

2016-2022年中国饮水机行业运营现状及十三五竞争战略分析报告

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《2016-2022年中国饮水机行业运营现状及十三五竞争战略分析报告》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/qitajiadian/243978243978.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

饮水机主要用途是能够制备或给提供温水、热水和(或)冷水的器具，能基本满足人们日常的饮水、泡茶、冲咖啡、即食食品以及调制冷饮等各种需要。目前饮水机现已进入家庭、公司、商场、银行、办公室、写字楼、招待所、会议室和宾馆客房、酒吧、卡拉OK厅等各种场所使用，可以说是家喻户晓了。

饮水机为目前市场上现存的发展时间最长、占有率最高、消费者最易接受的水家电产品。目前用户多达四千万以上，而且近五年持续较高增长速度。

饮水机按制取的水温分为单冷饮水机、单热饮水机、冷热饮水机;按结构形式分为立式饮水机、台式饮水机等。

饮水机上游行业主要包括：塑料、钢板等原材料行业。没有严格的下游行业，直接面对用户。相关行业主要指对饮水机上下游行业产生影响，从而间接对饮水机行业产生影响的行业。例如：五金、整体厨房等行业。

饮水机行业是典型的行业依赖型产业，对于行业的上下游依赖比较严重，行业的发展与上下游行业密不可分。行业对于上游塑料、钢板等行业的原料来源较敏感，原料的价格容易影响行业企业利润。同样，由于产品用途的特殊性，行业对于下游行业的需求也十分看重，如果下游客户需求下降，将直接导致饮水机行业的萎缩。

我国饮水机行业近几年虽然从整体容量上看市场比较繁荣，但饮水机特别是纯净水作为家庭奢侈消费品，目前在我国的普及率还只有30%左右，且主要集中在北京、上海、广州等经济较为发达的大中城市，一些乡镇市场的消费者不但对这个产品认知度不高，而且对自己日常饮用水是否健康也并不在意，有些偏远地区的老百姓能喝上自来水就已经很满足了。可见中国大陆饮水机市场的前景可观。

未来饮水机很有可能成为继冰箱、洗衣机等家电产品之后的又一种普及型白色家电产品，如果它在我国家庭的普及率达到40%左右，市场前景也会非常的诱人，这也正是许多家电企业纷纷加入饮水机市场竞争的一个重要原因。

中国报告网发布的《2016-2022年中国饮水机行业运营现状及十三五竞争战略分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。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。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。

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。

第一部分中国饮水机行业概况12

第一章中国饮水机行业发展状况综述12

第一节中国饮水机行业简介12

一、饮水机行业的界定及分类12

二、饮水机行业的特征13

三、饮水机行业产业链分析13

1、产业链状况13

2、行业同相关产业的关系13

第二节2016-2022年饮水机行业相关政策的影响展望15

一、饮水机行业标准发展态势展望15

二、饮水机行业相关政策发展态势展望16

第二章中外饮水机行业发展状况比较17

第一节中国饮水机行业发展状况17

一、中国饮水机行业发展历程17

二、中国饮水机行业发展面临的问题17

第二节国际饮水机行业发展轨迹综述19

一、国际饮水机行业发展历程19

二、国际饮水机行业发展面临的问题19

第三节主要国家饮水机行业发展的借鉴20

第三章2016-2022年中国饮水机行业外部发展环境展望21

第一节中国宏观经济历史运行情况21

一、GDP历史变动轨迹21

二、固定资产投资历史变动轨迹21

1、市场因素22

2、资金来源因素23

3、投资预期因素23

4、政策环境因素24

三、进出口贸易历史变动轨迹25

第二节2016-2022年中国宏观经济发展环境展望26

一、国外重点权威机构对未来经济发展预测的观点汇总26

1、亚洲开发银行26

2、标准普尔27

3、美联储27

4、摩根大通28

二、国内重点权威机构对未来经济发展预测的观点汇总28

三、2016-2022年GDP预测方案汇总32

四、2016-2022年固定资产投资预测方案汇总33

1、有利因素33

2、不利因素34

3、趋势预测35

五、2016-2022年国际贸易总额预测方案汇总36

第三节2015年度影响中国工业经济发展的主要因素37

第四节2016-2022年饮水机行业相关经济指标预测40

一、2016-2022年工业经济相关指标预测40

1、工业经济相关指标历史变化情况40

(1)工业继续发挥对国民经济的重要牵引作用40

(2)产品结构显著改善40

(3)组织结构不断优化41

(4)装备水平快速提升41

(5)对外贸易稳定发展42

(6)区域工业协调推进42

2、2016-2022年工业经济相关指标预测43

二、2016-2022年家电行业相关指标预测44

1、家电行业相关指标历史变化情况44

2、2016-2022年家电行业相关指标预测46

第四章2015年全国主要产区企业经济指标分析47

第一节全国饮水机行业47

一、2015年全国饮水机行业营运能力47

二、2015年全国饮水机行业盈利能力47

三、2015年全国饮水机行业偿债能力48

第二节广东省饮水机行业50

一、2015年广东省饮水机行业营运能力50

二、2015年广东省饮水机行业盈利能力50

三、2015年广东省饮水机行业偿债能力51

第三节江苏省饮水机行业53

一、2015年江苏省饮水机行业营运能力53

二、2015年江苏省饮水机行业盈利能力53

三、2015年江苏省饮水机行业偿债能力54

第四节浙江省饮水机行业56

一、2015年浙江省饮水机行业营运能力56

二、2015年浙江省饮水机行业盈利能力56

三、2015年浙江省饮水机行业偿债能力57

第二部分2016-2022年饮水机行业供需态势展望59

第五章2016-2022年饮水机行业整体供需态势展望59

第一节饮水机行业历史供需状况综述59

一、饮水机行业历史供给状况59

二、饮水机行业历史需求状况60

第二节影响饮水机行业供需关系的主要因素61

一、饮水机市场的需求状况61

二、饮水机企业对市场发展的预期61

三、饮水机进口状况的影响61

四、饮水机技术水平的状况61

第三节研究思路的确立与方法介绍63

一、预测思路63

二、预测方法63

1、时间序列法63

2、曲线预测法64

第四节2016-2022年饮水机供给总量预测66

一、2011~2015年全国饮水机供给变化66

二、2016-2022年饮水机供给总量预测方案66

1、时间序列法预测图形66

2、曲线预测法预测图形67

三、2016-2022年饮水机供给总量预测结果68

四、综合说明69

第五节2016-2022年饮水机销量预测70

一、2011~2015年全国饮水机销量变化70

二、2016-2022年饮水机销量预测方案70

1、时间序列法预测图形70

2、曲线预测法预测图形71

三、2016-2022年饮水机销量预测结果72

四、综合说明73

第三部分2016-2022年饮水机行业相关行业影响展望74

第六章2016-2022年塑料行业发展的影响展望74

第一节塑料行业发展状况74

第二节影响塑料行业发展的主要因素77

- 一、总体装备水平低、工艺技术相对落后77
- 二、产品结构不合理，中低档产品偏多77
- 三、科技投入不足、开发能力薄弱77
- 四、大中型塑料企业少78
- 五、区域发展不平衡，差距不断扩大79

第三节2016-2022年塑料行业发展态势展望80

- 一、2016-2022年塑料行业总体趋势预测80
- 二、2016-2022年塑料行业下游需求预测80
- 三、2016-2022年塑料行业需求总量预测81

第四节2016-2022年塑料行业发展的影响展望82

第七章2016-2022年家电连锁对饮水机的影响展望83

第一节家电连锁发展态势综述83

- 一、大中电器发展现状分析83
- 二、国美电器发展现状分析84
- 三、苏宁电器发展现状分析86
- 四、其他家电连锁发展现状分析88

第二节影响家电连锁行业发展的主要因素90

第三节2016-2022年家电连锁发展态势展望92

- 一、2016-2022年大中电器发展态势展望92
- 二、2016-2022年国美电器发展态势展望92
- 三、2016-2022年苏宁电器发展态势展望92
- 四、2016-2022年其他家电连锁发展态势展望93

第四节2016-2022年家电连锁行业发展的影响展望95

第八章2016-2022年居民收入的影响展望96

第一节我国居民收入历史变化情况96

- 一、城镇居民收入历史变化情况96
- 二、农村居民收入历史变化情况97

第二节影响居民收入变化的主要因素98

- 1、物价变化对居民实际收入水平的影响98
- 2、国企改革对居民收入产生了极其重要的影响98
- 3、外向型经济的发展改变着就业结构，提高了城镇居民收入99
- 4、积极的财政政策带动了居民收入增长99
- 5、影响农村居民收入的主要因素分析100

第三节2016-2022年居民收入变化趋势展望	102
一、2016-2022年城镇居民收入变化趋势展望	102
二、2016-2022年农村居民收入变化趋势展望	102
第四节2016-2022年居民收入变化的影响展望	104
第九章2016-2022年品牌建设趋势的影响展望	105
第一节饮水机行业品牌建设现状分析	105
一、我国饮水机市场品牌及其分布情况	105
二、电视广告在品牌建设中的作用	105
第二节影响饮水机品牌建设的主要因素	107
第三节2016-2022年饮水机品牌建设发展态势展望	110
第四节2016-2022年品牌建设发展的影响展望	111
第四部分2016-2022年饮水机行业竞争态势展望	112
第十章2016-2022年饮水机行业竞争格局展望	112
第一节饮水机行业历史竞争格局综述	112
一、饮水机行业集中度分析	112
二、饮水机行业竞争程度	113
三、饮水机价格竞争格局分析	113
第二节饮水机行业企业竞争状况分析	114
一、领导企业的市场力量	114
二、其他企业的竞争力	115
第三节饮水机行业国际竞争者的影响	116
一、国内饮水机行业企业的SWOT	116
二、国外饮水机行业企业的SWOT	116
第四节2016-2022年饮水机行业竞争格局展望	117
一、饮水机行业集中度展望	117
二、饮水机行业竞争格局对产品价格的影响展望	117
三、产品竞争格局有所改变	117
四、与国际先进技术的竞争加剧	118
第十一章2016-2022年饮水机行业重点企业发展展望	119
第一节2016-2022年美的饮水机经营绩效展望	119
第二节2016-2022年沁园饮水机经营绩效展望	121
第三节2016-2022年安吉尔饮水机经营绩效展望	123
第五部分2016-2022年饮水机行业投资机会与风险	125
第十二章2016-2022年饮水机行业投资机会与风险展望	125
第一节2016-2022年饮水机行业投资机会	125

- 一、2016-2022年饮水机行业主要应用领域投资机会125
- 二、2016-2022年饮水机行业主要产品投资机会126
- 三、2016-2022年饮水机行业企业的区域投资机会126
- 四、2016-2022年饮水机行业企业的多元化投资机会126
- 第二节2016-2022年饮水机行业投资风险展望127
 - 一、宏观调控风险127
 - 二、行业竞争风险127
 - 三、产品替代风险127
 - 四、技术创新风险128
 - 五、经营管理风险128
 - 六、其他风险129
- 第十三章2016-2022年饮水机企业竞争战略建议130
 - 第一节饮水机制造企业竞争战略制定的主次影响因素分析130
 - 一、可选择的企业竞争战略130
 - 1、基本的竞争定位战略131
 - 2、按不同竞争地位划分的竞争者类型131
 - 3、不同竞争类型可选择的竞争战略132
 - 二、确定企业竞争战略选择的关键因素134
 - 1、不同竞争者的战略课题134
 - 2、影响企业竞争战略选择的关键因素134
 - 3、网络环境下获取影响企业竞争战略选择因素的信息渠道134
 - 第二节饮水机制造企业竞争战略选择的风险分析136
 - 一、成本领先战略风险136
 - 二、差异领先战略风险137
 - 三、聚焦战略风险139
 - 四、低成本与高差异的整合战略风险140
 - 第三节2016-2022年饮水机制造企业竞争战略的选择方案141
 - 一、紧跟产业政策的竞争战略141
 - 二、避实就虚的“缝隙经营”战略141
 - 三、生存互补的协作经营战略142
 - 四、市场细分原则下的专业化竞争战略143
 - 五、发挥优势的专知战略144
 - 六、开发潜在市场的竞争战略144
 - 第四节2016-2022年饮水机中小企业集群发展建议146
 - 一、中小企业发展面临的宏观背景146

二、世界范围内中小企业发展的路径选择148

三、集群发展——我国中小企业发展的必然路径148

(一)从理论上讲,威廉姆森的中间体制组织理论为广东中小企业集群发展的路径选择提供了强力支持149

(二)企业集群效应为中小企业集群发展的路径选择提供了现实根据150

四、中小企业集群进一步发展必须注意的几个问题153

(一)技术提升与结构调整153

(二)市场主导与政府引导155

第五节饮水机企业竞争性情报与企业战略156

一、竞争性情报的范畴156

1、关于产品的竞争性情报157

2、关于服务的竞争性情报158

3、关于投资的竞争性情报159

二、获得竞争性情报的途径159

1、来自互联网的竞争性情报160

2、技术交流中的竞争性情报161

3、展览会上的竞争性情报162

4、市场调查中的竞争性情报162

5、竞争性情报与策略联盟163

三、保护企业机密164

1、保护企业机密的价值164

2、与员工的合作165

3、与合作伙伴的合作165

第六节饮水机企业如何建设企业文化167

一、设计篇167

二、操作篇173

第十四章2016-2022年饮水机行业企业经营战略建议175

第一节2016-2022年饮水机行业企业的标杆管理175

第二节2016-2022年饮水机企业的资本运作模式177

一、企业国内资本市场的运作建议177

1、饮水机企业并购动因分析177

2、饮水机企业的兼并及收购建议180

3、饮水机企业的融资方式选择建议181

(1)银行贷款181

(2)外资并购181

(3)产业基金182

4、饮水机企业购并应该注意的问题183

(1)在企业战略的指导下选择目标公司。183

(2)购并前应对目标企业进行详细的审查183

(3)合理估计自身实力。184

(4)购并后对目标企业进行迅速有效的整合184

5、饮水机小企业资本运作的途径184

6、外资参股并购对我国饮水机行业的影响186

(1)关于市场结构186

(2)关于产业发展188

(3)关于跨国公司法人治理189

(4)关于公司员工解雇190

二、企业海外资本市场的运作建议192

第三节2016-2022年饮水机企业营销模式建议193

一、企业的国内营销模式建议193

1、饮水机企业的渠道建设193

2、饮水机企业的品牌建设195

二、企业海外营销模式建议195

1、饮水机企业的海外市场选择195

2、饮水机企业的海外营销策略196

三、饮水机企业国际市场营销组合策略197

1、国际产品策略197

(1)国际产品生命周期197

(2)国际产品标准化与差异化决策197

2、国际渠道策略198

(1)国外中间商198

(2)传统渠道与新兴渠道模式198

(3)国际分销模式的标准化与多样化199

(4)国际分销模式的标准化与多样化200

3、国际定价策略201

(1)国际市场价格的形成201

(2)国际定价管理201

(3)定价基本方法与策略202

(4)国际企业定价策略202

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行

年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。（GYsyx）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitajiadian/243978243978.html>