



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2013年咖啡机行业深度调研与投资风险分析报告

一、调研说明

《2010-2013年咖啡机行业深度调研与投资风险分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/149446.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

摘要

咖啡是世界上最流行的饮品之一，它给人们带来愉悦和兴奋。随着我国的改革与开放，目前世界上最为流行的意大利特浓咖啡（Espresso）、卡布其诺(Cappuccino)以及拿铁(Latte)牛奶咖啡等也摆到了国人的餐桌上，而且被越来越多的人所喜爱。

酿制一杯完美的意大利特浓（Espresso）或卡布其诺(Cappuccino)咖啡，都需要借助专门的咖啡机来完成。咖啡机用20帕的压力，迫使90℃左右的热热水穿过10克左右的幼细的经过挤压的咖啡粉，汲取咖啡粉中的咖啡脂等芳香物质，并与热水达到充分溶合后流入杯中，整个过程是一个物理化学变化的综合过程，而且要在18-28秒的时间内完成，以便有效地避免过份提取所造成的不良味道。用咖啡机产生的高压蒸汽把牛奶乳化后制造出芳香的奶沫，在意大利特浓咖啡上面加上一层厚厚的奶沫就成了一杯美味的卡布其诺咖啡。显然，一杯高品质的意大利特浓或卡布其诺咖啡的生成，咖啡机起的作用是决定性的。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家经济信息中心、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国咖啡机行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区咖啡机市场的发展状况、咖啡机消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国咖啡机市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对咖啡机未来发展趋势进行了研判，是咖啡机生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前咖啡机行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

目录

第一章 中国咖啡机行业发展状况综述 1

第一节 中国咖啡机行业简介 1

第二节 2008～2012年咖啡机行业相关政策展望 2

一、国家"十一五"产业政策发展态势 2

二、咖啡机相关行业政策发展态势 11

第二章 中国咖啡机行业发展环境分析 14

第一节 中国咖啡机消费者收入分析 14

一、2008-2009年消费者收入水平 14

二、2009年消费者信心指数分析 28

第二节 经济发展环境分析 35

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况 35
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析 47
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测 50

第三节 社会发展环境分析 53

- 一、国内社会环境发展现状 53
- 二、2009年社会环境发展分析 55

第三章 咖啡机行业投资与发展前景分析 56

第一节 2009年上半年咖啡机行业投资情况分析 56

- 一、2009年上半年总体投资结构 56
- 二、2009年上半年分行业投资分析 57
- 三、2009年上半年分地区投资分析 60

第二节 咖啡机行业发展前景分析 61

- 一、咖啡机市场发展前景分析 61
- 二、我国咖啡机市场蕴藏的商机 61

第四章 咖啡机行业竞争格局分析 63

第一节 咖啡机行业集中度分析 63

- 一、咖啡机企业集中度分析 63
- 二、咖啡机区域集中度分析 63

第二节 咖啡机行业主要企业竞争力分析 63

- 一、重点企业资产总计对比分析 63
- 二、重点企业从业人员对比分析 64
- 三、重点企业全年营业收入对比分析 64
- 四、重点企业利润总额对比分析 65

第五章 2009-2012年中国咖啡机行业发展形势分析 66

第一节 咖啡机行业发展概况 66

- 一、咖啡机行业发展特点分析 66
- 二、咖啡机行业技术发展分析 66

第二节 2008-2009年咖啡机行业市场情况分析 66

- 一、咖啡机市场存在的问题 66

二、咖啡机市场发展建议 66

第六章 咖啡机重点企业发展分析 68

第一节 主力实业（深圳）有限公司 68

一、企业概况 68

二、2009年经营状况 68

三、2009年盈利能力分析 71

第二节 广东德豪润达电气股份有限公司 71

一、企业概况 71

二、2009年经营状况 72

三、2009年盈利能力分析 75

第三节 亚弘（东莞）电器有限公司 76

一、企业概况 76

二、2009年经营状况 76

三、2009年盈利能力分析 79

第四节 中山市南星电器有限公司 80

一、企业概况 80

二、2009年经营状况 80

三、2009年盈利能力分析 83

第五节 惠州惠嘉宏业家电有限公司 84

一、企业概况 84

二、2009年经营状况 84

三、2009年盈利能力分析 87

第六节 佛山市顺德区祥润园林工具有限公司 87

一、企业概况 87

二、2009年盈利能力分析 88

第七节 余姚市华一电器有限公司 88

一、企业概况 88

二、2009年经营状况 89

三、2009年盈利能力分析 91

第八节 中山市正曜电器有限公司 92

一、企业概况 92

二、2009年经营状况 92

三、2009年盈利能力分析 95

第九节 宁波先富电器有限公司 96

一、企业概况 96

二、2009年经营状况 96

三、2009年盈利能力分析 99

第十节 东莞宏大电器制品有限公司 99

一、企业概况 99

二、2009年经营状况 100

三、2009年盈利能力分析 103

第七章 咖啡机行业投资分析 104

第一节 行业运营优势分析 104

第二节 咖啡机行业投资效益分析 105

一、2009年咖啡机行业投资效益分析 105

二、2009-2012年咖啡机行业投资方向 106

第八章 咖啡机行业投资风险预警 107

第一节 影响咖啡机行业发展的主要因素 107

一、2009年影响咖啡机行业运行的有利因素 107

二、2009年影响咖啡机行业运行的不利因素 107

三、2009年我国咖啡机行业发展面临的机遇 107

第二节 咖啡机行业投资风险预警 107

一、2009-2012年咖啡机行业市场风险预测 107

二、2009-2012年咖啡机行业技术风险预测 108

三、2009-2012年咖啡机行业竞争风险预测 108

第九章 咖啡机企业管理策略建议 109

第一节 市场策略分析 109

一、咖啡机价格策略分析 109

二、咖啡机渠道策略分析 118

第二节 销售策略分析 122

- 一、媒介选择策略分析 122
- 二、产品定位策略分析 125
- 三、企业宣传策略分析 127
- 第三节 对我国咖啡机品牌的战略思考 131
- 一、咖啡机实施品牌战略的意义 131
- 二、我国咖啡机企业的品牌战略 131
- 三、咖啡机品牌战略管理的策略 132

图表1：2008年1月我国居民消费价格分类指数 14

图表2：2008年2月国居民消费价格分类指数 14

图表3：2008年3月国居民消费价格分类指数 15

图表4：2008年4月国居民消费价格分类指数 16

图表5：2008年5月国居民消费价格分类指数 16

图表6：2008年6月国居民消费价格分类指数 17

图表7：2008年7月国居民消费价格分类指数 18

图表8：2008年8居民消费价格分类指数 18

图表9：2008年9月居民消费价格分类指数 19

图表10：2008年10月民消费价格分类指数 20

图表11：2008年11月国居民消费价格分类指数 20

图表12：2008年12我国居民消费价格分类指数 21

图表13：2009年1月我国居民消费价格分类指数 22

图表14：2009年2月我国居民消费价格分类指数 22

图表15：2009年3月我国居民消费价格分类指数 23

图表16：2009年4月我国居民消费价格分类指数 24

图表17：2009年5月我国居民消费价格分类指数 24

图表18：2009年6月我国居民消费价格分类指数 25

图表19：2009年7月我国居民消费价格分类指数 26

图表20：2009年8月我国居民消费价格分类指数 26

图表21：2009年9月我国居民消费价格分类指数 27

图表22：2009年10月我国居民消费价格分类指数 28

图表23：2009年1月我国居民消费者信心指数 28

图表24：2009年2月我国居民消费者信心指数 29

图表25：2009年3月我国居民消费者信心指数 30

图表26：2009年4月我国居民消费者信心指数 30

图表27：2009年5月我国居民消费者信心指数 31

图表28：2009年6月我国居民消费者信心指数 32

图表29：2009年7月我国居民消费者信心指数 32

图表30：2009年8月我国居民消费者信心指数 33

图表31：2009年9月我国居民消费者信心指数 33

图表32：2009年10月我国居民消费者信心指数 34

图表33：2004-2008年中国国内生产总值及其增长速度 35

图表34：2004-2008年年末中国国家外汇储备 % 36

图表35：2004-2008年年末中国国家外汇储备 % 36

图表36：2008年1-11月中国规模以上工业企业实现利润及其增长速度 单位：亿元 36

图表37：2004-2008年中国建筑业增加值及其增长速度 37

图表38：2004-2008年中国固定资产投资及其增长速度 38

图表39：2008年中国分行业城镇固定资产投资及其增长速度 单位：亿元 38

图表40：2008年中国房地产开发和销售主要指标完成情况 39

图表41：2004-2008年中国社会消费品零售总额及其增长速度 40

图表42：2008年中国货物进出口总额及其增长速度 单位：亿美元 40

图表43：2008年中国主要商品出口数量、金额及其增长速度 40

图表44：2008年中国主要商品进口数量、金额及其增长速度 41

图表45：2008年中国对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 单位：亿美元 41

图表46：2004-2008年中国货物进出口总额及其增长速度 42

图表47：2008年中国分行业外商直接投资及其增长速度 42

图表48：2008年中国各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 43

图表49：2008年中国各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 43

图表50：2008年中国全部金融机构本外币存贷款及其增长速度 单位：亿元 44

图表51：2004-2008年中国城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度 44

图表52：2004-2008年中国农村居民人均纯收入及其增长速度 46

图表53：2004-2008年中国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 46

图表54：2009年1-6月城镇固定资产投资情况 56

图表55：2009年1-6月各行业城镇投资情况 57

图表56：2009年1-6月各地区城镇投资情况 60

图表57：2008年我国咖啡机行业重点企业资产总计对比 单位：千元 63

图表58：2008年我国咖啡机行业重点企业从业人员对比 单位：个 64

图表59：2008年我国咖啡机行业重点企业营业收入对比 单位：千元 64

图表60：2008年我国咖啡机行业重点企业利润总额对比 单位：千元 65

图表61：2009年主力实业（深圳）有限公司经营状况单位：千元 68

图表62：2009年主力实业（深圳）有限公司盈利能力 71

图表63：2009年广东德豪润达电气股份有限公司经营状况单位：千元 72

图表64：2009年广东德豪润达电气股份有限公司盈利能力 75

图表65：2009年亚弘（东莞）电器有限公司经营状况单位：千元 76

图表66：2009年亚弘（东莞）电器有限公司盈利能力 79

图表67：2009年中山市南星电器有限公司经营状况单位：千元 80

图表68：2009年中山市南星电器有限公司盈利能力 83

图表69：2009年惠州惠嘉宏业家电有限公司经营状况单位：千元 84

图表70：2009年惠州惠嘉宏业家电有限公司盈利能力 87

图表71：2009年佛山市顺德区祥润园林工具有限公司盈利能力 88

图表72：2009年余姚市华一电器有限公司经营状况单位：千元 89

图表73：2009年余姚市华一电器有限公司盈利能力 91

图表74：2009年中山市正曜电器有限公司经营状况单位：千元 92

图表75：2009年中山市正曜电器有限公司盈利能力 95

图表76：2009年宁波先富电器有限公司经营状况单位：千元 96

图表77：2009年宁波先富电器有限公司盈利能力 99

图表78：2009年东莞宏大电器制品有限公司经营状况单位：千元 100

图表79：2009年东莞宏大电器制品有限公司盈利能力 103

图表80：企业定价目标 109

图表81：无弹性和有弹性需求 110

图表82：对付竞争者降价的程序 118

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/149446.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。