



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国加湿器行业市场分析 研究报告

一、调研说明

《2009年中国加湿器行业市场分析研究报告》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/97035.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

内容简介

在全球金融危机和经济增速放缓的背景下，小家电却在整体增速下滑的国内家电业中独树一帜。2008年国内从事小家电的企业销售额均出现大幅增长。与传统家电产品不同，小家电在中国的销售仍然处于发展阶段，随着消费者需求增加，小家电产品的种类和数量都在提升，小家电平均利润率高，为企业带来的收益也高。小家电在中国的利润率和增长率均提升至30%左右。

入冬后，随着北方地区开始集中供暖，加湿器市场开始热闹起来。目前家用加湿器市场的产品主要分为超声波型加湿器、纯净型加湿器和电加热式加湿器三类，价格也从几十元到几百元不等，满足不同层次消费者的需求。2008-2009年加湿器市场出现不少新品，其中赋予了健康概念的占据了主角地位。小小加湿器，开发出杀毒消菌、净化空气的附加功能，愈发成为崇尚健康生活的家庭的新宠。作为一个新兴市场，加湿器近几年才开始打开局面，为越来越多的家庭所接受，并由于其先天的健康理念，十分符合现代家庭的心理需求，未来的发展前景也十分看好。尽管前景很美好，但是也有不可忽视的“瓶颈”存在，比方说，北方秋冬干燥，市场需求相对比南方大；东南部经济较发达，人民生活水平高，市场需求相对比经济欠发达的西北部大；受教育程度高，对健康生活理念较为推崇，乐于接受新事物的家庭市场需求相对比受教育程度较低的大。加湿器的下一步目标，就要从这些没有被开发出来的潜在市场着手，在产品性能上加以强化，让加湿器不仅能加湿，还能除湿的理念在消费者心中强化，只有这样，才能在家电王国真正拥有自己的领域，建立不可动摇的市场地位。眼下，强悍的加湿器品牌并不多，较知名不过是亚都、美的，这个时候的加湿器生产商们，如果能冷静心智，携手挖掘市场，是大有可为的。若是满足现状，开始对市场骄傲，不注重产品和市场开发，是很危险的，很可能像一个早慧的孩子那样，因自满而裹足不前，最终“泯然众人”矣，乃至很快被新星所取代。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国务院发展研究中心、中国家电协会、中国轻工业联合会、中华商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国加湿器行业的市场规模与发展前景、供给与需求状况、销售情况、从业企业以及国家相关产业政策等进行了。报告重点了加湿器市场的现状以及行业竞争格局，详解了行业知名品牌营销模式，并对加湿器行业的发展趋势进行了研判，是加湿器生产企业、科研单位、经销企业等单位准确了解目前加湿器行业发展动态，把握企业定位和发展战略不可多得的决策参考资料。

目录

CONTENTS

第一章 加湿器行业概述

第一节 加湿器概述

一、加湿器相关概念

二、加湿器基本构造

三、加湿器工作原理

第二节 加湿器行业特性

一、行业赢利性

二、行业成长性

三、行业进入壁垒

四、行业发展概况

第三节 2009年我国加湿器产业政策

第四节 2009年加湿器行业产品构成

第二章 全球加湿器行业发展

第一节 全球加湿器行业运行

一、2008-2009年全球加湿器市场

二、2008-2009年全球加湿器技术应用现状

三、2008-2009年全球加湿器价格走势

第二节 主要国家加湿器市场

一、2008-2009年美国加湿器市场

二、2008-2009年日本加湿器市场

三、2008-2009年德国加湿器市场

第三节 2009-2010年全球加湿器行业发展前景预测

第三章 中国加湿器行业运行

第一节 2008-2009年中国加湿器行业运行综述

一、2008-2009年行业特点

二、2008-2009年加湿器新建及扩建项目

三、2008-2009年加湿器市场

第二节 2008-2009年中国加湿器价格情况

- 一、2008年加湿器价格回顾
- 二、2008-2009年影响价格的因素
- 三、2008-2009年价格走势

第三节 2008-2009年中国加湿器市场供需

- 一、2008-2009年市场供给情况
- 二、2008-2009年产品需求

第四章 中国加湿器行业数据

第一节 2006-2008年家用电器具制造总体数据

- 一、2006年全国家用电器具制造总体数据
- 二、2007年全国家用电器具制造总体数据
- 三、2008年全国家用电器具制造总体数据

第二节 2006-2008年不同所有制家用电器具制造企业数据

- 一、2006年不同所有制家用电器具制造企业数据
- 二、2007年不同所有制家用电器具制造企业数据
- 三、2008年不同所有制家用电器具制造企业数据

第三节 2006-2008年不同规模家用电器具制造企业数据

- 一、2006年不同规模家用电器具制造企业数据
- 二、2007年不同规模家用电器具制造企业数据
- 三、2008年不同规模家用电器具制造企业数据

第五章 我国加湿器市场情况

第一节 2008年中国加湿器市场综述

- 一、中国加湿器市场发展简况
- 二、国内加湿器市场发展的特点
- 三、中国加湿器渠道销售状况

第二节 2006-2008年我国加湿器行业产量

- 一、2006年我国加湿器行业产量
- 二、2007年我国加湿器行业产量
- 三、2008年我国加湿器行业产量

第三节 2006-2008年我国加湿器行业消费量

- 一、2006年我国加湿器行业消费量
- 二、2007年我国加湿器行业消费量
- 三、2008年我国加湿器行业消费量

第四节 2006-2008年我国加湿器行业需求规模

- 一、2006年我国加湿器行业需求规模
- 二、2007年我国加湿器行业需求规模
- 三、2008年我国加湿器行业需求规模

第五节 2009-2010年我国加湿器市场发展预测

- 一、2009-2010年我国加湿器行业产量预测
- 二、2009-2010年我国加湿器行业消费量预测
- 三、2009-2010年我国加湿器行业市场规模预测

第六章 加湿器消费群体与客户满意度调查

第一节 品牌消费偏好调查

- 一、消费者对加湿器品牌的首要认知渠道调查
- 二、消费者对加湿器产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对加湿器品牌忠诚度调查

第二节 不同客户购买相关的态度及影响

- 一、价格影响程度
- 二、购买方便的影响
- 三、广告的影响程度
- 四、包装的影响程度

第三节 消费群体对加湿器品牌产品的建议

- 一、产品设计
- 二、价位布局
- 三、供货方式

第七章 关联产业发展

第一节 家电市场发展

- 一、2008年家电工业产值完成情况

- 二、2009年1季度家电市场发展
- 三、2009年家电行业发展趋势
- 四、2009年三四级家电市场的规模
- 五、2009年家电下乡对行业的影响

第二节 小家电市场发展

- 一、2008年小家电价格走势
- 二、2008年小家电销售情况
- 三、2008年小家电市场竞争
- 四、2009年1季度小家电市场
- 五、2009年小家电市场竞争

第八章 加湿器行业竞争

第一节 2008-2009年中国加湿器竞争

- 一、2008-2009年价格竞争
- 二、2008-2009年品牌竞争
- 三、2008-2009年功能竞争
- 四、2008-2009年各品牌市场份额
- 五、2008-2009年产品产出的企业集中度
- 六、2008-2009年产品消费的品牌集中度

第二节 2008-2009年加湿器区域竞争格局

- 一、2008-2009年重点区域竞争力
- 二、2008-2009年市场集中度
- 三、2008-2009年企业集中度
- 四、2008-2009年北京消费市场品牌构成调查
- 五、2008-2009年上海消费市场品牌构成调查
- 六、2008-2009年广东消费市场品牌构成调查

第九章 加湿器主要品牌企业简介

第一节 亚都

- 一、企业概况
- 二、2007-2008年财务
- 三、2008-2009年经营状况

四、2009-2010年发展规划

第二节 美的

一、企业概况

二、2007-2008年财务

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2010年发展规划

第三节 万利达

一、企业概况

二、2007-2008年财务

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2010年发展规划

第四节 奔腾

一、企业概况

二、2007-2008年财务

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2010年发展规划

第五节 康福尔

一、企业概况

二、2007-2008年财务

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2010年发展规划

第六节 龙的

一、企业概况

二、2007-2008年财务

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2010年发展规划

第七节 金鹏

一、企业概况

二、2007-2008年财务

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2010年发展规划

第八节 新宝

一、企业概况

二、2007-2008年财务

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2010年发展规划

第九节 飞利浦

一、企业概况

二、2007-2008年财务

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2010年发展规划

第十节 格力

一、企业概况

二、2007-2008年财务

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2010年发展规划

第十章 加湿器发展趋势

第一节 2009-2010年中国小家电行业发展前景

一、未来小家电的发展趋势

二、小家电产品发展的两种趋向

三、小家电市场透出诱人前景

四、中国小家电市场潜力巨大

第二节 2009-2010年中国加湿器市场发展前景

一、市场需求扩大

二、市场营销多样化

三、品牌集中度将提高

四、产品种类日益丰富市场前景看好

第三节 2009-2010年中国加湿器技术发展趋势

一、高新技术

二、节能技术

第四节 2009-2010年中国加湿器竞争格局趋势

一、技术竞争领跑

二、品牌竞争突出

三、价格竞争激烈

第五节 2009-2010年中国加湿器市场发展趋势

一、进出口预测

二、价额走势

三、产销预测

第十一章 加湿器行业投资价值与投资策略

第一节 加湿器行业投资价值

一、2009-2010年加湿器行业发展前景

二、2009-2010年加湿器行业盈利能力预测

三、2009-2010年加湿器行业投资机会

第二节 加湿器行业投资风险

一、2009-2010年政策风险

二、2009-2010年竞争风险

三、2009-2010年经营风险

第三节 加湿器行业投资策略

一、市场定位

二、重点区域

图表目录

图表：2006-2008年经济增长情况

图表：2006-2008年城乡家庭人均可支配收入与恩格尔系数

图表：2006-2008年城镇人员从业状况

图表：2006-2008年中国CPI与PPI

图表：2006-2008年居民消费水平

图表：2008年1-12月家用电器具制造业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月家用电器具制造业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月家用电器具制造业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月家用电器具制造业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月家用电器具制造业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月家用电器具制造业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月家用电器具制造业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月家用电器具制造业经济指标浙江省合计
图表：2008年1-12月家用电器具制造业经济指标安徽省合计
图表：2008年1-12月家用电器具制造业经济指标福建省合计
图表：2008年1-12月家用电器具制造业经济指标山东省合计
图表：2008年1-12月家用电器具制造业经济指标湖北省合计
图表：2008年1-12月家用电器具制造业经济指标湖南省合计
图表：2008年1-12月家用电器具制造业经济指标广东省合计
图表：2008年1-12月家用电器具制造业经济指标广西区合计
图表：2008年1-12月家用电器具制造业经济指标重庆市合计
图表：2008年1-12月家用电器具制造业经济指标四川省合计
图表：2008年1-12月家用电器具制造业经济指标青海省合计
图表：2008年2月家用电器具制造业收入前十家企业
图表：2008年5月家用电器具制造业收入前十家企业
图表：2008年8月家用电器具制造业收入前十家企业
图表：2008年1-12月加湿器产量全国合计
图表：2008年1-12月加湿器产量上海市合计
图表：2008年1-12月加湿器产量江苏省合计
图表：2008年1-12月加湿器产量浙江省合计
图表：2008年1-12月加湿器产量山东省合计
图表：2008年1-12月加湿器产量湖北省合计
图表：2008年1-12月加湿器产量广东省合计
图表：2008年1-12月加湿器产量广西区合计
图表：2008年1-12月加湿器产量四川省合计
图表：2008年1-12月加湿器进口数据
图表：2008年1季度加湿器进口数据
图表：2008年1月加湿器进口数据
图表：2008年2月加湿器进口数据
图表：2008年3月加湿器进口数据
图表：2008年2季度加湿器进口数据
图表：2008年4月加湿器进口数据
图表：2008年5月加湿器进口数据
图表：2008年6月加湿器进口数据

图表：2008年3季度加湿器进口数据

图表：2008年7月加湿器进口数据

图表：2008年8月加湿器进口数据

图表：2008年9月加湿器进口数据

图表：2008年4季度加湿器进口数据

图表：2008年10月加湿器进口数据

图表：2008年11月加湿器进口数据

图表：2008年12月加湿器进口数据

图表：2008年1-12月加湿器出口数据

图表：2008年1季度加湿器出口数据

图表：2008年1月加湿器出口数据

图表：2008年2月加湿器出口数据

图表：2008年3月加湿器出口数据

图表：2008年2季度加湿器出口数据

图表：2008年4月加湿器出口数据

图表：2008年5月加湿器出口数据

图表：2008年6月加湿器出口数据

图表：2008年3季度加湿器出口数据

图表：2008年7月加湿器出口数据

图表：2008年8月加湿器出口数据

图表：2008年9月加湿器出口数据

图表：2008年4季度加湿器出口数据

图表：2008年10月加湿器出口数据

图表：2008年11月加湿器出口数据

图表：2008年12月加湿器出口数据

图表：2006-2008年我国加湿器销量及其增长率

图表：2006-2008年我国加湿器销量走势图

图表：2006-2008年中国加湿器市场规模及其增长率

图表：2006-2008年我国加湿器市场规模走势图

图表：2007-2008年中国加湿器的市场结构

图表：2007-2008年中国加湿器的价格结构

图表：2007-2008年中国加湿器的品牌结构图

图表：2007-2008年中国加湿器的销售渠道结构图
图表：2007-2008年中国加湿器品牌认知度调查情况
图表：中国加湿器消费者拥有的品牌调查情况
图表：2007年中国加湿器功能使用满意度调查情况
图表：2007年中国加湿器消费者特征
图表：中国加湿器信息认知渠道调查
图表：中国加湿器购买原因调查
图表：中国加湿器购买的主要考虑因素
图表：2007-2008年中国加湿器产品购买渠道调查情况
图表：2007-2008年中国加湿器产品购买价格调查情况
图表：2007-2008年中国加湿器产品价格期望调查情况
图表：2007-2008年中国加湿器产品需要改进的功能调查情况
图表：2006-2008年中国GDP变动
图表：2007-2008年中国产业固定资产投资表
图表：2007-2008年中国行业固定资产投资表
图表：2006-2008年中国固定资产投资增长表
图表：2006-2008年全国加湿器产量及增长表

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/97035.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。