

“十一五”期间中国饮水机市场需求动态及“十二五” 发展盈利预测分析报告

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《“十一五”期间中国饮水机市场需求动态及“十二五”发展盈利预测分析报告》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/107305107305.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

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

饮水机是将桶装纯净水（或矿泉水）升温或降温并方便人们饮用的装置。它兴起于上世纪90年代的饮水机，在小家电领域里的热度随着近年来国人生活水平的质量提高而逐年攀升。以沁园、美的、安吉尔等企业为代表的饮水机企业占据了国内饮水机市场主要份额。

饮水机产品在上世纪90年代初进入我国市场。与发达国家相比，我国的饮用水及其净化设备的生产和市场发展都存在不同程度的差距。饮水机市场吸引力巨大，无论从人口方面还是从国土面积方面看，作为一个发展中国家，我国都是一个极具吸引力的大市场，而且市场发展潜力巨大。自从我国对外开放，进行一系列经济制度改革以来，我国经济一直高速发展，居民的消费水平逐年提高，已经成为许多国外大型集团公司的投资目标。

《“十一五”期间中国饮水机市场需求动态及“十二五”发展盈利预测分析报告》对我国饮水机的市场环境、生产经营、产品市场、技术水平、产业链运行、企业竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对饮水机行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

第一章 “十一五”期间中国饮水机发展环境及政策回顾

第一节 2006年中国实体经济及货币信贷环境回顾

- 一、2006年中国农业发展回顾
- 二、2006年中国工业和建筑业发展回顾
- 三、2006年中国固定资产投资发展回顾
- 四、2006年中国国内贸易发展回顾
- 五、2006年中国对外经济发展回顾
- 六、2006年中国交通、邮电和旅游发展回顾
- 七、2006年中国教育和科学技术发展回顾
- 八、2006年中国文化和卫生、体育发展回顾
- 九、2006年中国人口、人民生活和社会保障发展回顾
- 十、2006年中国资源、环境和安全生产发展回顾
- 十一、2006年中国货币信贷环境发展回顾

第二节 2007年中国实体经济及货币信贷环境回顾

- 一、2007年中国农业发展回顾
- 二、2007年中国工业和建筑业发展回顾
- 三、2007年中国固定资产投资发展回顾
- 四、2007年中国国内贸易发展回顾
- 五、2007年中国对外经济发展回顾
- 六、2007年中国交通、邮电和旅游发展回顾

七、2007年中国教育和科学技术发展回顾

八、2007年中国文化、卫生和体育发展回顾

九、2007年中国人口、人民生活和社会保障发展回顾

十、2007年中国资源、环境和安全生产发展回顾

十一、2007年中国货币信贷环境发展回顾

第三节 2008年中国实体经济及货币信贷环境回顾

一、2008年中国农业发展回顾

二、2008年中国工业和建筑业发展回顾

三、2008年中国固定资产投资发展回顾

四、2008年中国国内贸易发展回顾

五、2008年中国对外经济发展回顾

六、2008年中国交通、邮电和旅游发展回顾

七、2008年中国教育和科学技术发展回顾

八、2008年中国文化、卫生和体育发展回顾

九、2008年中国人口、人民生活和社会保障发展回顾

十、2008年中国资源、环境和安全生产发展回顾

十一、2008年中国货币信贷环境发展回顾

第四节 2009年中国实体经济及货币信贷环境回顾

一、2009年中国农业发展回顾

二、2009年中国工业和建筑业发展回顾

三、2009年中国固定资产投资发展回顾

四、2009年中国国内贸易发展回顾

五、2009年中国对外经济发展回顾

六、2009年中国交通、邮电和旅游发展回顾

七、2009年中国教育和科学技术发展回顾

八、2009年中国文化、卫生和体育发展回顾

九、2009年中国人口、人民生活和社会保障发展回顾

十、2009年中国资源、环境和安全生产发展回顾

十一、2009年中国货币信贷环境发展回顾

第二章 “十一五”期间中国饮水机市场动态分析

第一节 “十一五”期间中国饮水机行业发展现状

一、饮水机品牌格局面临调整

二、无热胆饮水机发展迅速

三、首款抑菌饮水机宁波上市

四、饮水机主要品牌技术亮点

第二节 “十一五”期间中国饮水机行业存在的问题

- 一、饮水机市场鱼龙混杂
- 二、饮水机市场的内忧外患
- 三、饮水机质量安全问题严重
- 四、饮水机行业面临信任危机

第三节 “十一五”期间中国饮水机行业的发展策略

- 一、铜质饮水机突破行业瓶颈
- 二、饮水机打科技牌有大市场
- 三、国家应完善饮水机相关标准
- 四、饮水机企业应提高竞争能力

第三章 “十一五”期间中国饮水机市场分析

第一节 2006年饮水机市场分析

- 一、2006年饮水机市场构成情况
- 二、2006年饮水机区域市场发展状况
- 三、2006年饮水机市场销售及价格情况
- 四、2006年饮水机零售量及占有率情况

第二节 2007年饮水机市场分析

- 一、2007年饮水机供求状况
- 二、2007年饮水机市场关注度情况
- 三、2007年饮水机市场价格分析
- 四、2007年饮水机区域市场分析

第三节 2008年饮水机市场分析

- 一、2008年饮水机市场供求状况
- 二、2008年饮水机市场关注度情况
- 三、2008年饮水机市场价格分析
- 四、2008年饮水机区域市场分析

第四章 “十一五”期间中国区域市场饮水机品牌占有率分析

第一节 2008年5月中国区域市场饮水机品牌占有率分析

- 一、全国市场及华北市场饮水机品牌占有率
- 二、华东市场及东北市场饮水机品牌占有率
- 三、华中市场及华南市场饮水机品牌占有率
- 四、西南市场及西北市场饮水机品牌占有率

第二节 2008年11月中国区域市场饮水机品牌占有率分析

- 一、全国市场及华北市场饮水机品牌占有率
- 二、东北市场及华东市场饮水机品牌占有率

三、华南市场及西北市场饮水机品牌占有率

四、西南市场及中南市场饮水机品牌占有率

第三节 2009年1月中国区域市场饮水机品牌占有率分析

一、全国市场及华北市场饮水机品牌占有率

二、东北市场及华东市场饮水机品牌占有率

三、华南市场及西北市场饮水机品牌占有率

四、西南市场及中南市场饮水机品牌占有率

第四节 2009年3月中国区域市场饮水机品牌占有率分析

一、全国市场及华北市场饮水机品牌占有率

二、东北市场及华东市场饮水机品牌占有率

三、华南市场及西北市场饮水机品牌占有率

四、西南市场及中南市场饮水机品牌占有率

第五章 “十一五”期间中国家用厨房电器具制造行业规模以上企业经济运行数据监测

第一节 2005-2010年（按季度更新）中国家用厨房电器具制造行业数据监测回顾

一、竞争企业数量

二、亏损面情况

三、市场销售额增长

四、利润总额增长

五、投资资产增长性

六、行业从业人数调查分析

第二节 2005-2010年（按季度更新）中国家用厨房电器具制造行业投资价值测算

一、销售利润率

二、销售毛利率

三、资产利润率

四、未来5年家用厨房电器具制造盈利能力预测

第三节 2005-2010年（按季度更新）中国家用厨房电器具制造行业产销率调查

一、工业总产值

二、工业销售产值

三、产销率调查

四、未来5年家用厨房电器具制造产品产销预测

第四节 2005-2010年（按季度更新）家用厨房电器具制造出口交货值数据

一、出口交货值增长

二、出口交货值占工业产值的比重

第六章“十一五”期间中国电热饮水机市场进出口数据分析

第一节 2008-2009年中国电热饮水机出口统计

第二节 2008-2009年中国电热饮水机进口统计

第三节 2008-2009年中国电热饮水机进出口价格对比

第四节 中国电热饮水机进出口主要来源地及出口目的地

第七章“十一五”期间中国电冷热饮水机产量数据统计分析

第一节2007-2009年全国电冷热饮水机产量数据分析

一、2007-2009年全国电冷热饮水机产量数据

二、2007-2009年重点省市电冷热饮水机产量数据

第二节2010年全国电冷热饮水机产量数据分析（数据均可更新至最新月份）

一、2010年全国电冷热饮水机产量数据

二、2010年重点省市电冷热饮水机产量数据

第三节 全国电冷热饮水机产量增长性分析

第八章“十一五”期间中国饮水机行业重点企业竞争力分析

第一节 青岛澳柯玛股份有限公司

一、公司基本情况概述

二、2008-2010年公司成长性分析

三、2008-2010年公司财务能力分析

四、2008-2010年公司偿债能力分析

五、2008-2010年公司现金流量分析表

六、2008-2010年公司经营能力分析

七、2008-2010年公司盈利能力分析

第二节 TCL集团股份有限公司

一、公司基本情况概述

二、2008-2010年公司成长性分析

三、2008-2010年公司财务能力分析

四、2008-2010年公司偿债能力分析

五、2008-2010年公司现金流量分析表

六、2008-2010年公司经营能力分析

七、2008-2010年公司盈利能力分析

第三节 广东美的电器股份有限公司

一、公司基本情况概述

二、2008-2010年公司成长性分析

三、2008-2010年公司财务能力分析

四、2008-2010年公司偿债能力分析

五、2008-2010年公司现金流量分析表

六、2008-2010年公司经营能力分析

七、2008-2010年公司盈利能力分析

第四节 先锋电器集团有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第五节 浪木电器集团有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第六节 溢泰（南京）环保科技有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第七节 深圳安吉尔饮水产业集团有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第八节 华裕电器集团有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第九节 奇迪电器集团有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第十节 宁波沁园集团有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第十一节 略.....

第九章 “十二五”期间世界及中国经济预测

第一节 “十二五”期间世界经济发展趋势

- 一、“十二五”期间世界经济将逐步恢复增长
- 二、“十二五”期间经济全球化曲折发展
- 三、“十二五”期间新能源与节能环保将引领全球产业
- 四、“十二五”期间跨国投资再趋活跃
- 五、“十二五”期间气候变化与能源资源将制约世界经济
- 六、“十二五”期间美元地位继续削弱
- 七、“十二五”期间世界主要新兴经济体大幅提升

第二节 “十二五”期间中国经济面临的形势

- 一、“十二五”期间中国经济将长期趋好
- 二、“十二五”期间中国经济将围绕“三个转变”
- 三、“十二五”期间中国工业产业将全面升级
- 四、“十二五”期间中国以绿色发展战略为基调

第三节 “十二五”期间中国对外经济贸易预测

- 一、“十二五”期间中国劳动力结构预测
- 二、“十二五”期间中国贸易形式和利用外资方式预测
- 三、“十二五”期间中国自主创新结构预测
- 四、“十二五”期间中国产业体系预测
- 五、“十二五”期间中国产业竞争力预测
- 六、“十二五”期间中国经济国家化预测
- 七、“十二五”期间中国经济将面临的贸易障碍预测
- 八、“十二五”期间人民币区域化和国际化预测
- 九、“十二五”期间中国对外贸易与城市发展关系预测
- 十、“十二五”期间中国中小企业面临的外需环境预测

第十章 “十二五”期间中国政策体系预测

第一节 “十二五”规划重点倾斜内容预测

- 一、大消费
- 二、高铁及城轨建设
- 三、生产性服务
- 四、战略新兴产业

第二节 “十二五”期间中国主要政策预测

- 一、“十二五”期间将进一步劳动力市场政策

二、“十二五”期间将进一步充实扩大就业的财税政策

三、“十二五”期间将进一步丰富扩大就业的金融政策

四、“十二五”期间将进一步完善扩大就业的社会保障政策

第三节 “十二五”期间中国经济社会发展阶段预测

一、“十二五”期间中国将加速全面建设小康社会

二、“十二五”期间中国将全方位改革综合推进阶段

三、“十二五”期间中国工业化中期向工业化后期转变

第十一章 “十二五”期间中国经济将面临的问题及对策

第一节 “十二五”期间影响投资因素分析

一、财政预算内资金对全社会融资贡献率的分析

二、信贷资金变动对投资来源变动的贡献率分析

三、外商投资因素对未来投资来源的贡献率分析

四、自筹投资增长对投资来源的贡献率分析

第二节 “十二五”期间中国经济稳定发展面临的问题

一、经济结构失衡

二、产业结构面临的问题

三、资本泡沫过度膨胀

四、收入差距进一步扩大

五、通货膨胀风险加剧

六、生态环境总体恶化趋势未改

第三节 “十二五”期间中国经济形势面临的问题

一、世界政治、经济格局的新变化

二、国际竞争更加激烈

三、投资的作用将下降

四、第三产业对经济增长的作用显著增加

五、迫切需要解决深层次体制机制问题

六、劳动力的供给态势将发生转折

第十二章 “十二五”期间中国区域经济面临的问题及对策

第一节 “十二五”期间促进区域协调发展的重点任务

一、健全区域协调发展的市场机制与财政体制

二、培育多极带动的国土空间开发格局

三、积极开展全方位多层次的区域合作

四、创新各具特色的区域发展模式

五、建立健全区域利益协调机制

第二节 “十二五”期间中国区域协调发展存在的主要问题

- 一、空间无序开发问题依然比较突出
- 二、东中西产业互动关系有待进一步加强
- 三、落后地区发展仍然面临诸多困难
- 四、财税体制尚需完善
- 五、区际利益矛盾协调机制不健全

第三节 “十二五”期间促进区域协调发展的政策建议

- 一、编制全国性的空间开发利用规划
- 二、以经济圈为基础重塑国土空间组织框架
- 三、制定基础产业布局战略规划
- 四、加紧制定促进区域合作的政策措施

第十三章 “十二五”期间中国饮水机行业投资分析及前景预测

第一节 “十二五”期间中国家电行业的发展趋势

- 一、家电行业未来八大趋势
- 二、家电行业的三个发展方向
- 三、家电行业节能成发展趋势

第二节 “十二五”期间中国小家电行业发展趋势

- 一、中国小家电行业的发展展望
- 二、小家电产品三大发展趋势
- 三、未来小家电将具备五种功能
- 四、厨房小家电的八大发展趋势

第三节 “十二五”期间中国饮水机行业的发展趋势

- 一、饮水机市场发展空间巨大
- 二、饮水机技术方面的趋势
- 三、直饮水机成为发展新趋势

图表名称：部分

图表 十二五规划重点政策倾斜内容预测

图表

2010年部分中央领导人在省部级干部贯彻科学发展观加快经济发展方式转变研讨班的讲话

图表 城镇化和战略性新兴产业是加快转变经济发展方式的重点

图表 房地产投资需求拉动多个行业发展

图表 中国区域发展阶段差异概况

图表 金融危机以来中国出台的区域规划

图表 2008年我国各省城市化率与人均GDP的对数曲线关系

图表 城市化进程的三个阶段

图表 不同城市化阶段及其特征

图表 2010-2015我国城市化水平预测

图表 国家战略化战略格局维度布局

图表 2010-2015各省城市化率变化情况

图表 “十二五”时期各省市城市化率变动及城市化带动的投资空间分布

图表 美国经济刺激计划中的绿色投资

图表 主要国家经济刺激计划中的绿色投资

图表 主要耗能设施的生命周期

图表 不同领域对减排的贡献

图表 “十一五”各行业营收增长

图表 “十一五”各行业盈利增长

图表 “十一五”各行业ROE提升

图表 “十一五”各行业市场表现

图表 “十二五”规划预期重点及措施

图表 历次五年规划主要任务目标及实现情况

图表 “一五”至“十一五”中国经济发展

图表 “十二五”时期战略性新兴产业七大领域

图表 2020年电源预计规模

图表 低碳技术创新和应用的路线图

图表 动力电池成本的国际比较

图表 我国动力电池技术与国际水平比较

图表 中国90年代以来城镇居民家庭消费支出结构变化趋势

图表 2006-2009年中国家用厨房电器具制造行业企业数量增长趋势图

图表 2006-2009年中国家用厨房电器具制造行业亏损企业数量及亏损面积

图表 2006-2009年中国家用厨房电器具制造行业总体销售额增长趋势图

图表 2006-2009年中国家用厨房电器具制造行业总体利润总额增长

图表 2006-2009年中国家用厨房电器具制造行业总体从业人数分析

图表 2006-2009年中国家用厨房电器具制造行业投资资产增长性分析

图表 2010年11月中国各省市家用厨房电器具制造行业企业数量统计表

图表 2010年11月中国各省市家用厨房电器具制造行业企业数量分布图

图表 2010年1-11月中国各省市家用厨房电器具制造行业销售收入统计表

图表 2010年1-11月中国各省市家用厨房电器具制造行业销售收入分布图

图表 2010年1-11月中国各省市家用厨房电器具制造行业利润总额统计表

图表 2010年1-11月中国各省市家用厨房电器具制造行业利润总额分布图

图表 2010年1-11月中国各省市家用厨房电器具制造行业利润总额增长最快的省市对比图

图表 2010年11月底中国各省市家用厨房电器具制造行业资产统计表

图表 2010年11月底中国各省市家用厨房电器具制造行业资产分布图

图表 2010年1-11月中国各省市家用厨房电器具制造行业资产增长速度对比图

图表 2010年1-11月中国各省市家用厨房电器具制造行业工业总产值

图表 2010年1-11月中国各省市家用厨房电器具制造行业工业销售产值

图表 2010年家用厨房电器具制造行业产销率（数据均可更新至最新月份）

图表 2008-2009年中国电热饮水机出口统计

图表 2008-2009年中国电热饮水机进口统计

图表 2008-2009年中国电热饮水机进出口价格对比

图表 中国电热饮水机进出口主要来源地及出口目的地

图表 2007-2009年全国电冷热饮水机产量数据

图表 2007-2009年重点省市电冷热饮水机产量数据

图表 2010年全国电冷热饮水机产量数据

图表 2010年重点省市电冷热饮水机产量数据

图表 全国电冷热饮水机产量增长性分析

图表 2008-2010年青岛澳柯玛股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年青岛澳柯玛股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年青岛澳柯玛股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年青岛澳柯玛股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2010年青岛澳柯玛股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2010年青岛澳柯玛股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2010年青岛澳柯玛股份有限公司盈利能力分析

图表 2008-2010年TCL集团股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年TCL集团股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年TCL集团股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年TCL集团股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2010年TCL集团股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2010年TCL集团股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2010年TCL集团股份有限公司盈利能力分析

图表 2008-2010年广东美的电器股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年广东美的电器股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年广东美的电器股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年广东美的电器股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2010年广东美的电器股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2010年广东美的电器股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2010年广东美的电器股份有限公司盈利能力分析

图表 先锋电器集团有限公司盈利指标情况

图表 先锋电器集团有限公司资产运行指标状况

图表 先锋电器集团有限公司资产负债能力指标分析

图表 先锋电器集团有限公司盈利能力情况

图表 先锋电器集团有限公司销售收入情况

图表 先锋电器集团有限公司成本费用构成情况

图表 浪木电器集团有限公司盈利指标情况

图表 浪木电器集团有限公司资产运行指标状况

图表 浪木电器集团有限公司资产负债能力指标分析

图表 浪木电器集团有限公司盈利能力情况

图表 浪木电器集团有限公司销售收入情况

图表 浪木电器集团有限公司成本费用构成情况

图表 溢泰（南京）环保科技有限公司盈利指标情况

图表 溢泰（南京）环保科技有限公司资产运行指标状况

图表 溢泰（南京）环保科技有限公司资产负债能力指标分析

图表 溢泰（南京）环保科技有限公司盈利能力情况

图表 溢泰（南京）环保科技有限公司销售收入情况

图表 溢泰（南京）环保科技有限公司成本费用构成情况

图表 深圳安吉尔饮水产业集团有限公司盈利指标情况

图表 深圳安吉尔饮水产业集团有限公司资产运行指标状况

图表 深圳安吉尔饮水产业集团有限公司资产负债能力指标分析

图表 深圳安吉尔饮水产业集团有限公司盈利能力情况

图表 深圳安吉尔饮水产业集团有限公司销售收入情况

图表 深圳安吉尔饮水产业集团有限公司成本费用构成情况

图表 华裕电器集团有限公司盈利指标情况

图表 华裕电器集团有限公司资产运行指标状况

图表 华裕电器集团有限公司资产负债能力指标分析

图表 华裕电器集团有限公司盈利能力情况

图表 华裕电器集团有限公司销售收入情况

图表 华裕电器集团有限公司成本费用构成情况

图表 奇迪电器集团有限公司盈利指标情况

图表 奇迪电器集团有限公司资产运行指标状况

图表 奇迪电器集团有限公司资产负债能力指标分析

图表 奇迪电器集团有限公司盈利能力情况

图表 奇迪电器集团有限公司销售收入情况

图表 奇迪电器集团有限公司成本费用构成情况

图表 宁波沁园集团有限公司盈利指标情况

图表 宁波沁园集团有限公司资产运行指标状况

图表 宁波沁园集团有限公司资产负债能力指标分析

图表 宁波沁园集团有限公司盈利能力情况

图表 宁波沁园集团有限公司销售收入情况

图表 宁波沁园集团有限公司成本费用构成情况

图表 略

《“十一五”期间中国饮水机市场需求动态及“十二五”发展盈利预测分析报告》系统全面的调研了饮水机的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiaojiadian/107305107305.html>