

中国加湿器市场消费监测与营销战略 研究报告（2011-2015年）

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

《中国加湿器市场消费监测与营销战略研究报告（2011-2015年）》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/201104/64909.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

空气干燥会引起人们诸多不适，如皮肤干燥，咳嗽，眼睛干涩等，所以目前气候干燥的北方加湿器的使用比较普及，然而局部的干燥环境下也需要使用加湿器，比如空调房内。而现在几乎所有的场所都有着空调的使用，家庭、办公室、学校、酒店、宾馆、商场、健身房、美容院、浴房、医院等场所，所以，加湿器的使用范围几乎不受限制。

经过数年的市场引导,加湿器行业已经做的有一定规模,当加湿器一旦由奢侈品变为一般消费品,在北方甚至成为必备品时,其行业已经足够引起关注了,目前加湿器户均拥有率在加湿器最成熟的北京仅占2-3%,全国年销量总和是日本的10%,欧美的1%,中国北方市场每年销量自然增长率接近100%!

《中国加湿器市场消费监测与营销战略研究报告（2011-2015年）》依托多年对加湿器行业的研究，结合行业历年供需关系变化规律，对行业内的企业群体进行了深入的调查与研究，采用定量及定性的科学研究方法撰写而成。

《中国加湿器市场消费监测与营销战略研究报告（2011-2015年）》对我国加湿器的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对加湿器行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

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，银行采集数据、税务部门采集数据、证券交易采集数据，商务部采集数据以及经济信息中心各类市场监测数据库。

第一章 加湿器产业相关概述

第一节 加湿器基础概述

一、加湿器原理

二、加湿器性能与指标

三、加湿器应用

第二节 加湿器分类

一、超声波加湿器

二、纯净型加湿器

三、电加热式加湿器

第三节 超声波加湿器与电加热式加湿器的比较

第二章2010-2011年全球加湿器行业发展现状分析

第一节2010-2011年全球加湿器行业运行分析

一、全球加湿器技术应用现状

二、全球加湿器价格分析

三、全球加湿器市场分析

第二节2010-2011年全球主要国家加湿器市场分析

一、美国加湿器市场分析

二、德国加湿器市场分析

三、英国加湿器市场分析

四、法国加湿器市场分析

五、日本加湿器市场分析

第三节 2011-2015年世界加湿器产业发展趋势分析

第三章 2010-2011年中国加湿器产业运行环境分析

第一节2010-2011年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

七、存贷款利率变化

八、财政收支状况

第二节 2010-2011年中国加湿器产业政策环境分析

一、加湿器产业标准分析

二、加湿器政策分析

三、进出口政策分析

第三节 2010-2011年中国加湿器产业社会环境分析

一、居民消费观念

二、人们生活品质的提高

三、部分地区空气污染指数

第四章2010-2011年中国加湿器行业运行形势分析

第一节 2010-2011年中国加湿器行业运行综述

一、加湿器特点分析

二、加湿器产品新建及扩建项目

三、加湿器市场品牌分析

第二节 2010-2011年中国加湿器价格发展情况分析

一、加湿器价格回顾

二、影响价格的因素分析

三、2010-2011年价格走势分析

第三节 2010-2011年中国加湿器行业发展存在问题分析

第五章 2010-2011年中国加湿器行业市场运行动态分析

第一节 2010-2011年中国加湿器行业市场供需情况分析

一、2010-2011年市场供给情况分析

二、2010-2011年产品需求分析

三、加湿器市场需求特点分析

第二节 2010-2011年中国加湿器行业市场运行动态分析

一、小家电加湿器昆明市场迅速走俏

二、加湿器内外兼修健康概念为主

三、美的加湿器引领家电销售浪潮

第三节 2010年中国加湿器行业市场销售情况分析

第六章 2006-2010年中国加湿器制造行业主要数据监测分析（3952）

第一节 2006-2010年11月份中国加湿器制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2010年11月份中国加湿器制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2006-2010年11月份中国加湿器制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节2006-2010年11月份中国加湿器制造行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节2006-2010年11月份中国加湿器制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第七章 2006-2009年中国空气增湿器及减湿器进出口数据监测分析（84798920）

第一节 2006-2009年中国空气增湿器及减湿器进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节 2006-2009年中国空气增湿器及减湿器出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2006-2009年中国空气增湿器及减湿器进出口平均单价分析

第四节 2006-2009年中国空气增湿器及减湿器进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第八章2010-2011年中国加湿器消费群体与客户满意度调研

第一节2010-2011年中国加湿器品牌消费偏好调查

一、消费者对加湿器品牌的首要认知渠道调查

二、消费者对加湿器产品的品牌偏好调查

三、消费者对加湿器品牌忠诚度调查

第二节2010-2011年中国加湿器不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格影响程度

二、购买类型的调查

三、广告的影响程度

四、包装的影响程度

第三节 2010-2011年消费群体对加湿器品牌产品的建议

一、产品设计

二、价位布局

三、供货方式

第九章2010-2011年中国加湿器行业市场竞争格局分析

第一节2010-2011年中国加湿器行业竞争现状分析

一、技术竞争领跑

二、品牌竞争突出

三、价格竞争激烈

第二节2010-2011年中国加湿器行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第三节 2010-2011年中国加湿器企业提升竞争力策略分析

第十章2010-2011年中国重点加湿器生产企业运营财务状况分析

第一节 广东美的电器股份有限公司（美的）

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

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 珠海格力电器股份有限公司（格力GREE）

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

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 北京亚都室内环保科技有限公司（亚都）

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

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 万利达集团有限公司（万利达）

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

第五节 浙江奔腾电器股份有限公司（奔腾POVOS）

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

第六节 河南新飞电器有限公司（新飞）

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

第七节 中山市龙的电器实业有限公司（龙的LONGDE）

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

第八节 珠海经济特区飞利浦家庭电器有限公司（飞利浦）

- 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

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 蒙特空气处理设备（北京）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

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 青岛雾海加湿设备有限公司

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

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一章 2011-2015年中国加湿器行业发展趋势分析

第一节 2011-2015年中国小家电行业发展前景分析

一、未来小家电的发展趋势

二、小家电产品发展的两种趋向

三、小家电市场透出诱人前景

四、中国小家电市场潜力巨大

第二节 2011-2015年中国加湿器市场发展前景分析

一、市场需求扩大

二、市场营销多样化

三、品牌集中度将提高

四、产品种类日益丰富市场前景看好

第三节 2011-2015年中国加湿器技术发展趋势分析

一、高新技术

二、节能技术

第四节 2011-2015年中国加湿器市场进出口预测分析

第十二章2011-2015年中国加湿器产业投资前景预测分析

第一节2010-2011年中国加湿器产业投资环境分析

第二节2011-2015年中国加湿器产业投资机会分析

一、市场吸引力分析

二、投资潜力分析

第三节2011-2015年中国加湿器产业风险分析

一、市场竞争风险分析

二、政策风险分析

三、其它风险分析

第四节 专家投资建议

图表目录：

图表：2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010年一季度中国三产业增加值结构图

图表：2008-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2000-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表：2005-2010年我国社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2009年我国财政收入支出走势图

图表：2009年1月-2010年4月人民币兑美元汇率中间价

图表：2010年4月人民币汇率中间价对照表

图表：2009年1月-2010年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009年1月-2010年3月中国货币供应量的增速走势图

图表：2001-2009年中国外汇储备走势图

图表：2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表：2008年12月23日人民币利率调整表

图表：2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2009年中国就业人数走势图

图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：1978-2009年中国城镇化率走势图

图表：2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2006-2010年11月份中国加湿器制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年11月份中国加湿器制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年11月份中国加湿器制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2006-2010年11月份中国加湿器制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2010年中国加湿器制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2010年中国加湿器制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2010年中国加湿器制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2010年中国加湿器制造行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表：2006-2010年11月份中国加湿器制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国加湿器制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国加湿器制造出口交货值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国加湿器制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国加湿器制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国加湿器制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国加湿器制造行业主要盈利能力指标分析

图表：2006-2009年中国空气增湿器及减湿器进口数量分析

图表：2006-2009年中国空气增湿器及减湿器进口金额分析

图表：2006-2009年中国空气增湿器及减湿器出口数量分析

图表：2006-2009年中国空气增湿器及减湿器出口金额分析

图表：2006-2009年中国空气增湿器及减湿器进出口平均单价分析

图表：2006-2009年中国空气增湿器及减湿器进口国家及地区分析

图表：2006-2009年中国空气增湿器及减湿器出口国家及地区分析

图表：广东美的电器股份有限公司主要经济指标走势图

图表：广东美的电器股份有限公司经营收入走势图

图表：广东美的电器股份有限公司盈利指标走势图

图表：广东美的电器股份有限公司负债情况图

图表：广东美的电器股份有限公司负债指标走势图

图表：广东美的电器股份有限公司运营能力指标走势图

图表：广东美的电器股份有限公司成长能力指标走势图

图表：珠海格力电器股份有限公司主要经济指标走势图

图表：珠海格力电器股份有限公司经营收入走势图

图表：珠海格力电器股份有限公司盈利指标走势图

图表：珠海格力电器股份有限公司负债情况图

图表：珠海格力电器股份有限公司负债指标走势图

图表：珠海格力电器股份有限公司运营能力指标走势图

图表：珠海格力电器股份有限公司成长能力指标走势图

图表：北京亚都室内环保科技有限公司主要经济指标走势图

图表：北京亚都室内环保科技有限公司经营收入走势图

图表：北京亚都室内环保科技有限公司盈利指标走势图

图表：北京亚都室内环保科技有限公司负债情况图

图表：北京亚都室内环保科技有限公司负债指标走势图

图表：北京亚都室内环保科技有限公司运营能力指标走势图

图表：北京亚都室内环保科技有限公司成长能力指标走势图

图表：万利达集团有限公司主要经济指标走势图

图表：万利达集团有限公司经营收入走势图

图表：万利达集团有限公司盈利指标走势图

图表：万利达集团有限公司负债情况图

图表：万利达集团有限公司负债指标走势图

图表：万利达集团有限公司运营能力指标走势图

图表：万利达集团有限公司成长能力指标走势图

图表：浙江奔腾电器股份有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江奔腾电器股份有限公司经营收入走势图

图表：浙江奔腾电器股份有限公司盈利指标走势图

图表：浙江奔腾电器股份有限公司负债情况图

图表：浙江奔腾电器股份有限公司负债指标走势图

图表：浙江奔腾电器股份有限公司运营能力指标走势图

图表：浙江奔腾电器股份有限公司成长能力指标走势图

图表：河南新飞电器有限公司主要经济指标走势图

图表：河南新飞电器有限公司经营收入走势图

图表：河南新飞电器有限公司盈利指标走势图

图表：河南新飞电器有限公司负债情况图

图表：河南新飞电器有限公司负债指标走势图

图表：河南新飞电器有限公司运营能力指标走势图

图表：河南新飞电器有限公司成长能力指标走势图

图表：中山市龙的电器实业有限公司主要经济指标走势图

图表：中山市龙的电器实业有限公司经营收入走势图

图表：中山市龙的电器实业有限公司盈利指标走势图

图表：中山市龙的电器实业有限公司负债情况图

图表：中山市龙的电器实业有限公司负债指标走势图

图表：中山市龙的电器实业有限公司运营能力指标走势图

图表：中山市龙的电器实业有限公司成长能力指标走势图

图表：珠海经济特区飞利浦家庭电器有限公司主要经济指标走势图

图表：珠海经济特区飞利浦家庭电器有限公司经营收入走势图

图表：珠海经济特区飞利浦家庭电器有限公司盈利指标走势图

图表：珠海经济特区飞利浦家庭电器有限公司负债情况图

图表：珠海经济特区飞利浦家庭电器有限公司负债指标走势图

图表：珠海经济特区飞利浦家庭电器有限公司运营能力指标走势图

图表：珠海经济特区飞利浦家庭电器有限公司成长能力指标走势图

图表：蒙特空气处理设备（北京）有限公司主要经济指标走势图

图表：蒙特空气处理设备（北京）有限公司经营收入走势图

图表：蒙特空气处理设备（北京）有限公司盈利指标走势图

图表：蒙特空气处理设备（北京）有限公司负债情况图

图表：蒙特空气处理设备（北京）有限公司负债指标走势图

图表：蒙特空气处理设备（北京）有限公司运营能力指标走势图

图表：蒙特空气处理设备（北京）有限公司成长能力指标走势图

图表：青岛雾海加湿设备有限公司主要经济指标走势图

图表：青岛雾海加湿设备有限公司经营收入走势图

图表：青岛雾海加湿设备有限公司盈利指标走势图

图表：青岛雾海加湿设备有限公司负债情况图

图表：青岛雾海加湿设备有限公司负债指标走势图

图表：青岛雾海加湿设备有限公司运营能力指标走势图

图表：青岛雾海加湿设备有限公司成长能力指标走势图

图表：2011-2015年中国加湿器市场进出口预测分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201104/64909.html>