节 社会发展环境分析 53

- 一、国内社会环境发展现状 53
- 二、2009年社会环境发展分析 55
- 第三章 咖啡机行业投资与发展前景分析 56
- 第一节 2009年上半年咖啡机行业投资情况分析 56
- 一、2009年上半年总体投资结构 56
- 二、2009年上半年分行业投资分析 57
- 三、2009年上半年分地区投资分析 60
- 第二节 咖啡机行业发展前景分析 61
- 一、咖啡机市场发展前景分析 61
- 二、我国咖啡机市场蕴藏的商机 61
- 第四章 咖啡机行业竞争格局分析 63
- 第一节 咖啡机行业集中度分析 63
- 一、咖啡机企业集中度分析 63
- 二、咖啡机区域集中度分析 63
- 第二节 咖啡机行业主要企业竞争力分析 63
- 一、重点企业资产总计对比分析 63
- 二、重点企业从业人员对比分析 64
- 三、重点企业全年营业收入对比分析 64
- 四、重点企业利润总额对比分析 65
- 第五章 2009-2012年中国咖啡机行业发展形势分析 66
- 第一节 咖啡机行业发展概况 66
- 一、咖啡机行业发展特点分析 66
- 二、咖啡机行业技术发展分析 66
- 第二节 2008-2009年咖啡机行业市场情况分析 66
- 一、咖啡机市场存在的问题 66
- 二、咖啡机市场发展建议 66
- 第六章 咖啡机重点企业发展分析 68
- 第一节 主力实业（深圳）有限公司 68
- 一、企业概况 68
- 二、2009年经营状况 68
- 三、2009年盈利能力分析 71
- 第二节 广东德豪润达电气股份有限公司 71
- 一、企业概况 71
- 二、2009年经营状况 72
- 三、2009年盈利能力分析 75

### 第三节 亚弘（东莞）电器有限公司 76

- 一、企业概况 76
- 二、2009年经营状况 76
- 三、2009年盈利能力分析 79

### 第四节 中山市南星电器有限公司 80

- 一、企业概况 80
- 二、2009年经营状况 80
- 三、2009年盈利能力分析 83

### 第五节 惠州惠嘉宏业家电有限公司 84

- 一、企业概况 84
- 二、2009年经营状况 84
- 三、2009年盈利能力分析 87

### 第六节 佛山市顺德区祥润园林工具有限公司 87

- 一、企业概况 87
- 二、2009年盈利能力分析 88

### 第七节 余姚市华一电器有限公司 88

- 一、企业概况 88
- 二、2009年经营状况 89
- 三、2009年盈利能力分析 91

### 第八节 中山市正曜电器有限公司 92

- 一、企业概况 92
- 二、2009年经营状况 92
- 三、2009年盈利能力分析 95

### 第九节 宁波先富电器有限公司 96

- 一、企业概况 96
- 二、2009年经营状况 96
- 三、2009年盈利能力分析 99

### 第十节 东莞宏大电器制品有限公司 99

- 一、企业概况 99
- 二、2009年经营状况 100
- 三、2009年盈利能力分析 103

## 第七章 咖啡机行业投资分析 104

### 第一节 行业运营优势分析 104

### 第二节 咖啡机行业投资效益分析 105

- 一、2009年咖啡机行业投资效益分析 105

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 二、2009-2012年咖啡机行业投资方向    | 106 |
| 第八章 咖啡机行业投资风险预警          | 107 |
| 第一节 影响咖啡机行业发展的主要因素       | 107 |
| 一、2009年影响咖啡机行业运行的有利因素    | 107 |
| 二、2009年影响咖啡机行业运行的不利因素    | 107 |
| 三、2009年我国咖啡机行业发展面临的机遇    | 107 |
| 第二节 咖啡机行业投资风险预警          | 107 |
| 一、2009-2012年咖啡机行业市场风险预测  | 107 |
| 二、2009-2012年咖啡机行业技术风险预测  | 108 |
| 三、2009-2012年咖啡机行业竞争风险预测  | 108 |
| 第九章 咖啡机企业管理策略建议          | 109 |
| 第一节 市场策略分析               | 109 |
| 一、咖啡机价格策略分析              | 109 |
| 二、咖啡机渠道策略分析              | 118 |
| 第二节 销售策略分析               | 122 |
| 一、媒介选择策略分析               | 122 |
| 二、产品定位策略分析               | 125 |
| 三、企业宣传策略分析               | 127 |
| 第三节 对我国咖啡机品牌的战略思考        | 131 |
| 一、咖啡机实施品牌战略的意义           | 131 |
| 二、我国咖啡机企业的品牌战略           | 131 |
| 三、咖啡机品牌战略管理的策略           | 132 |
| 图表1：2008年1月我国居民消费价格分类指数  | 14  |
| 图表2：2008年2月国居民消费价格分类指数   | 14  |
| 图表3：2008年3月国居民消费价格分类指数   | 15  |
| 图表4：2008年4月国居民消费价格分类指数   | 16  |
| 图表5：2008年5月国居民消费价格分类指数   | 16  |
| 图表6：2008年6月国居民消费价格分类指数   | 17  |
| 图表7：2008年7月国居民消费价格分类指数   | 18  |
| 图表8：2008年8居民消费价格分类指数     | 18  |
| 图表9：2008年9月居民消费价格分类指数    | 19  |
| 图表10：2008年10月民消费价格分类指数   | 20  |
| 图表11：2008年11月国居民消费价格分类指数 | 20  |
| 图表12：2008年12我国居民消费价格分类指数 | 21  |
| 图表13：2009年1月我国居民消费价格分类指数 | 22  |

- 图表14：2009年2月我国居民消费价格分类指数 22
- 图表15：2009年3月我国居民消费价格分类指数 23
- 图表16：2009年4月我国居民消费价格分类指数 24
- 图表17：2009年5月我国居民消费价格分类指数 24
- 图表18：2009年6月我国居民消费价格分类指数 25
- 图表19：2009年7月我国居民消费价格分类指数 26
- 图表20：2009年8月我国居民消费价格分类指数 26
- 图表21：2009年9月我国居民消费价格分类指数 27
- 图表22：2009年10月我国居民消费价格分类指数 28
- 图表23：2009年1月我国居民消费者信心指数 28
- 图表24：2009年2月我国居民消费者信心指数 29
- 图表25：2009年3月我国居民消费者信心指数 30
- 图表26：2009年4月我国居民消费者信心指数 30
- 图表27：2009年5月我国居民消费者信心指数 31
- 图表28：2009年6月我国居民消费者信心指数 32
- 图表29：2009年7月我国居民消费者信心指数 32
- 图表30：2009年8月我国居民消费者信心指数 33
- 图表31：2009年9月我国居民消费者信心指数 33
- 图表32：2009年10月我国居民消费者信心指数 34
- 图表33：2004-2008年中国国内生产总值及其增长速度 35
- 图表34：2004-2008年年末中国国家外汇储备 % 36
- 图表35：2004-2008年年末中国国家外汇储备 % 36
- 图表36：2008年1-11月中国规模以上工业企业实现利润及其增长速度 单位：亿元 36
- 图表37：2004-2008年中国建筑业增加值及其增长速度 37
- 图表38：2004-2008年中国固定资产投资及其增长速度 38
- 图表39：2008年中国分行业城镇固定资产投资及其增长速度 单位：亿元 38
- 图表40：2008年中国房地产开发和销售主要指标完成情况 39
- 图表41：2004-2008年中国社会消费品零售总额及其增长速度 40
- 图表42：2008年中国货物进出口总额及其增长速度 单位：亿美元 40
- 图表43：2008年中国主要商品出口数量、金额及其增长速度 40
- 图表44：2008年中国主要商品进口数量、金额及其增长速度 41
- 图表45：2008年中国对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 单位：亿美元 41
- 图表46：2004-2008年中国货物进出口总额及其增长速度 42
- 图表47：2008年中国分行业外商直接投资及其增长速度 42
- 图表48：2008年中国各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 43

- 图表49：2008年中国各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 43
- 图表50：2008年中国全部金融机构本外币存贷款及其增长速度 单位：亿元 44
- 图表51：2004-2008年中国城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度 44
- 图表52：2004-2008年中国农村居民人均纯收入及其增长速度 46
- 图表53：2004-2008年中国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 46
- 图表54：2009年1-6月城镇固定资产投资情况 56
- 图表55：2009年1-6月各行业城镇投资情况 57
- 图表56：2009年1-6月各地区城镇投资情况 60
- 图表57：2008年我国咖啡机行业重点企业资产总计对比 单位：千元 63
- 图表58：2008年我国咖啡机行业重点企业从业人员对比 单位：个 64
- 图表59：2008年我国咖啡机行业重点企业营业收入对比 单位：千元 64
- 图表60：2008年我国咖啡机行业重点企业利润总额对比 单位：千元 65
- 图表61：2009年主力实业（深圳）有限公司经营状况单位：千元 68
- 图表62：2009年主力实业（深圳）有限公司盈利能力 71
- 图表63：2009年广东德豪润达电气股份有限公司经营状况单位：千元 72
- 图表64：2009年广东德豪润达电气股份有限公司盈利能力 75
- 图表65：2009年亚弘（东莞）电器有限公司经营状况单位：千元 76
- 图表66：2009年亚弘（东莞）电器有限公司盈利能力 79
- 图表67：2009年中山市南星电器有限公司经营状况单位：千元 80
- 图表68：2009年中山市南星电器有限公司盈利能力 83
- 图表69：2009年惠州惠嘉宏业家电有限公司经营状况单位：千元 84
- 图表70：2009年惠州惠嘉宏业家电有限公司盈利能力 87
- 图表71：2009年佛山市顺德区祥润园林工具有限公司盈利能力 88
- 图表72：2009年余姚市华一电器有限公司经营状况单位：千元 89
- 图表73：2009年余姚市华一电器有限公司盈利能力 91
- 图表74：2009年中山市正曜电器有限公司经营状况单位：千元 92
- 图表75：2009年中山市正曜电器有限公司盈利能力 95
- 图表76：2009年宁波先富电器有限公司经营状况单位：千元 96
- 图表77：2009年宁波先富电器有限公司盈利能力 99
- 图表78：2009年东莞宏大电器制品有限公司经营状况单位：千元 100
- 图表79：2009年东莞宏大电器制品有限公司盈利能力 103
- 图表80：企业定价目标 109
- 图表81：无弹性和有弹性需求 110
- 图表82：对付竞争者降价的程序 118

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiaojiadian/8151381513.html>