



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年空气净化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年空气净化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/125627.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

根据各国统计发表的数据显示，截至2009年5月27日上午，全球共有4个国家出现甲型H1N1流感死亡病例，共有100人死亡。此外，50个国家和地区的累计感染人数已升至13745人。墨西哥新增2例死亡病例，该国死亡人数已达85人。此外，墨西哥新增确诊患者265人，智利也新增33人。出现新增确诊病例的国家还有厄瓜多尔、哥伦比亚及日本。新加坡也首次确认了感染病例。截至目前，我国内地已累计报告确诊12例输入性甲型H1N1流感病例。已经有4例治愈出院，正在接受隔离治疗的有8例，均病情平稳。令人"谈虎色变"的恐怖气氛中，一种小家电产品慢慢得到了消费者的关注，那就是具有过滤空气作用和宣称有杀菌功能的空气净化器，因为"猪流感"会通过空气传播，从各国政府、各类企业到消费者都开始非常注重空气质量，购买空气净化器成了他们预防病毒传播的方法之一。空气既是人类赖以生存的必要条件，也是传播疾病的重要媒介。2003年带给人类巨大损失的SARS就是经空气以飞沫为主要的传播途径。在居室当中，适宜的温度和湿度环境更是微生物滋生的温床，因此对空气的灭菌消毒对于防止感冒等疾病的发生具有很重要的意义。由于空气质量越来越引起人们的关注，空气净化器在中国的市场前景看好，这一点不容置疑。

空气净化器具有滤去尘埃、消除异味及有害气体、双重灭菌、释放负离子等功能。它通过电机使室内空气循环流动，被污染的空气通过机内的空气过滤器后将各种污染物清除或吸附，然后经过装在出风口的负离子发生器，将空气不断电离，产生大量负离子，被微风送出，形成负离子气流，达到清洁、净化空气的目的。随着环境污染日益严重，空气源已成为影响人体健康的隐形杀手，特别是近年来SARS、禽流感等病毒来袭，加上许多室内装修和装饰材料的污染，空气质量问题引起了越来越多人的关注，精明的商家早已嗅到了这块市场的价值，国内外各路厂商不遗余力地要挤进空气净化器市场。人类68%的疾病与空气污染有关；世界卫生组织把室内空气污染列为18类致癌物质之首。室内空气污染超过室外5倍；全球污染最严重的20个城市，有16个在中国。调查数据显示，空气净化器在美国的普及率达到27%，日本17%，欧洲42%，韩国70%，而中国却不到0.2%，可见，空气净化器在我国市场还具有非常大的潜力。从最近的经销商拿货情况来看，空气净化器销量确实有较大增长。长期来看，空气净化器在我国的市场前景是较乐观的。

2009年，空气净化器的价格确定因素主要有：在质量和效果达标的前提下，除了适用空间这一重要指标外，一般应以净化效能值和气体去除效能值作为决定性指标，效能值越大，其定价就越高；其次还有循环风量、产品精制程度，静音程度，智能化程度等。零售价格在2000元以下的空气净化器产品是市场的主力军，而这个价位段则主要是国产品牌的天下。进入这一价位段的产品多数功能相对单一，尤其是低于1000元的产品，一般仅具有净化除味

功能，不具备除醛等功能。另外，产品的适用面积多数在30平方米以下。2000-4000元是品牌竞争主战场，这一价格段明显成为空气净化器中外品牌的混战区域，可以看到更多外资品牌的身影，这也是目前市场上外资品牌主推产品的主要价格区间。这一价位段的国产品牌多数具有强大的气体去除功能，适用面积也有所增大；而这一价格段的外资品牌产品适用面积仍然较小。4000元以上价位已不再是外资独揽，4000元以上的高价区域，开始出现国产品牌产品的身影。这些产品无论外观设计，还是性能都更接近同等价位的外资品牌，其中净化率、气体去除率等功能性指标丝毫不逊色于外资产品。

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，对我国空气净化器行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区空气净化器市场的发展状况、空气净化器消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国空气净化器市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对空气净化器未来发展趋势进行了研判，是空气净化器生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前空气净化器行业发展动态，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 空气净化器行业发展概述

第一节 空气净化器定义及分类

一、空气净化器的定义

二、空气净化器的种类

三、空气净化器的特性

第二节 空气净化器产业链分析

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 空气净化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 全球空气净化器市场发展分析

第一节 2008年全球空气净化器市场分析

- 一、2008年全球空气净化器市场回顾
- 二、2008年全球空气净化器市场环境
- 三、2008年全球空气净化器产销分析
- 四、2008年全球空气净化器技术分析

第二节 2009年全球空气净化器市场分析

- 一、2009年全球空气净化器需求分析
- 二、2009年欧美空气净化器需求分析
- 三、2009年全球空气净化器产销分析
- 四、2009年中外空气净化器市场对比

第三节 主要国家地区空气净化器市场分析

- 一、2008-2009年美国空气净化器市场分析
- 二、2008-2009年欧洲空气净化器市场分析
- 三、2008-2009年日本空气净化器市场分析
- 四、2008-2009年韩国空气净化器市场分析
- 五、2008-2009年其他国家空气净化器市场

第三章 我国空气净化器行业发展现状

第一节 我国空气净化器行业发展现状

- 一、空气净化器行业品牌发展现状
- 二、空气净化器行业消费市场现状
- 三、空气净化器市场消费层次分析
- 四、我国空气净化器市场走向分析

第二节 2007-2009年空气净化器业发展情况分析

- 一、2007年空气净化器行业发展情况分析
- 二、2008年空气净化器行业发展情况分析
- 三、2009年空气净化器行业发展特点分析
- 四、2009年1-5月空气净化器行业发展情况

第三节 2008-2009年空气净化器行业运行分析

- 一、2008-2009年空气净化器业产销存运行分析
- 二、2008-2009年空气净化器行业利润情况分析

- 三、2008-2009年空气净化器行业发展周期分析
- 四、2009-2012年空气净化器行业发展机遇分析
- 五、2009-2012年空气净化器行业利润增速预测

第四节 对中国空气净化器市场的分析及思考

- 一、空气净化器市场特点
- 二、空气净化器市场分析
- 三、空气净化器市场变化的方向
- 四、中国空气净化器产业发展的新思路
- 五、对中国空气净化器产业发展的思考

第四章 我国空气净化器市场发展研究

第一节 2008年我国空气净化器市场发展研究

- 一、2008年1季度我国空气净化器市场研究
- 二、2008年2季度我国空气净化器市场研究
- 三、2008年3季度我国空气净化器市场研究
- 四、2008年4季度我国空气净化器市场研究

第二节 2009年我国空气净化器市场情况

- 一、2009年1-5月我国空气净化器产销情况
- 二、2009年1-5月我国空气净化器市场价格情况
- 三、2009年1-5月重点城市空气净化器市场发展情况
- 四、2009年1-5月我国空气净化器市场发展情况

第三节 2009年我国空气净化器市场结构和价格走势分析

- 一、2009年Q1我国空气净化器市场结构和价格走势概述
- 二、2009年Q1我国空气净化器市场结构分析
- 三、2009年Q1我国空气净化器市场价格走势分析
- 四、2009年1-5月我国空气净化器市场结构和价格走势概述
- 五、2009年1-5月我国空气净化器市场结构分析
- 六、2009年1-5月我国空气净化器市场价格走势分析

第四节 2009年我国空气净化器业市场发展特点分析

- 一、2009年Q1我国空气净化器市场格局特点
- 二、2009年Q1我国空气净化器产品创新特点
- 三、2009年Q1我国空气净化器市场服务特点

四、2009年Q1我国空气净化器市场品牌特点

第五章 我国空气净化器市场调查分析

第一节 2008年我国空气净化器市场调查分析

- 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季度我国空气净化器市场调查分析

- 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月份中国空气净化器市场调查分析

- 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月份中国空气净化器市场调查分析

- 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 空气净化器行业经济运行分析

第一节 2008-2009年空气净化器产量分析

- 一、2008年空气净化器产量分析
- 二、2009年1-5月空气净化器产量分析

第二节 2008-2009年空气净化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年空气净化器行业主要经济指标分析
- 三、2009年1-5月空气净化器行业主要经济指标分析

第三节 2008-2009年我国空气净化器行业绩效分析

- 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 我国空气净化器行业进出口分析

第一节 我国空气净化器进口分析

- 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 我国空气净化器出口分析

- 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 我国空气净化器进出口预测

- 一、2009年1季度进口分析
- 二、2009年1季度出口分析
- 三、2009年空气净化器进口预测
- 四、2009年空气净化器出口预测

第八章 空气净化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 中国空气净化器行业消费市场分析

第一节 中国空气净化器消费者收入分析

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 空气净化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 空气净化器市场消费需求分析

一、空气净化器市场的消费需求变化

二、空气净化器行业的需求情况分析

三、2009年空气净化器品牌市场消费需求分析

第四节 空气净化器消费市场状况分析

一、空气净化器行业消费特点

二、空气净化器消费者分析

三、空气净化器消费结构分析

四、空气净化器消费的市场变化

五、空气净化器市场的消费方向

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 空气净化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、空气净化器行业品牌忠诚度调查

六、空气净化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 空气净化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 中国空气净化器行业竞争格局综述

一、2008年空气净化器行业集中度

二、2008年空气净化器行业竞争程度

三、2008年空气净化器企业与品牌数量

四、2008年空气净化器行业竞争格局分析

第四节 2008-2009年空气净化器行业竞争格局分析

一、2008-2009年国内外空气净化器竞争分析

二、2008-2009年我国空气净化器市场竞争分析

三、2008-2009年我国空气净化器市场集中度分析

四、2009-2012年国内主要空气净化器企业动向

五、2009年国内空气净化器拟在建项目分析

第十一章 空气净化器企业竞争策略分析

第一节 空气净化器市场竞争策略分析

一、2009年空气净化器市场增长潜力分析

二、2009年空气净化器主要潜力品种分析

三、现有空气净化器产品竞争策略分析

四、潜力空气净化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 空气净化器企业竞争策略分析

一、金融危机对空气净化器行业竞争格局的影响

二、金融危机后空气净化器行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国空气净化器市场竞争趋势

四、2009-2012年空气净化器行业竞争格局展望

五、2009-2012年空气净化器行业竞争策略分析

六、2009-2012年空气净化器企业竞争策略分析

第十二章 重点空气净化器品牌竞争分析

第一节 亚都

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 美的

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 松下

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 同方

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 艾美特

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 夏普

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 曼胡默尔

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 飞利浦

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 空气净化器行业发展趋势分析

第一节 我国空气净化器行业前景与机遇分析

一、我国空气净化器行业发展前景

二、我国空气净化器发展机遇分析

三、2009年空气净化器的发展机遇分析

四、金融危机对空气净化器行业的影响分析

第二节 2009-2012年中国空气净化器市场趋势分析

一、2008-2009年空气净化器市场趋势总结

二、2009-2012年空气净化器发展趋势分析

三、2009-2012年空气净化器市场发展空间

四、2009-2012年空气净化器产业政策趋向

五、2009-2012年空气净化器技术革新趋势

六、2009-2012年空气净化器价格走势分析

七、2009-2012年国际环境对行业的影响

第十四章 未来空气净化器行业发展预测

第一节 未来空气净化器需求与消费预测

一、2009-2012年空气净化器产品消费预测

二、2009-2012年空气净化器市场规模预测

三、2009-2012年空气净化器行业总产值预测

四、2009-2012年空气净化器行业销售收入预测

五、2009-2012年空气净化器行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国空气净化器行业供需预测

一、2008-2012年中国空气净化器供给预测

二、2009-2012年中国空气净化器产量预测

三、2009-2012年中国空气净化器需求预测

四、2009-2012年中国空气净化器供需平衡预测

五、2009-2012年中国空气净化器产品价格预测

六、2009-2012年主要空气净化器产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十五章 空气净化器行业投资现状分析

第一节 2008年空气净化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月空气净化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 空气净化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年空气净化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、国内空气净化器技术现状

二、2009年空气净化器技术发展分析

三、2009-2012年空气净化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、轻工业振兴规划对空气净化器行业的影响

第十七章 空气净化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 空气净化器行业投资效益分析

- 一、2008-2009年空气净化器行业投资状况分析
- 二、2009-2012年空气净化器行业投资效益分析
- 三、2009-2012年空气净化器行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年空气净化器行业的投资方向
- 五、2009-2012年空气净化器行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响空气净化器行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响空气净化器行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响空气净化器行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响空气净化器行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国空气净化器行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国空气净化器行业发展面临的机遇分析

第五节 空气净化器行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年空气净化器行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年空气净化器行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年空气净化器行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年空气净化器行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年空气净化器行业同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年空气净化器行业其他风险及控制策略

第十八章 空气净化器行业投资战略研究

第一节 空气净化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 对我国空气净化器品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、空气净化器实施品牌战略的意义

三、空气净化器企业品牌的现状分析

四、我国空气净化器企业的品牌战略

五、空气净化器品牌战略管理的策略

第三节 空气净化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 空气净化器行业投资战略研究

一、2009年小家电行业投资战略

二、2009年空气净化器行业投资战略

三、2009-2012年空气净化器行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：空气净化器产业链分析

图表：国际空气净化器市场规模

图表：国际空气净化器生命周期

图表：2003-2008年中国空气净化器行业市场规模

图表：2002-2008年全球空气净化器产业市场规模

图表：2006-2008年空气净化器重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国空气净化器行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国空气净化器行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国空气净化器行业资产情况分析

图表：2007-2008年空气净化器产品进口数量比较

图表：2007-2008年空气净化器进口金额趋势比较

图表：2007-2008年空气净化器进口数量趋势比较

图表：2007-2008年空气净化器出口金额趋势比较

图表：2007-2008年空气净化器出口数量趋势比较

图表：2008年我国前十位出口空气净化器数量省市地区

图表：2008年我国前十位出口空气净化器金额省市地区

图表：2007-2008年中国空气净化器发展能力分析

图表：2007-2008年中国空气净化器竞争力分析

图表：2009-2012年中国空气净化器产能预测

图表：2009-2012年中国空气净化器消费量预测

图表：2009-2012年中国空气净化器市场前景预测

图表：2009-2012年中国空气净化器市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国空气净化器发展前景预测

图表：2008年1-12月空气净化器产量全国合计

图表：2008年1-12月空气净化器产量北京市合计

图表：2008年1-12月空气净化器产量天津市合计

图表：2008年1-12月空气净化器产量河北省合计

图表：2008年1-12月空气净化器产量山西省合计

图表：2008年1-12月空气净化器产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月空气净化器产量吉林省合计

图表：2008年1-12月空气净化器产量黑龙江合计

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

图表：2009年1-5月空气净化器产量安徽省合计
图表：2009年1-5月空气净化器产量福建省合计
图表：2009年1-5月空气净化器产量江西省合计
图表：2009年1-5月空气净化器产量山东省合计
图表：2009年1-5月空气净化器产量河南省合计
图表：2009年1-5月空气净化器产量湖北省合计
图表：2009年1-5月空气净化器产量湖南省合计
图表：2009年1-5月空气净化器产量广东省合计
图表：2009年1-5月空气净化器产量广西区合计
图表：2009年1-5月空气净化器产量海南省合计
图表：2009年1-5月空气净化器产量重庆市合计
图表：2009年1-5月空气净化器产量四川省合计
图表：2009年1-5月空气净化器产量贵州省合计
图表：2009年1-5月空气净化器产量云南省合计
图表：2009年1-5月空气净化器产量陕西省合计
图表：2009年1-5月空气净化器产量甘肃省合计
图表：2009年1-5月空气净化器产量新疆区合计
图表：2009年1-5月空气净化器产量内蒙古合计
图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标全国合计
图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标北京市合计
图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标天津市合计
图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标河北省合计
图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标山西省合计
图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标内蒙古合计
图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标辽宁省合计
图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标吉林省合计
图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标黑龙江合计
图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标上海市合计
图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标江苏省合计
图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标浙江省合计
图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标安徽省合计
图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月空气净化器行业经济指标新疆区合计

图表：2008年2月空气净化器行业收入前十家企业

图表：2008年5月空气净化器行业收入前十家企业

图表：2008年8月空气净化器行业收入前十家企业

图表：2008年11月空气净化器行业收入前十家企业

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标全国合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月空气净化器行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月空气净化器进口数据

图表：2008年1季度空气净化器进口数据

图表：2008年1月空气净化器进口数据

图表：2008年2月空气净化器进口数据

图表：2008年3月空气净化器进口数据

图表：2008年2季度空气净化器进口数据

图表：2008年4月空气净化器进口数据

图表：2008年5月空气净化器进口数据

图表：2008年6月空气净化器进口数据

图表：2008年3季度空气净化器进口数据

图表：2008年7月空气净化器进口数据

图表：2008年8月空气净化器进口数据

图表：2008年9月空气净化器进口数据
图表：2008年4季度空气净化器进口数据
图表：2008年10月空气净化器进口数据
图表：2008年11月空气净化器进口数据
图表：2008年12月空气净化器进口数据
图表：2008年1-12月空气净化器出口数据
图表：2008年1季度空气净化器出口数据
图表：2008年1月空气净化器出口数据
图表：2008年2月空气净化器出口数据
图表：2008年3月空气净化器出口数据
图表：2008年2季度空气净化器出口数据
图表：2008年4月空气净化器出口数据
图表：2008年5月空气净化器出口数据
图表：2008年6月空气净化器出口数据
图表：2008年3季度空气净化器出口数据
图表：2008年7月空气净化器出口数据
图表：2008年8月空气净化器出口数据
图表：2008年9月空气净化器出口数据
图表：2008年4季度空气净化器出口数据
图表：2008年10月空气净化器出口数据
图表：2008年11月空气净化器出口数据
图表：2008年12月空气净化器出口数据
图表：2009年1-5月空气净化器进口数据
图表：2009年1季度空气净化器进口数据
图表：2009年1月空气净化器进口数据
图表：2009年2月空气净化器进口数据
图表：2009年3月空气净化器进口数据
图表：2009年2季度空气净化器进口数据
图表：2009年4月空气净化器进口数据
图表：2009年1-5月空气净化器出口数据
图表：2009年1季度空气净化器出口数据
图表：2009年1月空气净化器出口数据

图表：2009年2月空气净化器出口数据

图表：2009年3月空气净化器出口数据

图表：2009年2季度空气净化器出口数据

图表：2009年4月空气净化器出口数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/125627.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。