



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国 空气清新剂 行业竞争态势及投资战略规划报 告

一、调研说明

《2011-2015年中国 空气清新剂行业竞争态势及投资战略规划报告》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/184122.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

目前市场出售的空气清新剂常见的香型有：单花香型(茉莉花、玫瑰花、桂花、铃兰花、栀子花、百合花等)、复合香型、瓜果香型(苹果、菠萝、柠檬、哈密瓜等)、青草香型、“海岸”香型、“香水”香型(素心兰)等，另外还有些司机喜欢将花露水当作汽车空气清新剂使用，和一般的空气清新剂相比，花露水含有的酒精还具有杀毒作用。

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国空气清新剂行业竞争态势及投资战略规划报告》共九章。首先介绍了中国空气清新剂行业市场发展环境、中国空气清新剂整体运行态势等，接着分析了中国空气清新剂行业市场运行的现状，然后介绍了中国空气清新剂市场竞争格局。随后，报告对中国空气清新剂做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国空气清新剂行业发展趋势与投资预测。您若想对空气清新剂产业有个系统的了解或者想投资空气清新剂行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 世界空气清新剂市场现状分析

第一节 全球空气清新剂市场发展现状

一、国际空气清新剂市场现状

二、全球空气清新剂消费特点

第二节 世界主要国家空气清新剂行业发展情况分析

一、美国

二、英国

三、日本

第三节 2011-2015年世界空气清新剂行业发展趋势分析

第二章 中国空气清新剂行业发展环境分析

第一节 国内空气清新剂经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2011年中国空气清新剂经济发展预测分析

第二节 中国空气清新剂行业政策环境分析

第三章 2008-2010年中国空气清新剂行业规模运行动态分析

第一节 2008-2010年中国空气清新剂行业总体数据分析

一、2008年中国空气清新剂行业全部企业数据分析

二、2009年中国空气清新剂行业全部企业数据分析

三、2010年中国空气清新剂行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国空气清新剂行业不同规模企业数据分析

一、2008年中国空气清新剂行业不同规模企业数据分析

二、2009年中国空气清新剂行业不同规模企业数据分析

三、2010年中国空气清新剂行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国空气清新剂行业不同所有制企业数据分析

一、2008年中国空气清新剂行业不同所有制企业数据分析

二、2009年中国空气清新剂行业不同所有制企业数据分析

三、2010年中国空气清新剂行业不同所有制企业数据分析

第四章 中国空气清新剂行业市场供给能力分析

第一节 2010年空气清新剂行业生产状况分析

第二节 2010年中国空气清新剂区域产量统计

一、华北地区

二、东北地区

三、华东地区

四、华中地区

五、华南地区

六、西南地区

七、西北地区

第五章 中国空气清新剂重点省市消费调查分析

第一节 北京空气清新剂消费调查分析

一、购买空气清新剂的频率

二、不同性别、年龄、收入消费者购买空气清新剂的频率

三、消费者最常使用的空气清新剂品牌

- 四、不同性别、年龄、收入层消费者使用空气清新剂的消费习惯
- 五、消费者选择空气清新剂考虑的因素分析
- 六、不同性别、年龄、收入层消费者购买的空气清新剂的包装形式
- 七、不同性别、年龄、收入层消费者最常购买空气清新剂的场合
- 八、重度消费者分析

第二节 上海空气清新剂消费调查分析

- 一、购买空气清新剂的频率
- 二、不同性别、年龄、收入消费者购买空气清新剂的频率
- 三、消费者最常使用的空气清新剂品牌
- 四、不同性别、年龄、收入层消费者使用空气清新剂的消费习惯
- 五、消费者选择空气清新剂考虑的因素分析
- 六、不同性别、年龄、收入层消费者购买的空气清新剂的包装形式
- 七、不同性别、年龄、收入层消费者最常购买空气清新剂的场合
- 八、重度消费者分析

第三节 广州空气清新剂消费调查分析

- 一、购买空气清新剂的频率
- 二、不同性别、年龄、收入消费者购买空气清新剂的频率
- 三、消费者最常使用的空气清新剂品牌
- 四、不同性别、年龄、收入层消费者使用空气清新剂的消费习惯
- 五、消费者选择空气清新剂考虑的因素分析
- 六、不同性别、年龄、收入层消费者购买的空气清新剂的包装形式
- 七、不同性别、年龄、收入层消费者最常购买空气清新剂的场合
- 八、重度消费者分析

第四节 深圳空气清新剂消费调查分析

- 一、购买空气清新剂的频率
- 二、不同性别、年龄、收入消费者购买空气清新剂的频率
- 三、消费者最常使用的空气清新剂品牌
- 四、不同性别、年龄、收入层消费者使用空气清新剂的消费习惯
- 五、消费者选择空气清新剂考虑的因素分析
- 六、不同性别、年龄、收入层消费者购买的空气清新剂的包装形式
- 七、不同性别、年龄、收入层消费者最常购买空气清新剂的场合
- 八、重度消费者分析

第五节 成都空气清新剂消费调查分析

- 一、购买空气清新剂的频率
- 二、不同性别、年龄、收入消费者购买空气清新剂的频率
- 三、消费者最常使用的空气清新剂品牌
- 四、不同性别、年龄、收入层消费者使用空气清新剂的消费习惯
- 五、消费者选择空气清新剂考虑的因素分析
- 六、不同性别、年龄、收入层消费者购买的空气清新剂的包装形式
- 七、不同性别、年龄、收入层消费者最常购买空气清新剂的场合
- 八、重度消费者分析

第六章 中国空气清新剂行业营销策略分析

第一节 2010年中国销售渠道的基本模式

- 一、厂家直销
- 二、网络销售
- 三、平台式销售
- 四、销售渠道的变化模式

第二节 2010年空气清新剂企业渠道管理策略

- 一、分销管理
- 二、进店费谈判
- 三、销售队伍和坏帐管理
- 四、促销品管理

第三节 2010年空气清新剂企业竞争情报系统中的知识管理思想

- 一、竞争情报系统简介
- 二、知识管理的内容
- 三、知识管理思想在企业竞争情报系统中的应用
- 四、在竞争情报系统中实施知识管理的重要意义

第七章 中国空气清新剂行业市场竞争态势分析

第一节 2010年中国空气清新剂市场变化趋势

第二节 2010年中国空气清新剂市场品牌竞争分析

- 一、整体竞争格局分析
- 二、市场竞争深度分析

第三节 2010年中国空气清新剂市场品牌市场占有率

第四节 2010年中国空气清新剂市场竞争趋势

第八章 中国空气清新剂行业重点企业分析

第一节 江苏同大气雾剂股份有限公司

一、企业基本概况

二、2009-2010年企业经营与关键性财务分析

三、2009-2010年企业核心竞争力分析

四、营销状况调查

五、品牌经济运行情况分析

六、企业未来发展新动向和发展战略

第二节 中山市凯达精细化工公司

一、企业基本概况

二、2009-2010年企业经营与关键性财务分析

三、2009-2010年企业核心竞争力分析

四、营销状况调查

五、品牌经济运行情况分析

六、企业未来发展新动向和发展战略

第三节 安利(中国)日用品有限公司

一、企业基本概况

二、2009-2010年企业经营与关键性财务分析

三、2009-2010年企业核心竞争力分析

四、营销状况调查

五、品牌经济运行情况分析

六、企业未来发展新动向和发展战略

第四节 花仙子企业股份有限公司

一、企业基本概况

二、2009-2010年企业经营与关键性财务分析

三、2009-2010年企业核心竞争力分析

四、营销状况调查

五、品牌经济运行情况分析

六、企业未来发展新动向和发展战略

第五节 广州立白企业集团有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2009-2010年企业经营与关键性财务分析
- 三、2009-2010年企业核心竞争力分析
- 四、营销状况调查
- 五、品牌经济运行情况分析
- 六、企业未来发展新动向和发展战略

第九章 2011-2015年中国空气清新剂行业发展趋势预测分析

第一节 2011-2015年中国宏观经济发展预测

- 一、2011-2015年中国宏观经济发展状况
- 二、2011-2015年中国的经济政策发展特点
- 三、2011-2015年中国经济运行展望

第二节 2011-2015年中国空气清新剂行业SWOT分析

- 一、中国空气清新剂业发展存在的劣势和威胁点
- 二、中国空气清新剂发展存在的优势和机会点

第三节 2011-2015年中国空气清新剂行业发展的趋势

第四节 2011-2015年中国空气清新剂行业发展的建议

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

通过《2011-2015年中国空气清新剂行业竞争态势及投资战略规划报告》，生产企业及投资

机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/184122.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。