

2021-2027年中国现磨咖啡 机市场研究与战略咨询报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2021-2027年中国现磨咖啡机市场研究与战略咨询报告》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/R05/R0502/202107/01-416056.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

中国自古以来以茶为主，咖啡文化形成较晚，咖啡市场由单一速溶咖啡市场到现磨、即饮等多元化消费市场，共经历了四个阶段：“速溶咖啡—精品咖啡—现磨咖啡、即饮咖啡—即饮、现磨、新茶饮等多元化消费市场并存”。新零售商的加入促进了咖啡消费市场的快速增长。

1989年，雀巢咖啡在中国推出“1+2”速溶咖啡，迅速占领国内速溶咖啡市场；1999年，星巴克在国内开设第一家门店，将精品咖啡带入中国市场；2005年，雀巢咖啡联手可口可乐，进军即饮咖啡市场，将即饮咖啡与冷饮文化融合，赋予咖啡新的时尚概念；2010年，喜多士开始售卖现磨咖啡，价格对比精品咖啡更加低廉，极大扩大了受众群体；2014年新零售咖啡代表连咖啡成立，2017年瑞幸咖啡成立，咖啡营销渠道向线上拓展，咖啡文化快速普及，同时茶饮品牌喜茶、奈雪の茶等推出的咖啡产品多与原有的特色茶饮相结合，满足了多样化消费人群。咖啡市场的演化过程

1989年

雀巢咖啡在中国推出“1+2”速溶咖啡，迅速占领国内速溶咖啡市场

1999年

星巴克在国内开设第一家门店，将精品咖啡带入中国市场

2005年

雀巢咖啡联手可口可乐，进军即饮咖啡市场，将即饮咖啡与冷饮文化融合，赋予咖啡新的时尚概念

2010年

喜多士开始售卖现磨咖啡，价格对比精品咖啡更加低廉，极大扩大了受众群体；

2014年

新零售咖啡代表连咖啡成立

2017年

瑞幸咖啡成立，咖啡营销渠道向线上拓展，咖啡文化快速普及，同时茶饮品牌喜茶、奈雪の茶等推出的咖啡产品多与原有的特色茶饮相结合，满足了多样化消费人群。

从我国咖啡行业目前的竞争格局来看，速溶咖啡霸占中国咖啡市场。据数据显示，速溶咖啡市场占比高达71.8%；其次为现磨咖啡，市场占比为18.1%，其后为即饮咖啡，市场占比为10.1%。中国细分咖啡市场占比情况 中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国现磨

《咖啡机市场研究与战略咨询报告》共十二章。首先介绍了中国现磨咖啡机行业市场发展环境、现磨咖啡机整体运行态势等，接着分析了中国现磨咖啡机行业市场运行的现状，然后介绍了现磨咖啡机市场竞争格局。随后，报告对现磨咖啡机做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国现磨咖啡机行业发展趋势与投资预测。您若想对现磨咖啡机产业有个系统的了解或者想投资中国现磨咖啡机行业，本报告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：

第一部分 行业运行现状

第一章 现磨咖啡机所属行业发展回顾

第一节 国内现磨咖啡机所属行业发展历程

第二节 2015-2019年现磨咖啡机所属行业发展成就回顾从咖啡机网络零售情况来看，2019年3月咖啡机网络零售TOP10品牌分别是：德龙、飞利浦、奈斯派索、东菱、多趣酷思、惠家、格米莱、斯麦龙、摩飞以及德颐。其中，德龙品牌咖啡机市场占比最大，3月其网络零售市场份额占比达到4.2%。此外，飞利浦和奈斯派索品牌咖啡机挤进榜单前三，市场份额占比均为1.8%。2019年3月咖啡机行业网络售TOP10

一、2015-2019年现磨咖啡机所属行业市场规模分析

二、2015-2019年现磨咖啡机所属行业企业数量分析

三、2015-2019年现磨咖啡机所属行业营业收入分析

四、2015-2019年现磨咖啡机所属行业产销情况分析

五、2015-2019年现磨咖啡机所属行业产品价格走势分析

第三节 2015-2019年现磨咖啡机所属行业热点事件回顾

一、主要热点事件回顾

二、热点事件影响分析

第四节 2015-2019年现磨咖啡机行业运行中存在的问题分析

一、2015-2019年现磨咖啡机行业面临的问题分析

二、2015-2019年现磨咖啡机行业企业面对的困境分析

三、2015-2019年现磨咖啡机行业企业的发展出路分析

第二章 中国现磨咖啡机所属行业运行效益

第一节 2015-2019年中国现磨咖啡机行业盈利能力分析

一、2015-2019年中国现磨咖啡机行业总资产利润率分析

二、2015-2019年中国现磨咖啡机行业营收利润率分析

三、2015-2019年中国现磨咖啡机行业毛利率分析

第二节 2015-2019年中国现磨咖啡机行业偿债能力分析

一、2015-2019年中国现磨咖啡机行业速动比率分析

二、2015-2019年中国现磨咖啡机行业流动比率分析

三、2015-2019年中国现磨咖啡机行业资产负债率分析

第三节 2015-2019年中国现磨咖啡机行业运营能力分析

一、2015-2019年中国现磨咖啡机行业总资产周转率分析

二、2015-2019年中国现磨咖啡机行业应收账款周转率分析

三、2015-2019年中国现磨咖啡机行业存货周转率分析

第四节 2015-2019年中国现磨咖啡机行业成长能力分析

一、2015-2019年中国现磨咖啡机行业总资产增长率分析

二、2015-2019年中国现磨咖啡机行业营收增长率分析

三、2015-2019年中国现磨咖啡机行业利润增长率分析

第五节 2015-2019年中国现磨咖啡机行业成本费用分析

一、中国现磨咖啡机成本构成分析

二、2015-2019年中国现磨咖啡机行业成本费用分析

三、中国现磨咖啡机行业成本费用对于行业利润的影响分析

第三章 中国现磨咖啡机所属行业经营模式及渠道分析

第一节 中国现磨咖啡机行业经营模式分析

第二节 中国现磨咖啡机行业盈利模式分析

一、中国现磨咖啡机行业盈利模式

二、影响中国现磨咖啡机企业盈利的因素分析

第三节 中国现磨咖啡机行业渠道分布

一、中国现磨咖啡机行业渠道结构分布

二、主流渠道的优劣势对比分析

三、2021-2027年中国现磨咖啡机行业渠道结构变化趋势预测

第四节 电子商务在中国现磨咖啡机行业渠道中的应用现状

- 一、中国电子商务发展现状
- 二、中国电子商务相比传统渠道的优势分析
- 三、电子商务在中国现磨咖啡机行业的应用现状
- 四、电子商务在中国现磨咖啡机行业的应用趋势

第四章 现磨咖啡机行业背景环境分析

第一节 现磨咖啡机行业宏观经济背景分析

- 一、2015-2019年国内宏观经济运行分析
- 二、2021-2027年宏观经济预测
- 三、宏观经济对现磨咖啡机行业的支持分析

第二节 现磨咖啡机行业政策背景分析

- 一、现磨咖啡机行业管理体制及相关标准分析
- 二、2015-2019年国内政策环境分析
- 三、2021-2027年政策环境预测
- 四、政策环境对现磨咖啡机行业的支持分析

第三节 现磨咖啡机行业社会背景分析

- 一、2015-2019年国内社会背景分析
- 二、2021-2027年社会背景预测
- 三、社会背景对现磨咖啡机行业的支持分析

第四节 现磨咖啡机行业技术背景分析

- 一、2015-2019年现磨咖啡机行业专利技术情况
- 二、2015-2019年现磨咖啡机行业技术水准评估
- 三、2015-2019年现磨咖啡机行业技术发展趋势

第二部分 消费者研究分析

第五章 消费者属性分析

第一节 消费者的首要认知渠道结构

第二节 消费者的细分属性调研

- 一、消费者年龄构成
- 二、消费者收入构成
- 三、消费者职业构成
- 四、消费者群体规模分析

第三节 影响消费者购买的因素对比

- 一、价格
- 二、包装
- 三、外观
- 四、品牌
- 五、广告
- 六、其他

第六章 消费行为研究

第一节 现磨咖啡机市场消费需求分析

- 一、现磨咖啡机市场的消费需求变化
- 二、现磨咖啡机行业的需求情况分析
- 三、2019年现磨咖啡机品牌市场消费需求分析

第二节 现磨咖啡机消费市场状况分析

- 一、现磨咖啡机行业消费特点
- 二、现磨咖啡机行业消费分析
- 三、现磨咖啡机行业消费结构分析
- 四、现磨咖啡机行业消费的市场变化
- 五、现磨咖啡机市场的消费方向

第三节 2021-2027年消费者行为变化趋势

第四节 2019年中国现磨咖啡机行业舆情环境分析

- 一、2019年舆情现状
- 二、2019年舆论关注度
- 三、2019年舆情环境分析
- 四、2019年舆情特点及发展趋势

第七章 市场品牌现状分析

第一节 现磨咖啡机行业市场品牌现状

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者经常购买的品牌调查

四、现磨咖啡机行业品牌忠诚度调查

五、消费者的消费理念调研

第二节 现磨咖啡机行业品牌排行

一、TOP10现磨咖啡机行业品牌排行

二、TOP10现磨咖啡机行业品牌市场占有率排行

第三部分 市场竞争分析

第八章 区域品牌情况分析

第一节 华北地区

一、整体区域市场规模分析

二、主要市场品牌分析

三、重点市场分析

四、投资价值分析

第二节 东北地区

一、整体区域市场规模分析

二、主要市场品牌分析

三、重点市场分析

四、投资价值分析

第三节 华东地区

一、整体区域市场规模分析

二、主要市场品牌分析

三、重点市场分析

四、投资价值分析

第四节 华南地区

一、整体区域市场规模分析

二、主要市场品牌分析

三、重点市场分析

四、投资价值分析

第五节 华中地区

一、整体区域市场规模分析

二、主要市场品牌分析

三、重点市场分析

四、投资价值分析

第六节 西南地区

一、整体区域市场规模分析

二、主要市场品牌分析

三、重点市场分析

四、投资价值分析

第七节 西北地区

一、整体区域市场规模分析

二、主要市场品牌分析

三、重点市场分析

四、投资价值分析

第九章 重点企业经营现状

第一节 邑隆贸易(上海)有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业行业地位分析

三、企业主要成就分析

四、企业经营现状分析

五、企业发展前景分析

六、企业最新动态分析

第二节 飞利浦投资有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业行业地位分析

三、企业主要成就分析

四、企业经营现状分析

五、企业发展前景分析

六、企业最新动态分析

第三节 伊莱克斯电器有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业行业地位分析

三、企业主要成就分析

四、企业经营现状分析

五、企业发展前景分析

六、企业最新动态分析

第四节 厦门灿坤事业股份有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业行业地位分析

三、企业主要成就分析

四、企业经营现状分析

五、企业发展前景分析

六、企业最新动态分析

第五节 松下电器集团

一、企业发展概述分析

二、企业行业地位分析

三、企业主要成就分析

四、企业经营现状分析

五、企业发展前景分析

六、企业最新动态分析

第六节 博西家用电器(中国)有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业行业地位分析

三、企业主要成就分析

四、企业经营现状分析

五、企业发展前景分析

六、企业最新动态分析

第七节 深圳美乐家家用产品有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业行业地位分析

三、企业主要成就分析

四、企业经营现状分析

五、企业发展前景分析

六、企业最新动态分析

第八节 重点企业产销量对比

第十章 市场竞争格局与趋势

第一节 竞争五力模型

- 一、现有企业竞争
- 二、潜在进入者
- 三、替代品威胁
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 市场集中度分析

- 一、市场集中度评价
- 二、区域集中度分析

第三节 国内外现磨咖啡机企业竞争力对比分析

- 一、国内现磨咖啡机企业竞争优势分析
- 二、国内外现磨咖啡机企业的竞争格局
 - 1、国内市场国内外现磨咖啡机企业竞争格局
 - 2、全球市场国内外现磨咖啡机企业竞争格局
- 三、构建中国现磨咖啡机企业竞争力的策略建议

第四节 中国现磨咖啡机行业竞争趋势预测

- 一、未来竞争格局及特点预测
- 二、竞争趋势分析

第四部分 产业前景与投资

第十一章 未来影响中国现磨咖啡机行业发展的因素分析

第一节 未来影响中国现磨咖啡机行业发展的主要因素

- 一、有利因素
- 二、稳定因素
- 三、不利因素

第二节 未来中国现磨咖啡机行业面临的挑战与机遇

- 一、2021-2027年中国现磨咖啡机行业面临的挑战分析
- 二、2021-2027年中国现磨咖啡机行业面临挑战的解决策略建议
- 三、2021-2027年中国现磨咖啡机行业面临的机遇分析

第三节 未来中国现磨咖啡机行业企业面对的困境与解决策略

- 一、2021-2027年中国现磨咖啡机行业企业面对的困境分析

二、重点企业面对的困境与解决策略

三、中小企业面对的困境与解决策略

第十二章 现磨咖啡机行业前景与投资建议()

第一节 现磨咖啡机行业发展前景预测

一、2021-2027年现磨咖啡机行业数据预测

1、2021-2027年现磨咖啡机行业市场规模预测

2、2021-2027年现磨咖啡机行业营业收入预测

3、2021-2027年现磨咖啡机行业产销预测

二、2021-2027年现磨咖啡机行业发展趋势分析

三、2021-2027年现磨咖啡机行业发展前景展望

第二节 现磨咖啡机行业发展策略分析

一、重点客户策略

1、现磨咖啡机行业实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、现磨咖啡机行业实施重点客户战略要重点解决的问题

4、重点客户管理功能

二、品牌策略

1、现磨咖啡机行业品牌的重要性

2、现磨咖啡机行业实施品牌战略的意义

3、现磨咖啡机行业企业品牌的现状分析

4、我国企业的品牌战略

5、品牌战略管理的策略

第三节 2021-2027年现磨咖啡机行业投资机会分析

一、产业链投资机会分析

二、细分市场投资机会分析

三、区域投资机会分析

第四节 2021-2027年现磨咖啡机行业投资建议

一、投资项目建议()

二、投资区域建议

三、投资方式建议

图表目录：

图表：2015-2019年现磨咖啡机行业市场规模分析

图表：2015-2019年现磨咖啡机行业企业数量分析

图表：2015-2019年现磨咖啡机行业营业收入分析

图表：2015-2019年现磨咖啡机行业产销情况分析

图表：2015-2019年现磨咖啡机行业产品价格走势分析

图表：2015-2019年中国现磨咖啡机行业总资产利润率分析

图表：2015-2019年中国现磨咖啡机行业营收利润率分析

图表：2015-2019年中国现磨咖啡机行业毛利率分析

图表：2015-2019年中国现磨咖啡机行业速动比率分析

图表：2015-2019年中国现磨咖啡机行业流动比率分析

图表：2015-2019年中国现磨咖啡机行业资产负债率分析

图表：2015-2019年中国现磨咖啡机行业总资产周转率分析

图表：2015-2019年中国现磨咖啡机行业应收账款周转率分析

图表：2015-2019年中国现磨咖啡机行业存货周转率分析

图表：2015-2019年中国现磨咖啡机行业总资产增长率分析

图表：2015-2019年中国现磨咖啡机行业营收增长率分析

图表：2015-2019年中国现磨咖啡机行业利润增长率分析

图表：2021-2027年现磨咖啡机行业市场规模预测

图表：2021-2027年现磨咖啡机行业营业收入预测

图表：2021-2027年现磨咖啡机行业产销预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0502/202107/01-416056.html>