



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年减湿器行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年减湿器行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/125523.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

减湿器是使湿空气的湿含量减低的设备。可将空气与水喷嘴接触，水温须低于进入空气的露点，使空气中的水蒸气能部分冷凝而除去。可应用与空气调湿器相像的喷雾室，只是不需要第一组翅片加热器。或可将空气吹过许多金属翅管排，管内通以冷水，管壁的表面温度须低于空气的露点，使空气中的水蒸气能在管的表面上部分冷凝而除去。2008年，中国小家电产业既保持了同比13.4%的增长势头，同时又面临着内外部环境的变化。上半年遭遇原材料和劳动力成本上升、贷款困难以及人民币升值导致海外订单流失等诸多磨难。下半年又猝然遭遇全球金融海啸。目前，国际金融危机还在蔓延，对我国经济的影响还在加深，前景不容乐观，中国小家电产业面临着前所未有的竞争和挑战。在危机和挑战面前，产品多元化成为各家电厂商竞相采取的竞争策略，利润相对丰厚的小家电领域自然成为众多电厂商投资的新热点，小家电市场的竞争也随之愈演愈烈。在宏观经济形势和产业环境发生重大变化的情况下，既要看到困难，更要抓住机遇：中国政府4万亿人民币的进一步扩大内需、促进经济增长的十项举措，必将带动各项产业应用的深化；"家电下乡"又更为直接的将需求引向广阔的农村市场，必将推动小家电渠道的进一步延伸；《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十一个五年规划的建议》提出家电产业必须通过提高自主创新能力增强的国际竞争力，为小家电产业发展指引了明确的发展方向，也会拉动产业的进一步升级。小家电行业增长前景广阔，我国小家电行业呈现出口占主导，内销迅速增长的态势。我国家庭平均拥有小家电数量不到10件，远低于欧美国家每户20-30件的水平。随着人们生活水平的提高和对小家电产品的日益重视，各种个性化的小家电产品将不断丰富以满足人们不断增长的需求。目前国内大部分小家电产品普及率仍较低，处于市场导入期。由于小家电产品价格远低于大家电产品，购买者对其价格敏感性较低，同时小家电的生命周期一般只有3年至5年，产品更新换代速度较快，消费者对小家电有持续的换购需求。在普及率不断提高及更新换代的推动下，小家电产品销量有望稳定增长，预计未来几年小家电行业销量将持续增长。2009年小家电行业机遇与挑战并存，领先的研发设计、持续的创新升级能力是小家电企业的核心竞争力。龙头企业有望凭借自身资金、技术和品牌优势度过寒冬，迎来新的发展阶段。企业通过延伸产品线，突破规模瓶颈，成为具有国际竞争力的行业龙头。

在品牌决定市场的时代，居民消费更加倾向品牌化，优秀品牌的产品无论在技术水平、工艺装备还是售后服务上均有良好保障。虽然小家电经过20余年的发展已具备相当的产业规模，产业链也相对完整，但在品牌集中、管理模式改进等方面，依然是瓶颈难破。在厨卫小家电市场中，大部分消费者都会选择知名度较高和售后服务较好的品牌，消费意愿主要集中在华帝、美的、苏泊尔、海尔等知名品牌。在家居和个人护理小家电市场上，一、二级城市居民仍倾向于国际知名品牌如飞利浦、松下等；三四级城市以中低价位的国产品牌为主。总之

，消费者对于小家电的品牌倾向已经非常明显，品牌忠诚度有显著的提高，随着小家电市场的逐渐成熟，品牌的不断集中，品牌需求的分层将逐渐弱化。随着人们生活水平的提高，多种功能的复合型家电正在引领小家电市场新潮流，多功能、智能化、节能化将成为小家电的主要发展趋势。复合型小家电之所以在市场上大行其道，是因为随着生活水平的提高和生活节奏的加快，消费者更加追求健康、时尚、便捷；其次，复合型小家电能为居住环境节省不少空间。2008年，形形色色、个头不大的小家电功能日益强大，会做蛋糕的电饭煲；集合加湿、空气过滤、抑制细菌多种功能的加湿器；可以人机对话、远程遥控的水热水器等等。融合的风头在小家电上表现更加明显。人们对家电产品的每项功能都会有更高的要求，这都需要企业在产品的主功能上下更多的工夫，做得更精，其他的附属功能应该是对主功能起到辅助和增强的作用。目前消费者在选购小家电的时候，二、三级市场消费者把品牌列为次要的因素，而大中城市市场消费者所首要考虑的仍是品牌知名度。二、三级市场的消费者由于消费水平的制约更多的是关注产品的价格和质量有保障。随着人们生活水平的提高，价格因素将不再是大多数消费者购买商品所要考虑的首要因素，对家电的外观设计、个性化功能的要求也日渐明显，人们对于小家电产品的价格期望也发生了改变。对于消费者来说都喜欢物美价廉的产品，但价格和价值是成正比的，这就要求生产厂商进行有效的成本管理，将更多的价值转嫁于消费者。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家经济信息中心、全国商业信息中心、中国家电协会、中国轻工业协会、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国减湿器行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区减湿器市场的发展状况、减湿器消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国减湿器市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对减湿器未来发展趋势进行了研判，是减湿器生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前减湿器行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 减湿器行业发展概述

第一节 减湿器定义及分类

一、减湿器的定义

二、减湿器的种类

三、减湿器的特性

第二节 减湿器产业链分析

一、行业经济特性

二、主要细分行业

三、产业链结构分析

第三节 减湿器行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球减湿器市场发展分析

第一节 2008年全球减湿器市场分析

一、2008年全球减湿器市场回顾

二、2008年全球减湿器市场环境

三、2008年全球减湿器产销分析

四、2008年全球减湿器技术分析

第二节 2009年全球减湿器市场分析

一、2009年全球减湿器需求分析

二、2009年欧美减湿器需求分析

三、2009年全球减湿器产销分析

四、2009年中外减湿器市场对比

第三节 主要国家地区减湿器市场分析

一、2008-2009年美国减湿器市场分析

二、2008-2009年欧洲减湿器市场分析

三、2008-2009年日本减湿器市场分析

四、2008-2009年韩国减湿器市场分析

五、2008-2009年其他国家减湿器市场

第三章 我国减湿器行业发展现状

第一节 我国减湿器行业发展现状

一、减湿器行业品牌发展现状

二、减湿器行业消费市场现状

三、减湿器市场消费层次分析

四、我国减湿器市场走向分析

第二节 2007-2009年减湿器业发展情况分析

一、2007年减湿器行业发展情况分析

二、2008年减湿器行业发展情况分析

三、2009年减湿器行业发展特点分析

四、2009年1-5月减湿器行业发展情况

第三节 2008-2009年减湿器行业运行分析

一、2008-2009年减湿器业产销存运行分析

二、2008-2009年减湿器行业利润情况分析

三、2008-2009年减湿器行业发展周期分析

四、2009-2012年减湿器行业发展机遇分析

五、2009-2012年减湿器行业利润增速预测

第四节 对中国减湿器市场的分析及思考

一、减湿器市场特点

二、减湿器市场分析

三、减湿器市场变化的方向

四、中国减湿器产业发展的新思路

五、对中国减湿器产业发展的思考

第四章 我国减湿器市场发展研究

第一节 2008年我国减湿器市场发展研究

一、2008年1季度我国减湿器市场研究

二、2008年2季度我国减湿器市场研究

三、2008年3季度我国减湿器市场研究

四、2008年4季度我国减湿器市场研究

第二节 2009年我国减湿器市场情况

一、2009年1-5月我国减湿器产销情况

二、2009年1-5月我国减湿器市场价格情况

三、2009年1-5月重点城市减湿器市场发展情况

四、2009年1-5月我国减湿器市场发展情况

第三节 2009年我国减湿器市场结构和价格走势分析

- 一、2009年Q1我国减湿器市场结构和价格走势概述
- 二、2009年Q1我国减湿器市场结构分析
- 三、2009年Q1我国减湿器市场价格走势分析
- 四、2009年1-5月我国减湿器市场结构和价格走势概述
- 五、2009年1-5月我国减湿器市场结构分析
- 六、2009年1-5月我国减湿器市场价格走势分析
- 第四节 2009年我国减湿器业市场发展特点分析
 - 一、2009年Q1我国减湿器市场格局特点
 - 二、2009年Q1我国减湿器产品创新特点
 - 三、2009年Q1我国减湿器市场服务特点
 - 四、2009年Q1我国减湿器市场品牌特点

第五章 我国减湿器市场调查分析

第一节 2008年我国减湿器市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、厂商分析

第二节 2009年1季度我国减湿器市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、整体市场调查
- 三、产品关注度调查
- 四、市场价格调查

第三节 2009年4月份中国减湿器市场调查分析

- 一、整体市场关注度
- 二、品牌关注度格局
- 三、产品关注度调查
- 四、不同价位关注度

第四节 2009年5月份中国减湿器市场调查分析

- 一、整体市场关注度
- 二、品牌关注度格局
- 三、产品关注度调查

四、不同价位关注度

第六章 减湿器行业经济运行分析

第一节 2008-2009年减湿器产量分析

一、2008年减湿器产量分析

二、2009年1-5月减湿器产量分析

第二节 2008-2009年减湿器行业主要经济指标分析

一、销售收入前十家企业分析

二、2008年减湿器行业主要经济指标分析

三、2009年1-5月减湿器行业主要经济指标分析

第三节 2008-2009年我国减湿器行业绩效分析

一、2008-2009年行业产销情况

二、2008-2009年行业规模情况

三、2008-2009年行业盈利能力

四、2008-2009年行业经营发展能力

五、2008-2009年行业偿债能力分析

第七章 我国减湿器行业进出口分析

第一节 我国减湿器进口分析

一、2008年进口总量分析

二、2008年进口结构分析

三、2008年进口区域分析

第二节 我国减湿器出口分析

一、2008年出口总量分析

二、2008年出口结构分析

三、2008年出口区域分析

第三节 我国减湿器进出口预测

一、2009年1季度进口分析

二、2009年1季度出口分析

三、2009年减湿器进口预测

四、2009年减湿器出口预测

第八章 减湿器区域市场情况分析

第一节 华北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析

- 三、2008-2009年市场规模情况分析
 - 四、2008-2009年行业竞争格局分析
 - 五、2008-2009年消费者的偏好分析
 - 六、2009-2012年行业发展趋势分析
- #### 第六节 西南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
 - 二、2008-2009年市场需求情况分析
 - 三、2008-2009年市场规模情况分析
 - 四、2008-2009年行业竞争格局分析
 - 五、2008-2009年消费者的偏好分析
 - 六、2009-2012年行业发展趋势分析
- #### 第七节 西北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第九章 中国减湿器行业消费市场分析

第一节 中国减湿器消费者收入分析

- 一、中国人口、人民生活分析
- 二、2008-2009年消费者收入水平
- 三、2009年消费者信心指数分析

第二节 减湿器行业产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 减湿器市场消费需求分析

- 一、减湿器市场的消费需求变化
- 二、减湿器行业的需求情况分析
- 三、2009年减湿器品牌市场消费需求分析

第四节 减湿器消费市场状况分析

一、减湿器行业消费特点

二、减湿器消费者分析

三、减湿器消费结构分析

四、减湿器消费的市场变化

五、减湿器市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第六节 减湿器行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、减湿器行业品牌忠诚度调查

六、减湿器行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第二部分 行业竞争格局

第十章 减湿器行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 中国减湿器行业竞争格局综述

- 一、2008年减湿器行业集中度
- 二、2008年减湿器行业竞争程度
- 三、2008年减湿器企业与品牌数量
- 四、2008年减湿器行业竞争格局分析

第四节 2008-2009年减湿器行业竞争格局分析

- 一、2008-2009年国内外减湿器竞争分析
- 二、2008-2009年我国减湿器市场竞争分析
- 三、2008-2009年我国减湿器市场集中度分析
- 四、2009-2012年国内主要减湿器企业动向
- 五、2009年国内减湿器拟在建项目分析

第十一章 减湿器企业竞争策略分析

第一节 减湿器市场竞争策略分析

- 一、2009年减湿器市场增长潜力分析
- 二、2009年减湿器主要潜力品种分析
- 三、现有减湿器产品竞争策略分析
- 四、潜力减湿器品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 减湿器企业竞争策略分析

- 一、金融危机对减湿器行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后减湿器行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国减湿器市场竞争趋势
- 四、2009-2012年减湿器行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年减湿器行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年减湿器企业竞争策略分析

第十二章 重点减湿器品牌竞争分析

第一节 品牌一

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 品牌二

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 品牌三

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 品牌四

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 品牌五

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 品牌六

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 品牌七

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 品牌八

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第九节 品牌九

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第十节 品牌十

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十三章 减湿器行业发展趋势分析

第一节 我国减湿器行业前景与机遇分析

- 一、我国减湿器行业发展前景
- 二、我国减湿器发展机遇分析
- 三、2009年减湿器的发展机遇分析
- 四、金融危机对减湿器行业的影响分析

第二节 2009-2012年中国减湿器市场趋势分析

- 一、2008-2009年减湿器市场趋势总结
- 二、2009-2012年减湿器发展趋势分析
- 三、2009-2012年减湿器市场发展空间
- 四、2009-2012年减湿器产业政策趋向
- 五、2009-2012年减湿器技术革新趋势
- 六、2009-2012年减湿器价格走势分析
- 七、2009-2012年国际环境对行业的影响

第十四章 未来减湿器行业发展预测

第一节 未来减湿器需求与消费预测

- 一、2009-2012年减湿器产品消费预测
- 二、2009-2012年减湿器市场规模预测
- 三、2009-2012年减湿器行业总产值预测
- 四、2009-2012年减湿器行业销售收入预测
- 五、2009-2012年减湿器行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国减湿器行业供需预测

- 一、2008-2012年中国减湿器供给预测
- 二、2009-2012年中国减湿器产量预测
- 三、2009-2012年中国减湿器需求预测
- 四、2009-2012年中国减湿器供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国减湿器产品价格预测
- 六、2009-2012年主要减湿器产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十五章 减湿器行业投资现状分析

第一节 2008年减湿器行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1-5月减湿器行业投资情况分析

- 一、2009年1-5月总体投资及结构
- 二、2009年1-5月投资规模情况
- 三、2009年1-5月投资增速情况
- 四、2009年1-5月分行业投资分析
- 五、2009年1-5月分地区投资分析
- 六、2009年1-5月外商投资情况

第十六章 减湿器行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年减湿器行业政策环境分析
- 二、2009年国内宏观政策对其影响
- 三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

- 一、国内减湿器技术现状
- 二、2009年减湿器技术发展分析
- 三、2009-2012年减湿器技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2009年社会环境发展分析
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第五节 轻工业振兴规划

- 一、轻工业振兴规划概述
- 二、轻工业振兴规划细则
- 三、轻工业振兴规划主要任务
- 四、轻工业振兴规划主要工程
- 五、轻工业振兴规划主要措施
- 六、轻工业振兴规划的意义与作用
- 七、轻工业振兴规划对减湿器行业的影响

第十七章 减湿器行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2009年相关产业活力系数比较
- 二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2009年相关产业投资收益率比较

二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 减湿器行业投资效益分析

一、2008-2009年减湿器行业投资状况分析

二、2009-2012年减湿器行业投资效益分析

三、2009-2012年减湿器行业投资趋势预测

四、2009-2012年减湿器行业的投资方向

五、2009-2012年减湿器行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响减湿器行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响减湿器行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响减湿器行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响减湿器行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国减湿器行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国减湿器行业发展面临的机遇分析

第五节 减湿器行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年减湿器行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年减湿器行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年减湿器行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年减湿器行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年减湿器行业同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年减湿器行业其他风险及控制策略

第十八章 减湿器行业投资战略研究

第一节 减湿器行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国减湿器品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
 - 二、减湿器实施品牌战略的意义
 - 三、减湿器企业品牌的现状分析
 - 四、我国减湿器企业的品牌战略
 - 五、减湿器品牌战略管理的策略
- ### 第三节 减湿器企业经营管理策略

- 一、成本控制策略
- 二、定价策略
- 三、竞争策略
- 四、并购重组策略
- 五、营销策略
- 六、人力资源
- 七、财务管理
- 八、国际化策略

第四节 减湿器行业投资战略研究

- 一、2009年小家电行业投资战略
- 二、2009年减湿器行业投资战略
- 三、2009-2012年减湿器行业投资战略
- 四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

- 图表：减湿器产业链分析
- 图表：国际减湿器市场规模
- 图表：国际减湿器生命周期
- 图表：2003-2008年中国减湿器行业市场规模
- 图表：2002-2008年全球减湿器产业市场规模
- 图表：2006-2008年减湿器重要数据指标比较
- 图表：2003-2008年中国减湿器行业销售情况分析
- 图表：2003-2008年中国减湿器行业利润情况分析
- 图表：2003-2008年中国减湿器行业资产情况分析
- 图表：2007-2008年减湿器产品进口数量比较
- 图表：2007-2008年减湿器进口金额趋势比较

图表：2007-2008年减湿器进口数量趋势比较

图表：2007-2008年减湿器出口金额趋势比较

图表：2007-2008年减湿器出口数量趋势比较

图表：2008年我国前十位出口减湿器数量省市地区

图表：2008年我国前十位出口减湿器金额省市地区

图表：2007-2008年中国减湿器发展能力分析

图表：2007-2008年中国减湿器竞争力分析

图表：2009-2012年中国减湿器产能预测

图表：2009-2012年中国减湿器消费量预测

图表：2009-2012年中国减湿器市场前景预测

图表：2009-2012年中国减湿器市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国减湿器发展前景预测

图表：2008年1-12月减湿器产量全国合计

图表：2008年1-12月减湿器产量北京市合计

图表：2008年1-12月减湿器产量天津市合计

图表：2008年1-12月减湿器产量河北省合计

图表：2008年1-12月减湿器产量山西省合计

图表：2008年1-12月减湿器产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月减湿器产量吉林省合计

图表：2008年1-12月减湿器产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月减湿器产量上海市合计

图表：2008年1-12月减湿器产量江苏省合计

图表：2008年1-12月减湿器产量浙江省合计

图表：2008年1-12月减湿器产量安徽省合计

图表：2008年1-12月减湿器产量福建省合计

图表：2008年1-12月减湿器产量江西省合计

图表：2008年1-12月减湿器产量山东省合计

图表：2008年1-12月减湿器产量河南省合计

图表：2008年1-12月减湿器产量湖北省合计

图表：2008年1-12月减湿器产量湖南省合计

图表：2008年1-12月减湿器产量广东省合计

图表：2008年1-12月减湿器产量广西区合计

图表：2008年1-12月减湿器产量海南省合计
图表：2008年1-12月减湿器产量重庆市合计
图表：2008年1-12月减湿器产量四川省合计
图表：2008年1-12月减湿器产量贵州省合计
图表：2008年1-12月减湿器产量云南省合计
图表：2008年1-12月减湿器产量陕西省合计
图表：2008年1-12月减湿器产量甘肃省合计
图表：2008年1-12月减湿器产量新疆区合计
图表：2008年1-12月减湿器产量内蒙古合计
图表：2009年1-5月减湿器产量全国合计
图表：2009年1-5月减湿器产量北京市合计
图表：2009年1-5月减湿器产量天津市合计
图表：2009年1-5月减湿器产量河北省合计
图表：2009年1-5月减湿器产量山西省合计
图表：2009年1-5月减湿器产量辽宁省合计
图表：2009年1-5月减湿器产量吉林省合计
图表：2009年1-5月减湿器产量黑龙江合计
图表：2009年1-5月减湿器产量上海市合计
图表：2009年1-5月减湿器产量江苏省合计
图表：2009年1-5月减湿器产量浙江省合计
图表：2009年1-5月减湿器产量安徽省合计
图表：2009年1-5月减湿器产量福建省合计
图表：2009年1-5月减湿器产量江西省合计
图表：2009年1-5月减湿器产量山东省合计
图表：2009年1-5月减湿器产量河南省合计
图表：2009年1-5月减湿器产量湖北省合计
图表：2009年1-5月减湿器产量湖南省合计
图表：2009年1-5月减湿器产量广东省合计
图表：2009年1-5月减湿器产量广西区合计
图表：2009年1-5月减湿器产量海南省合计
图表：2009年1-5月减湿器产量重庆市合计
图表：2009年1-5月减湿器产量四川省合计

图表：2009年1-5月减湿器产量贵州省合计

图表：2009年1-5月减湿器产量云南省合计

图表：2009年1-5月减湿器产量陕西省合计

图表：2009年1-5月减湿器产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月减湿器产量新疆区合计

图表：2009年1-5月减湿器产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月减湿器行业经济指标新疆区合计

图表：2008年2月减湿器行业收入前十家企业

图表：2008年5月减湿器行业收入前十家企业

图表：2008年8月减湿器行业收入前十家企业

图表：2008年11月减湿器行业收入前十家企业

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标全国合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月减湿器行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月减湿器进口数据

图表：2008年1季度减湿器进口数据

图表：2008年1月减湿器进口数据

图表：2008年2月减湿器进口数据

图表：2008年3月减湿器进口数据

图表：2008年2季度减湿器进口数据

图表：2008年4月减湿器进口数据

图表：2008年5月减湿器进口数据

图表：2008年6月减湿器进口数据

图表：2008年3季度减湿器进口数据

图表：2008年7月减湿器进口数据

图表：2008年8月减湿器进口数据

图表：2008年9月减湿器进口数据

图表：2008年4季度减湿器进口数据

图表：2008年10月减湿器进口数据

图表：2008年11月减湿器进口数据

图表：2008年12月减湿器进口数据

图表：2008年1-12月减湿器出口数据

图表：2008年1季度减湿器出口数据

图表：2008年1月减湿器出口数据

图表：2008年2月减湿器出口数据

图表：2008年3月减湿器出口数据

图表：2008年2季度减湿器出口数据

图表：2008年4月减湿器出口数据

图表：2008年5月减湿器出口数据

图表：2008年6月减湿器出口数据

图表：2008年3季度减湿器出口数据

图表：2008年7月减湿器出口数据

图表：2008年8月减湿器出口数据

图表：2008年9月减湿器出口数据

图表：2008年4季度减湿器出口数据

图表：2008年10月减湿器出口数据

图表：2008年11月减湿器出口数据

图表：2008年12月减湿器出口数据

图表：2009年1-5月减湿器进口数据

图表：2009年1季度减湿器进口数据

图表：2009年1月减湿器进口数据

图表：2009年2月减湿器进口数据

图表：2009年3月减湿器进口数据

图表：2009年2季度减湿器进口数据

图表：2009年4月减湿器进口数据

图表：2009年1-5月减湿器出口数据

图表：2009年1季度减湿器出口数据

图表：2009年1月减湿器出口数据

图表：2009年2月减湿器出口数据

图表：2009年3月减湿器出口数据

图表：2009年2季度减湿器出口数据

图表：2009年4月减湿器出口数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/125523.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提供专业投资咨询报告、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。