



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国真空保温杯市场运营态势与投资发展趋势报告

一、调研说明

《2011-2015年中国真空保温杯市场运营态势与投资发展趋势报告》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/180910.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

真空保温杯一般是由不锈钢加上真空层作成的盛水的容器，顶部有盖，密封严实，真空绝热层能使装在内部的水等液体延缓散热，以达到保温的目的。保温杯是从保温瓶发展而来的，保温原理与保温瓶一样，只是人们为了方便把瓶做成杯。热力的传播有三种途径：辐射、对流和传递。保温杯内银色的杯胆能反射热水的辐射，杯胆和杯身的真空能阻断热力的传递，而不易传递热量的瓶子能阻止热对流。现在的保温瓶，还应用了磁化水原理，就是在瓶底和瓶盖加上磁铁，使水被磁化。磁化水有神奇的功效。

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国真空保温杯市场运营态势与投资发展趋势报告》共十一章。首先介绍了世界真空保温杯行业整体运营状况、中国真空保温杯行业市场发展环境等，接着分析了中国真空保温杯行业市场运行的现状，然后介绍了中国真空保温杯市场竞争格局。随后，报告对中国真空保温杯做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国真空保温杯行业发展前景与投资预测。您若想对真空保温杯产业有个系统的了解或者想投资真空保温杯行业，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。

第一章 2010-2011年世界真空保温杯行业整体运营状况分析

第一节 2010-2011年世界真空保温杯行业运行格局

- 一、世界真空保温杯市场特征分析
- 二、世界主要真空保温杯品牌综述
- 三、世界真空保温杯市场发展动态分析

第二节 2010-2011年世界主要国家真空保温杯市场运行分析

- 一、美国
- 二、德国
- 三、日本

第三节 2011-2015年世界真空保温杯行业发展趋势分析

第二章 2010-2011年中国真空保温杯行业市场发展环境分析

第一节 2010年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节2010-2011年中国真空保温杯市场政策环境分析

一、政府出台相关政策分析

二、产业发展标准分析

三、进出口政策分析

第三节 2010-2011年中国真空保温杯市场社会环境分析

第三章 2010-2011年中国真空保温杯行业市场运行态势剖析

第一节 中国不锈钢真空保温杯（壶）产业区域经济特征鲜明

第二节 2010-2011年中国真空保温杯产业现状综述

一、中国不锈钢真空保温杯制造业让世人瞩目

二、中国在不锈钢真空保温杯市场称"大"

三、永康生产不锈钢真空保温杯已形成完整的产业链

第三节 2010-2011年中国真空保温杯重点产区运营格局

一、浙江

二、广东

第四节 2010-2011年中国真空保温杯发展瓶颈分析

第四章 2010-2011年中国真空保温杯市场深度分析

第一节 2010-2011年中国真空保温杯市场动态分析

一、不锈钢保温产品销势现状

二、永康真空保温杯行业外贸内销升温

三、真空保温杯套装销售情况分析

四、真空保温杯质检情况

第二节 2010-2011年中国真空保温杯市场运行分析

一、市场供给情况分析

二、市场需求情况分析

三、影响市场供需的因素分析

第三节 2010-2011年中国真空保温杯市场价格分析

一、品牌价格分析

二、影响价格的因素分析

第五章 2010-2011年中国真空保温杯行业市场销售渠道运行态势分析

第一节 2010-2011年中国真空保温杯市场销售模式分析

一、真空保温杯铺货情况

二、真空保温杯网络销售渠道分析

三、真空保温杯礼品营销分析

第二节 2010-2011年真空保温杯渠道的升级状况分析

一、注重以战略引爆渠道瓶颈的突破

二、注重以品牌引爆渠道格局的变革

三、注重以产品引爆渠道网点的销量

四、注重以服务引爆渠道运营的提升

第三节 永康真空保温杯如何持续"保温"营销案例解析

第四节 真空保温杯市场营销策略分析

第六章 2008-2010年中国不锈钢及类似日用金属制品制造行业主要数据监测分析

第一节 2008-2010年中国不锈钢及类似日用金属制品制造行业总体数据分析

一、2008年中国不锈钢及类似日用金属制品制造行业全部企业数据分析

二、2009年中国不锈钢及类似日用金属制品制造行业全部企业数据分析

三、2010年中国不锈钢及类似日用金属制品制造行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国不锈钢及类似日用金属制品制造行业不同规模企业数据分析

一、2008年中国不锈钢及类似日用金属制品制造行业不同规模企业数据分析

二、2009年中国不锈钢及类似日用金属制品制造行业不同规模企业数据分析

三、2010年中国不锈钢及类似日用金属制品制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国不锈钢及类似日用金属制品制造行业不同所有制企业数据分析

一、2008年中国不锈钢及类似日用金属制品制造行业不同所有制企业数据分析

二、2009年中国不锈钢及类似日用金属制品制造行业不同所有制企业数据分析

三、2010年中国不锈钢及类似日用金属制品制造行业不同所有制企业数据分析

第七章 2010-2011年中国真空保温杯市场竞争格局分析

第一节 2010-2011年中国真空保温杯市场竞争动态分析

一、自力儿童壶抢占中国真空保温杯行业至高点

二、永康差异化开发促产品"增值"

三、本土不锈钢真空保温杯凸显品牌竞争优势

第二节 2010-2011年中国真空保温杯市场竞争力分析

一、品牌竞争分析

二、价格竞争分析

三、营销方式竞争分析

第三节 真空保温杯市场竞争优势分析

一、款式多样造型各异 保温杯既要温暖也要时尚

二、质量与品牌是杯都永康保温杯产业制胜法宝

第四节 2011-2015年中国真空保温杯行业竞争趋势分析

第八章 2010-2011年世界品牌真空保温杯在华营运情况分析

第一节 膳魔师THERMOS

一、公司概况

二、在华市场销售情况

三、品牌竞争力分析

四、国际化发展战略分析

第二节 虎牌Tiger

一、公司概况

二、在华市场销售情况

三、品牌竞争力分析

四、国际化发展战略分析

第三节 象印真空保温杯

一、公司概况

二、在华市场销售情况

三、品牌竞争力分析

四、国际化发展战略分析

第九章 2010-2011年中国真空保温杯优势生产企业竞争力分析

第一节 南龙集团有限公司（翔龙）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 雄泰集团有限公司（永康）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 浙江哈尔斯工贸有限公司（哈尔斯Haers）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

七、哈尔斯成行业标志性品牌

第四节 浙江永康（集团）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 万事达集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 浙江林炎集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 浙江美特投资实业集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 浙江蓝宇不锈钢制品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 嘉兴市华鼎日用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 浙江科华金属制品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

- 三、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十章 2010-2011年中国不锈钢行业运行形势分析

第一节 2010-2011年中国不锈钢产业发展综述

- 一、中国不锈钢产业整体概况
- 二、不锈钢行业先进产能比重大幅提升
- 三、我国不锈钢市场消费特点
- 四、不锈钢产业链的特征解析

第二节 2010-2011年中国不锈钢行业技术发展状况

- 一、不锈钢行业重点技术
- 二、不锈钢技术工艺进展迅速
- 三、不锈钢铸造技术差距及解决措施

第三节 2010-2011年中国不锈钢流通环节分析

- 一、不锈钢流通渠道概述
- 二、中国不锈钢流通市场的特征
- 三、不锈钢流通市场格局及展望
- 四、中国不锈钢流通渠道研究
- 五、不锈钢流通商盈利模式分析
- 六、国产份额扩大冲击进口不锈钢流通市场

第四节 2010-2011年中国不锈钢品牌发展分析

- 一、国内不锈钢行业步入品牌竞争阶段
- 二、品牌竞争将推动不锈钢产业水平提升
- 三、不锈钢品牌必备要素
- 四、宝钢铸造不锈钢品牌的优势探讨

第五节 2010-2011年中国不锈钢行业存在的问题及对策

- 一、不锈钢行业亟待解决的问题
- 二、不锈钢行业面临的任务
- 三、通向不锈钢强国的发展路径

第六节 2010-2011年中国不锈钢行业反倾销案例分析

第十一章 2011-2015年中国真空保温杯行业发展前景与投资预测分析

第一节 2011-2015年中国真空保温杯行业发展前景分析

第二节 2011-2015年中国真空保温杯行业发展趋势分析

一、真空保温杯的流行趋势分析

二、真空保温杯产业的发展方向

三、真空保温杯技术的创新趋势

第三节 2011-2015年中国真空保温杯行业市场预测分析

一、国内市场供需形势预测分析

二、进出口贸易态势预测分析

第四节 2011-2015年中国真空保温杯行业投资机会分析

第五节 2011-2015年中国真空保温杯行业投资风险分析

第六节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年国内生产总值

图表：2005-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年国家外汇储备

图表：2005-2010年财政收入

图表：2005-2010年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：南龙集团有限公司主要经济指标走势图

图表：南龙集团有限公司经营收入走势图

图表：南龙集团有限公司盈利指标走势图

图表：南龙集团有限公司负债情况图

图表：南龙集团有限公司负债指标走势图

图表：南龙集团有限公司运营能力指标走势图

图表：南龙集团有限公司成长能力指标走势图

图表：雄泰集团有限公司主要经济指标走势图

图表：雄泰集团有限公司经营收入走势图

图表：雄泰集团有限公司盈利指标走势图

图表：雄泰集团有限公司负债情况图

图表：雄泰集团有限公司负债指标走势图

图表：雄泰集团有限公司运营能力指标走势图

图表：雄泰集团有限公司成长能力指标走势图

图表：浙江哈尔斯工贸有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江哈尔斯工贸有限公司经营收入走势图

图表：浙江哈尔斯工贸有限公司盈利指标走势图

图表：浙江哈尔斯工贸有限公司负债情况图

图表：浙江哈尔斯工贸有限公司负债指标走势图

图表：浙江哈尔斯工贸有限公司运营能力指标走势图

图表：浙江哈尔斯工贸有限公司成长能力指标走势图

图表：浙江保康（集团）有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江保康（集团）有限公司经营收入走势图

图表：浙江保康（集团）有限公司盈利指标走势图

图表：浙江保康（集团）有限公司负债情况图

图表：浙江保康（集团）有限公司负债指标走势图

图表：浙江保康（集团）有限公司运营能力指标走势图

图表：浙江保康（集团）有限公司成长能力指标走势图

图表：万事达集团有限公司主要经济指标走势图

图表：万事达集团有限公司经营收入走势图

图表：万事达集团有限公司盈利指标走势图

图表：万事达集团有限公司负债情况图

图表：万事达集团有限公司负债指标走势图

图表：万事达集团有限公司运营能力指标走势图

图表：万事达集团有限公司成长能力指标走势图

图表：浙江林炎集团有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江林炎集团有限公司经营收入走势图

图表：浙江林炎集团有限公司盈利指标走势图

图表：浙江林炎集团有限公司负债情况图

图表：浙江林炎集团有限公司负债指标走势图

图表：浙江林炎集团有限公司运营能力指标走势图

图表：浙江林炎集团有限公司成长能力指标走势图

图表：浙江科华金属制品有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江科华金属制品有限公司经营收入走势图

图表：浙江科华金属制品有限公司盈利指标走势图

图表：浙江科华金属制品有限公司负债情况图

图表：浙江科华金属制品有限公司负债指标走势图

图表：浙江科华金属制品有限公司运营能力指标走势图

图表：浙江科华金属制品有限公司成长能力指标走势图

图表：浙江美特投资实业集团有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江美特投资实业集团有限公司经营收入走势图

图表：浙江美特投资实业集团有限公司盈利指标走势图

图表：浙江美特投资实业集团有限公司负债情况图

图表：浙江美特投资实业集团有限公司负债指标走势图

图表：浙江美特投资实业集团有限公司运营能力指标走势图

图表：浙江美特投资实业集团有限公司成长能力指标走势图

图表：浙江蓝宇不锈钢制品有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江蓝宇不锈钢制品有限公司经营收入走势图

图表：浙江蓝宇不锈钢制品有限公司盈利指标走势图

图表：浙江蓝宇不锈钢制品有限公司负债情况图

图表：浙江蓝宇不锈钢制品有限公司负债指标走势图

图表：浙江蓝宇不锈钢制品有限公司运营能力指标走势图

图表：浙江蓝宇不锈钢制品有限公司成长能力指标走势图

图表：嘉兴市华鼎日用品有限公司主要经济指标走势图

图表：嘉兴市华鼎日用品有限公司经营收入走势图

图表：嘉兴市华鼎日用品有限公司盈利指标走势图

图表：嘉兴市华鼎日用品有限公司负债情况图

图表：嘉兴市华鼎日用品有限公司负债指标走势图

图表：嘉兴市华鼎日用品有限公司运营能力指标走势图

图表：嘉兴市华鼎日用品有限公司成长能力指标走势图

通过《2011-2015年中国真空保温杯市场运营态势与投资发展趋势报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展

提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/180910.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）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专业提供投资咨询报告、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。