

2026-2031年中国家用饮水机行业市场调研及投资前景预测报告

报告简介

机器上方放桶装水，与桶装水配套使用。桶装饮水机在20世纪中期之前就出现了，这种饮水机被设计为机身顶部的一个专门的连接器倒放置水桶，国外最新款饮水机把桶装水放在机器的下部，由吸水泵吸入，这种方式比常规饮水机更加安全卫生，由于饮水机的不同，桶的规格也有很多种。在美国和中国，大部分使用5加仑的桶，其它国家或地区的标准规格是18.9升(也有称为19升或20升)。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、工业和信息化部、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、计算机行业协会、我国行业研究网、国内外相关刊物的基础信息以及各产业研究单位等公布和提供的大量资料。本报告对我国家用饮水机行业发展现状、发展趋势、营销渠道、投资前景等进行了分析，重点对家用饮水机竞争格局和投资战略等方面进行了深入探讨，是家用饮水机制造企业、研究单位、销售企业以及相关企业和单位、计划投资于家用饮水机行业的企业等准确了解目前我国家用饮水机市场发展动态，把握行业发展趋势，制定市场策略的必备的精品。

报告目录

第一部分产业环境透视

第一章家用饮水机行业概述

第一节 家用饮水机行业简介

一、家用饮水机的定义

二、家用饮水机品类

三、家用饮水机行业特点

第二节 家用饮水机行业国内外发展概述

一、全球饮水机产品行业发展概述

1、行业发展现状

2、区域发展特点

3、市场规模分析

二、中国饮水机产品行业发展概述

1、行业发展现状和特点

2、区域发展特点

3、市场规模分析

第二章 家用饮水机行业发展环境分析

第一节 宏观环境分析

一、经济环境

二、政治环境

三、人文地理环境

四、科学技术环境

第二节 微观环境分析

1、外资企业分析

2、国内企业分析

3、区域市场发展

第三节 家用饮水机行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

五、行业下游产业链相关行业分析

六、上下游行业影响及风险提示

第二部分市场发展分析

第三章家用饮水机行业市场分析（PEST）

第一节 行业特征分析

一、成长性

二、盈利性

三、生命周期

第二节 行业竞争强度分析

一、供求强度

二、消费结构

三、品牌竞争

第三节 市场规模分析

一、2021-2026年饮水机产品行业市场规模及增速

二、饮水机产品行业市场饱和度

三、影响饮水机产品行业市场规模的因素

第四章 国内市场分析

第一节 区域市场发展状况

一、华南市场

二、华北市场

三、华东市场

四、华中市场

五、西北市场

六、西南市场

第二节 重点区域市场需求分析

一、发展现状

二、发展潜力

第三节 区域市场需求变化趋势

一、需求现状

二、需求潜力

三、变化趋势

第四节 进出口市场分析

一、进口规模分析

1、过去三年饮水机产品进口量/值及增长情况

2、进口饮水机产品的品牌结构

3、影响饮水机产品进口的因素

4、未来三年饮水机产品进口形势预测

二、出口规模分析

1、过去三年饮水机产品出口量/值及增长情况

2、出口产品在海外市场分布情况

3、影响饮水机产品出口的因素

4、未来三年饮水机产品出口形势预测

三、进出口发展变化趋势

第五章家用饮水机细分行业分析

第一节 主要饮水机产品细分行业

- 一、化妆品
- 二、洗涤用品
- 三、生活日用

第二节 各细分行业需求分析

- 一、用户结构(用户分类及占比)
- 二、用户需求特征及需求趋势
- 三、用户的其它特性

第三节 各细分行业供给分析

- 一、供应商议价能力
- 二、供应结构分析

第四节 细分行业发展趋势

- 一、细分行业发展机遇与挑战
- 二、细分行业发展前景与趋势

第三部分竞争格局分析

第六章家用饮水机行业竞争分析

第一节 行业竞争格局

- 一、重点饮水机产品企业市场份额
- 二、饮水机产品行业市场集中度
- 三、行业竞争群组

第二节 潜在进入者

一、进入壁垒

二、退出机制

第三节 行业产品价格竞争

一、饮水机产品价格特征

二、饮水机产品当前市场价格现状

三、影响市场饮水机产品价格的因素

四、主流厂商饮水机产品价位及价格策略

五、饮水机产品未来价格变化趋势

第七章家用饮水机行业渠道分析

第一节 传统渠道分析

一、渠道形势

二、发展阶段

三、市场规模

四、变化趋势

第二节 新兴渠道分析

一、渠道形势

二、发展阶段

三、市场规模

四、变化趋势

第三节 各类渠道优劣势对比

一、优势对比

二、劣势对比

第四节 行业渠道发展趋势

一、渠道模式

二、渠道特点

三、发展趋势

第八章 2021-2026年中国家用饮水机市场总体概况

第一节 2021-2026年中国家用饮水机市场形势分析

一、发展综述

二、消费结构

三、需求分布

第二节 2021-2026年中国家用饮水机市场发展分析

一、产品结构

二、市场规模

三、发展状况

第九章 中国家用饮水机领先企业经营分析

第一节 美的集团股份有限公司

一、发展概况

二、运营情况

三、核心竞争力

四、发展战略

第二节 沁园集团股份有限公司

一、发展概况

二、运营情况

三、核心竞争力

四、发展战略

第三节 深圳安吉尔饮水产业集团有限公司

一、发展概况

二、运营情况

三、核心竞争力

四、发展战略

第四节 浪木电器集团有限公司

一、发展概况

二、运营情况

三、核心竞争力

四、发展战略

第五节 海尔集团公司

一、发展概况

二、运营情况

三、核心竞争力

四、发展战略

第六节 澳柯玛股份有限公司

一、发展概况

二、运营情况

三、核心竞争力

四、发展战略

第七节 奔飞利浦(中国)投资有限公司

- 一、发展概况
- 二、运营情况
- 三、核心竞争力
- 四、发展战略

第八节 合肥荣事达小家电有限公司

- 一、发展概况
- 二、运营情况
- 三、核心竞争力
- 四、发展战略

第九节 奇奇迪集团有限公司

- 一、发展概况
- 二、运营情况
- 三、核心竞争力
- 四、发展战略

第十节 华裕电器集团有限公司

- 一、发展概况
- 二、运营情况
- 三、核心竞争力
- 四、发展战略

第四部分 行业发展规化和展望

第十章 2026-2031年中国家用饮水机行业发展前影预测

第一节 行业五年规划预测及未来预测

一、“十四五”发展运行情况

二、行业发展成果

第二节 “十四五”发展前景预测

一、行业发展潜力

二、行业发展趋势

二、行业市场规模

第三节 未来五年行业供需趋势预测

一、供给预测

二、需求预测

三、供需平衡预测

第四节 未来行业渠道运行预测

一、传统市场发展趋势

二、传统渠道市场规模预测

三、新兴渠道发展趋势

四、新兴渠道规模预测

第十一章 未来家用饮水机行业经营战略

第一节 品牌战略

一、什么是品牌

二、品牌重要性

三、实施品牌战略的意义

四、品牌战略管理的策略

第二节 营销战略

一、市场细分

二、市场定位

三、宣传策略

四、渠道策略

第三节 行业发展战略

一、战略综合规则

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规化

五、产业战略规化

六、竞争战略规化

图表目录

图表：我国家用饮水机行业规模

图表：2021-2026年我国家用饮水机销售数量分析

图表：2021-2026年家用饮水机销售金额分析

图表：2021-2026年家用饮水机区域市场分析

图表：2021-2026年家用饮水机子分业分类

图表：2021-2026年化妆品行业市场规模

图表：2021-2026年洗涤用品行业市场规模

图表：2021-2026年清洁用品市场规模

图表：2021-2026年企业一集团资产负债表

图表：2021-2026年企业一集团现金流量表

图表：2021-2026年企业一集团综合损益表

图表：2021-2026年企业二集团资产负债表

图表：2021-2026年企业二集团现金流量表

图表：2021-2026年企业三集团综合损益表

图表：2021-2026年企业三集团资产负债表

图表：2021-2026年企业三集团现金流量

图表：2021-2026年企业三集团综合损益表

图表：2026-2031年我国家用饮水机行业供给预测

图表：2026-2031年我国家用饮水机行业需求预测

图表：2026-2031年我国家用饮水机行业供需平衡预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：62131

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170406/62131.shtml>

在线订购：[点击这里](#)