

2010-2015年中国饮水机产业市场研究及发展前景预测分析报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2010-2015年中国饮水机产业市场研究及发展前景预测分析报告》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.chinairr.org/report/R06/R0606/201007/07-47066.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

【报告前言】

我国饮水机市场基本上已经形成群雄混战的局面，尤其是“珠三角”与“长三角”两大兵团。我国的饮水机生产发源并扬名于长三角的浙江，20世纪90年代，中国第一台饮水机就在此诞生，为今天“长三角”饮水机行业打拼天下奠定了深厚的根基。以美的、安吉尔等品牌为代表的“珠三角”饮水机兵团也逐渐形成。尽管“珠三角”水兵团有着先发优势，但“长三角”水兵团却凭借区域竞争优势厚积薄发、后发制人，大有赶超“珠三角”水兵团之势。“珠三角”水兵团已占据了行业68%的市场份额，其主要产品和产值，更是以年20%的速度飞速增长，已大大超过了“长三角”水兵团。

以沁园、美的、安吉尔等企业为代表的饮水机企业占据了国内饮水机市场主要份额。目前，市场上的饮水机大品牌主要是安吉尔、美的、沁园三家。虽然饮水机市场前景广阔，但现有大品牌不多，市场竞争主要表现为前三品牌同其他品牌之间的竞争。根据数据显示，2010年第一季度，我国饮水机市场上安吉尔占据第一的位置，拥有43.2%的占有率，美的以33.4%的占有率位居第二位，沁园的品牌占有率较去年同期有所下降，以7.6%的占有量位居第三，浪木以6.1%的占有率排在第四位，格力、奔腾、耐德、华裕、康宝、奇迪紧随其后。

【报告目录】

第一章 饮水机行业相关概述 12

第一节 小家电行业概述 12

一、小家电定义及分类 12

二、中国小家电发展历程 12

三、小家电市场五大特点 13

四、中国小家电主要品牌介绍 13

第二节 饮水机相关概念 14

一、饮水机定义及分类 14

二、饮水机结构及组成 14

三、饮水机的优点 14

四、饮水机的工作原理 14

第二章 2009-2010年中国饮水机产业运行环境分析 17

第一节 2009-2010年中国饮水机政策环境分析 17

一、生活饮用水卫生标准	17
二、家电及相关行业标准	17
三、家用电器商品维修管理办法	17
第二节2009-2010年中国饮水机产业经济环境分析	19
一、中国GDP分析	19
二、城乡居民家庭人均可支配收入	21
三、进出口变化分析	23
第三节2009-2010年中国饮水机产业社会环境分析	27

第三章2009-2010年中国饮水机行业运行形势分析 28

第一节2009-2010年中国饮水机行业发展综述	28
一、饮水机品牌格局面临调整	28
二、无热胆饮水机发展迅速	29
三、首款抑菌饮水机宁波上市	29
二、饮水机市场的内忧外患	32
三、饮水机质量安全问题严重	33
四、饮水机行业面临信任危机	34
第三节2009-2010年中国饮水机行业的发展策略分析	34
一、铜质饮水机突破行业瓶颈	34
二、饮水机打科技牌有大市场	34
三、国家应完善饮水机相关标准	35
四、饮水机企业应提高竞争能力	35

第四章 2009-2010年中国饮水机产业市场运行动态分析 37

第一节2009-2010年中国饮水机产业市场分析	37
一、饮水机市场构成情况	37
二、饮水机市场销售及价格情况	38
三、饮水机零售量及占有率情况	39
第二节 中国饮水机市场进出口分析	41
第三节2009-2010年中国饮水机市场关注度情况	42

第五章 2007-2009年中国电冷热饮水机产量数据统计分析 43

第一节2007-2008年全国电冷热饮水机产量数据分析 43

一、2007-2008年全国电冷热饮水机产量数据 43

二、2007-2008年重点省市电冷热饮水机产量数据 43

第二节2009年全国电冷热饮水机产量数据分析 43

一、2009年全国电冷热饮水机产量数据 44

二、2009年重点省市电冷热饮水机产量数据 44

第三节 全国电冷热饮水机产量增长性分析 45

一、产量增长率分析 45

二、产量集中度变化 46

第六章 2006-2009年中国家用厨房电器具制造行业规模以上企业经济运行数据监测 48

第一节2005-2009年（按季度更新）中国家用厨房电器具制造行业数据监测回顾 48

一、竞争企业数量 48

二、亏损面情况 49

三、市场销售额增长 51

四、利润总额增长 52

五、投资资产增长性 53

六、行业从业人数调查分析 54

第二节2005-2009年（按季度更新）中国家用厨房电器具制造行业投资价值测算 55

一、销售利润率 55

二、销售毛利率 56

三、资产利润率 57

四、未来5年家用厨房电器具制造盈利能力预测 59

第三节2005-2009年（按季度更新）中国家用厨房电器具制造行业产销率调查 62

一、工业总产值 62

二、工业销售产值 63

三、产销率调查 64

第四节2005-2009年（按季度更新）家用厨房电器具制造出口交货值数据 65

一、出口交货值增长 65

二、出口交货值占工业产值的比重（出口率） 66

第七章 2009-2010年中国区域市场饮水机品牌占有率分析 68

第一节 中国区域市场饮水机品牌占有率分析 68

一、全国市场及华北市场饮水机品牌占有率 68

二、华东市场及东北市场饮水机品牌占有率 68

三、华中市场及华南市场饮水机品牌占有率 69

四、西南市场及西北市场饮水机品牌占有率 69

第二节 2009-2010年中国饮水机占有率情况分析 70

一、市场占有率高的“猫腻” 70

二、强势品牌有标准，“指数”高低分胜负 70

三、技术品质才是品牌核心竞争力 70

第八章 2009-2010年中国饮水机产业市场竞争格局分析 72

第一节 2009-2010年中国饮水机产业竞争现状分析 72

一、外观内部设计将是饮水机未来竞争点 72

二、无序竞争导致行业信任危机 72

三、饮水机市场发展广阔竞争日趋激烈 73

第二节 2009-2010年中国饮水机产业区域格局分析 74

一、重点生产区域集中分析 74

二、市场消费集中分析 74

第三节 2009-2010年中国饮水机产业提升竞争力策略分析 75

第四节 2010-2015年中国饮水机产业竞争格局预测分析 76

第九章 2009-2010年中国饮水机产业主体企业竞争力分析 79

第一节 美的集团有限公司 79

一、公司简介 79

二、公司主要经营数据指标分析 79

三、公司竞争力分析 82

四、公司未来战略分析 84

第二节 青岛澳柯玛集团总公司 85

一、公司简介 85

二、公司主要经营数据指标分析 85

三、公司竞争力分析 88

四、公司未来战略分析 90

第三节深圳市安吉尔电子有限公司 91

一、公司简介 91

二、公司主要经营数据指标分析 91

三、公司竞争力分析 94

四、公司未来战略分析 95

第四节宁波沁园环保科技有限公司 95

一、公司简介 95

二、公司主要经营数据指标分析 96

三、公司竞争力分析 99

四、公司未来战略分析 100

第五节浪木电器集团有限公司 100

一、公司简介 100

二、公司主要经营数据指标分析 101

三、公司竞争力分析 104

四、公司未来战略分析 105

第六节奇迪电器集团有限公司 105

一、公司简介 105

二、公司主要经营数据指标分析 106

三、公司竞争力分析 108

四、公司未来战略分析 109

第七节先锋电器集团有限公司 110

一、公司简介 110

二、公司主要经营数据指标分析 110

三、公司竞争力分析 113

四、公司未来战略分析 114

第八节宁波惠康集团有限公司 115

一、公司简介 115

二、公司主要经营数据指标分析 116

三、公司竞争力分析 118

四、公司未来战略分析 119

第九节宁波辰佳电器有限公司 119

一、公司简介 119

二、公司主要经营数据指标分析 120

三、公司竞争力分析 122

四、公司未来战略分析 123

第十节TCL家庭电器(南海)有限公司 123

一、公司简介 123

二、公司主要经营数据指标分析 123

三、公司竞争力分析 126

四、公司未来战略分析 126

第十章 2010-2015年中国饮水机行业的发展趋势预测分析 128

第一节2010-2015年中国饮水机行业的发展趋势 128

一、饮水机市场发展空间巨大 128

二、饮水机技术方面的趋势 129

三、直饮水机成为发展新趋势 130

第二节2010-2015年中国新标准下饮水机行业的发展展望 133

一、饮水机新国标 133

二、饮水机国标行将出台引发行业变化 134

三、新国标“清洗”饮水机 135

第三节2010-2015年中国饮水机行业市场盈利预测分析 136

第十一章2010-2015年中国饮水机行业投资机会与风险分析 137

第一节2010-2015年中国饮水机产业投资环境分析 137

一、宏观经济预测分析 137

二、金融危机影响分析 139

第二节2010-2015年中国饮水机产业投资机会分析 140

一、家电行业的发展趋势 140

二、小家电行业发展趋势 142

第三节2010-2015年中国饮水机产业投资风险分析 143

一、市场竞争风险 143

二、政策风险 144

三、进入退出风险 144

第四节 专家投资建议 145

【图表目录】

图表 1 2010年第一季度中国主要宏观经济数据增长表	18
图表 2 2000-2010年第一季度中国GDP及其增长率统计表	19
图表 3 2003-2010年中国分产业GDP增长率季度统计表	19
图表 4 2003-2009年中国GDP增长率季度走势图	20
图表 5 1978-2009年中国居民收入及恩格尔系数统计表	21
图表 6 中国城乡居民收入走势对比	21
图表 7 2000-2009年中国货物进出口额统计表	22
图表 8 1970-2009年中国货物对外贸易总额走势图	23
图表 9 1970-2009年中国货物进口形势图	23
图表 10 1970-2009年中国货物出口形势图	25
图表 11 1970-2009年中国货物对外贸易顺逆差状况	25
图表 12 2010年第一季度我国饮水机主要品牌分布比例图	38
图表 13 2008年中国电热饮水机进出口情况	40
图表 14 2007-2008年全国电冷热饮水机产量	42
图表 15 2007-2008年重点省市电冷热饮水机产量统计	42
图表 16 2009年全国电冷热饮水机产量	43
图表 17 2009年重点省市电冷热饮水机产量统计	43
图表 18 2007-2009年全国电冷热饮水机产量增长图	44
图表 19 2008-2009年全国电冷热饮水机产量增长率统计表	44
图表 20 2007年全国电冷热饮水机产量分布图	45
图表 21 2008年全国电冷热饮水机产量分布图	45
图表 22 2009年全国电冷热饮水机产量分布图	46
图表 23 2006-2009年中国家用厨房电器具制造企业数量增长趋势图	47
图表 24 2006-2009年中国家用厨房电器具制造行业亏损企业数量增长趋势图	49
图表 25 2006-2009年中国家用厨房电器具制造行业亏损额增长情况	49
图表 26 2006-2009年中国家用厨房电器具制造行业主营业务收入增长趋势图	50
图表 27 2005-2009年中国家用厨房电器具制造行业利润总额增长趋势图	51
图表 28 2006-2009年中国家用厨房电器具制造行业资产增长趋势图	52
图表 29 2006-2009年中国家用厨房电器具制造行业从业人数增长趋势图	53
图表 30 2005-2009年中国家用厨房电器具制造行业销售利润率走势图	54
图表 31 2005-2009年中国家用厨房电器具制造行业销售毛利率走势图	55

图表 32 2005-2009年中国家用厨房电器具制造行业总资产利润率指标统计表 56

图表 33 2005-2009年中国家用厨房电器具制造行业总资产利润率走势图 57

图表 34 2005-2009年中国家用厨房电器具制造行业总资产利润率走势图 57

图表 35 2009-2013年中国家用厨房电器具制造行业销售毛利率走势图 58

图表 36 2009-2013年中国家用厨房电器具制造行业销售利润率走势图 59

图表 37 2009-2013年中国家用厨房电器具制造行业总资产利润率走势图 60

图表 38 2006-2008年中国家用厨房电器具制造行业工业总产值情况 62

图表 39 2006-2009年中国家用厨房电器具制造行业工业销售产值走势 62

图表 40 2006-2008年中国家用厨房电器具制造行业产销率走势图 63

图表 41 2006-2009年中国家用厨房电器具制造行业出口交货值走势图 64

图表 42 2006-2009年中国家用厨房电器具制造行业出口率走势图 65

图表 43 未来一年打算购买饮水机产品地区消费对比 73

图表 44 美的集团有限公司盈利结构分析 单位:千元 78

图表 45 美的集团有限公司资产结构分析 单位:千元 79

图表 46 美的集团有限公司成本费用结构分析 单位:千元 80

图表 47 青岛澳柯玛集团总公司盈利结构分析 单位:千元 85

图表 48 青岛澳柯玛集团总公司资产结构分析 单位:千元 85

图表 49 青岛澳柯玛集团总公司成本费用结构分析 单位:千元 86

图表 50 深圳市安吉尔电子有限公司盈利结构分析 单位:千元 90

图表 51 深圳市安吉尔电子有限公司资产结构分析 单位:千元 91

图表 52 深圳市安吉尔电子有限公司成本费用结构分析 单位:千元 92

图表 53 宁波沁园环保科技有限公司盈利结构分析 单位:千元 95

图表 54 宁波沁园环保科技有限公司资产结构分析 单位:千元 96

图表 55 宁波沁园环保科技有限公司成本费用结构分析 单位:千元 97

图表 56 浪木电器集团有限公司盈利结构分析 单位:千元 100

图表 57 浪木电器集团有限公司资产结构分析 单位:千元 101

图表 58 浪木电器集团有限公司成本费用结构分析 单位:千元 102

图表 59 奇迪电器集团有限公司盈利结构分析 单位:千元 105

图表 60 奇迪电器集团有限公司资产结构分析 单位:千元 105

图表 61 奇迪电器集团有限公司成本费用结构分析 单位:千元 106

图表 62 先锋电器集团有限公司盈利结构分析 单位:千元 110

图表 63 先锋电器集团有限公司资产结构分析 单位:千元 110

图表 64 先锋电器集团有限公司成本费用结构分析 单位:千元 111
图表 65 宁波惠康集团有限公司盈利结构分析 单位:千元 115
图表 66 宁波惠康集团有限公司资产结构分析 单位:千元 116
图表 67 宁波惠康集团有限公司成本费用结构分析 单位:千元 116
图表 68 宁波辰佳电器有限公司盈利结构分析 单位:千元 119
图表 69 宁波辰佳电器有限公司资产结构分析 单位:千元 120
图表 70 宁波辰佳电器有限公司成本费用结构分析 单位:千元 120
图表 71 TCL家庭电器(南海)有限公司盈利结构分析 单位:千元 122
图表 72 TCL家庭电器(南海)有限公司资产结构分析 单位:千元 123
图表 73 TCL家庭电器(南海)有限公司成本费用结构分析 单位:千元 124
图表 74 发达国家不同饮用水份额构成 130
图表 75 直饮机三大构成军团 131

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R06/R0606/201007/07-47066.html>