



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2010年中国空气加湿器行业分析市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008-2010年中国空气加湿器行业分析市场分析及发展趋势研究报告》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/37363.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 中国空气加湿器行业现状 - 1 -

第一节 中国空气加湿器行业发展现状 - 1 -

第二节 2000-2007年市场规模变化趋势 - 2 -

第三节 2000-2007年中国空气加湿器行业利润分析 - 3 -

第四节 2007年行业内企业与品牌数量 - 4 -

第二章 中国空气加湿器市场特性分析 - 5 -

第一节 2007年行业生产规模情况 - 5 -

第二节 2007年行业区域分布情况 - 6 -

第三节 2007年区域竞争格局情况 - 6 -

第四节 2007年产品销售规模情况 - 7 -

第三章 中国空气加湿器行业区域市场分析 - 9 -

第一节 华北市场 - 9 -

一、2000-2007年市场规模 - 9 -

二、2007年产业集中度情况 - 10 -

三、2007年主要代理商情况 - 10 -

四、2008年市场发展预测 - 11 -

第二节 东北市场 - 12 -

一、2000-2007年市场规模 - 12 -

二、2007年产业集中度情况 - 13 -

三、2007年主要代理商情况 - 13 -

四、2008年市场发展预测 - 14 -

第三节 中南市场 - 15 -

一、2000-2007年市场规模 - 15 -

二、2007年产业集中度情况 - 16 -

三、2007年主要代理商情况 - 16 -

四、2008年市场发展预测 - 17 -

第四节 西南市场 - 18 -

| | |
|------------------|--------|
| 一、2000-2007年市场规模 | - 18 - |
| 二、2007年产业集中度情况 | - 19 - |
| 三、2007年主要代理商情况 | - 19 - |
| 四、2008年市场发展预测 | - 20 - |

第五节 华东市场 - 20 -

| | |
|------------------|--------|
| 一、2000-2007年市场规模 | - 20 - |
| 二、2007年产业集中度情况 | - 21 - |
| 三、2007年主要代理商情况 | - 22 - |
| 四、2008年市场发展预测 | - 23 - |

第六节 西北市场 - 23 -

| | |
|------------------|--------|
| 一、2000-2007年市场规模 | - 23 - |
| 二、2007年产业集中度情况 | - 24 - |
| 三、2007年主要代理商情况 | - 25 - |
| 四、2008年市场发展预测 | - 26 - |

第七节 华南地区 - 26 -

| | |
|------------------|--------|
| 一、2000-2007年市场规模 | - 26 - |
| 二、2007年产业集中度情况 | - 27 - |
| 三、2007年主要代理商情况 | - 27 - |
| 四、2008年市场发展预测 | - 28 - |

第四章 中国空气加湿器价格及趋势分析 - 28 -

第一节 2007年价格特征及趋势分析 - 28 -

第二节 2007年主要品牌产品价位对比 - 29 -

第三节 2007年价格与成本的比例分析 - 31 -

第五章 中国空气加湿器行业进出口分析 - 32 -

第一节 空气加湿器出口情况分析 - 32 -

一、2007年出口量 - 32 -

二、2007年出口目的地 - 33 -

三、2007年出口价格情况 - 33 -

第二节 空气加湿器进口情况分析 - 34 -

一、2007年进口量 - 34 -

二、2007年进口目的地 - 35 -

三、2007年进口价格情况 - 36 -

第六章 中国空气加湿器消费者研究 - 36 -

第一节 空气加湿器品牌认知情况 - 36 -

第二节 消费者关注的因素 - 37 -

一、功能 - 38 -

二、质量 - 39 -

三、价格 - 40 -

四、产品设计 - 41 -

第三节 其它消费特性 - 43 -

第七章 中国空气加湿器核心企业及品牌分析 - 43 -

第一节 核心企业总体分析 - 43 -

第二节 核心企业竞争力分析 - 44 -

第三节 核心企业发展战略分析 - 46 -

第四节 中国空气加湿器行业品牌分析 - 48 -

一、亚都 - 48 -

（一）产销量分析 - 48 -

（二）销售市场分布 - 49 -

（三）不同区域的市场份额 - 50 -

（四）产品价格分析 - 51 -

二、美的 - 52 -

（一）产销量分析 - 52 -

（二）销售市场分布 - 53 -

（三）不同区域的市场份额 - 54 -

（四）产品价格分析 - 55 -

三、万利达 - 56 -

（一）产销量分析 - 56 -

（二）销售市场分布 - 57 -

（三）不同区域的市场份额 - 58 -

（四）产品价格分析 - 59 -

四、奔腾 - 60 -

（一）产销量分析 - 60 -

（二）销售市场分布 - 61 -

（三）不同区域的市场份额 - 62 -

（四）产品价格分析 - 63 -

五、康福尔 - 64 -

（一）产销量分析 - 64 -

（二）销售市场分布 - 65 -

（三）不同区域的市场份额 - 65 -

（四）产品价格分析 - 66 -

六、龙的 - 68 -

（一）产销量分析 - 68 -

（二）销售市场分布 - 69 -

（三）不同区域的市场份额 - 69 -

（四）产品价格分析 - 70 -

七、金鹏 - 72 -

（一）产销量分析 - 72 -

（二）销售市场分布 - 73 -

（三）不同区域的市场份额 - 73 -

（四）产品价格分析 - 74 -

第八章 中国空气加湿器行业与市场预测 - 76 -

第一节 竞争格局变化趋势 - 76 -

第二节 国外市场发展预测 - 77 -

第三节 2008-2010年国内市场发展预测 - 78 -

第四节 产品发展前景预测 - 79 -

图表目录

图表1：国内市场上空气加湿器种类及产品特点列表 - 1 -

图表2：2000-2007年中国加湿器市场规模 - 3 -

图表3：2007年加湿器代表性品牌 - 4 -

图表4：2000-2007年中国加湿器产值分析 - 5 -

| | |
|-------------------------------|--------|
| 图表 5：2007年中国空气加湿器行业区域分布 | - 6 - |
| 图表 6：加湿器生产企业区域分布 | - 7 - |
| 图表 7：2007年加湿器销售渠道分布情况 | - 8 - |
| 图表 8：2000-2007年华北地区加湿器销售收入 | - 9 - |
| 图表 9：2000-2007年华北地区加湿器销售量 | - 10 - |
| 图表 10：2007年华北地区加湿器主要品牌占有率 | - 10 - |
| 图表 11：2000-2007年东北地区加湿器销售收入 | - 12 - |
| 图表 12：2000-2007年东北地区加湿器销售量 | - 13 - |
| 图表 13：2007年东北地区加湿器主要品牌占有率 | - 13 - |
| 图表 14：黑龙江亚都加湿器渠道结构 | - 13 - |
| 图表 15：2000-2007年中南地区加湿器销售收入 | - 15 - |
| 图表 16：2000-2007年中南地区加湿器销售量 | - 15 - |
| 图表 17：2007年中南地区加湿器主要品牌占有率 | - 16 - |
| 图表 18：河南亚都加湿器销售渠道分析 | - 16 - |
| 图表 19：2000-2007年西南地区加湿器销售收入 | - 18 - |
| 图表 20：2000-2007年西南地区加湿器销售量 | - 18 - |
| 图表 21：2007年西南地区加湿器主要品牌占有率 | - 19 - |
| 图表 22：云南昆明亚都加湿器销售渠道分析 | - 19 - |
| 图表 23：2000-2007年华东地区加湿器销售收入 | - 20 - |
| 图表 24：2000-2007年华东地区加湿器销售量 | - 21 - |
| 图表 25：2007年华东地区加湿器主要品牌占有率 | - 21 - |
| 图表 26：山东省亚都加湿器销售渠道分析 | - 22 - |
| 图表 27：2000-2007年西北地区加湿器销售收入 | - 23 - |
| 图表 28：2000-2007年西北地区加湿器销售量 | - 24 - |
| 图表 29：2007年西北地区加湿器主要品牌占有率 | - 24 - |
| 图表 30：新疆亚都加湿器销售渠道分析 | - 25 - |
| 图表 31：2000-2007年华南地区加湿器销售收入 | - 26 - |
| 图表 32：2000-2007年华南地区加湿器销售量 | - 27 - |
| 图表 33：2007年华南地区加湿器主要品牌市场占有率 | - 27 - |
| 图表 34：广东省亚都加湿器销售渠道分析 | - 27 - |
| 图表 35：2007年空气加湿器价格特征及变化趋势 | - 29 - |
| 图表 36：2007年空气加湿器主要品牌零售量分价格段构成 | - 30 - |

| | |
|--------------------------------------|--------|
| 图表 37：2007年空气加湿器主要品牌零售额分价格段构成 | - 30 - |
| 图表 38：2000-2007年中国加湿器出口量 | - 32 - |
| 图表 39：2000-2007年中国加湿器出口额 | - 33 - |
| 图表 40：2000-2007年中国加湿器出口价格变动趋势 | - 33 - |
| 图表 41：2000-2007年中国加湿器进口量 | - 34 - |
| 图表 42：2000-2007年中国加湿器进口额 | - 35 - |
| 图表 43：2000-2007年中国加湿器进口价格变动趋势 | - 36 - |
| 图表 44：中国加湿器主要品牌认知度分析 | - 36 - |
| 图表 45：消费者购买加湿器决策因素 % | - 37 - |
| 图表 46：消费者选择电子加湿器的原因 | - 38 - |
| 图表 47：过去是否使用过电子加湿器 % | - 39 - |
| 图表 48：再次购买并使用电子加湿器的原因 % | - 40 - |
| 图表 49：不同年龄段消费者心目中加湿器产品的最高价位单位：元/台 | - 40 - |
| 图表 50：不同城市/用户消费者心目中加湿器产品的最高价位 单位：元/台 | - 41 - |
| 图表 51：对电子加湿器新功能的期望 % | - 41 - |
| 图表 52：加上新功能后总体购买可能性 % | - 42 - |
| 图表 53：购买电子加湿器的可能性 % | - 43 - |
| 图表 54：2007年与2006年核心企业竞争格局比较 | - 44 - |
| 图表 55：2007年核心企业零售量份额变化趋势 | - 45 - |
| 图表 56：2007年核心企业零售额份额变化趋势 | - 45 - |
| 图表 57：2005-2007年亚都空气加湿器产销量变化图 | - 48 - |
| 图表 58：2007年亚都空气加湿器分城市级别市场零售份额 | - 49 - |
| 图表 59：2007年亚都空气加湿器在全国不同区域市场零售份额 | - 50 - |
| 图表 60：2007年亚都空气加湿器平均价格变化趋势图 | - 51 - |
| 图表 61：2007年亚都空气加湿器零售量分价格段构成 | - 51 - |
| 图表 62：2007年亚都空气加湿器零售额分价格段构成 | - 52 - |
| 图表 63：2005-2007年美的空气加湿器产销量变化图 | - 53 - |
| 图表 64：2007年美的空气加湿器分城市级别市场零售份额 | - 53 - |
| 图表 65：2007年美的空气加湿器在全国不同区域市场零售份额 | - 54 - |
| 图表 66：2007年美的空气加湿器平均价格变化趋势图 | - 55 - |
| 图表 67：2007年美的空气加湿器零售量分价格段构成 | - 55 - |
| 图表 68：2007年美的空气加湿器零售额分价格段构成 | - 56 - |

| | |
|----------------------------------|--------|
| 图表 69：2005-2007年万利达空气加湿器产销量变化图 | - 57 - |
| 图表 70：2007年万利达空气加湿器分城市级别市场零售份额 | - 57 - |
| 图表 71：2007年万利达空气加湿器在全国不同区域市场零售份额 | - 58 - |
| 图表 72：2007年万利达空气加湿器平均价格变化趋势图 | - 59 - |
| 图表 73：2007年万利达空气加湿器零售量分价格段构成 | - 59 - |
| 图表 74：2007年万利达空气加湿器零售额分价格段构成 | - 60 - |
| 图表 75：2005-2007年奔腾空气加湿器产销量变化图 | - 60 - |
| 图表 76：2007年奔腾空气加湿器分城市级别市场零售份额 | - 61 - |
| 图表 77：2007年奔腾空气加湿器在全国不同区域市场零售份额 | - 62 - |
| 图表 78：2007年奔腾空气加湿器平均价格变化趋势图 | - 63 - |
| 图表 79：2007年奔腾空气加湿器零售量分价格段构成 | - 63 - |
| 图表 80：2007年奔腾空气加湿器零售额分价格段构成 | - 64 - |
| 图表 81：2005-2007年康福尔空气加湿器产销量变化图 | - 64 - |
| 图表 82：2007年康福尔空气加湿器分城市级别市场零售份额 | - 65 - |
| 图表 83：2007年康福尔空气加湿器在全国不同区域市场零售份额 | - 65 - |
| 图表 84：2007年康福尔空气加湿器平均价格变化趋势图 | - 66 - |
| 图表 85：2007年康福尔空气加湿器零售量分价格段构成 | - 67 - |
| 图表 86：2007年康福尔空气加湿器零售额分价格段构成 | - 67 - |
| 图表 87：2005-2007年龙的空气加湿器产销量变化图 | - 68 - |
| 图表 88：2007年龙的空气加湿器分城市级别市场零售份额 | - 69 - |
| 图表 89：2007年龙的空气加湿器在全国不同区域市场零售份额 | - 69 - |
| 图表 90：2007年龙的空气加湿器平均价格变化趋势图 | - 70 - |
| 图表 91：2007年龙的空气加湿器零售量分价格段构成 | - 71 - |
| 图表 92：2007年龙的空气加湿器零售额分价格段构成 | - 71 - |
| 图表 93：2005-2007年金鹏空气加湿器产销量变化图 | - 72 - |
| 图表 94：2007年金鹏空气加湿器分城市级别市场零售份额 | - 73 - |
| 图表 95：2007年金鹏空气加湿器在全国不同区域市场零售份额 | - 73 - |
| 图表 96：2007年金鹏空气加湿器平均价格变化趋势图 | - 74 - |
| 图表 97：2007年金鹏空气加湿器零售量分价格段构成 | - 75 - |
| 图表 98：2007年金鹏空气加湿器零售额分价格段构成 | - 75 - |
| 图表 99：2007-2010年中国加湿器市场规模预测分析 | - 78 - |

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37363.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。