



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2004-2005中国大陆纯水机市场 年度报告

## 一、调研说明

《2004-2005中国大陆纯水机市场年度报告》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/42997.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

“2004 - 2005XXX产品年度综述报告”系资讯行业研究院常规研究体系的重要组成部分之一，该系列报告由行业研究院科研总监发起，各行业研究院所属专业研究团队以科学严谨的执行态度共现完成。报告采用了研究人员对中国主要产品生产商、经销商和消费者进行大量访问的资料和数据，并结合独有的广告监测和价格监测数据，对2004年中国大陆产品市场的生产、销售、市场推广等方面进行了详实的阐述和分析，并在此基础上对2005年中国家电产品市场发展态势进行判断和预测。报告内容包含该行业领域供应商、经销商、行业协会等各类群体关注的2004 - 2005年度行业产品信息、销量信息、价格信息、消费者调研信息、平面媒体广告监测信息、建议等详尽内容。

第一部分 导言 第二部分 2004年度纯水机市场综合研究 第一章 2004年中国大陆纯水机市场发展背景分析 第二章 市场总量与市场结构 第一节 纯水机市场现状分析 第二节 市场总量分析 第三节 市场结构研究（1）中国大陆纯水机市场品牌结构分析（2）纯水机产品技术结构分析 第三章 品牌竞争状态分析 第一节 产品与价格竞争研究 第二节 渠道策略分析 第三节 平面媒体广告竞争动态分析 第四节 服务策略分析 第五节 消费者调查 第四章 纯水机市场未来发展趋势 第一节 未来三年市场发展规模 第二节 技术发展趋势 第三部分 资讯建议 第一节 进入时间建议 第二节 产品建议 第三节 渠道建议 第四节 价格建议 第五节 营销推广建议

图表目录 图1：中国大陆地区饮水机产品市场容量 图2：中国大陆地区纯水机产品市场销量图 图3：中国大陆地区2004年纯水机产品重点品牌销量图 图4：中国大陆地区纯水机产品区域市场结构 图5：中国大陆地区纯水机产品月度销售曲线图 图6：中国大陆地区城市农村市场份额对比 图7：中国大陆地区2004年重点品牌市场份额图 图8：中国大陆地区家用和商用纯水机市场容量比例 图9：中国大陆地区各类型纯水机产品市场份额 图10：中国大陆地区各品牌产品主力型号价格分布 图11：中国大陆地区纯水机产品价位策略及分布 图12：中国大陆地区纯水机产品销售主要渠道分配比例 图13：特丽洁纯水机产品渠道模式 图14：凯弗隆纯水机产品销售渠道模式 图15：世韩纯水机产品销售渠道模式 图16：百诺肯纯水机产品销售渠道模式 图17：淳宝纯水机产品销售渠道模式 图18：2004年硬广告分月度投放走势 图19：2004年硬广告前十品牌投放金额比较 图20：2004年硬广告投放类型结构 图21：2004年硬广告前十品牌投放金额比较 图22：前十品牌硬广告投放类型比较 图23：前十品牌硬广告投放区域比较 图24：2004年硬广告投放区域结构 图25：2004年硬广告前十省市比较 图26：2004年硬广告投放前十媒体对比 图27：2004年软性媒体传播走势 图28：2004年软性媒体投放前十品牌对比 图29：2004年软性媒体投放区域结构 图30：2004年前十品牌软性媒体投放区域比较 图31：品牌无提示第一提及率 图32：消费者

对纯水机产品认识状况 图33：品牌现实拥有结构 图34：现有消费者选择品牌考虑因素重要程度 图35：未来消费品牌偏好 图36：潜在消费者选择品牌考虑因素重要程度 图37：纯水机现实购买价格结构 图38：未来购买价格偏好 图39：消费者购买渠道 图40：消费者对产品不满意因素 图41：现有消费者购买目的 图42：潜在消费者购买目的 图43：潜在消费者购买时机选择 图44：潜在消费者各购买因素重要程度对比 图45：现有消费者产品维修状况 图46：主要品牌用户使用满意度比较

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42997.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](http://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。