



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2011-2015年中国室内环保市场 运营态势与投资战略咨询报告

## 一、调研说明

《2011-2015年中国室内环保市场运营态势与投资战略咨询报告》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/185114.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

室内环保是一个近年来新兴的行业。室内环境监测是朝阳行业，它与人们的生活密切相关。市场空白。商机无限。据世界银行估计，中国每年因室内空气污染所造成的经济损失约32亿美元，另据国际有关组织调查统计，世界上30%的建筑物中存在有害健康的室内空气，这些有害气体已经引起全球性的人口发病率和死亡的增加。目前，室内环境污染已经列入对公众健康危害最大的五种环境因素之一，人们在经历了"煤烟型污染"和"光化学污染"后，正进入以"室内空气污染"为标志的第三污染时期。室内空气的污染情况严重已经引起了世界人民的重视，那么污染治理就势在必行。我国近年来室内空气污染状况十分惊人，中国室内装饰协会室内环境监测委员会指出：室内空气污染对人体健康造成的危害触目惊心，污染净化与治理已刻不容缓。

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国室内环保市场运营态势与投资战略咨询报告》共十一章。首先介绍了室内环保相关概述、中国室内环保市场运行环境等，接着分析了中国室内环保市场发展的现状，然后介绍了中国室内环保重点区域市场运行形势。随后，报告对中国室内环保重点企业经营状况分析，最后分析了中国室内环保行业发展趋势与投资预测。您若想对室内环保产业有个系统的了解或者想投资室内环保行业，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 室内环保产业相关概述

#### 第一节 室内环保产业基础概述

##### 一、室内环保业务范围

##### 二、室内环保意义重大

#### 第二节 室内环保产业特点分析

##### 一、具有技术密集型的特点

##### 二、个性化、系统化工程

##### 三、与大众的环保意识密切相关

##### 四、复合交叉性

#### 第三节 室内环保产业类型

- 一、室内环境检测与化学污染治理
- 二、室内环境检测与生物污染治理
- 三、室内环境检测与物理污染治理

#### 第四节 室内污染与治理过程

- 一、室内环境检测
- 二、装饰材料选择
- 三、污染治理
- 四、检测跟进

#### 第五节 室内环保产业价值链

### 第二章 全球室内环保产业运行态势分析

#### 第一节 全球室内环保产业运行环境分析

- 一、全球经济环境及住房消费情况
- 二、民众环保意识不断加强，关注自身消费健康
- 三、各种环境检测技术发展在室内环境检测中的广泛运用
- 四、政策环境分析
  - 1、各国不断出台的室内污染标准等政策规定
  - 2、各国在室内环保的政策标准上存在较大差异

#### 第二节 全球室内环保产业运行概况

- 一、全球室内环保市场发展不均衡
- 二、室内环保引全球关注
- 三、市场需求潜力大，需求多样化

#### 第三节 全球室内环保产业市场运行分析

- 一、全球室内环保产业集中度分析
- 二、全球室内环保业技术分析
- 三、全球室内市场动态分析

#### 第四节 全球部分国家室内环保业运行分析

- 一、美国
- 二、欧洲
- 三、日本
- 四、新加坡
- 五、韩国

## 第五节 2011-2015年全球室内环保产业新趋势分析

- 一、绿色室内环保大势所趋
- 二、为了便于室内产业发展，各国室内环保政策标准将会不断融合
- 三、环保产业相关支撑及服务产业链条将不断延长
- 四、室内环保产业将出现大幅度的行业整合

## 第三章 中国室内环保产业运行环境分析

### 第一节 国内室内环保经济环境分析

- 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年中国室内环保经济发展预测分析

### 第二节 中国室内环保行业政策环境分析

## 第四章 中国室内环保产业运行态势分析

### 第一节 中国室内环保产业化历程

### 第二节 中国室内环保产业动态分析

- 一、中国室内环境展览暨高峰论坛受关注
- 二、室内环保行业参与和服务上海世博会工作
- 三、我国首次开展室内环境检测行业甲醛检测能力验证工作
- 四、首家新农村建设节能环保安全室内装饰示范基地建立
- 五、全国首家民用建筑室内环境污染防控示范工程实施
- 六、我国第一部车内环境污染防控指导手册正式出版
- 七、中国室内环保行业发展10周年纪念大会在人民大会堂召开

### 第三节 中国室内环保产业运行概况

- 一、规模小且布局分散
- 二、缺乏先进的环境知识和技术
- 三、市场机制与地方保护主义造成竞争不充分
- 四、注重污染控制设备及相关产品制造，不注重整体控制
- 五、室内环境保护行业已经成为一个极具潜力的朝阳产业
- 六、中国室内环保业利润分析

### 第四节 中国室内环保业发展五大优势

## 第五章 中国室内环保市场运行新形势透析

### 第一节 中国室内环保市场亮点聚焦

- 一、江淮汽车车内环境污染防治取得新突破
- 二、北京市民的室内环境保护意识大幅度提高
- 三、我国赔偿数额最大的室内环境污染伤害案在湖北襄樊宣判
- 四、室内空气产品市场或将"井喷"

### 第二节 近几年中国室内环保业市场规模分析

- 一、2008年中国室内环境保护业产值分析
- 二、2009年中国室内环境保护业市场规模
- 三、2010年中国室内环境保护业市场规模分析
- 四、2011年中国室内环境保护业市场规模分析
- 五、同比分析

### 第三节 中国室内环保业细分市场领域分析

- 一、人居环境
- 二、交通系统
- 三、医疗系统
- 四、教育系统

## 第六章 中国室内环保产业消费者需求特征及发展趋势分析

### 第一节 中国室内环保产业消费者需求现状分析

- 一、地理变量
- 二、心理变量
- 三、行为变量
- 四、人口变量

### 第二节 中国室内环保产业消费者需求特征分析

- 一、品牌偏好
- 二、影响因素
- 三、频率偏好

### 第三节 中国室内环保产业消费者需求趋势分析

## 第七章 中国室内空气净化相关产业运行分析

### 第一节 房地产业

- 一、全国房地产开发投资情况分析
- 二、"国房景气指数"
- 三、全国房屋施工面积及增长趋势分析
- 四、全国商品房空置面积及增长趋势分析
- 五、我国建筑装饰行业对房地产行业依赖性分析
- 六、2011年中国居民居住条件
  - 1、我国人口
  - 2、中国家庭结构变化分析
  - 3、城镇和农村居民收入分析

## 第二节 装修业

- 一、目前室内装修污染严重
- 二、低碳时代家装必备六大实用攻略
- 三、家装五大误区及室内污染的常见症状

## 第三节 汽车工业

- 一、近几年中国汽车工业经济指标分析
- 二、近三年中国汽车产销数据分析
- 三、中国十大城市汽车保有量分析

# 第八章 中国室内环保产业投融资分析

## 第一节 中国室内环保产业投融资与并购现状

- 一、中国室内环保产业整体资本规模现状
- 二、中国室内环保产业投资热点
- 三、中国室内环保产业投资区域
- 四、中国室内环保产业投资方式及渠道
- 五、中国室内环保产业资本回报

## 第二节 中国室内环保产业投融资与并购特征

- 一、中国室内环保产业资金来源
- 二、中国室内环保产业投资主体分析
- 三、中国室内环保产业投资整合现状
- 四、中国室内环保产业资本进入与退出机制

## 第三节 2011-2015年中国室内环保产业投融资与并购趋势分析

## 第九章 中国室内环保产业国际主体企业综合竞争力分析

### 第一节 迪美国际集团环保科技有限公司

### 第二节 北京阿克弗莱斯科贸有限公司

## 第十章 中国室内环保产业市场国内主体企业综合竞争力分析

### 第一节 北京亚都室内环保科技股份有限公司

#### 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

### 第二节 重庆市雅居室内空气污染治理有限公司

### 第三节 江苏绿叶环保科技仪器有限公司

### 第四节 大连奥德尔科技发展有限公司

### 第五节 深圳市懋力环境科技有限公司

## 第十一章 2011-2015年中国室内环保产业前景展望与趋势预测分析

### 第一节 2011-2015年中国室内环保产业发展趋势分析

#### 一、市场整合与室内环保品牌较量

#### 二、伴随着住房消费者健康意识的觉醒，市场的需求将逐年扩张

#### 三、有实力的外资品牌将抢占中国室内环保市场

#### 四、环保产业的标准将在竞争博弈中不断完善

### 第二节 2011-2015年中国室内环保产业前景展望

#### 一、中国室内环保业市场规模预测分析

#### 二、2011-2015年中国室内空气净化产品供需预测分析

#### 三、中国室内环保业盈利预测分析

## 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：北京亚都室内环保科技股份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股份有限公司经营收入走势图

图表：北京亚都室内环保科技股份有限公司盈利指标走势图

图表：北京亚都室内环保科技股份有限公司负债情况图

图表：北京亚都室内环保科技股份有限公司负债指标走势图

图表：北京亚都室内环保科技股份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股份有限公司成长能力指标走势图

图表：略&hellip;&hellip;

通过《2011-2015年中国室内环保市场运营态势与投资战略咨询报告》，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/185114.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专业提供投资咨询报告、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。