

# 2016-2022年中国电水壶行业品牌市场发展分析与 发展商机研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国电水壶行业品牌市场发展分析与发展商机研究》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/jiadianchanye/239102239102.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

电热水壶属于西式小家电，在中国发展的历史虽然短暂，但发展的速度非常迅猛。在中国国内，很早就开始电热水壶行业的生产，但其主要以出口为主。电热水壶具有结构简单，加速迅速、节省能源、操作方便、安全卫生、使用寿命较长等特点。近年来国内市场开始迅速增长，市场年增长率稳定在50%以上。随着消费者对电热水壶产品认识的不断提高，电热水壶在国内的市场容量仍将有大幅提升。其次，虽然目前我国饮水机的普及率很高，但是由于饮水机存在体积大，反复加热，存在二次污染等问题，也为电热水壶行业提供了机会。

行业分析师指出，经过多年的市场竞争，电热水壶市场竞争格局逐步呈现为如下四个阵营，第一阵营品牌的市场份额达到31%，第二阵营的国外品牌占据市场高端，品牌价格较高。在销售渠道方面电热水壶产品渠道结构主要为大型超市、家电连锁和网络电商。电热水壶在网络电商的增长速度非常迅速，网络电商销售渠道增长为32%。针对电热水壶三类渠道销售的比重，家电连锁销售占总渠道销售的35%，大型超市的销售量占38%，网络电商的销售量占27%。由于家电连锁的品牌宣传优势，几大主要电热水壶品牌都越来越重视网络销售渠道的搭建。

在产品选择方面，现在市面上的电热水壶主要有普通型(没有温控装置)、自动温控型、全自动带气压供水装置型(水沸后可以自动切断电源或自动保温)三种。据调研，48%的消费者倾向于普通电热水壶，31%的消费者选择自动控制型电热水壶，而只有少数消费者选择全自动带气压供水装置电热水壶。由此说明，目前电热水壶市场产品的消费主要与普通电热水壶为主，功能单一产品受到消费者的青睐。

从电热水壶行业的发展看，中国电热水壶制造企业既受世界市场的影响，同时，中国企业在制造、研发等方面的发展也在影响着世界电热水壶市场的脚步。尤其是电热水壶的产品设计正在逐步与欧美大品牌趋于同步。

报告显示，随着消费的升级，中国电热水壶行业要获得持续的发展，就要有所突破。在产品的设计，功能的附加，材质的选择等多方面予以突破。然而因为产品较为简单，有些企业感觉想突破却无所适从。其实，总体来说，电热水壶产品未来的趋势大致呈现出品质高、外观简洁，功能人性化，智能化等。

中国报告网出品《2016-2022年中国电水壶行业品牌市场发展分析与发展机遇研究》主要研究行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。在周密严谨的市场调研基础上主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

## 【报告大纲】

### 第一章 中国电水壶行业发展概述

#### 1.1 电水壶行业发展情况概述

##### 1.1.1电水壶的基本情况介绍

##### 1.1.2电水壶的发展特点分析

#### 1.2行业上下游产业链分析

##### 1.2.1产业链模型原理介绍

##### 1.1.2行业产业链分析

#### 1.3 行业生命周期分析

##### 1.3.1行业生命周期理论概述

##### 1.3.2行业所属的生命周期分析

#### 1.4 行业经济指标分析

##### 1.4.1行业的赢利性分析

##### 1.4.2行业附加值的提升空间分析

##### 1.4.3行业进入壁垒与退出机制分析

### 第二章 世界电水壶行业市场发展现状分析

#### 2.1 全球电水壶行业发展历程回顾

#### 2.2全球电水壶行业市场规模分析

#### 2.3全球电水壶行业市场区域分布情况

#### 2.4 亚洲地区市场分析

#### 2.5欧盟主要国家市场分析

#### 2.6北美地区主要国家市场分析

#### 2.7 2016-2022年世界电水壶发展走势预测

#### 2.8 2016-2022年全球市场规模预测

### 第三章 中国电水壶产业发展环境分析

#### 3.1 我国宏观经济环境分析

#### 3.3 中国电水壶行业政策环境分析

#### 3.4 中国电水壶产业社会环境发展分析

##### 3.4.1人口环境分析

##### 3.4.2教育环境分析

##### 3.4.3文化环境分析

##### 3.4.4 生态环境分析

##### 3.4.5消费观念分析

### 第四章 中国电水壶产业运行情况

#### 4.1 中国发展状况情况介绍

4.1.1中国发展历程回顾

4.1.2中国技术现状分析

4.1.3中国发展特点分析

4.2 中国市场规模分析

4.3 中国市场供需情况分析

4.3.1中国产能情况分析

4.3.2中国产值分析

4.3.3中国产量统计与分析

4.3.4中国需求量分析

4.4 中国发展趋势分析

第五章 中国电水壶市场格局分析

5.1 中国电水壶行业竞争现状分析

5.2 中国集中度分析

5.2.1中国市场集中度分析

5.2.2中国企业集中度分析

5.2.3中国区域集中度分析

5.3 发展中存在的问题

第六章 电水壶行业品牌现状分析

6.1 电水壶行业品牌介绍

6.1.1 2015年电水壶行业十大品牌概述

6.1.2 电水壶行业品牌竞争态势分析

6.2 电水壶行业品牌关注度分析

6.2.1 2015年电水壶行业品牌关注格局分析

6.2.2 2015年电水壶行业产品关注格局分析

6.3 电水壶行业价格与细分行业关注度调研

6.3.1 2015年电水壶行业价格区间关注情况分析

6.3.2 2015年电水壶行业细分行业关注情况分析

第七章 中国电水壶行业消费者研究

7.1 受访消费者的特征

7.1.1年龄分布

7.1.2性别结构

7.1.3婚姻状况

7.1.4学历状况

7.1.5收入状况

7.1.6职业状况

## 7.2 电水壶行业消费者决策调查

### 7.2.1 消费者了解电水壶产品的信息来源

### 7.2.2 消费者消费影响因素调查

### 7.2.3 消费者消费渠道调查

### 7.2.4 消费者消费频率调查

## 7.3 电水壶行业消费者喜好调查

### 7.3.1 消费者能够接受的价格区间

### 7.3.2 消费者对电水壶产品的包装喜好调查

### 7.3.3 消费者对电水壶产品的营销活动喜好调查

### 7.3.4 消费者对电水壶产品的顾虑调查

## 7.4 受访者的调查总结

### 7.4.1 受访者的用户特征总结

### 7.4.2 受访者的消费决策总结

### 7.4.3 受访者的喜好总结

## 第八章 中国电水壶行业竞争情况

### 8.1 中国电水壶行业竞争结构分析

#### 8.1.1 现有企业间竞争

#### 8.1.2 潜在进入者分析

#### 8.1.3 替代品威胁分析

#### 8.1.4 供应商议价能力

#### 8.1.5 客户议价能力

### 8.2 中国电水壶行业SWOT分析

#### 8.2.1 中国电水壶行业优势分析

#### 8.2.2 中国电水壶行业劣势分析

#### 8.2.3 中国电水壶行业机会分析

#### 8.2.4 中国电水壶行业威胁分析

### 8.3 中国电水壶行业竞争力优势分析

## 第九章 中国电水壶行业重点生产企业分析

### 9.1 美的集团股份有限公司

#### (1) 企业概况

#### (2) 企业主要经济指标分析

#### (3) 企业盈利能力分析

#### (4) 企业偿债能力分析

#### (5) 企业运营能力分析

#### (6) 企业成长能力分析

## 9.2 苏泊尔集团有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 企业主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业偿债能力分析
- (5) 企业运营能力分析
- (6) 企业成长能力分析

## 9.3 九阳股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 企业主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业偿债能力分析
- (5) 企业运营能力分析
- (6) 企业成长能力分析

## 9.4 飞利浦(中国)投资有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 企业主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业偿债能力分析
- (5) 企业运营能力分析
- (6) 企业成长能力分析

## 9.5 广东龙的集团有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 企业主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业偿债能力分析
- (5) 企业运营能力分析
- (6) 企业成长能力分析

• • • • •

## 第十章 2016-2022年中国电水壶行业发展前景分析与预测

### 10.1 2016-2022年行业未来发展前景分析

#### 10.1.1 国内投资环境分析

#### 10.1.2 市场机会分析

#### 10.1.3 投资增速预测

### 10.2 2016-2022年行业未来发展趋势预测

### 10.3 2016-2022年行业市场发展预测

#### 10.3.1行业市场规模预测

#### 10.3.2行业市场规模增速预测

#### 10.3.3行业产值规模预测

#### 10.3.4行业产值增速预测

### 10.4 2016-2022年行业盈利走势预测

#### 10.4.1行业毛利润同比增速预测

#### 10.4.2行业利润总额同比增速预测

## 第十一章 2016-2022年中国电水壶行业投资风险与营销分析

### 11.1行业进入壁垒分析

#### 11.1.1行业技术壁垒分析

#### 11.1.2行业规模壁垒分析

#### 11.1.3行业品牌壁垒分析

### 11.2 2016-2022年中国电水壶行业投资风险分析

#### 11.2.1行业政策风险分析

#### 11.2.2行业技术风险分析

#### 11.2.3行业竞争风险

#### 11.2.4 行业其他风险分析

## 第十二章 2016-2022年中国电水壶行业发展策略及投资建议

### 12.1 2016-2022年中国电水壶行业市场的关键客户战略实施

#### 12.1.1 实施重点客户战略的必要性

#### 12.1.2 合理确立重点客户

#### 12.1.3 对重点客户的营销策略

#### 12.1.4强化重点客户的管理

#### 12.1.5 实施重点客户战略要重点解决的问题

### 12.2 2016-2022年中国电水壶行业发展策略分析

### 12.3 观研天下行业分析师投资建议

#### 12.3.1 2016-2022年中国电水壶行业投资区域分析

#### 12.3.2 2016-2022年中国电水壶行业投资产品分析

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/239102239102.html>