



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国空气加湿器产业发展现状及市场监测报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国空气加湿器产业发展现状及市场监测报告》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/279906.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

加湿器是一种增加房间湿度的家用电器。加湿器可以给指定房间加湿，也可以与锅炉或中央空调系统相连给整栋建筑加湿。

加湿器是一种可以增加房间湿度的家用电器，加湿器可以给指定房间加湿，也可以与锅炉或中央空调系统相连给整栋建筑加湿。根据热、湿交换理论，在实际工程中将加湿器分为以下两种：

1、等焓加湿器：即利用水吸收空气的显热进行蒸发加湿，其在焓、湿图上的变化为近似等焓过程。

2、等温加湿器：即利用热能将液态水转化成蒸汽与空气混合进行加湿，其在焓、湿图上的变化为近似等温过程。

加湿器从使用范围来讲可分为工业用加湿器、商用加湿器和家用加湿器三个大的类别。

### 超声波加湿器

已被广泛应用在各种领域。超声波加湿器采用每秒200万次的超声波高频震荡，将水雾化为1微米到5微米的超微粒子和负氧离子，从而实现均匀加湿，清新空气，增进健康的，去除冬季暖气的燥热，营造舒适的生活环境。

### 纯净型加湿器

直接蒸发型加湿器通常也被称为纯净型加湿器。纯净型的加湿技术则是加湿领域刚刚采用的新技术，通过分子筛蒸发技术，除去水中的钙、镁离子，彻底解决"白粉"问题。通过水幕洗涤空气，在加湿的同时还能对空气中的病菌、粉尘、颗粒物进行过滤净化，再经风动装置将湿润洁净的空气送到室内，从而提高环境湿度和洁净度。所以非常适用于有老人和小孩的家庭使用，还可以预防冬季流感病菌。

超声波加湿器和纯净型加湿器是建议给儿童购买的首选产品，安全系数高，净化空气，除菌加湿能力强，增进健康，给孩子一个舒适的环境。

### 电加热式加湿器

热蒸发型加湿器也叫电加热式加湿器，其工作原理是将水在加热体中加热到100℃，产生蒸汽，用电机将蒸汽送出。电加热式加湿器是技术最简单的加湿方式。

### 浸入式电极加湿器

浸入式电极式加湿器（immersed Electrode humidifier）是利用浸入水中的大面积的电极作为端子，以水作为加热媒介，当电流经由水转移电能时，产生热量，使水沸腾，产生蒸汽。其特点是成本低,便于安装和使用.但是精度较低，而且需要定期更换加湿桶维护。

### 冷雾加湿器

此种加湿器利用风扇强制空气通过吸水介质时与水接触、交换来增加空气的相对湿度。此种加湿器的特点是能随空气的相对湿度自动调节，即空气相对湿度低的时候加湿量大，空气相对湿度高时，加湿量低；缺点是加湿量低（约为超声波加湿器的1/5），噪声相对于超声波加湿器大，但这种加湿器耗能少，噪音低。

## 商用加湿器

商用加湿器是一种介于民用和工业用之间的中等喷雾量的加湿设备。

商用加湿器应当具有如下特征：

- 1、商用加湿器的喷雾量中等。不能够太小，商用空间多在上百平米，过小的加湿量无意义。
- 2、商用加湿器需工作可靠。商用环境要求较低的工作的故障率。
- 3、商用加湿器要方便维护。任何商用环境都是长期工作，无法维护的设备不适宜使用。
- 4、商用加湿器应尽可能节能。长期使用的商用环境有强烈的节能需求。
- 5、商用加湿器的体积。商用环境一般紧凑，对加湿设备的体积有微型化倾向。
- 6、商用加湿器的供水方面。商用环境错综复杂，对加湿器的供水提出多样化要求，供水方式应灵活方便。

商用加湿器，适用于麻将房、棋牌室、KTV、美容院、酒店、家庭、娱乐场所、办公室、银行、医院、学校、政府机关等大室内场所。

其工作原理是通过电解法使加湿器在雾化水的同时释放纯净物质——臭氧（O<sub>3</sub>），O<sub>3</sub>在水的雾化过程中起到对水质杀菌消毒的功效，并随着均匀的加湿细雾传播到房间的各个角落，起到净化空气的作用。氧吧加湿器释放的纯净物质——臭氧（O<sub>3</sub>），是有名的强力又纯净的“净化剂”，在高纯水系统中能连续去除细菌和病毒的最好方法就是用臭氧。

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。

## 报告目录：

### 第一章 空气加湿器行业概述

#### 第一节 空气加湿器行业定义及分类

#### 第二节 空气加湿器生产技术现状

#### 第三节 空气加湿器产业链分析

## 一、空气加湿器产业链及模型介绍

## 二、空气加湿器产业链模型分析

## 第二章 中国空气加湿器行业整体运营现状分析及预测

### 第一节 空气加湿器行业产销分析及预测

#### 一、2014-2016年空气加湿器行业产销分析

#### 二、2016-2022年空气加湿器行业产销预测

### 第二节 2016年空气加湿器行业盈利能力分析

#### 一、2016年空气加湿器行业盈利能力分析

#### 二、2016-2022年空气加湿器行业盈利能力预测

### 第三节 2016年空气加湿器行业偿债能力分析

#### 一、2016年空气加湿器行业偿债能力分析

#### 二、2016-2022年空气加湿器行业偿债能力预测

### 第四节 2016年空气加湿器行业投资分析

#### 一、经营环境评估分析

#### 二、投资趋势评估分析

#### 三、投资方向评估分析

## 第三章 空气加湿器行业价格现状及预测

### 第一节 空气加湿器行业价格现状

### 第二节 空气加湿器行业价格主要影响因素分析

### 第三节 空气加湿器行业未来价格走势预测

## 第四章 空气加湿器国内市场供需现状及预测

### 第一节 中国空气加湿器生产现状分析

#### 一、2014-2016年3月空气加湿器产能、产量统计分析

#### 二、2014-2016年3月空气加湿器消费情况

### 第二节 空气加湿器行业未来市场发展趋势分析

#### 一、2016-2022年空气加湿器产能、产量预测

#### 二、2016-2022年空气加湿器消费量预测

### 第三节 中国主要区域空气加湿器行业竞争态势分析

#### 一、华东地区

- 二、华北地区
- 三、中南地区
- 四、西北地区
- 五、西南地区
- 六、东北地区

## 第五章 行业运行状况分析

### 第一节 行业情况背景

- 一、参与调查企业及其分布情况
- 二、典型企业介绍

### 第二节 总体效益运行状况

- 一、总体销售效益
- 二、2014-2016年3月空气加湿器行业总体盈利能力
- 三、2014-2016年3月空气加湿器行业总体税收能力
- 四、2014-2016年3月空气加湿器行业市场总体产值能力

### 第三节 不同地区行业效益状况对比

- 一、不同地区销售效益状况对比
- 二、不同地区行业盈利能力状况对比
- 三、不同地区行业税收能力状况对比
- 四、不同地区行业产值状况对比

### 第四节 类型运行效益对比

- 一、行业不同类型销售效益状况对比
- 二、不同类型盈利能力状况对比
- 三、不同类型税收能力状况对比
- 四、不同类型产值状况对比

### 第五节 规模运行效益对比

- 一、行业不同规模销售效益状况对比
- 二、不同规模盈利能力状况对比
- 三、不同规模税收能力状况对比
- 四、不同规模产值状况对比

## 第六章 空气加湿器行业目标市场分析

## 第一节 中国空气加湿器行业目标市场分析

- 一、中国空气加湿器行业主要消费领域
- 二、中国空气加湿器行业下游主要市场发展情况分析

## 第二节 全球空气加湿器行业目标市场分析

- 一、全球空气加湿器行业主要消费领域
- 二、全球空气加湿器行业下游主要市场发展情况分析

## 第七章 空气加湿器行业进出口市场分析

### 第一节 影响进出口市场的因素分析

- 一、可能涉及的倾销及反倾销
- 二、可能遭遇的贸易壁垒及技术壁垒
- 三、近期人民币汇率变化的影响
- 四、我国与主要市场贸易关系稳定性分析

### 第二节 全球进出口市场价格互动机制研究

### 第三节 国内行业2013-2016年进出口数据分析

### 第四节 2016-2022年国内行业未来进出口情况预测

## 第八章 空气加湿器行业所处生命周期

### 第一节 生命周期

### 第二节 空气加湿器行业技术变革与产品革新

- 一、技术变革可能会改变行业竞争格局
- 二、产品革新能力是竞争力的重要组成部分

### 第三节 差异化 / 同质化分析

- 一、目前市场竞争对产品差异化提出更高要求
- 二、产品个性化是行业远离战火的武器
- 三、空气加湿器产品的个性化空间很大

### 第四节 进入 / 退出难度分析

- 一、空气加湿器产品市场进入壁垒
- 二、可以选择不同方式进入

## 第九章 中国空气加湿器销售状况分析

### 第一节 空气加湿器国内营销模式分析

## 第二节 空气加湿器国内分销商形态分析

## 第三节 空气加湿器国内销售渠道分析

## 第四节 空气加湿器行业国际化营销模式分析

## 第五节 空气加湿器重点销售区域分析

## 第六节 2014-2016年3月市场供需现状分析

## 第七节 2016-2022年行业发展前景预测

## 第十章 空气加湿器的生产分析

### 第一节 行业生产规模及增长速度

### 第二节 产业地区分布情况

### 第三节 优势企业产品价格策略

### 第四节 行业生产所面临的几个问题

### 第五节 未来几年行业产量变化趋势

### 第六节 空气加湿器营销策略分析

### 第七节 空气加湿器行业广告与促销方式分析

#### 一、主要的广告媒体

#### 二、主要的广告媒体的优/缺点分析

#### 三、主要的广告媒体费用分析

## 第十一章 国内重点企业竞争力分析

### 第一节 企业一

#### 一、企业简介

#### 二、企业主营业务及行业

#### 三、企业总体经营情况分析

#### 四、企业心竞争能力

#### 五、企业战略分析

### 第二节 企业二

#### 一、企业简介

#### 二、企业主营业务及行业

#### 三、企业总体经营情况分析

#### 四、企业心竞争能力

#### 五、企业战略分析



### 第三节 企业三

#### 一、企业简介

#### 二、企业主营业务及行业

#### 三、企业总体经营情况分析

#### 四、企业心竞争能力

#### 五、企业战略分析

### 第四节 企业四

#### 一、企业简介

#### 二、企业主营业务及行业

#### 三、企业总体经营情况分析

#### 四、企业心竞争能力

#### 五、企业战略分析

### 第五节 企业五

#### 一、企业简介

#### 二、企业主营业务及行业

#### 三、企业总体经营情况分析

#### 四、企业心竞争能力

#### 五、企业战略分析

## 第十二章 空气加湿器行业信贷建议

### 第一节 总体授信策略

### 第二节 客户分类及准入标准

#### 一、重点支持类客户

#### 二、适度支持类客户

### 第三节 授信产品指引

#### 一、重点支持类客户

#### 二、适度支持类客户

### 第四节 授信担保要求

## 第十三章 空气加湿器行业营销策略

### 第一节 空气加湿器行业技术开发策略

### 第二节 空气加湿器行业发展策略

### 第三节 空气加湿器行业渠道策略

### 第四节 空气加湿器行业区域市场策略

## 第十四章 企业生产管理风险分析

### 第一节 厂址及厂区平面布局的对策措施

### 第二节 工艺流程安全设计

### 第三节 单元区域规划

### 第四节 设备维护建议（防火、防爆对策措施）

### 第五节 公用工程设施安全分析建议

### 第六节 企业网络安全风险分析

## 第十五章 中国空气加湿器行业投资策略分析

### 第一节 2016年中国空气加湿器行业投资环境分析

### 第二节 2016年中国空气加湿器行业投资趋势分析

### 第三节 2016年中国空气加湿器行业产品投资方向

### 第四节 2016-2022年中国空气加湿器行业投资收益预测

#### 一、预测理论依据

#### 二、2016-2022年中国空气加湿器行业工业总产值预测

#### 三、2016-2022年中国空气加湿器行业行业销售收入预测

#### 四、2016-2022年中国空气加湿器行业利润总额预测

#### 五、2016-2022年中国空气加湿器行业总资产预测

## 第十六章 空气加湿器行业风险趋势分析与对策

### 第一节 空气加湿器行业风险分析

#### 一、市场竞争风险

#### 二、原材料压力风险分析

#### 三、技术风险分析

#### 四、政策和体制风险

#### 五、进入退出风险

### 第二节 空气加湿器行业投资风险及控制策略分析

#### 一、2016-2022年空气加湿器行业市场风险及控制策略

#### 二、2016-2022年空气加湿器行业政策风险及控制策略

三、2016-2022年空气加湿器行业经营风险及控制策略

四、2016-2022年空气加湿器同业竞争风险及控制策略

五、2016-2022年空气加湿器行业其他风险及控制策略(AK HT)

图表目录：

图表 我国空气加湿器行业所处生命周期示意图

图表 行业生命周期、战略及其特征

图表 2014-2016年3月中国空气加湿器行业市场规模变化

图表 2014-2016年3月中国空气加湿器行业销售收入变化

图表 2014-2016年3月中国空气加湿器行业销售投资收益率变化

图表 中国主要营销模式结构图

图表 2014-2016年3月中国空气加湿器行业潜在需求量变化

图表 2016年中国各种经销模式市场份额对比图

图表 2014-2016年3月中国空气加湿器行业市场容量变化

图表 2014-2016年3月中国空气加湿器供给量变化

图表 2014-2016年3月中国空气加湿器供需平衡分析

图表 2014-2016年3月中国空气加湿器市场供需分析

图表 2014-2016年3月中国空气加湿器行业产销分析

图表 2014-2016年3月中国空气加湿器行业利润率变化

图表 2014-2016年3月中国空气加湿器行业资产利润率变化

图表 2014-2016年3月中国空气加湿器行业总资产负债变化

图表 2014-2016年3月中国空气加湿器行业偿债能力分析

图表 2014-2016年3月中国空气加湿器行业营运能力分析

图表 2014-2016年3月中国空气加湿器出口量占产量的份额

图表 2014-2016年3月中国空气加湿器进口量占需求量的份额

图表 2014-2016年3月中国空气加湿器进口量变化

图表 2014-2016年3月中国空气加湿器出口量变化

图表 2014-2016年3月中国空气加湿器行业产值规模变化

图表 2014-2016年3月中国空气加湿器行业产能变化

图表 2014-2016年3月中国空气加湿器行业产量变化

图表 2014-2016年3月中国空气加湿器行业产能利用率变化

图表 2014-2016年3月东北地区各规格产品销售量变化（万吨）

图表 2014-2016年3月东北地区各规格产品销售比例变化

图表 2014-2016年3月东北地区厂家产品销售量变化

图表 2014-2016年3月西南地区各规格产品销售变化（万吨）

图表 2014-2016年3月西南地区各规格产品销售比例变化

图表 2014-2016年3月西南地区厂家产品销售量变化

图表 2014-2016年3月华北地区各规格产品销售变化（万吨）

图表 2014-2016年3月华北地区各规格产品销售比例变化

图表 2014-2016年3月华北地区厂家产品销售量变化

图表 2014-2016年3月中南地区各规格产品销售变化（万吨）

图表 2014-2016年3月中南地区各规格产品销售比例变化

图表 2014-2016年3月中南地区厂家产品销售量变化

图表 2014-2016年3月华东地区各规格产品销售变化（万吨）

图表 2014-2016年3月华东地区各规格产品销售比例变化

图表 2014-2016年3月华东地区厂家产品销售量变化

图表 2014-2016年3月西北地区各规格产品销售变化（万吨）

图表 2014-2016年3月西北地区各规格产品销售比例变化

图表 2014-2016年3月西北地区厂家产品销售量变化

图表 2014-2016年3月空气加湿器各地区销售比例变化

图表 2016年中国空气加湿器市场不同因素的价格影响力对比

图表 2016-2022年中国空气加湿器平均价格走势预测

图表 2014-2016年3月中国空气加湿器出口量及增长情况

图表 2014-2016年3月中国空气加湿器进口量及增长情况

图表 2016-2022年中国空气加湿器总产能规模预测

图表 2016-2022年中国空气加湿器消费量预测

图表 2016-2022年中国空气加湿器市场赢利净值规模预测

图表 2016-2022年中国空气加湿器平均价格走势预测

图表 2016-2022年中国空气加湿器区域需求结构变化

图表 中国空气加湿器生产厂家主要经营模式

图表 空气加湿器生产企业定价目标选择

图表 空气加湿器企业对付竞争者降价的程序

图表 空气加湿器促销方式

图表 2016-2022年中国空气加湿器进口量预测

图表 2016-2022年中国空气加湿器出口量预测

图表 2016-2022年中国空气加湿器行业成长性分析

图表 2016-2022年中国空气加湿器行业经营能力预测

图表 2016-2022年中国空气加湿器行业资产利润率预测

图表 2016-2022年中国空气加湿器行业盈利能力预测

图表 2016-2022年中国空气加湿器行业偿债能力预测

图表 2016-2022年中国空气加湿器行业产值预测

图表 2016-2022年中国空气加湿器行业销售收入预测

图表 2016-2022年中国空气加湿器行业总资产预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/279906.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。