



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年中国吸尘器市场深度调研及发展趋势预测报告

# 一、调研说明

《2012-2016年中国吸尘器市场深度调研及发展趋势预测报告》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/211414.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

### 第一章、吸尘器行业相关介绍

#### 第一节、小家电行业概述

- 一、小家电的定义及分类
- 二、中国小家电的发展历程
- 三、六类小家电产品噪声标准新要求

#### 第二节、吸尘器简介

- 一、吸尘器的分类
- 二、吸尘器的原理和结构
- 三、吸尘器的技术
- 四、吸尘器的另类用途

### 第二章、小家电行业的发展

#### 第一节、小家电行业综述

- 一、中国小家电行业总体状况
- 二、我国小家电行业的特点
- 三、中国小家电业步入良性发展
- 四、小家电产业环境进一步优化
- 五、小家电能效管理体系日趋完善

#### 第二节、2008-2011年小家电市场分析

- 一、2008年中国小家电行业逆势上扬
- 二、2009年小家电市场保持增长势头
- 三、2010年我国小家电出口市场剖析
- 四、2011年我国小家电行业最新发展状况

#### 第三节、小家电市场营销分析

- 一、中国小家电市场营销状况
- 二、小家电营销的三大要点
- 三、小家电营销的关键
- 四、小家电市场营销策略探究

#### 第四节、小家电市场竞争状况剖析

- 一、我国小家电行业迈向"集团军"竞争阶段

- 二、"外资化"加剧我国小家电行业竞争
- 三、我国小家电品牌竞争问题
- 四、我国小家电行业的竞争策略
- 五、完善售后服务提升小家电市场竞争力
- 六、小家电市场增强竞争力的关键是创新

#### 第五节、小家电行业的问题与对策

- 一、我国小家电企业发展进入瓶颈阶段
- 二、从小家电投诉情况透析市场存在的隐忧
- 三、小家电行业获取发展的途径
- 四、小家电企业成功发展模式借鉴
- 五、小家电企业力拓国内市场

### 第三章、吸尘器行业全面剖析

#### 第一节、中国吸尘器行业分析

- 一、影响中国吸尘器行业发展的相关政策
- 二、中国吸尘器行业综述
- 三、吸尘器行业呈现的特点
- 四、中国吸尘器行业的SWOT分析

#### 第二节、2010年-2012年4月全国及主要省份家用吸尘器产量分析

- 一、2010年1-12月全国及主要省份家用吸尘器产量分析
- 二、2011年1-12月全国及主要省份家用吸尘器产量分析
- 三、2012年1-4月全国及主要省份家用吸尘器产量分析

#### 第三节、中国吸尘器出口市场分析

- 一、中国吸尘器出口市场深度解析
- 二、2010年张家港吸尘器出口简况
- 三、2011年苏州吸尘器出口状况
- 四、我国出口吸尘器中功率虚标问题调研分析

#### 第四节、中国吸尘器市场面临的挑战与发展

- 一、传统观念成吸尘器市场扩张的瓶颈
- 二、用途单一限制吸尘器的普及推广
- 三、中国吸尘器生产企业过于依赖海外市场
- 四、国外吸尘器品牌个案成功经验借鉴

## 第四章、中国吸尘器产品及品牌发展分析

### 第一节、吸尘器市场品牌销售与竞争

- 一、中国吸尘器渠道销售状况分析
- 二、2009-2010年我国吸尘器品牌销售状况
- 三、2010年中国吸尘器品牌竞争解析
- 四、2011年我国吸尘器品牌销售竞争状况
- 五、解析吸尘器领域一线品牌竞争格局
- 六、国产吸尘器的竞争优势

### 第二节、国内市场主要吸尘器品牌产品特色分析

- 一、飞利浦吸尘器渠道价格定位策略解析
- 二、海尔吸尘器强调产品功效
- 三、美的优化结构加大中高端产品比例
- 四、三洋站稳中低端市场
- 五、松下立足中端抢占高端
- 六、伊莱克斯吸尘器产品高端定价策略分析
- 七、LG吸尘器产品销售及渠道分析

### 第三节、吸尘器不同应用领域产品的发展

- 一、家用吸尘器的挑战和机遇
- 二、商用吸尘器产品的特点及瓶颈
- 三、工业吸尘器广泛应用于不同领域
- 四、车载吸尘器市场潜力巨大

### 第四节、吸尘器技术与新产品

- 一、新品新技术成为吸尘器企业最大卖点
- 二、虚拟制造技术在吸尘器新产品开发中的应用
- 三、无尘袋吸尘器受青睐
- 四、“智能”吸尘器成主流

## 第五章、全国及区域市场吸尘器品牌零售量占有率分析

### 第一节、2008年12月中国吸尘器品牌零售统计

- 一、2008年12月全国吸尘器品牌占有率
- 二、2008年12月东北、西北地区吸尘器品牌占有率
- 三、2008年12月华北、华东、华南地区吸尘器品牌占有率

四、2008年12月西南、中南地区吸尘器品牌占有率

## 第二节、2009年12月中国吸尘器品牌零售统计

一、2009年12月全国吸尘器品牌占有率

二、2009年12月东北、西北地区吸尘器品牌占有率

三、2009年12月华北、华东、华中地区吸尘器品牌占有率

四、2009年12月西南、华南地区吸尘器品牌占有率

## 第三节、2010年12月中国吸尘器品牌零售统计

一、2010年12月全国吸尘器品牌占有率

二、2010年12月东北、西北地区吸尘器品牌占有率

三、2010年12月华北、华东、华中地区吸尘器品牌占有率

四、2010年12月西南、华南地区吸尘器品牌占有率

## 第四节、2011年12月中国吸尘器品牌零售统计

一、2011年12月全国吸尘器品牌占有率

二、2011年12月东北、西北地区吸尘器品牌占有率

三、2011年12月华北、华东、华中地区吸尘器品牌占有率

四、2011年12月西南、华南地区吸尘器品牌占有率

## 第六章、国际国内重点企业

### 第一节、LG集团

一、公司简介

二、LG变速气旋吸尘器三大优势

三、信息平台促使LG集团管理水平全面提升

四、LG吸尘器不断创新升级引领市场

### 第二节、宁波富达股份有限公司

一、公司简介

二、宁波富达成为制订吸尘器国家标准的"牵头人"

三、2010年1-12月宁波富达经营状况分析

四、2011年1-12月宁波富达经营状况分析

五、2012年1-3月宁波富达经营状况分析

### 第三节、莱克电气股份有限公司

一、公司简介

二、莱克全力打造小家电自主品牌

- 三、莱克"逆势飞扬"的关键
- 四、莱克吸尘器"由外转内"品牌建设之路
- 五、2011年莱克"洁旋风"系列吸尘器新品介绍
- 六、莱克价值创新策略

#### 第四节、广东龙的集团有限公司

- 一、公司简介
- 二、龙的打造吸尘器等小家电核心产品
- 三、龙的小家电融入低碳元素备受追捧

#### 第五节、美的集团有限公司

- 一、公司简介
- 二、美的全面调整发力二三线城市小家电市场
- 三、美的全力推动战略转型

### 第七章、吸尘器行业投资分析及前景展望

#### 第一节、小家电行业投资及趋势解析

- 一、小家电行业的投资价值及要点
- 二、"十二五"时期我国小家电发展前景良好
- 三、低碳环保是小家电发展的主流趋势
- 四、家居小家电市场前景广阔
- 五、家居小家电市场的走向

#### 第二节、吸尘器市场前景趋势

- 一、我国吸尘器市场前景宽广
- 二、2012-2016年中国吸尘器市场预测分析
- 三、我国吸尘器行业发展趋势分析
- 四、未来吸尘器市场的走向
- 五、吸尘器多功能是必然趋势
- 六、吸尘器向中央化、智能化发展

#### 图表目录：

图表1 2006-2008年中国小家电市场销售规模及增长

图表2 2008年中国小家电市场结构分布

图表3 2006-2008年中国小家电市场价格变化

- 图表4 2007-2009年微波炉出口季节特征
- 图表5 2007-2009年电磁炉出口季节特征
- 图表6 2007-2009年电烤箱出口季节特征
- 图表7 2009年小家电行业用户投诉主要问题
- 图表8 小家电用户投诉问题量年度对比
- 图表9 2009年小家电投诉与产品价格分析
- 图表10 2009年小家电行业月投诉趋势
- 图表11 2009年小家电行业投诉用户学历构成
- 图表12 2009年小家电行业投诉用户收入情况
- 图表13 2009年小家电行业投诉地区前十位排行
- 图表14 2009年小家电产品企业投诉前十位排名
- 图表15 2010年1-12月全国家用吸尘器产量数据
- 图表16 2010年1-12月广东省家用吸尘器产量数据
- 图表17 2010年1-12月浙江省家用吸尘器产量数据
- 图表18 2010年1-12月江苏省家用吸尘器产量数据
- 图表19 2010年1-12月天津市家用吸尘器产量数据
- 图表20 2010年1-12月上海市家用吸尘器产量数据
- 图表21 2011年1-12月全国家用吸尘器产量数据
- 图表22 2011年1-12月江苏省家用吸尘器产量数据
- 图表23 2011年1-12月广东省家用吸尘器产量数据
- 图表24 2011年1-12月浙江省家用吸尘器产量数据
- 图表25 2011年1-12月天津市家用吸尘器产量数据
- 图表26 2011年1-12月上海市家用吸尘器产量数据
- 图表27 2011年1-12月安徽省家用吸尘器产量数据
- 图表28 2012年1-4月全国家用吸尘器产量数据
- 图表29 2012年1-4月江苏省家用吸尘器产量数据
- 图表30 2012年1-4月广东省家用吸尘器产量数据
- 图表31 2012年1-4月浙江省家用吸尘器产量数据
- 图表32 2012年1-4月天津市家用吸尘器产量数据
- 图表33 2012年1-4月山东省家用吸尘器产量数据
- 图表34 2012年1-4月上海市家用吸尘器产量数据
- 图表35 2007-2010年9月我国吸尘器出口额

- 图表36 2007年-2010年1-9月我国吸尘器出口额
- 图表37 2007-2010年三季度中国吸尘器出口概况
- 图表38 2009年/2010年1-9月我国吸尘器市场累计出口额（前30）
- 图表39 2010年1-9月中国吸尘器出口市场分布
- 图表40 2009年日本吸尘器进口情况
- 图表41 2009年美国吸尘器进口情况
- 图表42 2009年德国吸尘器进口情况
- 图表43 2009年意大利吸尘器进口情况
- 图表44 2009年新加坡吸尘器进口情况
- 图表45 2009年英国吸尘器进口情况
- 图表46 2009年/2010年1-9月我国吸尘器出口货源地累计出口额（前30）
- 图表47 2010年1-9月我国吸尘器出口货源地分布比例
- 图表48 出口吸尘器功率高标现象调查情况
- 图表49 2009-2010年吸尘器销售额同比增幅
- 图表50 2009-2010年吸尘器零售额份额
- 图表51 2010年中国吸尘器市场品牌关注比例分布
- 图表52 2010年Q1-Q4中国吸尘器市场品牌关注排名对比
- 图表53 2010年中国吸尘器市场不同价格段产品关注比例分布
- 图表54 2010年中国吸尘器市场主流品牌关注比例走势
- 图表55 2010年中国吸尘器市场飞利浦、美的、海尔、三洋、伊莱克斯市售产品数量对比
- 图表56 2010年中国吸尘器市场飞利浦、美的、海尔、三洋、伊莱克斯单产品关注率对比
- 图表57 2011年3-4月吸尘器国内市场品牌销量排名
- 图表58 2011年3-4月份吸尘器国内市场品牌销售额排名
- 图表59 2011年5-6月份吸尘器国内市场品牌销售额排名
- 图表60 2011年6月吸尘器国内市场品牌销售额份额
- 图表61 2011年7-8月份吸尘器国内市场品牌销售额排名
- 图表62 2011年8月吸尘器国内市场品牌销售额份额
- 图表63 2011年9月吸尘器国内市场品牌销售额排名
- 图表64 2011年9月吸尘器国内市场品牌销售额份额
- 图表65 2006-2009年7月中国吸尘器市场销量与均价走势
- 图表66 2006-2009年7月中国吸尘器"千元以上"市场销量与均价走势
- 图表67 中国吸尘器不同类型中"千元以上"产品的销量占比发展趋势

- 图表68 虚拟制造中的协同分配
- 图表69 虚拟制造生产过程的随时间的花费曲线
- 图表70 吸尘器尾轮位移曲线分析
- 图表71 2008年12月全国吸尘器市场占有率及均价
- 图表72 2008年12月东北地区吸尘器市场占有率及均价
- 图表73 2008年12月西北地区吸尘器市场占有率及均价
- 图表74 2008年12月华北地区吸尘器市场占有率及均价
- 图表75 2008年12月华东地区吸尘器市场占有率及均价
- 图表76 2008年12月华南地区吸尘器市场占有率及均价
- 图表77 2008年12月西南地区吸尘器市场占有率及均价
- 图表78 2008年12月中南地区吸尘器市场占有率及均价
- 图表79 2009年12月全国吸尘器市场占有率及均价
- 图表80 2009年12月东北吸尘器市场占有率及均价
- 图表81 2009年12月西北吸尘器市场占有率及均价
- 图表82 2009年12月华北吸尘器市场占有率及均价
- 图表83 2009年12月华东吸尘器市场占有率及均价
- 图表84 2009年12月华中吸尘器市场占有率及均价
- 图表85 2009年12月西南吸尘器市场占有率及均价
- 图表86 2009年12月华南吸尘器市场占有率及均价
- 图表87 2010年6月全国吸尘器市场占有率及均价
- 图表88 2010年6月东北吸尘器市场占有率及均价
- 图表89 2010年6月西北吸尘器市场占有率及均价
- 图表90 2010年6月华北吸尘器市场占有率及均价
- 图表91 2010年6月华东吸尘器市场占有率及均价
- 图表92 2010年6月华中吸尘器市场占有率及均价
- 图表93 2010年6月西南吸尘器市场占有率及均价
- 图表94 2010年6月华南吸尘器市场占有率及均价
- 图表95 2011年4月全国吸尘器市场占有率及均价
- 图表96 2011年4月东北吸尘器市场占有率及均价
- 图表97 2011年4月西北吸尘器市场占有率及均价
- 图表98 2011年4月华北吸尘器市场占有率及均价
- 图表99 2011年4月华东吸尘器市场占有率及均价

- 图表100 2011年4月华中吸尘器市场占有率及均价
- 图表101 2011年4月西南吸尘器市场占有率及均价
- 图表102 2011年4月华南吸尘器市场占有率及均价
- 图表103 2010年1-12月宁波富达主要财务数据
- 图表104 2010年1-12月宁波富达非经常性损益项目及金额
- 图表105 2008年-2010年宁波富达主要会计数据
- 图表106 2008年-2010年宁波富达主要财务指标
- 图表107 2010年1-12月宁波富达主营业务分行业、产品情况
- 图表108 2010年1-12月宁波富达主营业务分地区情况
- 图表109 2011年1-12月宁波富达主要财务数据
- 图表110 2011年1-12月宁波富达非经常性损益项目及金额
- 图表111 2009年-2011年宁波富达主要会计数据
- 图表112 2009年-2011年宁波富达主要财务指标
- 图表113 2011年1-12月宁波富达主营业务分行业、产品情况
- 图表114 2011年1-12月宁波富达主营业务分地区情况
- 图表115 2012年1-3月宁波富达主要会计数据及财务指标
- 图表116 2012年1-3月宁波富达非经常性损益项目及金额
- 图表117 2012-2016年中国家用吸尘器产量预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/211414.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。