

2020-2026年中国电水壶行业市场竞争现状及投资价值评估报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国电水壶行业市场竞争现状及投资价值评估报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201912/814931.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

电水壶具有结构简单、加热迅速、即用即饮、节省能源、操作方便、安全卫生、使用寿命较长等特点，用来冲茶、牛奶、咖啡等非常方便。正是基于这些特点，电水壶受到广大消费者的欢迎，市场增长迅速，竞争也日趋激烈。电水壶属于西式小家电，在中国发展的历史虽然短暂，但发展的速度非常迅猛。20年前，中国国内已有电水壶的生产，但主要供外销，欧洲是当时最大的电水壶进口市场。直到90年代后期，电水壶才走入中国商场，面向中国消费者。2003年，国内一些品牌凭借其广泛的销售网络，将电水壶带进千家万户。目前国内的电水壶的市场容量约在每年600~700万台之间，几乎所有的小家电品牌都或多或少地参与了竞争。

在激烈的竞争下，电水壶行业呈现出一些新的特点。首先是电水壶产品的礼品化。由于电热水壶产品承载了健康、时尚、科技等方面因素，愈渐成为人们送礼的选择之一，这也是近年来电水壶产品消费的重大趋势。同时，电水壶还成为酒店客房的必备电器。随着国内酒店服务的提高，其供水设备也从早期的水瓶、饮水机向电水壶发展，使用电水壶，能够给酒店减少人力、节约成本，体现酒店档次。在功能方面，电水壶产品为了除烧水外，已经陆续将保温、过滤等功能渗入至电水壶产品，还可以用来烧茶、煮咖啡等，电水壶产品功能还将持续增多。在盛行饮茶的英国，电水壶的普及率高达80%~90%，居世界第一位。我国饮茶传统悠久，而电水壶的普及率远低于英国，市场潜力巨大。随着消费者对电热水壶产品认识的不断提高，电热水壶在国内的市场容量仍将有大幅提升。其次，虽然目前我国饮水机的普及率很高，但是由于饮水机存在体积大，反复加热，存在二次污染等问题，也为电热水壶行业提供了机会。

智研咨询发布的《2020-2026年中国电水壶行业市场竞争现状及投资价值评估报告》共十四章。首先介绍了电水壶相关概念及发展环境，接着分析了中国电水壶规模及消费需求，然后对中国电水壶市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国电水壶面临的机遇及发展前景。您若想对中国电水壶有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 电水壶行业相关概述

1.1 电水壶行业定义及特点

1.1.1 电水壶行业的定义

1.1.2 电水壶行业产品特点

1.2 电水壶行业经营模式分析

1.2.1 生产模式

1.2.2 采购模式

1.2.3 销售模式

第二章 电水壶行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.1.1 行业市场特点

2.1.2 行业市场化程度

2.1.3 行业利润水平及变动趋势

2.2 进入本行业的主要障碍

2.2.1 资金准入障碍

2.2.2 市场准入障碍

2.2.3 技术与人才障碍

2.2.4 其他障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.3.1 行业周期分析

1、行业的周期波动性

2、行业产品生命周期

2.3.2 行业的区域性

2.4 行业与上下游行业的关联性

2.4.1 行业产业链概述

2.4.2 上游产业分布

2.4.3 下游产业分布

第三章 2015-2019年中国电水壶行业发展环境分析

3.1 电水壶行业政治法律环境（P）

3.1.1 扩大消费政策要点解析

3.1.2 家电出口退税政策全线调整

3.1.3 应提高电热水壶行业进入门槛

3.1.4 电热水壶性能标准出台寿命分等级

3.1.5 《生活饮用水卫生标准》

3.1.6 《电水壶性能要求及试验方法》

3.2 电水壶行业经济环境分析（E）

3.2.1 宏观经济形势分析

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

3.3 电水壶行业社会环境分析（S）

3.3.1 电水壶产业社会环境

3.3.2 社会环境对行业的影响

3.4 电水壶行业技术环境分析（T）

第四章 全球电水壶行业发展概述

4.1 2015-2019年全球电水壶行业发展情况概述

4.1.1 全球电水壶行业发展现状

- 1、世界主要电热水壶品牌综述
- 2、世界电热水壶应用率
- 3、不锈钢电热水壶在欧美市场成主流

4.1.2 全球电水壶行业发展特征

4.1.3 全球电水壶行业市场规模

4.2 2015-2019年全球主要地区电水壶行业发展状况

4.2.1 欧洲电水壶行业发展情况概述

4.2.2 美国电水壶行业发展情况概述

4.2.3 日韩电水壶行业发展情况概述

4.3 2020-2026年全球电水壶行业发展前景预测

4.3.1 全球电水壶行业市场规模预测

4.3.2 全球电水壶行业发展前景分析

4.3.3 全球电水壶行业发展趋势分析

4.4 全球电水壶行业重点企业发展动态分析

第五章 中国电水壶行业发展概述

5.1 中国电水壶行业发展状况分析

5.1.1 中国电水壶行业发展阶段

5.1.2 中国电水壶行业发展总体概况

- 1、电热水壶行业洗牌加速
- 2、国内企业市场开拓力度提高
- 3、电热水壶推动“2.5次健康饮水革命”

5.1.3 中国电水壶行业发展特点分析

5.2 2015-2019年电水壶行业发展现状

5.2.1 2015-2019年中国电水壶行业市场规模

5.2.2 2015-2019年中国电水壶行业发展分析

- 1、中国已成为世界最大电热水壶市场
- 2、电热水壶市场质量抽检情况及影响因素
- 3、不锈钢与透明塑料两大系列将成为电热水壶市场的两大主流
- 4、节能与外观将在电热壶的市场推广中起决定作用

5、饭店客房成国内电热水壶巨大市场

5.2.3 2015-2019年中国电水壶企业发展分析

5.3 2020-2026年中国电水壶行业面临的困境及对策

5.3.1 中国电水壶行业面临的困境及对策

1、中国电水壶行业面临困境

2、中国电水壶行业对策探讨

5.3.2 中国电水壶企业发展困境及策略分析

1、中国电水壶企业面临的困境

2、中国电水壶企业的对策探讨

5.3.3 国内电水壶企业的出路分析

第六章 中国电水壶所属行业市场运行分析

6.1 2015-2019年中国电水壶所属行业总体规模分析

6.1.1 企业数量结构分析

6.1.2 人员规模状况分析

6.1.3 行业资产规模分析

6.1.4 行业市场规模分析

6.2 2015-2019年中国电水壶所属行业产销情况分析

6.2.1 中国电水壶所属行业工业总产值

6.2.2 中国电水壶所属行业工业销售产值

6.2.3 中国电水壶所属行业产销率

6.3 2015-2019年中国电水壶所属行业市场供需分析

6.3.1 中国电水壶所属行业供给分析

6.3.2 中国电水壶所属行业需求分析

6.3.3 中国电水壶所属行业供需平衡

6.4 2015-2019年中国电水壶所属行业财务指标总体分析

6.4.1 行业盈利能力分析

6.4.2 行业偿债能力分析

6.4.3 行业营运能力分析

6.4.4 行业发展能力分析

第七章 2019年中国电热水壶行业市场销售渠道运行态势分析

7.1 2019年中国电热水壶品牌营销现状

7.1.1 东菱“三力营销”成就电热水壶全球第一品牌

7.1.2 亿龙电热水壶问鼎中国名牌产品

7.2 2019年中国电热水壶市场营销渠道

7.2.1 大型综合商场

7.2.2 家电专买

7.2.3 网购

7.3 电热水壶时尚营销剑走高端解析

7.4 2019年中国电热水壶市场营销策略

7.4.1 品牌定位准确

7.4.2 目标市场进行价格覆盖

7.4.3 市场传播渠道及方式

7.4.4 呈现清晰卖点

第八章 中国电水壶行业上、下游产业链分析

8.1 电水壶行业产业链概述

8.1.1 产业链定义

8.1.2 电水壶行业产业链

8.2 电水壶行业主要上游产业发展分析

8.2.1 上游产业发展现状

8.2.2 上游产业供给分析

8.2.3 上游供给价格分析

8.3 电水壶行业主要下游产业发展分析

第九章 中国电水壶行业市场竞争格局分析

9.1 中国电水壶行业竞争格局分析

9.1.1 电水壶行业区域分布格局

9.1.2 电水壶行业企业规模格局

9.1.3 电水壶行业企业性质格局

9.2 中国电水壶行业竞争五力分析

9.2.1 电水壶行业上游议价能力

9.2.2 电水壶行业下游议价能力

9.2.3 电水壶行业新进入者威胁

9.2.4 电水壶行业替代产品威胁

9.2.5 电水壶行业现有企业竞争

9.3 中国电水壶行业竞争SWOT分析

9.3.1 电水壶行业优势分析（S）

9.3.2 电水壶行业劣势分析（W）

9.3.3 电水壶行业机会分析（O）

9.3.4 电水壶行业威胁分析（T）

9.4 中国电水壶行业投资兼并重组整合分析

9.5 中国电水壶行业重点企业竞争策略分析

第十章 中国电水壶行业领先企业竞争力分析

10.1 美的集团有限公司

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

10.1.5 企业最新发展动态

10.1.6 企业发展战略分析

10.2 山东九阳小家电有限公司

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业主要产品分析

10.2.3 企业竞争优势分析

10.2.4 企业经营状况分析

10.2.5 企业最新发展动态

10.2.6 企业发展战略分析

10.3 苏泊尔集团有限公司

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主要产品分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.3.4 企业经营状况分析

10.3.5 企业最新发展动态

10.3.6 企业发展战略分析

10.4 中山市龙的塑料电器制造有限公司

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主要产品分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.4.4 企业经营状况分析

10.4.5 企业最新发展动态

10.4.6 企业发展战略分析

10.5 漳州灿坤实业有限公司

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要产品分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.5.5 企业最新发展动态

- 10.5.6 企业发展战略分析
- 10.6 广东东菱凯琴集团有限公司
 - 10.6.1 企业发展基本情况
 - 10.6.2 企业主要产品分析
 - 10.6.3 企业竞争优势分析
 - 10.6.4 企业经营状况分析
 - 10.6.5 企业最新发展动态
 - 10.6.6 企业发展战略分析
- 10.7 广东亿龙电器制品有限公司
 - 10.7.1 企业发展基本情况
 - 10.7.2 企业主要产品分析
 - 10.7.3 企业竞争优势分析
 - 10.7.4 企业经营状况分析
 - 10.7.5 企业最新发展动态
 - 10.7.6 企业发展战略分析
- 10.8 东保利电业（深圳）有限公司
 - 10.8.1 企业发展基本情况
 - 10.8.2 企业主要产品分析
 - 10.8.3 企业竞争优势分析
 - 10.8.4 企业经营状况分析
 - 10.8.5 企业最新发展动态
 - 10.8.6 企业发展战略分析
- 10.9 宁波圣莱达电器有限公司
 - 10.9.1 企业发展基本情况
 - 10.9.2 企业主要产品分析
 - 10.9.3 企业竞争优势分析
 - 10.9.4 企业经营状况分析
 - 10.9.5 企业最新发展动态
 - 10.9.6 企业发展战略分析
- 10.10 汉威泰（广州）电器制造有限公司
 - 10.10.1 企业发展基本情况
 - 10.10.2 企业主要产品分析
 - 10.10.3 企业竞争优势分析
 - 10.10.4 企业经营状况分析
 - 10.10.5 企业最新发展动态

10.10.6 企业发展战略分析

第十一章 2020-2026年中国电水壶行业发展趋势与前景分析

11.1 2020-2026年中国电水壶市场发展前景

11.1.1 2020-2026年电水壶市场发展潜力

11.1.2 2020-2026年电水壶市场发展前景展望

11.2 2020-2026年中国电水壶市场发展趋势预测

11.2.1 2020-2026年电水壶行业发展趋势

1、小家电行业的发展趋势探析

2、小家电产品设计倾向艺术化

3、电水壶发展的三大趋势

11.2.2 2020-2026年电水壶市场规模预测

11.2.3 2020-2026年电水壶行业应用趋势预测

11.3 2020-2026年中国电水壶行业供需预测

11.3.1 2020-2026年中国电水壶行业供给预测

11.3.2 2020-2026年中国电水壶行业需求预测

11.3.3 2020-2026年中国电水壶供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 行业发展有利因素与不利因素

11.4.2 市场整合成长趋势

11.4.3 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.4 企业区域市场拓展的趋势

11.4.5 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.6 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2020-2026年中国电水壶行业投资前景

12.1 电水壶行业投资现状分析

12.1.1 电水壶行业投资规模分析

12.1.2 电水壶行业投资资金来源构成

12.1.3 电水壶行业投资项目建设分析

12.1.4 电水壶行业投资资金用途分析

12.1.5 电水壶行业投资主体构成分析

12.2 电水壶行业投资特性分析

12.2.1 电水壶行业进入壁垒分析

12.2.2 电水壶行业盈利模式分析

12.2.3 电水壶行业盈利因素分析

12.3 电水壶行业投资机会分析

- 12.3.1 产业链投资机会
- 12.3.2 细分市场投资机会
- 12.3.3 重点区域投资机会
- 12.3.4 产业发展的空白点分析
- 12.4 电水壶行业投资风险分析
 - 12.4.1 电水壶行业政策风险
 - 12.4.2 宏观经济风险
 - 12.4.3 市场竞争风险
 - 12.4.4 关联产业风险
 - 12.4.5 产品结构风险
 - 12.4.6 技术研发风险
 - 12.4.7 其他投资风险
- 12.5 电水壶行业投资潜力与建议
 - 12.5.1 电水壶行业投资潜力分析
 - 12.5.2 电水壶行业最新投资动态
 - 12.5.3 电水壶行业投资机会与建议
- 第十三章 2020-2026年中国电水壶企业投资战略与客户策略分析
 - 13.1 电水壶企业发展战略规划背景意义
 - 13.1.1 企业转型升级的需要
 - 13.1.2 企业做大做强的需要
 - 13.1.3 企业可持续发展需要
 - 13.2 电水壶企业战略规划制定依据
 - 13.2.1 国家政策支持
 - 13.2.2 行业发展规律
 - 13.2.3 企业资源与能力
 - 13.2.4 可预期的战略定位
 - 13.3 电水壶企业战略规划策略分析
 - 13.3.1 战略综合规划
 - 13.3.2 技术开发战略
 - 13.3.3 区域战略规划
 - 13.3.4 产业战略规划
 - 13.3.5 营销品牌战略
 - 13.3.6 竞争战略规划
 - 13.4 电水壶中小企业发展战略研究
 - 13.4.1 中小企业存在主要问题

- 1、缺乏科学的发展战略
- 2、缺乏合理的企业制度
- 3、缺乏现代的企业管理
- 4、缺乏高素质的专业人才
- 5、缺乏充足的资金支撑

13.4.2 中小企业发展战略思考

- 1、实施科学的发展战略
- 2、建立合理的治理结构
- 3、实行严明的企业管理
- 4、培养核心的竞争实力
- 5、构建合作的企业联盟

第十四章 研究结论及建议 (ZY KT)

14.1 研究结论

14.2 建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议 (ZY KT)

图表目录：

图表：电水壶行业特点

图表：电水壶行业生命周期

图表：电水壶行业产业链分析

图表：2015-2019年电水壶行业市场规模分析

图表：2020-2026年电水壶行业市场规模预测

图表：中国电水壶行业盈利能力分析

图表：中国电水壶行业运营能力分析

图表：中国电水壶行业偿债能力分析

图表：中国电水壶行业发展能力分析

图表：中国电水壶行业经营效益分析

图表：2015-2019年电水壶重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国电水壶行业销售情况分析

图表：2015-2019年中国电水壶行业利润情况分析

图表：2015-2019年中国电水壶行业资产情况分析

图表：2015-2019年中国电水壶竞争力分析

图表：2020-2026年中国电水壶产能预测

图表：2020-2026年中国电水壶消费量预测

图表：2020-2026年中国电水壶市场前景预测

图表：2020-2026年中国电水壶市场价格走势预测

图表：2020-2026年中国电水壶发展前景预测

图表：投资建议

图表：区域发展战略规划

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201912/814931.html>