



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2010-2015年中国空气净化器市场深度研究与发展战略咨询报告

# 一、调研说明

《2010-2015年中国空气净化器市场深度研究与发展战略咨询报告》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/145688.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

空气净化器（又称“空气清洁器”、空气清新机），是指能够滤除或杀灭空气污染物、有效提高空气清洁度的产品，目前以清除室内空气污染的家用和商用空气净化器为主。

空气净化器起源于消防用途，1823年，约翰和查尔斯•迪恩发明了一种新型烟雾防护装置，可使消防队员在灭火时避免烟雾侵袭。1854年，一个名叫约翰斯•滕豪斯的人在前辈发明的基础上又取得新进展：通过数次尝试，他了解到向空气过滤器中加入木炭可从空气中过滤出有害和有毒气体。二战期间，美国政府开始进行放射性物质研究，他们需要研制出一种方式过滤出所有有害颗粒，以保持空气清洁，使科学家可以呼吸，于是HEPA过滤器应运而生。在20世纪50、60年代，HEPA过滤器一度非常流行，很受防空洞设计和建设人员欢迎。

进入20世纪80年代，空气净化的重点已经转向空气净化方式，如家庭空气净化器。过去的过滤器在去除空气中的恶臭、有毒化学品和有毒气体方面非常好，但不能去除霉菌孢子、病毒或细菌，而新的家庭和写字间用空气净化器，不仅能清洁空气中的有毒气体，还能净化空气，去除空气中的细菌、病毒、灰尘、花粉、霉菌孢子等。

根据国家统计局为我们提供的数据，截至2009年11月底，国内共有规模以上家用空气调节器制造企业258家，比2008年底的227家增加了31家，比2007年的223增加了35家。而从近三年整体的数据来看，平均每年规模以上企业数量的增长率为5.91%，即平均每年增加的规模企业数量为5家。

目前，中国的消费者对装修产生的污染越来越重视。数据显示，93.2%的被访者知道室内装饰装修会造成室内环境污染。同时，消费者对住宅和写字楼室内空气有害气体的认识在逐步提高，60.7%的消费者知道室内存留甲醛是有害的，46%的消费者知道室内残存苯也有害。所以，这是中国空气净化器市场的最大机遇。国内大部分中小企业的空气净化器都用于海外市场，中国国内市场还需要很长时间来培育。目前来看，国内家用空气净化器市场已经处在快速成长期，到2010年前，国内的销售量将以年均80%左右的水平快速增长。

### 【 报告目录 】

#### 第一章 空气净化器行业发展概述 20

##### 第一节 空气净化器定义及分类 20

###### 一、空气净化器的定义 20

###### 二、空气净化器工作原理及构成 20

##### 第二节 空气净化器的其他概念 20

- 一、空气净化器的作用 20
- 二、空气净化器技术分类 21
- 三、离子化便携式空气净化器 23
- 四、关于猪流感和空气净化器的几个问题 23

## 第二章 2009年全球空气净化器产业市场走势分析 24

### 第一节 2009年全球空气净化器市场分析 24

- 一、世界空气净化器的产生与发展 24
- 二、国外空气净化器市场发展分析 24
- 三、2009年国外新型室内空气净化器情况 24
- 四、全球空气净化器技术发展分析 27

### 第二节 2009年主要国家地区空气净化器市场分析 32

- 一、2009年美国空气净化器市场分析 32
- 二、2009年欧洲空气净化器市场分析 32
- 三、2009年日本空气净化器市场分析 33

## 第三章 2009年中国空气净化器行业投资环境分析 35

### 第一节 2009年中国经济发展环境分析 35

- 一、2008-2009年中国宏观经济运行情况分析 35
- 二、2008-2009年中国固定资产投资分析 37
- 三、2009年中国国际贸易情况分析 38

### 第二节 2009年中国空气净化器政策法规环境分析 43

- 一、室内空气质量标准 43
- 二、室内装饰装修材料有害物质限量国家强制性标准 44
- 三、国家环境友好汽车实施方案 46

### 第三节 2009年中国空气净化器社会发展环境分析 47

- 一、2009年居民生活水平分析 47
- 二、2009年零售市场情况分析 50

### 第四节 轻工业振兴规划 53

- 一、轻工业振兴规划的出台 53
- 二、轻工业现状及面临的形势 53
- 三、指导思想、基本原则和目标 54

#### 四、产业调整和振兴的主要任务 56

#### 五、政策措施 61

#### 六、规划实施 63

### 第四章 2009年中国空气净化器行业运行动态分析 63

#### 第一节 2009年中国空气净化器产业发展综述 63

##### 一、中国空气净化器产业发展现状 63

##### 二、2009年中国空气净化器生产情况 64

##### 三、2009年中国市场主要净化器生产商 64

#### 第二节 2009年中国空气净化器市场分析 64

##### 一、中国空气净化器市场现状 64

##### 二、2009年中国空气净化器产品市场分析 64

##### 三、2009年空气净化器"家电下乡"市场模式探讨 65

#### 第三节 2009年猪流感对中国空气净化器市场的影响 66

#### 第四节 2009年中国空气净化器区域市场情况分析 66

##### 一、2009年北京防甲型流感H1N1的空气净化器 66

##### 二、2009年上海空气净化器新研制 67

### 第五章 2009年中国空气净化器市场深度调查分析 68

#### 第一节 2009年中国空气净化器市场价格情况调查 68

#### 第二节 2009年热门空气净化器市场调查 68

#### 第三节 2009年热门车载空气净化器市场调查 69

### 第六章 2007-2009年中国室内空气净化器产量数据统计分析 74

#### 第一节 2007-2008年中国室内空气净化器产量数据分析 74

##### 一、2007-2008年全国室内空气净化器产量数据分析 74

##### 二、2007-2008年室内空气净化器重点省市数据分析 74

#### 第二节 2009年中国室内空气净化器产量数据分析 75

##### 一、2009年全国室内空气净化器产量数据分析 75

##### 二、2009年室内空气净化器重点省市数据分析 76

#### 第三节 2009年中国房间空气净化器产量增长性分析 76

##### 一、产量增长 76

## 二、集中度变化 77

## 第七章 2006-2009年中国家用空气调节器制造行业规模以上企业经济运行数据监测 80

### 第一节 2005-2009年（按季度更新）中国家用空气调节器制造行业数据监测回顾 80

#### 一、竞争企业数量 80

#### 二、亏损面情况 81

#### 三、市场销售额增长 82

#### 四、利润总额增长 83

#### 五、投资资产增长性 84

#### 六、行业从业人数调查分析 85

### 第二节 2005-2009年（按季度更新）中国家用空气调节器制造行业投资价值测算 87

#### 一、销售利润率 87

#### 二、销售毛利率 87

#### 三、资产利润率 88

### 第三节 2005-2009年（按季度更新）中国家用空气调节器制造行业产销率调查 90

#### 一、工业总产值 90

#### 二、工业销售产值 91

#### 三、产销率调查 91

### 第四节 2005-2009年（按季度更新）家用空气调节器制造出口交货值数据 92

#### 一、出口交货值增长 92

#### 二、出口交货值占工业产值的比重（出口率） 93

## 第八章 2007-2008年中国家用型气体过滤、净化机器及装置进出口数据分析 94

### 第一节 2006-2008年中国家用型气体过滤、净化机器及装置行业进出口情况分析 94

### 第二节 2007-2008年中国家用型气体过滤、净化机器及装置行业进出口特征分析 94

#### 一、2006年进出口来源国及地区数据统计 95

#### 二、2007年进出口来源国及地区数据统计 95

#### 三、2008年进出口来源国及地区数据统计 95

### 第三节 家用型气体过滤、净化机器及装置进出口价格特征分析 96

## 第九章 2009年中国空气净化器行业消费市场分析 97

### 第一节 中国空气净化器消费者收入分析 97

- 一、人口规模与年龄结构分析 97
- 二、学历结构分析 100
- 三、2009年消费者信心指数分析 100
- 第二节 2009年不同客户购买相关的态度及影响分析 101
  - 一、价格敏感程度 102
  - 二、品牌的影响 102
  - 三、广告的影响程度 103
- 第三节 2009年空气净化器产品的市场品牌调查 104

## 第十章 2009年中国空气净化器行业市场竞争格局分析 106

- 第一节 2009年中国空气净化器行业竞争结构分析 106
  - 一、行业内现有企业的竞争 106
  - 二、新进入者的威胁 107
  - 三、替代品的威胁 108
  - 四、供应商的讨价还价能力 108
  - 五、购买者的讨价还价能力 109
- 第二节 2009年中国空气净化器行业国际竞争力影响因素分析 109
  - 一、生产要素 109
  - 二、需求条件 110
  - 三、相关和支持性产业 110
- 第三节 2009年中国空气净化器行业竞争格局分析 111
  - 一、中国空气净化器行业竞争现状 111
  - 二、2009年空气净化器市场竞争格局分析 111

## 第十一章 2009年中国重点空气净化器生产企业竞争力分析 113

- 第一节 广东美的电器股份有限公司 113
  - 一、企业概况 113
  - 二、企业主要经济指标分析 113
  - 三、企业成长性分析 114
  - 四、企业经营能力分析 114
  - 五、企业盈利能力及偿债能力分析 115
- 第二节 北京亚都科技股份有限公司 116

一、企业基本概况	116
二、企业销售收入及盈利水平分析	116
三、企业资产及负债情况分析	117
四、企业成本费用分析	118
第三节 溢泰（南京）环保科技有限公司	118
一、企业基本概况	118
二、企业销售收入及盈利水平分析	119
三、企业资产及负债情况分析	119
四、企业成本费用分析	120
第四节 优科实业（漳州）有限公司	121
一、企业基本概况	121
二、企业销售收入及盈利水平分析	121
三、企业资产及负债情况分析	122
四、企业成本费用分析	122
第五节 漳州万利达光催化科技有限公司	123
一、企业基本概况	123
二、企业销售收入及盈利水平分析	124
三、企业资产及负债情况分析	124
四、企业成本费用分析	125
第六节 青岛三进电子有限公司	126
一、企业基本概况	126
二、企业销售收入及盈利水平分析	126
三、企业资产及负债情况分析	127
四、企业成本费用分析	127
第七节 飞达士室内质控（苏州）有限公司	128
一、企业基本概况	128
二、企业销售收入及盈利水平分析	128
三、企业资产及负债情况分析	129
四、企业成本费用分析	130
第八节 潍坊宝威滤清器有限公司	130
一、企业基本概况	130
二、企业销售收入及盈利水平分析	131



三、企业资产及负债情况分析 132

四、企业成本费用分析 132

第九节 重庆海特实业有限公司 133

一、企业基本情况 133

二、企业销售收入及盈利水平分析 133

三、企业资产及负债情况分析 134

四、企业成本费用分析 135

第十节 桂林利凯特环保实业股份有限公司 135

一、企业基本情况 135

二、企业销售收入及盈利水平分析 136

三、资产及负债情况 137

四、成本费用结构 139

第十二章 2010-2013年中国空气净化器行业发展前景与趋势分析 140

第一节 2010-2013年中国空气净化器行业前景分析 140

一、中国空气净化器行业发展前景 140

二、中国空气净化器发展机遇分析 140

第二节 2010-2013年中国空气净化器市场发展预测 140

一、空气净化器市场供给预测分析 140

二、空气净化器产品市场需求预测分析 141

三、空气净化器进出口预测分析 141

第三节 2010-2013年中国空气净化器市场盈利预测分析 142

第十三章 2010-2013年中国空气净化器行业投资机会与风险分析 144

第一节 2010-2013年中国空气净化器行业投资环境预测分析 144

第二节 2010-2013年中国空气净化器行业投资机会分析 145

一、空气净化器投资潜力分析 145

二、空气净化器投资吸引力分析 145

第三节 2010-2013年中国空气净化器行业投资风险分析 145

一、市场竞争风险分析 145

二、政策风险分析 146

三、市场培育风险分析 146

## 第十四章 2010-2013年中国空气净化器行业发展战略研究 148

### 第一节 2010-2013年中国空气净化器行业发展战略研究 148

#### 一、技术开发战略 148

#### 二、业务组合战略 148

#### 四、营销战略规划 151

#### 五、区域战略规划 151

#### 六、企业信息化战略规划 159

### 第二节 2010-2013年中国空气净化器行业品牌战略分析 160

#### 一、品牌的基本含义 160

#### 二、品牌战略在企业发展中的重要性 160

#### 三、空气净化器品牌的特性和作用 162

#### 四、空气净化器品牌的价值战略 164

#### 五、空气净化器企业品牌发展战略 167

#### 六、空气净化器行业品牌竞争策略 168

### 第三节 2010-2013年中国空气净化器企业经营管理策略 171

#### 一、企业并购战略 171

#### 二、企业产品经营策略 174

#### 三、企业渠道经营策略 180

#### 四、价格策略分析 181

## 第十五章 2010-2013年空气净化器行业投资战略研究 186

### 第一节 2010-2013年新经济形势下家电行业投资策略 186

### 第二节 空气净化器行业投资战略研究 186

#### 一、中国空气净化器投资形势分析 186

#### 二、空气净化器行业区域投资分析 188

### 第三节 2010-2013年金融危机下空气净化器发展与投资策略分析 189

#### 一、对症下药 189

#### 二、程序科学 190

#### 三、控制成本 191

#### 四、以市场为中心 191

#### 五、讲求效益 192

#### 六、可持续发展 194

## 七、遵守法律 194

## 增加章 196

### 第一节 技术背景 196

#### 一、技术研发现状 196

#### 二、新技术应用 201

#### 三、技术发展趋势 202

#### 四、技术创新对空气净化器(机)行业影响分析 204

### 第二节 产业背景 205

#### 一、产业链价值结构 205

#### 二、空气净化器(机)行业产业链地位 206

#### 三、前向一体化现状 207

#### 四、后向一体化现状 207

#### 五、产业价值链对空气净化器(机)行业影响分析 208

## 【图表目录】

图表 1 2006-2009年中国空气净化器销量增长图 34

图表 2 2009年中国主要宏观经济数据增长表 35

图表 3 2000-2009年中国GDP及其增长率统计表 35

图表 4 2003-2009年中国GDP增长率季度统计表 36

图表 5 2003-2009年中国GDP增长率季度走势图 37

图表 6 2003-2009年中国社会固定资产投资额增长 38

图表 7 2000-2009年中国货物进出口额统计表 38

图表 8 1970-2009年中国货物对外贸易总额走势图 39

图表 9 1970-2009年中国货物进口形势图 39

图表 10 1970-2009年中国货物出口形势图 41

图表 11 1970-2009年中国货物对外贸易顺逆差状况 42

图表 12 车内空气污染物浓度限制 46

图表 13 1978-2009年中国居民收入及恩格尔系数统计表 47

图表 14 1978-2009年中国城乡居民收入走势对比图 48

图表 15 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数对比表 49

图表 16 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数走势图 50

图表 17 2003-2009年中国社会消费品零售总额增长趋势图 51

图表 18 2009年中国社会消费品零售总额月度统计表 51

图表 19 2007-2009年中国社会消费品零售总额月度增长率走势图 52

图表 20 五款车载空气净化器参数比较表 70

图表 21 五款车载空气净化器净化方式比较表 71

图表 22 五款车载空气净化器烟雾和烟味消失的时间比较表 72

图表 23 五款车载空气净化器综合分解比较表 72

图表 24 2007-2008年全国室内空气净化器产量 74

图表 25 2007-2008年各省市室内空气净化器产量统计 74

图表 26 2007-2009年全国室内空气净化器产量情况 75

图表 27 2007-2009年全国室内空气净化器产量情况 76

图表 28 2008-2009年全国室内空气净化器产量增长率 76

图表 29 2007-2009年中国空气净化器产量集中度变化 77

图表 30 2007年中国空气净化器产量集中度 78

图表 31 2008年中国空气净化器产量集中度 78

图表 32 2009年中国空气净化器产量集中度 79

图表 33 2006-2009年11月中国家用空气调节器制造企业数量增长趋势图 80

图表 34 2006-2009年11月中国家用空气调节器制造行业亏损企业数量增长趋势图 81

图表 35 2006-2009年11月中国家用空气调节器制造行业亏损额增长情况 82

图表 36 2006-2009年11月中国家用空气调节器制造行业主营业务收入增长趋势图 82

图表 37 2005-2009年11月中国家用空气调节器制造行业利润总额增长趋势图 83

图表 38 2006-2009年11月中国家用空气调节器制造行业资产增长趋势图 84

图表 39 2008-2009年金融危机影响下全球著名企业裁员名录 85

图表 40 2006-2009年11月中国家用空气调节器制造行业从业人数增长趋势图 86

图表 41 2005-2009年11月中国家用空气调节器制造行业销售利润率走势图 87

图表 42 2005-2009年11月中国家用空气调节器制造行业销售毛利率走势图 88

图表 43 2005-2009年11月中国家用空气调节器制造行业总资产利润率指标统计表 88

图表 44 2005-2009年11月中国家用空气调节器制造行业总资产利润率走势图 89

图表 45 2005-2009年11月中国家用空气调节器制造行业总资产利润率走势图 89

图表 46 2006-2008年中国家用空气调节器制造行业工业总产值情况 90

图表 47 2006-2008年中国家用空气调节器制造行业工业销售产值走势 91

图表 48 2006-2008年中国家用空气调节器制造行业产销率走势图 91

图表 49 2006-2009年中国家用空气调节器制造行业出口交货值走势图 92

图表 50 2006-2009年中国家用空气调节器制造行业出口率走势图 93

图表 51 2006-2008年中国家用型气体过滤、净化机器及装置进出口统计表 94

图表 52 2006年家用型气体过滤、净化机器及装置进出口来源国及地区数据统计 95

图表 53 2007年家用型气体过滤、净化机器及装置进出口来源国及地区数据统计 95

图表 54 2008年家用型气体过滤、净化机器及装置进出口来源国及地区数据统计 95

图表 55 2006-2008年家用型气体过滤、净化机器及装置进出口价格 96

图表 56 1978-2008年中国人口构成统计表 97

图表 57 1990-2008年我国人口出生率、死亡率及自然增长率 98

图表 58 1978-2008年我国总人口增长趋势图 98

图表 59 2008年人口数及其构成表 99

图表 60 2003-2008年我国各类教育招生人数 100

图表 61 2008年9月&mdash;2009年10月消费者信心指数 101

图表 62 2009年中国空气净化器消费者价格敏感度调查结果 102

图表 63 2009年中国空气净化器品牌的影响 102

图表 64 2009年中国空气净化器广告的影响程度 103

图表 65 2009年中国空气净化器产品的市场十大品牌 104

图表 66 行业波特五力模型 106

图表 67 波特五力模型与一般战略的关系 106

图表 68 2004-2009年广东美的电器股份有限公司主要财务指标表 113

图表 69 2000-2008年广东美的电器股份有限公司成长能力指标表 114

图表 70 2000-2008年广东美的电器股份有限公司经营能力表 114

图表 71 2000-2008年广东美的电器股份有限公司盈利能力表 115

图表 72 2000-2008年广东美的电器股份有限公司偿债能力表 115

图表 73 2007-2008年北京亚都科技股份有限公司收入状况 116

图表 74 2007-2008年北京亚都科技股份有限公司盈利指标 117

图表 75 2007-2008年北京亚都科技股份有限公司盈利比率 117

图表 76 2007-2008年北京亚都科技股份有限公司资产指标 117

图表 77 2007-2008年北京亚都科技股份有限公司负债指标 117

图表 78 2007-2008年北京亚都科技股份有限公司成本费用构成 118

图表 79 2007-2008年溢泰（南京）环保科技有限公司收入状况 119

图表 80 2007-2008年溢泰（南京）环保科技有限公司盈利指标 119

图表 81 2007-2008年溢泰（南京）环保科技有限公司盈利比率 119

图表 82 2007-2008年溢泰（南京）环保科技有限公司资产指标 120

图表 83 2007-2008年溢泰（南京）环保科技有限公司负债指标 120

图表 84 2007-2008年溢泰（南京）环保科技有限公司成本费用构成 120

图表 85 2007-2008年优科实业（漳州）有限公司收入状况 121

图表 86 2007-2008年优科实业（漳州）有限公司盈利指标 121

图表 87 2007-2008年优科实业（漳州）有限公司盈利比率 122

图表 88 2007-2008年优科实业（漳州）有限公司资产指标 122

图表 89 2007-2008年优科实业（漳州）有限公司负债指标 122

图表 90 2007-2008年优科实业（漳州）有限公司成本费用构成 123

图表 91 2007-2008年漳州万利达光催化科技有限公司收入状况 124

图表 92 2007-2008年漳州万利达光催化科技有限公司盈利指标 124

图表 93 2007-2008年漳州万利达光催化科技有限公司盈利比率 124

图表 94 2007-2008年漳州万利达光催化科技有限公司资产指标 125

图表 95 2007-2008年漳州万利达光催化科技有限公司负债指标 125

图表 96 2007-2008年漳州万利达光催化科技有限公司成本费用构成 125

图表 97 2007-2008年青岛三进电子有限公司收入状况 126

图表 98 2007-2008年青岛三进电子有限公司盈利指标 126

图表 99 2007-2008年青岛三进电子有限公司盈利比率 126

图表 100 2007-2008年青岛三进电子有限公司资产指标 127

图表 101 2007-2008年青岛三进电子有限公司负债指标 127

图表 102 2007-2008年青岛三进电子有限公司成本费用构成 128

图表 103 2007-2008年飞达士室内质控（苏州）有限公司收入状况 128

图表 104 2007-2008年飞达士室内质控（苏州）有限公司盈利指标 129

图表 105 2007-2008年飞达士室内质控（苏州）有限公司盈利比率 129

图表 106 2007-2008年飞达士室内质控（苏州）有限公司资产指标 129

图表 107 2007-2008年飞达士室内质控（苏州）有限公司负债指标 130

图表 108 2007-2008年飞达士室内质控（苏州）有限公司成本费用构成 130

图表 109 2007-2008年潍坊宝威滤清器有限公司收入状况 131

图表 110 2007-2008年潍坊宝威滤清器有限公司盈利指标 131

图表 111 2007-2008年潍坊宝威滤清器有限公司盈利比率 131

图表 112 2007-2008年潍坊宝威滤清器有限公司资产指标 132

图表 113 2007-2008年潍坊宝威滤清器有限公司负债指标 132

图表 114 2007-2008年潍坊宝威滤清器有限公司成本费用构成 133

图表 115 2007-2008年重庆海特实业有限公司收入状况 133

图表 116 2007-2008年重庆海特实业有限公司盈利指标 134

图表 117 2007-2008年重庆海特实业有限公司盈利比率 134

图表 118 2007-2008年重庆海特实业有限公司资产指标 134

图表 119 2007-2008年重庆海特实业有限公司负债指标 134

图表 120 2007-2008年重庆海特实业有限公司成本费用构成 135

图表 121 2008桂林利凯特环保实业股份有限公司销售收入 136

图表 122 2008桂林利凯特环保实业股份有限公司盈利指标 136

图表 123 2008桂林利凯特环保实业股份有限公司盈利比率 137

图表 124 2008桂林利凯特环保实业股份有限公司资产情况 137

图表 125 2008桂林利凯特环保实业股份有限公司资产负债情况 138

图表 126 2008桂林利凯特环保实业股份有限公司成本费用情况 139

图表 127 2007-2009年中国空气净化器产量及2010-2013年市场产量预测 140

图表 128 2010-2013年中国空气净化器进出口预测 141

图表 129 2009-2013年中国家用空气调节器制造行业销售毛利率走势图 142

图表 130 2009-2013年中国家用空气调节器制造行业销售利润率走势图 142

图表 131 2009-2013年中国家用空气调节器制造行业总资产利润率走势图 143

图表 132 业务组合的工具方法 149

图表 133 战略事业单元因素分析 150

图表 134 区域发展战略咨询流程图 156

图表 135 区域SWOT分析图 158

图表 136 2006-2009年11月中国家用空气调节器制造行业资产增长趋势图 186

图表 137 2009年中国各省市空气净化器投资总资产（千元）统计表 187

图表 138 2009年中国各省市空气净化器投资总资产（千元）统计表 187

图表 139 2009年中国各省市空气净化器投资总资产（千元）统计表 188

图表 140 产业链对接机制的主要内容 206

图表 141 公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证 211

图表 142 公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书 212

图表 143 公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证 213

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/145688.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](http://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。