

2021年中国咖啡机行业分析报告- 产业规模现状与发展前景评估

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国咖啡机行业分析报告-产业规模现状与发展前景评估》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/zhuanongshebei/543667543667.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

咖啡机行业市场细分策略

咖啡机行业市场细分策略

细分市场

精品咖啡连锁

独立咖啡馆

供应咖啡的潮店

个人家用

目标人群

企业采购

咖啡馆主、咖啡师

采购、运营人员、设计公司

高收入阶层

价值追求

国际品牌、品质可靠、售后服务好

外形酷炫、品质可靠、价格适中

外形酷炫、品质可靠、价格适中

外形美观、品质可靠、价格适中、售后服务好

行为特征

商用

商用

商用

家用资料来源：观研天下整理

咖啡机公司主要目标市场是商业用途的精品咖啡连锁和独立咖啡馆，下面是对为什么选定商业用途的精品咖啡连锁和独立咖啡馆市场进行进一步的解释分析。

精品咖啡连锁：咖啡机团队的售后队伍对于咖啡机设备拥有成熟的技术与经验，能及时响应售后或技术问题，对售出的产品积极负责。连锁店虽然会将设备单价压低，但其扩张速度确保了一定的采购量；另外也因其对新开业的咖啡独立咖啡馆主具有参考价值，所以精品连锁是咖啡机的优质客户。

独立咖啡馆：独立咖啡馆的用户更讲究产品的性价比，他们同时追求产品质量和服务的提高并不忽视对产品价格的关注。如果产品设计酷炫、功能先进，独立咖啡馆的消费者会接受一个稍微高的价格，但是要求支付的价格必须匹配同等质量的产品质量和服务，独立咖啡馆一般消费群体庞大、遍布中国，独立咖啡馆因其数量庞大，他们是咖啡机重要的客户群之一。

供应咖啡的潮店：咖啡潮店是社会经济发展的产物，是一种时尚的消费全体，这里消费的客户群一般对产品价格不敏感，他们更多地追求产品品牌的好坏，追求优质产品和优质服务。但是，能够吸引潮店这群消费者在强调优质产品质量同时，产品外观设计尤为重要，如满足顾客对设计与店内整体风格的匹配需求等。潮店市场符合咖啡机品牌定位，是咖啡机打开咖啡圈外的重要契机。

个人家用：个人用户一般对价格比较敏感，对促销比较有需求；另外他们中很多是精品咖啡的爱好者，对专业知识的培训内容有强大的需求；由于他们自身可能缺乏专业的咖啡机知识，因此对售后问题也有比较强烈的需求。虽然他们的出价意愿比较低，但由于中国是人口大国，高收入阶层数量可观，因此在未来可能会形成数量的爆发。

咖啡机主要目标市场是精品咖啡连锁店和独立咖啡馆。在定位精品咖啡连锁店和独立咖啡馆的定位时，对目标市场的选择和定位分析如下：

咖啡机目标市场的选择和定位分析 资料来源：观研天下整理

（1）地理位置定位

由于精品咖啡产业主要从发达城市开始并繁荣发展，在地理区域的选择上，咖啡机公司主要定位在重要的一线城市，主要是针对一线城市消费群体消费能力考虑的，尤其是中国的北上广深四大城市群，通过在这些城市加大广告的投入进行宣传，在扩大品牌影响力同时努力将品牌辐射到二线及三、四线城市，走出一条以大城市包围小城市的策略。

（2）人群定位

根据对客户的分类，目标人群可分为：精品咖啡连锁的采购、独立咖啡馆馆主、咖啡师以及高收入的精品咖啡爱好者。

（3）目标人群筛选

新进入中国市场的全球精品咖啡连锁采购； 即将开店的独立咖啡馆馆主； 有一定年限或处管理层的高级咖啡师； 高收入的咖啡爱好者。

对于咖啡机的产品特点，其对应产品策略也必须根据其市场定位和消费群体进行划分，结合自身优势和特色采用差异化的竞争策略，获取消费者的信任，抢占更大的市场份额。

对于咖啡机方案主要有以下几个方面：

咖啡机产品差异化竞争策略 资料来源：观研天下整理

（1）调整产品线，提升中高端机型利润，挖掘一款爆款机型

调整咖啡机产品线，开发更多个性化定制服务提升高端机型利润，挖掘一款高性价比机型并集中资源进行推广，以形成爆款，向中低端咖啡机市场快速渗透。

由于咖啡机行业现阶段仍处于起步阶段，且主要目标群体为精品咖啡从业者，咖啡机在与同行业的竞争过程中要将自己产品独特的竞争力体现出来，体现出其在半自动咖啡机方面销售的独特质量和服务。同时不断加大对半自动咖啡机产品的研发投入，建议总部开发更低高性价比机型，提高半自动咖啡机的市场占有率。

（2）加大技术投入、提升产品质量

产品的更新换代和质量的提升离不开技术投入和研发，只有不断地创新才能推出更具有竞争力的产品，火大更大的市场份额。

中国是一个IoT高度发达的国家，咖啡机公司总部尽快完成产品的IoT开发进程，依靠其品牌自身在咖啡机生产、设计方面自己独特的技术优势，提高产品的科技含量和附加值，进而提升产品的效率及管理便利性。

（3）树立品牌形象

产品价值的重要组成成分之一便是附加值溢价，附加值的增加离不开产品品牌的塑造，品牌对企业的发展具有重要的意义，打造良好的企业品牌一方面可以提升产品形象，提升顾客忠诚度和满意度，稳定顾客，增加其购买频率；其次，打造良好的企业品牌可以给产品带来更高的溢价，据调查，拥有自己品牌的商品比无品牌的商品相比会有超过30%以上的溢价。因此，咖啡机公司要加大对咖啡机的科研投入，致力于产品品牌开发与塑造，努力提高产品的溢价率，并合理管理好品牌，提升消费者对产品的忠诚度。

（4）双头咖啡机抢占专业市场，单头咖啡机开拓家用市场

咖啡文化及半自动咖啡机对我国来说都是舶来品，相比欧美国家，他们的在半自动咖啡机无论从外观设计，产品品质，易用性都比国内的产品要高一个层次。

咖啡机一方面可以强化其在专业精品咖啡行业的地位，另一方面，重点推广性价比高的单头咖啡机产品，从而为迎接日益增长的跨界潮店及家用市场做准备。（CJ）

观研报告网发布的《2021年中国咖啡机行业分析报告-产业规模现状与发展前景评估》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型

分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国咖啡机行业发展概述

第一节 咖啡机行业发展情况概述

- 一、咖啡机行业相关定义
- 二、咖啡机行业基本情况介绍
- 三、咖啡机行业发展特点分析
- 四、咖啡机行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、咖啡机行业需求主体分析

第二节 中国咖啡机行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、咖啡机行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国咖啡机行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国咖啡机行业生命周期分析

- 一、咖啡机行业生命周期理论概述
- 二、咖啡机行业所属的生命周期分析

第四节 咖啡机行业经济指标分析

- 一、咖啡机行业的赢利性分析
- 二、咖啡机行业的经济周期分析
- 三、咖啡机行业附加值的提升空间分析

第五节 中国咖啡机行业进入壁垒分析

- 一、咖啡机行业资金壁垒分析

- 二、咖啡机行业技术壁垒分析
- 三、咖啡机行业人才壁垒分析
- 四、咖啡机行业品牌壁垒分析
- 五、咖啡机行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球咖啡机行业市场发展现状分析

- 第一节 全球咖啡机行业发展历程回顾
- 第二节 全球咖啡机行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲咖啡机行业地区市场分析
 - 一、亚洲咖啡机行业市场现状分析
 - 二、亚洲咖啡机行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲咖啡机行业市场前景分析
- 第四节 北美咖啡机行业地区市场分析
 - 一、北美咖啡机行业市场现状分析
 - 二、北美咖啡机行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美咖啡机行业市场前景分析
- 第五节 欧洲咖啡机行业地区市场分析
 - 一、欧洲咖啡机行业市场现状分析
 - 二、欧洲咖啡机行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲咖啡机行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界咖啡机行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球咖啡机行业市场规模预测

第三章 中国咖啡机产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品咖啡机总额
 - 五、城乡居民收入增长分析
 - 六、居民消费价格变化分析
 - 七、对外贸易发展形势分析
- 第二节 中国咖啡机行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规

第三节 中国咖啡机产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国咖啡机行业运行情况

第一节 中国咖啡机行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
 - 1、行业技术发展现状
 - 2、行业技术专利情况
 - 3、技术发展趋势分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国咖啡机行业市场规模分析

第三节 中国咖啡机行业供应情况分析

第四节 中国咖啡机行业需求情况分析

第五节 我国咖啡机行业进出口形势分析

- 1、进口形势分析
- 2、出口形势分析
- 3、进出口价格对比分析

第六节、我国咖啡机行业细分市场分析

- 1、细分市场一
- 2、细分市场二
- 3、其它细分市场

第七节 中国咖啡机行业供需平衡分析

第八节 中国咖啡机行业发展趋势分析

第五章 中国咖啡机所属行业运行数据监测

第一节 中国咖啡机所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国咖啡机所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国咖啡机所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国咖啡机市场格局分析

第一节 中国咖啡机行业竞争现状分析

一、中国咖啡机行业竞争情况分析

二、中国咖啡机行业主要品牌分析

第二节 中国咖啡机行业集中度分析

一、中国咖啡机行业市场集中度影响因素分析

二、中国咖啡机行业市场集中度分析

第三节 中国咖啡机行业存在的问题

第四节 中国咖啡机行业解决问题的策略分析

第五节 中国咖啡机行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国咖啡机行业需求特点与动态分析

第一节 中国咖啡机行业消费市场动态情况

第二节 中国咖啡机行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 咖啡机行业成本结构分析

第四节 咖啡机行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国咖啡机行业价格现状分析

第六节 中国咖啡机行业平均价格走势预测

一、中国咖啡机行业价格影响因素

二、中国咖啡机行业平均价格走势预测

三、中国咖啡机行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国咖啡机行业区域市场现状分析

第一节 中国咖啡机行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区咖啡机市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区咖啡机市场规模分析

四、华东地区咖啡机市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区咖啡机市场规模分析

四、华中地区咖啡机市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区咖啡机市场规模分析

四、华南地区咖啡机市场规模预测

第九章 2017-2021年中国咖啡机行业竞争情况

第一节 中国咖啡机行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国咖啡机行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国咖啡机行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 咖啡机行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国咖啡机行业发展前景分析与预测

第一节 中国咖啡机行业未来发展前景分析

一、咖啡机行业国内投资环境分析

二、中国咖啡机行业市场机会分析

三、中国咖啡机行业投资增速预测

第二节 中国咖啡机行业未来发展趋势预测

第三节 中国咖啡机行业市场发展预测

一、中国咖啡机行业市场规模预测

二、中国咖啡机行业市场规模增速预测

三、中国咖啡机行业产值规模预测

四、中国咖啡机行业产值增速预测

五、中国咖啡机行业供需情况预测

第四节 中国咖啡机行业盈利走势预测

一、中国咖啡机行业毛利润同比增速预测

二、中国咖啡机行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国咖啡机行业投资风险与营销分析

第一节 咖啡机行业投资风险分析

一、咖啡机行业政策风险分析

二、咖啡机行业技术风险分析

三、咖啡机行业竞争风险

四、咖啡机行业其他风险分析

第二节 咖啡机行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国咖啡机行业发展战略及规划建议

第一节 中国咖啡机行业品牌战略分析

- 一、咖啡机企业品牌的重要性
- 二、咖啡机企业实施品牌战略的意义
- 三、咖啡机企业品牌的现状分析
- 四、咖啡机企业的品牌战略
- 五、咖啡机品牌战略管理的策略

第二节 中国咖啡机行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国咖啡机行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国咖啡机行业发展策略及投资建议

第一节 中国咖啡机行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国咖啡机行业营销渠道策略

- 一、咖啡机行业渠道选择策略
- 二、咖啡机行业营销策略

第三节 中国咖啡机行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国咖啡机行业重点投资区域分析
- 二、中国咖啡机行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhuanyongshebei/543667543667.html>