

2009-2010年中国空气净化 器行业市场研究及投资发展预测报告

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

《2009-2010年中国空气净化器行业市场研究及投资发展预测报告》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/200906/18018.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

第一章 2008-2009年中国空气净化器行业市场发展环境分析

一、2008-2009年中国经济发展环境分析

(一) 2009年第一季度中国宏观经济运行情况

(二) 全球金融危机对中国产业格局影响

(三) 中国应对金融危机的措施

二、2008-2009年中国空气净化器市场政策环境分析

(一) 行业政策

(二) 相关行业政策

(三) 法律法规

(四) 空气净化器呼吁政策扶持

三、2008-2009年中国空气净化器市场社会环境分析

(一) 大气污染严重

(二) 人们对消费观念明显改观

第二章 2008-2009年全球空气净化器行业整体运营状况分析

一、2008-2009年全球空气净化器行业市场发展格局

(一) 全球空气净化器市场特征分析

(二) 全球主要空气净化器品牌综述

(三) 全球空气净化器市场动态分析

(四) 全球主要国家空气净化器普及情况

二、2008-2009年全球空气净化器品牌主要国家分析

(一) 美国家用空气净化器市场透析

(二) 日本家用空气净化器市场简析

(三) 欧洲家用空气净化器市场探析

三、2009-2012年全球空气净化器行业发展趋势分析

第三章 2008-2009年中国空气净化器行业市场运行态势剖析

一、2008-2009年中国空气净化器市场动态分析

(一) 新品空调绽放新姿

(二) 家装引发空气净化器提前热销

(三) 空气净化器厂商克隆“家电下乡”模式

二、2008-2009年中国空气净化器市场现状综述

- (一) 空气净化器运行特点分析
- (二) 空气净化器类环境电器酝酿洗牌
- (三) 空气净化器企业生产规模及区域分布

三、2008-2009年中国空气净化器技术动态

- (一) 纳米光催化空气净化技术
- (二) 三洋电机开辟电解水技术净化空气新局面

四、2008-2009年中国空气净化器市场存在的问题

第四章 2008-2009年中国空气净化器细分市场运营态势分析

一、2008-2009年空气净化器市场整体态势简述

二、2008-2009年中国空气净化器供需分析

- (一) 市场产量分析
- (二) 影响市场供给的因素分析

三、2008-2009年中国空气净化器市场需求情况分析

- (一) 家用空气净化器市场分析
- (二) 车用空气净化器市场分析

四、影响空气净化器市场供需关系主要因素分析

五、2008-2009年空气净化器市场细分领域分析

- (一) 过滤吸附型
- (二) 静电集尘型
- (三) 光触媒型
- (四) 负离子型
- (五) 臭氧型

六、2008-2009年中国空气净化器市场价格分析

第五章 2008-2009年中国空气净化器行业市场销售渠道运行态势分析

一、2008-2009年中国空气净化器行业市场销售渠道特点

- (一) 垂直层次代理为主的渠道结构
- (二) 区域商场为主渠道终端
- (三) 公司直营制的混合渠道结构

二、中国空气净化器企业主要渠道模式分析

- (一) 区域代理
- (二) 买断品牌
- (三) 特许经营

三、2008-2009年中国空气净化器行业市场销售渠道分类

- (一) 大型商场专柜
- (二) 零售卖场超市
- (三) 中小型专卖店
- (四) 流通批发市场

四、2008-2009年空气净化器市场营销策略分析

- (一) 品牌定位准确
- (二) 目标市场进行价格覆盖
- (三) 市场传播渠道及方式
- (四) 呈现清晰卖点

第六章 2008-2009年中国空气净化器市场消费调查

一、消费者对空气加湿器认知情况调查分析

- (一) 消费者对空气加湿器认知渠道调查分析
- (二) 消费者对空气加湿器关注度消费调查分析
- (三) 空气净化器品牌认知情况

二、中国空气净化器消费者研究

- (一) 2008年消费者空气净化器消费品牌构成
- (二) 空气净化器产品购买时间分布情况
- (三) 消费者对空气净化器功能使用及评价
- (四) 空气净化器现实消费者特征
- (五) 空气净化器产品购买考虑因素及重视程度
- (六) 空气净化器产品购买价格及价格期望
- (七) 需要改进的功能

三、影响消费者购买空气净化器的因素分析

- (一) 功能
- (二) 质量
- (三) 价格
- (四) 产品设计

第七章 2008-2009年中国空气净化器市场竞争格局透析

一、2008-2009年中国空气净化器行业竞争现状

- (一) 品牌竞争分析
- (二) 价格竞争分析

（三）营销渠道竞争分析

二、2008-2009年中国空气净化器市场竞争格局

（一）国内空气净化器市场竞争加剧

（二）国外品牌产品抢滩中国市场

（三）空气净化器产品与同类型产品竞争分析

三、2009-2012年中国空气净化器行业竞争趋势分析

第八章 全球空气净化器重点品牌分析

一、日立HITACHI

二、夏普SHARP

三、瑞宝Blueair

四、伊莱克斯

五、松下

第九章 中国空气净化器行业重点企业分析

一、青岛三进电子有限公司

（一）企业概况

（二）企业财务分析

二、北京亚都科技股份有限公司

（一）企业概况

（二）企业财务分析

三、飞达士室内质控（苏州）有限公司

（一）企业概况

（二）企业财务分析

四、友隆电器工业(深圳)有限公司

（一）企业概况

（二）企业财务分析

五、上海新技电子有限公司

（一）企业概况

（二）企业财务分析

六、北京同方洁净技术有限公司

（一）企业概况

（二）企业财务分析

七、青岛嘉年华环保设备有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务分析

八、上海科林环保工程技术有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务分析

九、宁波市镇海远大机电制造有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务分析

十、厦门奥得奥空气净化系统有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务分析

第十章 2009-2012年中国空气净化器行业发展及投资分析

一、2009-2012年中国空气净化器行业发展前景分析

(一) 空气市场潜力巨大

(二) 空气净化器成市场新宠

二、2009-2012年中国空气净化器行业发展趋势分析

(一) 空气净化器市场发展趋势

(二) 空气净化器技术趋势分析

(三) 空气净化器设计趋势分析

(四) 汽车空气净化器的市场演变趋势

三、2009-2012年中国空气净化器行业市场预测分析

四、2009-2012年中国空气净化器行业投资分析

(一) 中国空气净化器行业投资环境分析

(二) 中国空气净化器行业投资机会分析

(三) 中国空气净化器行业投资风险分析

图表目录 (部分) :

图表 : 2007-2009年国内生产总值实际增长率 (当季)

图表 : 2007-2009年三大产业增加值增长率 (累计)

图表 : 2007-2009年工业增加值增长率 (当月)

图表 : 2007-2009年城镇投资和房地产开发投资增速反弹

图表 : 2007-2009年社会消费品零售总额增长率

图表：2007-2009年居民消费价格指数与工业品出厂价格指数走势图

图表：2007-2009年进出口总值增长走势图

图表：2007-2009年货币供应量增长走势图

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200906/18018.html>