

# 2014-2019年中国咖啡机市 场分析及投资发展建议报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2014-2019年中国咖啡机市场分析及投资发展建议报告》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.chinairr.org/report/R06/R0606/201402/28-149427.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

《2014-2019年中国咖啡机市场分析及投资发展建议报告》对我国咖啡机行业的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、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。

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，进出口数据主要来自海关及商务部，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

### 第一章 咖啡机产业相关概述

#### 第一节 咖啡机功能与改进

#### 第二节 咖啡机分类及特点分析

##### 一、半自动咖啡机

##### 二、全自动咖啡机

##### 三、其他品种

#### 第三节 咖啡机的保养

### 第二章 2013年全球咖啡机市场运营态势分析

#### 第一节 2013年全球咖啡机市场运营环境分析

#### 第二节 2013年全球咖啡机市场运营现状综述

##### 一、全球咖啡机品牌发展

##### 二、全球咖啡机需求分析

##### 三、全球咖啡机竞争分析

##### 四、全球咖啡机售后服务体系与零备件供应

#### 第三节 2013年全球咖啡机重点市场分析

##### 一、意大利

##### 二、瑞士

##### 三、美国

### 第三章 2013年中国咖啡机行业发展环境分析

## 第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2013年中国宏观经济发展预测分析

## 第二节 2013年中国咖啡机行业政策分析

- 一、《家用咖啡机性能测试方法》
- 二、进出口政策分析
- 三、相关产业政策影响分析

## 第三节 2013年中国咖啡机行业社会环境分析

## 第四章 2013年中国咖啡机市场发展形态分析

### 第一节 2013年中国咖啡机市场总况

- 一、我国咖啡机市场还处在一种无序的阶段
- 二、咖啡机市场日益红火
- 三、咖啡机品牌渗透情况分析
- 四、咖啡壶供需情况分析

### 第二节 2013年中国咖啡机市场发展问题与对策分析

- 一、滞销技术落后的过时机型塞入中国市场
- 二、不法商家以次充好，低档廉价品充斥市场
- 三、售后服务体系落后

## 第五章 2011-2013年中国咖啡机制造行业数据监测分析

### 第一节 2011-2013年中国咖啡机制造行业总体数据分析

- 一、2011年中国咖啡机制造行业全部企业数据分析
- 二、2012年中国咖啡机制造行业全部企业数据分析
- 三、2013年中国咖啡机制造行业全部企业数据分析

### 第二节 2011-2013年中国咖啡机制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2011年中国咖啡机制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2012年中国咖啡机制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2013年中国咖啡机制造行业不同规模企业数据分析

### 第三节 2011-2013年中国咖啡机制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2011年中国咖啡机制造行业不同所有制企业数据分析

二、2012年中国咖啡机制造行业不同所有制企业数据分析

三、2013年中国咖啡机制造行业不同所有制企业数据分析

## 第六章 2013年中国手动咖啡机市场运营态势分析

### 第一节 手动咖啡机产品特点

### 第二节 2013年中国手动咖啡机市场分析

一、手动咖啡机市场消费特性

二、重点需求市场分析

三、手动咖啡机市场销售情况

### 第三节 手动咖啡机市场价格分析

## 第七章 2013年中国全自动咖啡机市场深度剖析

### 第一节 全自动咖啡机产品特性

### 第二节 2013年中国全自动咖啡机市场分析

一、全自动咖啡机是整个咖啡机发展最快

二、全自动咖啡机开发出新的功能

三、全自动咖啡机正掀起一股新的咖啡机购买热潮

### 第三节 2013年全自动咖啡机重点需求市场分析

一、家用市场

二、饭店咖啡厅

三、餐厅

四、酒吧

五、办公室

### 第四节 2013年全自动咖啡机价格分析

## 第八章 2013年中国咖啡机市场十大品牌产品市场剖析

### 第一节 飞利浦PHILIPS

一、品牌竞争力分析

二、全自动式研磨 飞利浦新品咖啡机上市

三、产品价格分析

四、消费者评价

五、市场销售情况

## 第二节 伊莱克斯Electrolux

- 一、品牌竞争力分析
- 二、新品特性与功能改进
- 三、产品价格分析
- 四、消费者评价
- 五、市场销售情况

## 第三节 德龙D Longhi

- 一、品牌竞争力分析
- 二、新品特性与功能改进
- 三、产品价格分析
- 四、消费者评价
- 五、市场销售情况

## 第四节 Saeco喜客

- 一、品牌竞争力分析
- 二、新品特性与功能改进
- 三、产品价格分析
- 四、消费者评价
- 五、市场销售情况

## 第五节 灿坤EUPA

- 一、品牌竞争力分析
- 二、新品特性与功能改进
- 三、产品价格分析
- 四、消费者评价
- 五、市场销售情况

## 第六节 ACA北美

- 一、品牌竞争力分析
- 二、新品特性与功能改进
- 三、产品价格分析
- 四、消费者评价
- 五、市场销售情况

## 第七节 意利ILLY

- 一、品牌竞争力分析

- 二、新品特性与功能改进
- 三、产品价格分析
- 四、消费者评价
- 五、市场销售情况

#### 第八节 博朗Braun

- 一、品牌竞争力分析
- 二、新品特性与功能改进
- 三、产品价格分析
- 四、消费者评价
- 五、市场销售情况

#### 第九节 松下Panasonic

- 一、品牌竞争力分析
- 二、新品特性与功能改进
- 三、产品价格分析
- 四、消费者评价
- 五、市场销售情况

#### 第十节 东菱

- 一、品牌竞争力分析
- 二、新品特性与功能改进
- 三、产品价格分析
- 四、消费者评价
- 五、市场销售情况

### 第九章 2013年中国咖啡机市场消费调研

#### 第一节 受访者基本情况

- 一、性别
- 二、年龄
- 三、区域分布
- 四、职业
- 五、月收入情况
- 六、是否有喝咖啡的习惯
- 七、是否拥有咖啡机

## 第二节 消费者消费行为调研

- 一、你喝咖啡的频率有多高
- 二、你喜欢用何种咖啡机（虹吸式的、高压、滴漏式的、摩卡壶、其他的）
- 三、你喜欢什么风格咖啡机（时尚简洁型、古典优雅型、可爱迷你型、带有中国风的、其他）
- 四、您喜欢什么颜色的咖啡机（色彩华丽的、色彩朴实的（黑白或者灰色的））
- 五、您希望购买什么材料制作的咖啡机（不锈钢拉丝、金属合金、塑料、玻璃）
- 六、影响您选购家用咖啡机的因素有哪些
- 七、你觉得使用咖啡机有什么不便及改进意见
- 八、你对咖啡机关注度分析
- 九、你对咖啡机价格敏感度
- 十、你对咖啡机品牌满意度分析

## 第十章 2013年中国咖啡机市场营销策略分析

### 第一节 中国咖啡机营销渠道

- 一、营业场所
- 二、商务接待
- 三、OFFICE办公
- 四、家居

### 第二节 客户资料获取途径

- 一、营业场所
- 二、商务接待
- 三、OFFICE办公
- 四、家居

### 第三节 咖啡机推广策略

- 一、引导性营销为主
- 二、电话营销与体验营销组合
- 三、网络营销&mdash;&mdash;专业网店支持

### 第四节 咖啡机营销要点

- 一、营业场所营销要点
- 二、商务接待营销要点
- 三、OFFICE办公营销要点



## 四、家居营销要点

### 第五节 咖啡机营销方式

#### 一、针对营业场所

- 1、买机送咖啡粉
- 2、先付咖啡粉钱，再付咖啡机的钱
- 3、买粉送机
- 4、租用咖啡机，收取押金方式
- 5、合作分成

#### 二、针对其它场所

## 第十一章 2013年中国咖啡机市场竞争格局透析

### 第一节 2013年中国咖啡机竞争总况

- 一、咖啡机市场竞争程度
- 二、国内外咖啡机品牌竞争力分析
- 三、中国咖啡机营销方式竞争分析
- 四、中国咖啡机价格竞争分析

### 第二节 2013年中国咖啡机集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、生产企业集中度分析

### 第三节 2014-2019年中国咖啡机竞争趋势分析

## 第十二章 2013年中国咖啡机重点企业运营财务状况分析

### 第一节 伊莱克斯(中国)电器有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第二节 厦门灿坤实业股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 第三节 北美电器(珠海)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 第四节 博朗有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 第五节 主力实业(深圳)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 第六节 奥仕达主力电器(深圳)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第七节 宁波贝仕迪电器有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

## 第八节 中山市海湾华业制造有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

## 第九节 全能电业科技（深圳）有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

## 第十节 航宇控股集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

## 第十一节 慈溪市金凯电器有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第十二节 群韵饮料机械(上海)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第十三节 宁波夏纳电器有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第十四节 思捷利电业(深圳)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第十三章 2014-2019年中国咖啡机市场前景预测分析

### 第一节 2014-2019年中国咖啡机市场前景预测分析

一、咖啡机市场容量增长预测分析

二、咖啡机市场规模预测分析

三、咖啡机市场产销形势预测分析

四、咖啡机市场销售空间预测分析

### 第二节 2014-2019年中国咖啡机细分市场前景预测

一、手动咖啡机市场前景预测

二、全自动咖啡机市场前景预测

三、投币咖啡机市场前景预测

第三节 2014-2019年中国咖啡机发展趋势预测

一、咖啡机技术发展趋势

二、咖啡机营销趋势

第四节 2014-2019年中国咖啡机市场盈利预测

第十四章 2014-2019年中国咖啡机市场投资前景预测分析

第一节 2014-2019年中国咖啡机行业投资概况

一、咖啡机行业投资特性

二、咖啡机具有良好的投资价值

三、咖啡机投资环境利好

第二节 2014-2019年中国咖啡机投资机会分析

一、咖啡机投资吸引力分析

二、咖啡机售后服务及零备件供应投资前景预测

第三节 2014-2019年中国咖啡机投资风险及防范

一、技术风险分析

二、资金风险分析

三、市场运营机制分析

四、竞争风险分析

第四节 专家投资建议

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R06/R0606/201402/28-149427.html>