

2017-2022年中国电水瓶市 场调研及投资机遇研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2017-2022年中国电水瓶市场调研及投资机遇研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201612/139056.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

第一章 电水瓶行业发展概述 1

第一节 电水瓶的相关概述 1

一、电水瓶的定义 1

二、电水瓶的功能 1

三、电水瓶的特点 1

第二节 电水瓶的分类 3

第三节 电水瓶的发展历史 4

第二章 中国电水瓶行业运行环境分析 9

第一节 2014-2016年中国经济环境分析 9

一、宏观经济 9

二、工业形势 31

三、固定资产投资 37

第二节 2014-2016年中国电水瓶行业发展政策环境分析 39

一、行业政策影响分析 39

二、相关行业标准分析 53

第三节 2014-2016年中国电水瓶行业发展社会环境分析 67

一、居民消费水平分析 67

二、工业发展形势分析 92

第三章 中国电水瓶行业发展分析 101

第一节 2014-2016年电水瓶市场发展现状 101

一、电水瓶行业品牌发展现状 101

二、电水瓶行业消费市场现状 102

三、电水瓶市场需求结构分析 103

第二节 2014-2016年电水瓶市场产销分析 105

一、2014-2016年电水瓶行业现状 105

二、2014-2016年电水瓶产量分析 107

三、2014-2016年电水瓶销量分析 108

第三节 2014-2016年电水瓶市场总体分析 110

- 一、2014-2016年电水瓶市场规模 110
- 二、2014-2016年电水瓶市场快速增长 111
- 三、2014-2016年电水瓶市场需求形势 112

第四章 电水瓶产品生产调查 115

第一节 国内产量统计 115

- 一、产品构成 115
- 二、产量统计数据 116

第二节 地域产出结构 116

第三节 企业市场集中度 116

第四节 产品生产成本 117

第五章 电水瓶产品消费调查 119

第一节 产品消费量调查 119

第二节 电水瓶专题研究调查 120

第三节 消费群体调查 125

- 一、消费群体构成 125
- 二、不同群体消费特点 125
- 三、消费市场需求调查 125

第四节 消费区域市场调查 126

第五节 品牌满意度调查 131

- 一、品牌结构 131
- 二、品牌地域性差异调查 132
- 三、品牌满意度 132

第六节 需求调查 132

- 一、电水瓶需求调查 132
- 二、饮茶使用需求调查 134

第七节 渠道调查 134

- 一、销售渠道分析 134
- 二、消费场所构成 134

第六章 电水瓶产品进出口市场调查 136

第一节 进口市场 136

一、进口产品结构 136

二、进口地域格局 136

第二节 电水瓶产品出口市场 136

一、出口产品结构 136

二、出口地域格局 138

三、出口区域市场分析 138

第三节 电水瓶产品进出口政策 140

第七章 电水瓶市场上下游市场调查 142

第一节 原材料市场 142

一、电水瓶上游原材料构成 142

二、国内产销量 143

三、原材料价格走势 153

四、主要供应企业供应量 173

五、产业政策 175

第二节 消费市场 178

一、电水瓶消费市场构成 178

二、电水瓶消费市场结构变化趋势 178

三、电水瓶下游市场相关政策 179

第三节 产业链运行分析 180

一、电水瓶产业环境分析 180

二、上下游关联度分析 180

第八章 中国电水瓶行业竞争分析 183

第一节 2014-2016年电水瓶市场监测分析 183

一、电水瓶市场集中度分析 183

二、电水瓶区域集中度分析 183

三、电水瓶企业集中度分析 183

第二节 2014-2016年电水瓶市场部分地区竞争格局分析 184

一、北京电水瓶市场监测分析 184

- 二、上海电水瓶市场监测分析 184
- 三、广州电水瓶市场监测分析 185
- 第三节 2014-2016年电水瓶市场竞争策略分析 185
 - 一、电水瓶市场监测分析 185
 - 二、电水瓶市场竞争战略设计 190
 - 三、电水瓶市场竞争战略实施 191

第九章 电水瓶重点企业分析 198

第一节 三洋 198

- 一、企业概况 198
- 二、品牌优势分析 198
- 三、产品价格段分布 199
- 四、2014-2016年经营分析 199
- 五、2017-2022年发展战略 200

第二节 虎牌 200

- 一、企业概况 200
- 二、品牌优势分析 201
- 三、产品价格段分布 201
- 四、2014-2016年经营分析 201
- 五、2017-2022年发展战略 202

第三节 松下 202

- 一、企业概况 202
- 二、品牌优势分析 203
- 三、产品价格段分布 204
- 四、2014-2016年经营分析 204
- 五、2017-2022年发展战略 205

第四节 象印 206

- 一、企业概况 206
- 二、品牌优势分析 206
- 三、产品价格段分布 207
- 四、2014-2016年经营分析 207
- 五、2017-2022年发展战略 209

第五节 龙的 210

一、企业概况 210

二、品牌优势分析 210

三、产品价格段分布 211

四、2014-2016年经营分析 211

五、2017-2022年发展战略 213

第六节 天际 214

一、企业概况 214

二、品牌优势分析 214

三、产品价格段分布 216

四、2014-2016年经营分析 216

第七节 尚朋堂 216

一、企业概况 216

二、品牌优势分析 217

三、产品价格段分布 218

四、2014-2016年经营分析 218

第八节 格兰仕 219

一、企业概况 219

二、品牌优势分析 221

三、产品价格段分布 221

四、2014-2016年经营分析 221

五、2017-2022年发展战略 222

第九节 利仁 225

一、企业概况 225

二、品牌优势分析 226

三、产品价格段分布 227

第十节 荣事达 227

一、企业概况 227

二、品牌优势分析 228

三、产品价格段分布 229

四、2014-2016年经营分析 229

五、2017-2022年发展战略 233

第十一节 美的 234

一、企业概况 234

二、品牌优势分析 235

三、产品价格段分析 235

四、2014-2016年经营分析 236

五、2017-2022年发展战略 239

第十章 中国电水瓶行业发展前景分析 241

第一节 2017-2022年电水瓶市场发展前景分析 241

一、2017-2022年电水瓶市场发展潜力分析 241

二、2017-2022年电水瓶市场发展前景分析 243

第二节 对电水瓶市场发展预测 244

一、2017-2022年电水瓶市场供给预测 244

二、2017-2022年电水瓶市场规模预测 246

第三节 2017-2022年电水瓶市场发展趋势 247

一、2017-2022年电水瓶主要产品发展趋势 247

二、2017-2022年电水瓶市场发展趋势 249

三、2017-2022年电水瓶技术发展趋势 254

第十一章 中国电水瓶整体行业发展规划分析 259

第一节 2017-2022年家电行业发展规划分析 259

一、家电行业“十二五”规划回顾 259

二、家电行业“十三五”面临形势 264

三、家电行业“十三五”规划目标 267

四、家电行业“十三五”规划措施 280

第二节 2017-2022年电水瓶行业发展规划分析 283

一、电水瓶行业发展机遇分析 283

二、电水瓶行业发展机会分析 285

三、电水瓶行业发展规划分析 287

第十二章 中国电水瓶行业投资分析 291

第一节 2017-2022年电水瓶行业投资分析 291

- 一、电水瓶市场投资现状 291
- 二、电水瓶市场投资机会分析 292
- 三、华经视点 对电水瓶行业投资分析 294
- 第二节 2017-2022年电水瓶行业投资风险分析 295
 - 一、电水瓶市场竞争风险分析 295
 - 二、电水瓶行业政策风险分析 295
 - 三、电水瓶市场消费者使用感知风险分析 296
 - 四、电水瓶市场其他风险分析 298
- 第三节 2017-2022年电水瓶行业投资战略分析 299
 - 一、电水瓶市场监测 299
 - 二、电水瓶细分市场监测 300
 - 三、电水瓶行业投资建议 301

第十三章 中国电水瓶行业市场研究 303

- 第一节 市场策略分析 303
 - 一、电水瓶价格策略分析 303
 - 二、电水瓶渠道策略分析 304
- 第二节 销售策略分析 311
 - 一、媒介选择策略分析 311
 - 二、产品定位策略分析 318
 - 三、企业宣传策略分析 318
- 第三节 对我国电水瓶品牌的战略思考 327
 - 一、企业品牌的重要性 327
 - 二、电水瓶实施品牌战略的意义 328
 - 三、电水瓶企业品牌的现状分析 329
 - 四、我国电水瓶企业的品牌战略 333
 - 五、电水瓶品牌战略管理的策略 339
- 第四节 电水瓶企业经营管理策略 342
 - 一、成本控制策略 342
 - 二、定价策略 342
 - 三、竞争策略 349
 - 四、并购重组策略 353

- 五、营销策略 355
- 六、人力资源 356
- 七、财务管理 358

图表目录

- 图表 全套温控器总成 4
- 图表 温控器位置图 5
- 图表 2014-2016年国内生产总值及其增长速度 9
- 图表 2014-2016年居民消费价格月度涨跌幅度 10
- 图表 2014-2016年居民消费价格比上年涨跌幅度 10
- 图表 2014-2016年新建商品住宅月环比价格变化情况 11
- 图表 2014-2016年城镇新增就业人数 11
- 图表 2014-2016年国家外汇储备及其增长速度 12
- 图表 2014-2016年公共财政收入及其增长速度 12
- 图表 2014-2016年粮食产量及其增长速度 13
- 图表 2014-2016年全部工业增加值及其增长速度 14
- 图表 2014-2016年主要工业产品产量及其增长速度 14
- 图表 2014-2016年规模以上工业企业实现利润及其增长速度 15
- 图表 2014-2016年建筑业增加值及其增长速度 16
- 图表 2014-2016年全社会固定资产投资及其增长速度 17
- 图表 2014-2016年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 17
- 图表 2014-2016年固定资产投资新增主要生产能力 18
- 图表 2014-2016年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度 19
- 图表 2014-2016年社会消费品零售总额及其增长速度 19
- 图表 2014-2016年货物进出口总额及其增长速度 20
- 图表 2014-2016年主要商品出口数量、金额及其增长速度 21
- 图表 2014-2016年主要商品进口数量、金额及其增长速度 21
- 图表 2014-2016年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 21

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201612/139056.html>