



艾凯咨询
ICAN Consulting

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

一、调研说明

《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》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/155608.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

【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：<https://www.icandata.com/view/155608.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专业提供投资咨询报告、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。