

2017-2022年中国空气加湿 器市场研究与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国空气加湿器市场研究与投资前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/jixie/A718943HU1.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

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。

加湿器的分类 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。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国空气加湿器市场研究与投资前景分析报告》共十五章。首先介绍了空气加湿器产业相关概念及发展环境，接着分析了中国空气加湿器行业规模及消费需求，然后对中国空气加湿器行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国空气加湿器行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国空气加湿器行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

报告目录：

第一部分 行业基本概况

第一章 空气加湿器行业发展综述

第一节 空气加湿器行业的基本概念

一、空气加湿器的定义

二、空气加湿器的工作原理及功能

三、空气加湿器的分类

第二节 最近3-5年中国空气加湿器行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、竞争激烈程度指标

第二章 2014-2016年国际空气加湿器行业发展状况分析

第一节 2014-2016年国际空气加湿器行业发展状况分析

一、国际空气加湿器行业发展状况分析

二、国际空气加湿器行业市场规模分析

三、国际空气加湿器市场竞争状况分析

第二节 2014-2016年跨国公司在华市场的投资布局情况

一、艾美特公司

二、灿坤集团

三、飞利浦

四、瑞士风

五、伊莱克斯

第三章 2014-2016年中国空气加湿器行业发展环境分析

第一节 中国宏观经济环境分析

一、2014-2016年中国宏观经济运行情况

二、2014-2016年中国宏观经济形势分析

三、2017-2022年中国宏观经济走势分析

第二节 2014-2016年中国空气加湿器行业政策环境分析

第三节 2014-2016年中国空气加湿器社会环境分析

一、生态环境

二、人口环境

三、教育、科学技术和文化

第四节 2014-2016年中国空气加湿器技术环境分析

一、行业技术发展现状

二、行业技术发展趋势

第二部分 行业深度分析

第四章 2014-2016年中国空气加湿器行业运行分析

第一节 2014-2016年中国空气加湿器行业运行总况

一、空气加湿器行业发展概况

二、空气加湿器行业发展特点

三、空气加湿器行业发展模式

第二节 2014-2016年空气加湿器行业市场规模分析

一、2014-2016年空气加湿器行业市场规模收入及增速

二、2014-2016年空气加湿器行业市场饱和度分析

三、2017-2022年空气加湿器行业市场规模收入及增速预测

第五章 2014-2016年空气加湿器行业供需平衡分析

第一节 2014-2016年空气加湿器行业产销分析

一、中国空气加湿器行业供给规模分析

二、中国空气加湿器行业供给结构分析

三、中国空气加湿器行业需求分析

四、中国空气加湿器行业需求结构分析

第二节 2014-2016年中国空气加湿器行业市场价格情况分析

一、2013-2016年中国空气加湿器价格回顾

二、当前中国空气加湿器价格综述

三、2017-2022年中国空气加湿器走势分析

第六章 2014-2016年空气加湿器行业区域市场分析

第一节 2014-2016年空气加湿器行业区域市场结构分析

第二节 2014-2016年空气加湿器行业区域市场发展情况分析

一、华北地区

二、东北地区

三、华东地区

四、华中地区

五、西南地区

六、西北地区

第七章 2014-2016年中国空气加湿器行业经济运行指标分析

第一节 2014-2016年空气加湿器行业行业发展规模分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

第二节 2014-2016年中国空气加湿器经济指标分析

一、2014-2016年中国空气加湿器产值分析

二、2014-2016年中国空气加湿器销售工业值分析

三、2014-2016年中国空气加湿器产销分析

第三节 2014-2016年中国空气加湿器行业行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业营运能力分析

三、行业发展能力分析

四、行业偿债能力分析

第八章 2014-2016年中国空气加湿器行业产业链分析

第一节 2014-2016年空气加湿器上游行业分析

一、2014-2016年上游行业发展现状

二、2017-2022年上游行业发展趋势

三、上游行业对空气加湿器行业的影响

第二节 2014-2016年空气加湿器下游消费市场分析

- 一、2014-2016年净水机消费市场构成
- 二、2017-2022年净水机消费市场结构变化趋势
- 三、下游需求对空气加湿器行业的影响

第九章 空气加湿器行业用户分析

第一节 空气加湿器行业用户认知程度

第二节 空气加湿器行业用户关注因素

- 一、功能
- 二、内容
- 三、价格
- 四、质量

第三部分 行业竞争分析

第十章 空气加湿器行业竞争分析

第一节 空气加湿器行业竞争结构分析

- 一、行业内现有企业的竞争
- 二、新进入者的威胁
- 三、替代品的威胁
- 四、供应商的讨价还价能力
- 五、购买者的讨价还价能力

第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度
- 二、企业集中度

第三节 中国空气加湿器行业竞争状况

- 一、中国空气加湿器行业企业竞争力分析
- 二、中外空气加湿器行业品牌竞争现状分析
- 三、中国空气加湿器行业并购重组状况

第十一章 国内重点空气加湿器行业企业分析

第一节 美的集团

- 一、企业简介
- 二、企业竞争优势

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第二节 广东龙的集团有限公司

一、企业简介

二、企业竞争优势

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第三节 北京亚都科技股份有限公司

一、企业简介

二、企业竞争优势

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第四节 荣事达集团

一、企业简介

二、企业竞争优势

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第五节 合肥美菱小家电有限公司

一、企业简介

二、企业竞争优势

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第六节 格力电器(中山)小家电制造有限公司)

一、企业简介

二、企业竞争优势

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第七节 珠海格力电器股份有限公司

一、企业简介

二、企业竞争优势

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第八节 艾美特电器（深圳）有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业竞争优势
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第九节 万利达集团

- 一、企业简介
- 二、企业竞争优势
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第十节 杭州松井电器有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业竞争优势
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第十一节 烟台三水电器有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业竞争优势
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第四部分 行业发展前景

第十二章 2017-2022年空气加湿器行业投资前景及预测

第一节 2017-2022年空气加湿器市场发展前景

- 一、2017-2022年空气加湿器市场发展潜力
- 二、2017-2022年空气加湿器市场前景展望
- 三、2017-2022年空气加湿器细分行业发展趋势分析

第二节 2017-2022年空气加湿器市场供需预测

- 一、2017-2022年空气加湿器供给预测
- 二、2017-2022年空气加湿器需求预测
- 三、2017-2022年空气加湿器供需平衡预测

第十三章 2017-2022年空气加湿器行业投资机会与风险

第一节 2017-2022年空气加湿器行业投资机会

- 一、细分市场投资机会
- 二、重点区域投资机会
- 三、产业链投资机会

第二节 2017-2022年空气加湿器行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、供求风险及防范
- 三、宏观经济波动风险及防范
- 四、关联产业风险及防范
- 五、其他风险及防范

第十四章 空气加湿器行业投资战略研究

第一节 空气加湿器行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、区域战略规划
- 三、产业战略规划
- 四、营销品牌战略

第二节 对中国空气加湿器品牌的战略思考

- 一、空气加湿器品牌的重要性
- 二、空气加湿器实施品牌战略的意义
- 三、空气加湿器企业品牌的现状分析
- 四、中国空气加湿器企业的品牌战略
- 五、空气加湿器品牌战略管理的策略

第三节 空气加湿器经营策略分析

- 一、空气加湿器市场细分策略
- 二、空气加湿器市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、空气加湿器新产品差异化战略

第十五章 研究结论及投资建议（ZYCW）

第一节 2014-2016年中国空气加湿器行业研究结论

第二节 2017-2022年在中国空气加湿器行业投资价值评估

第三节 空气加湿器行业投资建议

图表目录：

图表：2014-2016年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2014-2016年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2014-2016年中国工业增加值增长趋势图

图表：2014-2016年中国全社会固定资产投资额走势图

图表：2014-2016年人民币兑美元汇率中间价

图表：2014-2016年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2014-2016年中国总人口数量增长趋势图

图表：2013-2016年中国城镇化率走势图

图表：2015-2016年中国空气加湿器行业企业数量增长趋势图

图表：2015-2016年中国空气加湿器行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2015-2016年中国空气加湿器行业从业人数增长趋势图

图表：2015-2016年中国空气加湿器行业资产规模增长趋势图

图表：2015-2016年中国空气加湿器行业产成品增长趋势图

图表：2015-2016年中国空气加湿器行业工业销售产值增长趋势图

图表：2015-2016年中国空气加湿器行业销售成本增长趋势图

图表：2015-2016年中国空气加湿器行业费用使用统计图

图表：2015-2016年中国空气加湿器行业主要盈利指标统计图

图表：2015-2016年中国空气加湿器行业主要盈利指标增长趋势图

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jixie/A718943HU1.html>