

2021-2027年中国咖啡机市场 评估与市场供需预测报告

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

《2021-2027年中国咖啡机市场评估与市场供需预测报告》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/202010/189421.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

当咖啡文化发展到一定阶段，人们开始追求现磨咖啡的口感，味道，同时咖啡馆的商业化连锁使得一杯现磨咖啡更短时间出炉成为了一个重要的需求，在这种大背景下，人们将电子技术应用到咖啡机上，实现了磨粉、压粉、装粉、冲泡、清除残渣等酿制咖啡全过程的自动控制，创造了咖啡机。

近几年来国内咖啡机市场一直不温不火，2010年以前受人口红利影响咖啡机整体呈现高速增长后逐渐放缓，2015年众多大品牌纷纷降价使得市场增速出现反弹，随着产品的逐渐普及，激烈的市场竞争逐渐放缓，咖啡机产品价格重回上升渠道，同时产品的销量保持上升趋势。

2017年我国国内咖啡机消费总量为229.22万个，国内市场规模为6.96亿元，2017年我国咖啡机产品销售均价为304元/个，销售均价较上年同期增长5.55%。2012-2017年我国咖啡机需求概况及产品均价走势图数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2021-2027年中国咖啡机市场评估与市场供需预测报告》共十二章。首先介绍了中国咖啡机行业市场发展环境、咖啡机整体运行态势等，接着分析了中国咖啡机行业市场运行的现状，然后介绍了咖啡机市场竞争格局。随后，报告对咖啡机做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国咖啡机行业发展趋势与投资预测。您若想对咖啡机产业有个系统的了解或者想投资中国咖啡机行业，本报告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 咖啡机行业相关概述

1.1 咖啡机功能与改进

1.2 咖啡机分类及特点分析

1.2.1 半自动咖啡机

1.2.2 全自动咖啡机

1.2.3 其他品种

1.3 咖啡机的保养

第二章 咖啡机行业市场特点概述

- 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 上游原料产业分析
 - 2.4.3 下游产业分析

第三章 2015-2019年中国咖啡机行业发展环境分析

- 3.1 中国咖啡机行业政策分析
 - 3.1.1 《家用咖啡机性能测试方法》
 - 3.1.2 进出口政策分析
 - 3.1.3 相关产业政策影响分析
- 3.2 咖啡机行业经济环境分析（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 咖啡机行业社会环境分析（S）
 - 3.3.1 咖啡机产业社会环境
 - 3.3.2 社会环境对行业的影响
- 3.4 咖啡机行业技术环境分析（T）

第四章 全球咖啡机行业发展概述

4.1 2019年全球咖啡机市场运营环境分析

4.2 2019年全球咖啡机市场运营现状综述

4.2.1 全球咖啡机品牌发展

4.2.2 全球咖啡机需求分析

4.2.3 全球咖啡机竞争分析

4.2.4 全球咖啡机售后服务体系与零备件供应

4.3 2019年全球咖啡机重点市场分析

4.3.1 意大利

4.3.2 瑞士

4.3.3 美国

第五章 中国咖啡机行业发展概述

5.1 2019年中国咖啡机市场总况

5.1.1 我国咖啡机市场还处在一种无序的阶段

5.1.2 咖啡机市场日益红火

5.1.3 咖啡机品牌渗透情况分析

5.1.4 咖啡壶供需情况分析

5.2 2019年中国咖啡机市场发展问题与对策分析

5.2.1 滞销技术落后的过时机型塞入中国市场

5.2.2 不法商家以次充好，低档廉价品充斥市场

5.2.3 售后服务体系落后

第六章 中国咖啡机所属行业市场运行分析

6.1 2015-2019年中国咖啡机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年中国咖啡机所属行业产销情况分析

从咖啡机市场的发展与国际经验来看，咖啡机对消费群体的改变，可以从消费速溶的生理需求到感知咖啡文化的情感需求，也可以使得社交需求场所从咖啡店转移到家庭，参考国外

市场的发展经历未来国内咖啡市场的增量及升级将依靠现磨咖啡，而无论门店亦或者是新零售咖啡都将对咖啡机市场带来正向的刺激和引导。

近年来，我国咖啡需求量不断上升，咖啡豆种植面积持续扩张，产量和需求量都不断上涨。数据统计显示，2017年我国咖啡行业产量约16.15万吨，进口量约9.88万吨，出口量约15.54万吨，国内咖啡表观消费量约15.54万吨。2012-2017年我国咖啡产量数据来源：公开资料整理

6.2.1 中国咖啡机所属行业工业总产值

6.2.2 中国咖啡机所属行业工业销售产值

6.2.3 中国咖啡机所属行业产销率

6.3 2015-2019年中国咖啡机所属行业市场供需分析

6.3.1 中国咖啡机所属行业供给分析

6.3.2 中国咖啡机所属行业需求分析

6.3.3 中国咖啡机所属行业供需平衡

6.4 2015-2019年中国咖啡机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 中国咖啡机行业细分市场分析

7.1 咖啡机行业细分市场概况

7.1.1 市场细分充分程度

7.1.2 市场细分发展趋势

7.1.3 市场细分战略研究

7.1.4 细分市场结构分析

7.2 全自动咖啡机

7.2.1 全自动咖啡机产品特性

7.2.2 2019年中国全自动咖啡机市场分析

- (1) 全自动咖啡机是整个咖啡机发展最快
- (2) 全自动咖啡机开发出新的功能
- (3) 全自动咖啡机正掀起一股新的咖啡机购买热潮

7.2.3 2019年全自动咖啡机重点需求市场分析

- (1) 家用市场

(2) 饭店咖啡厅

(3) 餐厅

(4) 酒吧

(5) 办公室

7.3.4 2019年全自动咖啡机价格分析

7.3 半自动咖啡机

7.3.1 市场发展现状概述

7.3.2 行业市场规模分析

7.3.3 行业市场需求分析

7.3.4 产品市场潜力分析

7.4 手动咖啡机

7.4.1 手动咖啡机产品特点

7.4.2 2019年中国手动咖啡机市场分析

7.4.1 手动咖啡机市场消费特性

7.4.2 重点需求市场分析

7.4.3 手动咖啡机市场销售情况

7.4.3 手动咖啡机市场价格分析

第八章 中国咖啡机市场消费调研

8.1 受访者基本情况

8.1.1 性别

8.1.2 年龄

8.1.3 区域分布

8.1.4 职业

8.1.5 月收入情况

8.1.6 是否有喝咖啡的习惯

8.1.7 是否拥有咖啡机

8.2 消费者消费行为调研

8.2.1 你喝咖啡的频率有多高

8.2.2 你喜欢用何种咖啡机（虹吸式的、高压、滴漏式的、摩卡壶、其他的）

8.2.3 你喜欢什么风格咖啡机（时尚简洁型、古典优雅型、可爱迷你型、带有中国风的、其他）

- 8.2.4 您喜欢什么颜色的咖啡机（色彩华丽的、色彩朴实的（黑白或者灰色的））
- 8.2.5 您希望购买什么材料制作的咖啡机（不锈钢拉丝、金属合金、塑料、玻璃）
- 8.2.6 影响您选购家用咖啡机的因素有哪些
- 8.2.7 你觉得使用咖啡机有什么不便及改进意见
- 8.2.8 你对咖啡机关注度分析
- 8.2.9 你对咖啡机价格敏感度
- 8.2.10 你对咖啡机品牌满意度分析

第九章 中国咖啡机市场营销策略分析

9.1 中国咖啡机营销渠道

9.1.1 营业场所

9.1.2 商务接待

9.1.3 OFFICE办公

9.1.4 家居

9.2 客户资料获取途径

9.2.1 营业场所

9.2.2 商务接待

9.2.3 OFFICE办公

9.2.4 家居

9.3 咖啡机推广策略

9.3.1 引导性营销为主

9.3.2 电话营销与体验营销组合

9.3.3 网络营销——专业网店支持

9.4 咖啡机营销要点

9.4.1 营业场所营销要点

9.4.2 商务接待营销要点

9.4.3 OFFICE办公营销要点

9.4.4 家居营销要点

9.5 咖啡机营销方式

9.5.1 针对营业场所

（1）买机送咖啡粉

（2）先付咖啡粉钱，再付咖啡机的钱

(3) 买粉送机

(4) 租用咖啡机，收取押金方式

(5) 合作分成

9.5.2 针对其它场所

第十章 中国咖啡机市场竞争格局透析

10.1 2019年中国咖啡机竞争总况

10.1.1 咖啡机市场竞争程度

10.1.2 国内外咖啡机品牌竞争力分析

10.1.3 中国咖啡机营销方式竞争分析

10.1.4 中国咖啡机价格竞争分析

10.2 2019年中国咖啡机集中度分析

10.2.1 市场集中度分析

10.2.2 生产企业集中度分析

10.3 2018-2024年中国咖啡机竞争趋势分析

第十一章 中国咖啡机行业领先企业竞争力分析

11.1 厦门坤灿实业股份有限公司

11.1.1 企业发展基本情况

11.1.2 企业主要产品分析

11.1.3 企业竞争优势分析

11.1.4 企业经营状况分析

11.2 伊莱克斯(中国)电器有限公司

11.2.1 企业发展基本情况

11.2.2 企业主要产品分析

11.2.3 企业竞争优势分析

11.2.4 企业经营状况分析

11.3 飞利浦PHILIPS

11.3.1 企业发展基本情况

11.3.2 企业主要产品分析

11.3.3 企业竞争优势分析

11.3.4 企业经营状况分析

11.4 博朗有限公司

11.4.1 企业发展基本情况

11.4.2 企业主要产品分析

11.4.3 企业竞争优势分析

11.4.4 企业经营状况分析

11.5 北京瑞士咖啡人控股有限公司

11.5.1 企业发展基本情况

11.5.2 企业主要产品分析

11.5.3 企业竞争优势分析

11.5.4 企业经营状况分析

11.6 松下电器有限公司

11.6.1 企业发展基本情况

11.6.2 企业主要产品分析

11.6.3 企业竞争优势分析

11.6.4 企业经营状况分析

11.7 惠家电器有限公司

11.7.1 企业发展基本情况

11.7.2 企业主要产品分析

11.7.3 企业竞争优势分析

11.7.4 企业经营状况分析

11.8 德龙健伍贸易(深圳)有限公司

11.8.1 企业发展基本情况

11.8.2 企业主要产品分析

11.8.3 企业竞争优势分析

11.8.4 企业经营状况分析

11.9 德国SKG集团公司

11.9.1 企业发展基本情况

11.9.2 企业主要产品分析

11.9.3 企业竞争优势分析

11.9.4 企业经营状况分析

11.10 北美电器(珠海)有限公司

11.10.1 企业发展基本情况

11.10.2 企业主要产品分析

11.10.3 企业竞争优势分析

11.10.4 企业经营状况分析

第十二章 2018-2024年中国咖啡机市场前景预测分析（ ）

12.1 2018-2024年中国咖啡机市场前景预测分析

12.1.1 咖啡机市场容量增长预测分析

12.1.2 咖啡机市场规模预测分析

12.1.3 咖啡机市场产销形势预测分析

12.1.4 咖啡机市场销售空间预测分析

12.2 2018-2024年中国咖啡机细分市场前景预测

12.2.1 手动咖啡机市场前景预测

12.2.2 全自动咖啡机市场前景预测

12.2.3 投币咖啡机市场前景预测

12.3 2018-2024年中国咖啡机发展趋势预测

12.3.1 咖啡机技术发展趋势

12.3.2 咖啡机营销趋势

12.4 2018-2024年中国咖啡机市场盈利预测（ ）

图表目录：

图表：咖啡机行业特点

图表：咖啡机行业生命周期

图表：咖啡机行业产业链分析

图表：2015-2019年咖啡机行业市场规模分析

图表：2018-2024年咖啡机行业市场规模预测

图表：2015-2019年咖啡机重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国咖啡机行业销售情况分析

图表：2015-2019年中国咖啡机行业利润情况分析

图表：2015-2019年中国咖啡机行业资产情况分析

图表：2015-2019年中国咖啡机竞争力分析

图表：2018-2024年中国咖啡机产能预测

图表：2018-2024年中国咖啡机消费量预测

图表：2018-2024年中国咖啡机市场前景预测

图表：2018-2024年中国咖啡机市场价格走势预测

图表：2018-2024年中国咖啡机发展前景预测

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202010/189421.html>