

2016-2022年中国饮水机行业品牌市场格局调查与 竞争战略研究

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国饮水机行业品牌市场格局调查与竞争战略研究》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/xiaojiadian/239093239093.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。

2013年全年，我国水家电整体零售额达到186亿元，同比增长20.7%，但传统饮水机去年零售额却逆势下跌6.5%至86亿元，而净水桶市场更大幅下滑33.3%。老式饮水机自身缺陷逐步暴露，而更加雪上加霜的是政策风向的变化。国家标准化委员会制定《饮水机能效限定值及能效等级》正式进入履行报批手续阶段，届时行业将告别高耗能时代，未能达到能效三级要求的饮水机将难逃被淘汰的命运。业内预计，一旦“史上最严能效国标”出台，至少有20%的产品将因未达到能效三级要求而退出市场。

中国报告网出品《2016-2022年中国饮水机行业品牌市场格局调查与竞争战略研究》主要研究行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。在周密严谨的市场调研基础上主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【报告大纲】

第一章 中国饮水机行业发展概述

1.1 饮水机行业发展情况概述

1.1.1 饮水机的基本情况介绍

1.1.2 饮水机的发展特点分析

1.2 行业上下游产业链分析

1.2.1 产业链模型原理介绍

1.1.2 行业产业链分析

1.3 行业生命周期分析

1.3.1 行业生命周期理论概述

1.3.2 行业所属的生命周期分析

1.4 行业经济指标分析

1.4.1 行业的赢利性分析

1.4.2 行业附加值的提升空间分析

1.4.3 行业进入壁垒与退出机制分析

第二章 世界饮水机行业市场发展现状分析

2.1 全球饮水机行业发展历程回顾

2.2 全球饮水机行业市场规模分析

2.3 全球饮水机行业市场区域分布情况

2.4 亚洲地区市场分析

2.5 欧盟主要国家市场分析

2.6 北美地区主要国家市场分析

2.7 2016-2022年世界饮水机发展走势预测

2.8 2016-2022年全球市场规模预测

第三章 中国饮水机产业发展环境分析

3.1 我国宏观经济环境分析

3.3 中国饮水机行业政策环境分析

3.4 中国饮水机产业社会环境发展分析

3.4.1 人口环境分析

3.4.2 教育环境分析

3.4.3 文化环境分析

3.4.4 生态环境分析

3.4.5 消费观念分析

第四章 中国饮水机产业运行情况

4.1 中国发展状况情况介绍

4.1.1 中国发展历程回顾

4.1.2 中国技术现状分析

4.1.3 中国发展特点分析

4.2 中国市场规模分析

4.3 中国市场供需情况分析

4.3.1 中国产能情况分析

4.3.2 中国产值分析

4.3.3 中国产量统计与分析

4.3.4 中国需求量分析

4.4 中国发展趋势分析

第五章 中国饮水机市场格局分析

5.1 中国饮水机行业竞争现状分析

5.2 中国集中度分析

5.2.1 中国市场集中度分析

5.2.2 中国企业集中度分析

5.2.3 中国区域集中度分析

5.3 发展中存在的问题

第六章 饮水机行业品牌现状分析

6.1 饮水机行业品牌介绍

6.1.1 2015年饮水机行业十大品牌概述

6.1.2 饮水机行业品牌竞争态势分析

6.2 饮水机行业品牌关注度分析

6.2.1 2015年饮水机行业品牌关注格局分析

6.2.2 2015年饮水机行业产品关注格局分析

6.3 饮水机行业价格与细分行业关注度调研

6.3.1 2015年饮水机行业价格区间关注情况分析

6.3.2 2015年饮水机行业细分行业关注情况分析

第七章 中国饮水机行业消费者研究

7.1 受访消费者的特征

7.1.1 年龄分布

7.1.2 性别结构

7.1.3 婚姻状况

7.1.4 学历状况

7.1.5 收入状况

7.1.6 职业状况

7.2 饮水机行业消费者决策调查

7.2.1 消费者了解饮水机产品的信息来源

7.2.2 消费者消费影响因素调查

7.2.3 消费者消费渠道调查

7.2.4 消费者消费频率调查

7.3 饮水机行业消费者喜好调查

7.3.1 消费者能够接受的价格区间

7.3.2 消费者对饮水机产品的包装喜好调查

7.3.3 消费者对饮水机产品的营销活动喜好调查

7.3.4 消费者对饮水机产品的顾虑调查

7.4 受访者的调查总结

7.4.1 受访者的用户特征总结

7.4.2 受访者的消费决策总结

7.4.3 受访者的喜好总结

第八章 中国饮水机行业竞争情况

8.1 中国饮水机行业竞争结构分析

8.1.1 现有企业间竞争

8.1.2 潜在进入者分析

8.1.3 替代品威胁分析

8.1.4 供应商议价能力

8.1.5 客户议价能力

8.2 中国饮水机行业SWOT分析

8.2.1 中国饮水机行业优势分析

8.2.2 中国饮水机行业劣势分析

8.2.3 中国饮水机行业机会分析

8.2.4 中国饮水机行业威胁分析

8.3 中国饮水机行业竞争力优势分析

第九章 中国饮水机行业重点生产企业分析

9.1 美的集团股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

9.2 沁园集团股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

9.3 深圳安吉尔饮水产业集团有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

9.4 浪木电器集团有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

9.5 海尔集团公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

• • • • •

第十章 2016-2022年中国饮水机行业发展前景分析与预测

10.12016-2022年行业未来发展前景分析

10.1.1国内投资环境分析

10.1.2市场机会分析

10.1.3投资增速预测

10.2 2016-2022年行业未来发展趋势预测

10.3 2016-2022年行业市场发展预测

10.3.1行业市场规模预测

10.3.2行业市场规模增速预测

10.3.3行业产值规模预测

10.3.4行业产值增速预测

10.4 2016-2022年行业盈利走势预测

10.4.1行业毛利润同比增速预测

10.4.2行业利润总额同比增速预测

第十一章 2016-2022年中国饮水机行业投资风险与营销分析

11.1行业进入壁垒分析

11.1.1行业技术壁垒分析

11.1.2行业规模壁垒分析

11.1.3行业品牌壁垒分析

11.2 2016-2022年中国饮水机行业投资风险分析

11.2.1行业政策风险分析

11.2.2行业技术风险分析

11.2.3行业竞争风险

11.2.4 行业其他风险分析

第十二章 2016-2022年中国饮水机行业发展策略及投资建议

12.1 2016-2022年中国饮水机行业市场重点客户战略实施

12.1.1 实施重点客户战略的必要性

12.1.2 合理确立重点客户

12.1.3 对重点客户的营销策略

12.1.4 强化重点客户的管理

12.1.5 实施重点客户战略要重点解决的问题

12.2 2016-2022年中国饮水机行业发展策略分析

12.3 观研天下行业分析师投资建议

12.3.1 2016-2022年中国饮水机行业投资区域分析

12.3.2 2016-2022年中国饮水机行业投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiaojiadian/239093239093.html>