

# 2009-2012年中国饮水机行业 市场深度调研与投资前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2009-2012年中国饮水机行业市场深度调研与投资前景预测分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200902/11490.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

### 第一章 饮水机行业相关概述

#### 第一节 小家电行业概述

- 一、小家电定义及分类
- 二、中国小家电发展历程
- 三、小家电市场三大特点
- 四、中国小家电主要品牌介绍

#### 第二节 饮水机相关概念

- 一、饮水机定义及分类
- 二、饮水机结构及组成
- 三、饮水机的工作原理

### 第二章 2008-2009年国际饮水机行业发展态势分析

#### 第一节 2008-2009年国际饮水机行业总体态势分析

- 一、国际饮水机行业规模分析
- 二、国际饮水机行业产品结构分析
- 二、国际饮水机行业技术发展现状

#### 第二节 2008-2009年国际饮水机行业市场运营状况分析

- 一、国际饮水机行业产销状况分析
- 二、国际饮水机行业主要经济指标分析

#### 第三节 2008-2009年主要国家地区饮水机行业发展现状分析

- 一、美国
- 二、西欧
- 三、日本
- 四、韩国
- 五、俄罗斯

### 第三章 2008-2009年中国饮水机行业运行环境分析

#### 第一节 2008-2009年中国饮水机行业经济环境分析

- 一、GDP
- 二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数
- 三、城镇人员从业状况

#### 四、存贷款利率变化

#### 五、财政收支状况

### 第二节 2008-2009年中国饮水机行业政策环境分析

#### 一、国家相关政策影响

#### 二、产业政策

#### 三、其他政策

### 第三节 2008-2009年中国饮水机行业社会环境分析

## 第四章 2008-2009年中国饮水机行业发展态势分析

### 第一节 2008-2009年中国饮水机行业动态分析

### 第二节 2008-2009年中国饮水机行业特征分析

#### 一、行业盈利水平分析

#### 二、行业生产结构分析

#### 三、行业消费结构分析

### 第三节 2008-2009年中国饮水机行业发展存在的问题

#### 一、质量良莠不齐

#### 二、饮水机不合格产品较多

#### 三、饮水机的健康与安全隐患

## 第五章 2008-2009年中国饮水机市场运行动态分析

### 第一节 2008-2009年中国饮水机市场特点分析

#### 一、市场普及率不高

#### 二、市场增长性极强的态势

#### 三、饮水机市场形成群雄混战的局面

#### 四、两派兵团：浙江水兵团和广东水兵团

#### 五、铜内胆抗菌饮水机产销即将进入快车道

### 第二节 2008-2009年中国饮水机企业结构分析

#### 一、不同规模企业数量及分布

#### 二、不同所有制企业数量及分布

### 第三节 2008-2009年中国饮水机技术现状分析

## 第六章 2008-2009年中国饮水机市场供需状况分析

## 第一节 2008-2009年中国饮水机市场需求结构分析

### 一、城乡需求结构分析

### 二、区域需求结构分析

### 三、产品需求结构分析

## 第二节 2007-2008年影响中国饮水机的需求因素分析

### 一、广告影响因素

### 二、包装影响因素

### 三、价格影响因素

### 四、产品性能影响因素

### 五、销售方式影响因素

### 六、外观影响因素

## 第三节 2008-2009年中国饮水机生产能力分析

### 一、整体生产能力

### 二、地区生产能力分析

### 三、企业生产能力分析

## 第四节 2008-2009年中国饮水机市场供给情况

### 一、城乡供给情况

### 二、区域供给情况

### 三、产品供给情况

## 第五节 2008-2009年中国饮水机市场供需平衡分析

## 第七章 2008-2009年中国饮水机消费者市场调查分析

### 第一节 2008-2009年中国饮水机消费者购买行为分析

#### 一、饮水机购买动机分析

#### 二、饮水机消费者属性分析

#### 三、饮水机消费者偏好分析

#### 四、饮水机消费者的品牌认知度分析

#### 五、饮水机消费者对产品电气性能关注度分析

#### 六、饮水机消费者对产品价格关注度分析

#### 七、饮水机消费者对质量关注度分析

#### 八、饮水机消费者对外观关注度分析

#### 九、消费者未购买饮水机的原因分析

## 第二节 2007-2008年中国饮水机消费者满意度分析

- 一、消费者产品满意度
- 二、消费者服务满意度
- 三、消费者功能满意度
- 四、消费者价格满意度
- 五、影响消费者满意度的因素分析

## 第八章 2008-2009年中国饮水机行业进出口态势分析

### 第一节 2008-2009年中国饮水机进出口情况概述

### 第二节 2008-2009年中国饮水机行业进出口总量分析

- 一、饮水机进口总量走势
- 二、饮水机出口总量走势
- 三、饮水机进出口差量变动情况

### 第三节 2008-2009年中国饮水机行业进出口国家分析

- 一、主要进口国
- 二、主要出口国

### 第四节 2008-2009年中国饮水机行业出口价格分析

- 一、饮水机进出口价格走势
- 二、影响饮水机进出口价格的因素

## 第九章 2008-2009年中国饮水机市场竞争格局分析

### 第一节 中国饮水机行业波特五力模型分析

- 一、供应商议价能力
- 二、买方议价能力
- 三、现存竞争者之间的竞争
- 四、替代品的威胁
- 五、新的竞争对手入侵

### 第二节 2008-2009年中国饮水机行业集中度分析

- 一、品牌集中度
- 二、区域集中度
- 三、产品集中度
- 四、企业集中度

### 第三节 2008-2009年中国饮水机区域竞争态势分析

- 一、华北
- 二、东北
- 三、华东
- 四、中南
- 五、西南
- 六、西北
- 七、华南

## 第十章 2008-2009年中国饮水机优势企业竞争力分析

### 第一节 美的

- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况分析
- 三、2008-2009年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

### 第二节 安吉尔

- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况分析
- 三、2008-2009年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

### 第三节 沁园

- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况分析
- 三、2008-2009年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

### 第四节 浪木

- 一、企业基本概况
- 二、2008-2009年企业经营与财务状况分析
- 三、2008-2009年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

### 第五节 先锋

- 一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况分析

三、2008-2009年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

#### 第六节 奇迪

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况分析

三、2008-2009年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

#### 第七节 司迈特

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况分析

三、2008-2009年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

### 第十一章 2009-2012年中国饮水机行业的发展趋势及前景展望

#### 第一节 2009-2012年中国家电行业的发展趋势

一、家电行业未来趋势

二、家电行业发展方向

#### 第二节 2009-2012年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、小家电产品发展趋势

三、未来小家电将具备的功能分析

四、厨房小家电的发展趋势

#### 第三节 2009-2012年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、饮水机产品发展趋势

### 第十二章 2009-2012年中国饮水机行业投资机会与风险分析

#### 第一节 2009-2012年中国饮水机行业投资机会分析

一、饮水机行业区域投资机会

二、饮水机主要产品投资机会

### 三、饮水机出口市场投资机会

#### 第二节 2009-2012年中国饮水机行业投资风险分析

##### 一、宏观调控风险

##### 二、行业竞争风险

##### 三、供需波动风险

##### 四、技术创新风险

##### 五、经营管理风险

#### 第三节 2009-2012年中国饮水机企业市场营销策略

##### 一、注重定位和产品差异化定位

##### 二、实施品牌忠诚的营销策略

##### 三、建立完善的顾客服务系统

##### 四、提高产品质量，赋予产品新的特色

##### 五、寻找和进入新的细分市场

##### 六、适时降价，吸引价格敏感消费者

#### 第四节 专家相关建议

### 图表目录

图表：饮水机的结构

图表：饮水机的组成

图表：2007-2008年饮水机市场分城市类别构成图

图表：2007-2008年饮水机市场各月度销售业绩环比变化图

图表：2007-2008年不同规格饮水机平均售价走势图

图表：2007-2008年饮水机主要品牌累计零售量对比

图表：2007-2008年饮水机主要品牌累计零售额占有率对比

图表：2007-2008年饮水机主要品牌零售量份额市场走势图

图表：2007-2008年饮水机供应量趋势图

图表：2007-2008年饮水机求购量趋势图

图表：2007-2008年小家电市场主要产品关注度比较

图表：2007-2008年饮水机市场价格分布图

图表：2007-2008年主要饮水机制造企业所属省市对比

图表：2007-2008年主要饮水机制造企业区域对比

图表：2007-2008年饮水机各区间价格对比

图表：2007-2008年饮水机区域市场供应量对比

图表：2007-2008年饮水机区域市场需求量对比

图表：2007-2008年全国饮水机品牌市场占有率

图表：2007-2008年全国饮水机前十名市场占有率

图表：2007-2008年全国饮水机前十名零售额市场占有率

图表：美的企业概述

图表：2007-2008年中国饮水机进口的总值

图表：2007-2008年中国饮水机出口的总值

图表：2009-2012年中国饮水机产量预测

图表：2009-2012年中国饮水机行业进出口状况预测

图表：2009-2012年中国饮水机行业市场供需状况预测

略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200902/11490.html>