

2019-2025年中国电热水龙头行业市场运营态势与投资价值分析报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2019-2025年中国电热水龙头行业市场运营态势与投资价值分析报告》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.chinairr.org/report/R06/R0606/201903/12-289235.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

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

电热水龙头（亦称作即热水龙头或快热水龙头），包括水龙头本体及水流控制开关，水龙头本体设有加热腔和电器控制腔，以密封板隔开，电器控制腔内设有加热电路，加热腔内设有加热管，加热管功率一般在2-3KW，3-5秒钟即可加热出热水，加热管连接在加热电路上，其特征在于所述加热管为绝缘加热管；绝缘加热管为水电隔离式绝缘加热管；水龙头本体多数为耐高温工程塑料型，少数为全金属型；电器控制腔内设有绝缘水压开关。加热电路内设有电器开关，与绝缘水压开关末端连接，通断水电，内设有温度控制器和防干烧装置，还可设有漏电保护开关。

中国产业研究报告网发布的《2019-2025年中国电热水龙头行业市场运营态势与投资价值分析报告》共七章。首先介绍了电热水龙头相关概念及发展环境，接着分析了中国电热水龙头规模及消费需求，然后对中国电热水龙头市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国电热水龙头面临的机遇及发展前景。您若想对中国电热水龙头有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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。

报告目录：第一章中国电热水龙头行业发展综述1.1 电热水龙头行业定义及分类1.1.1 行业概念及定义1.1.2 主要产品大类1.1.3 产品功能特点1.1.4 产品适用领域1.2 电热水龙头行业产业链分析1.2.1 电热水龙头行业下游产业流通链解析（1）综合零售业发展现状与需求1）综合零售业发展概况2）综合零售业经济运行（2）家电连锁业发展现状与需求1）家电连锁业发展概况2）家电连锁业经济运行（3）房地产行业发展现状与需求1）房地产行业发展概况2）房地产行业经济运行（4）新农村建设进展及未来规划1.2.2 电热水龙头行业上游产业供应链解析（1）陶瓷业供需分析及价格走势（2）不锈钢供需分析及价格走势（3）塑料供需分析及价格走势1.3 电热水龙头行业相关产业分析1.3.1 水供应量及价格走势1.3.2 电供应量及价格走势 第二章电热水龙头行业发展与竞争2.1 电热水龙头市场规模及测评2.1.1 全国市场规模及测评2.1.2 东北地区市场规模及测评2.1.3 西北地区市场规模及测评2.1.4 华北地区市场规模及测评2.1.5 华中地区市场规模及测评2.1.6 华东地区市场规模及测评2.1.7 其他地区市场规模及测评2.2 电热水龙头品牌竞争格局2.2.1 电热水龙头企业品牌竞争（1）综合企业品牌排名情况（2）企业品牌认知度排名情况（3）企业品牌美誉度排名情况（4）企业品牌的3C认证情况2.2.2 电热水龙头企业区域竞争（1）不同区域的品牌渗透情况（2）不同品牌的区域竞争情况2.2.3 电热水龙头企业渠道竞争（1）代理加盟商渠道竞争情况（2）专业连锁销售渠道竞争情况（3）工程/团体采购渠道竞争情况2.2.4 电热水龙头企业价格竞争（1）300元以下产品品牌排名（2）300-500元产品品牌排名（3）500-1000元产品品牌排名（4）1000元以上产品品牌排名2.2.5 电热水龙头

企业营销竞争（1）企业营销战略比较（2）企业营销推广比较2.2.6 电热水龙头企业专业技术竞争（1）企业专业背景比较（2）企业技术背景比较2.3 电热水龙头品牌调研2.3.1 奥特朗（1）产品特征及3C认证（2）产品价格与定位（3）品牌识别度与美誉度（4）营销模式及推广（5）渠道结构与特征（6）门店数量及分布2.3.2 艾宝（1）产品特征及3C认证（2）产品价格与定位（3）品牌识别度与美誉度（4）营销模式及推广（5）渠道结构与特征（6）门店数量及分布2.3.3 亚乐（1）产品特征及3C认证（2）产品价格与定位（3）品牌识别度与美誉度（4）营销模式及推广（5）渠道结构与特征（6）门店数量及分布2.3.4 飞羽（1）产品特征及3C认证（2）产品价格与定位（3）品牌识别度与美誉度（4）营销模式及推广（5）渠道结构与特征（6）门店数量及分布2.3.5 扬子（1）产品特征及3C认证（2）产品价格与定位（3）品牌识别度与美誉度（4）营销模式及推广（5）渠道结构与特征（6）门店数量及分布2.3.6 酷科（1）产品特征及3C认证（2）产品价格与定位（3）品牌识别度与美誉度（4）营销模式及推广（5）渠道结构与特征（6）门店数量及分布2.3.7 传福（1）产品特征及3C认证（2）产品价格与定位（3）品牌识别度与美誉度（4）营销模式及推广（5）渠道结构与特征（6）门店数量及分布2.3.8 科屹乐（1）产品特征及3C认证（2）产品价格与定位（3）品牌识别度与美誉度（4）营销模式及推广（5）渠道结构与特征（6）门店数量及分布2.3.9 依拉贝（1）产品特征及3C认证（2）产品价格与定位（3）品牌识别度与美誉度（4）营销模式及推广（5）渠道结构与特征（6）门店数量及分布2.3.10 易热宝（1）产品特征及3C认证（2）产品价格与定位（3）品牌识别度与美誉度（4）营销模式及推广（5）渠道结构与特征（6）门店数量及分布2.3.11 顺皇（1）产品特征及3C认证（2）产品价格与定位（3）品牌识别度与美誉度（4）营销模式及推广（5）渠道结构与特征（6）门店数量及分布2.3.12 爱拓升（1）产品特征及3C认证（2）产品价格与定位（3）品牌识别度与美誉度（4）营销模式及推广（5）渠道结构与特征（6）门店数量及分布2.3.13 佳源（1）产品特征及3C认证（2）产品价格与定位（3）品牌识别度与美誉度（4）营销模式及推广（5）渠道结构与特征（6）门店数量及分布2.3.14 杰（1）产品特征及3C认证（2）产品价格与定位（3）品牌识别度与美誉度（4）营销模式及推广（5）渠道结构与特征（6）门店数量及分布2.3.15 恋尔（1）产品特征及3C认证（2）产品价格与定位（3）品牌识别度与美誉度（4）营销模式及推广（5）渠道结构与特征（6）门店数量及分布 第三章电热水龙头行业消费需求调研3.1 电热水龙头需求与发展空间3.1.1 商业性需求与发展空间（1）商业性需求领域分析（2）商业性需求空间分析3.1.2 民用消费需求与发展空间（1）居民潜在消费需求分析（2）不同地域居民消费需求分析（3）民用消费需求空间测算3.2 北方城市需求空间调研分析3.2.1 电热水龙头消费层次3.2.2 电热水龙头消费承受能力3.2.3 电热水龙头消费频率3.2.4 电热水龙头消费质量要求3.2.5 电热水龙头消费场所选择3.2.6 电热水龙头品牌忠诚度3.2.7 电热水龙头投诉率与口碑影响3.3 南方城市需求空间调研分析3.3.1 电热水龙头

消费层次3.3.2 电热水龙头消费承受能力3.3.3 电热水龙头消费频率3.3.4 电热水龙头消费质量要求3.3.5 电热水龙头消费场所选择3.3.6 电热水龙头品牌忠诚度3.3.7 电热水龙头投诉率与口碑影响 第四章电热水龙头销售渠道与营销推广策略4.1 电热水龙头行业销售渠道4.1.1 电热水龙头销售渠道发展4.1.2 电热水龙头渠道模式（1）直营（2）代理分销（3）品牌托管4.1.3 电热水龙头销售渠道（1）百货商场（2）品牌专卖店（3）家居建材专营店（4）综合超市（5）零散销售卖点4.1.4 电热水龙头销售渠道发展趋势4.2 电热水龙头行业营销推广策略4.2.1 电热水龙头营销策略（1）产品策略（2）价格策略（3）渠道策略（4）促销策略4.2.2 电热水龙头营销策略形式（1）形象营销策略（2）概念营销策略（3）品牌营销策略（4）文化营销策略（5）情感营销策略（6）淡旺季营销策略（7）不同区域针对性营销策略 第五章电热水龙头行业主要企业运营指标5.1 电热水龙头企业发展总体状况分析5.1.1 电热水龙头行业企业规模5.1.2 电热水龙头行业工业产值状况5.1.3 电热水龙头行业销售收入和利润5.1.4 主要电热水龙头企业创新能力分析5.2 电热水龙头企业个案分析5.2.1 奥特朗电器（广州）有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业组织架构分析（4）企业产品结构及新产品动向5.2.2 广州艾宝家电制造有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业组织架构分析（4）企业产品结构及新产品动向5.2.3 慈溪市新亚电器有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业组织架构分析（4）企业产品结构及新产品动向5.2.4 宁波索顿飞羽电器有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业发展能力分析（4）企业组织架构分析5.2.5 中国扬子集团扬子新材料科技有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业组织架构分析（4）企业产品结构及新产品动向5.2.6 广州酷科电气股份有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业组织架构分析（4）企业产品结构及新产品动向 第六章电热水龙头行业关键成功因素6.1 电热水龙头产品要素6.1.1 产品质量要素（1）原材料采购与价格谈判（2）代工企业选择与质量控制6.1.2 产品技术要素（1）研发投入与融资（2）研发项目投入市场的关键（3）市场需求挖掘与技术更新6.1.3 产品认证要素（1）国家3C认证申报流程（2）产品认证关键点与方法（3）出口市场与国外认证6.2 电热水龙头营销战略6.2.1 市场细分与定位（1）市场定位“第一原则”（2）市场定位要素的确立6.2.2 目标市场的选定（1）北方城市市场的选择（2）南方城市市场的突破（3）工程项目市场的选择6.2.3 市场营销的组合6.2.4 营销计划的实施（1）营销计划时间点控制（2）营销计划“结果导向”6.3 电热水龙头品牌战略6.3.1 品牌化决策6.3.2 品牌模式选择6.3.3 品牌识别界定6.3.4 品牌延伸规划6.3.5 品牌管理规划6.3.6 品牌远景规划 第七章电热水龙头行业发展趋势分析与预测（ZYYF）7.1 电热水龙头市场趋势与前景7.1.1 市场发展趋势7.1.2 市场前景预测7.2 电热水龙头行业投资特性7.2.1 进入壁垒7.2.2 盈利模式7.2.3 盈利因素7.3 电热水龙头行业投资风险7.3.1 政策风险7.3.2 技术风险7.3.3 供求风险7.3.4

宏观经济波动风险7.3.5 关联产业风险7.3.6 生产规模及所有制风险7.4 电热水龙头行业投资建议7.4.1 行业投资现状7.4.2 主要投资建议 图表目录：图表1：中国电热水龙头行业主要品牌（排名不分先后）图表2：2015-2017年长江现货铜价格变化（单位：元/吨）图表3：2015-2017年我国不锈钢产量产能及预测（单位：万吨）图表4：2016年不锈钢下游主要行业不锈钢消费量（单位：万吨）图表5：2015-2017年上海不锈钢价格（单位：元/吨）图表6：2015-2017年全国市场规模（单位：元）图表7：2015-2017年东北地区市场规模（单位：元）图表8：2015-2017年西北地区市场规模（单位：元）图表9：2015-2017年华北地区市场规模（单位：元）图表10：2015-2017年华中地区市场规模（单位：元）图表11：2015-2017年华东地区市场规模（单位：元）图表12：2015-2017年其他地区市场规模（单位：元）图表13：2015-2017年综合企业品牌排名图表14：2015-2017年企业品牌认知度排名图表15：2015-2017年企业品牌美誉度排名图表16：电热水龙头3C认证情况图表17：2015-2017年300元以下产品品牌排名图表18：2015-2017年300-500元产品品牌排名图表19：2015-2017年500-1000元产品品牌排名图表20：2015-2017年1000元以上产品品牌排名图表21：2017年中国电热水龙头行业工业总产值、销售收入和利润前十名企业图表22：2015-2017年电热水龙头行业工业总产值（现价）前十位企业（单位：万元）图表23：2015-2017年中国电热水龙头行业企业产品销售收入与利润总额（单位：万元）图表24：2015-2017年电热水龙头行业企业新产品产值（单位：万元）

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R06/R0606/201903/12-289235.html>