

2015-2020年中国空气增湿 器市场运营趋势及行业调研报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国空气增湿器市场运营趋势及行业调研报告》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.bosidata.com/dianqi1502/057504H86I.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-04-03

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国空气增湿器市场运营趋势及行业调研报告》共十章。报告介绍了空气增湿器行业相关概述、中国空气增湿器产业运行环境、分析了中国空气增湿器行业的现状、中国空气增湿器行业竞争格局、对中国空气增湿器行业做了重点企业经营状况分析及中国空气增湿器产业发展前景与投资预测。您若想对空气增湿器产业有个系统的了解或者想投资空气增湿器行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

用超声波高频震荡，将水雾化为1-5微米的超微粒子，通过风动装置，将水雾扩散到空气中，使空气湿润并伴生丰富的负氧离子，能清新空气，增进健康，一改冬季暖气的燥热，营造舒适的生活环境。据专家介绍，超声波加湿器的优点是，加湿强度大，加湿均匀，加湿效率高；节能、省电，耗电仅为电热加湿器的1 / 10至1 / 15；使用寿命长，湿度自动平衡，无水自动保护；兼具医疗雾化、冷敷浴面、清洗首饰等功能。缺点是对水质有一定的要求。

加湿器使用不正确，非但不能净化空气，反而会增加患呼吸道疾病的可能性。加湿器使用时，一定要定期清理，否则加湿器中的霉菌等微生物随着汽雾进入空气，再进入人的呼吸道中，容易患加湿器肺炎。此外，空气的湿度也不是越高越好，冬季，人体感觉比较舒适的湿度是50%左右，如果空气湿度太高，人会感到胸闷、呼吸困难，所以加湿要适度为好。1、如果加湿器本身不卫生，病菌就会随水蒸气漂浮在空气中，对人的健康造成危害。2、不能直接将自来水加入加湿器。因为自来水中含有多种矿物质，会对加湿器的蒸发器造成损害，所含的水碱也会影响其使用寿命。自来水中的氯原子和微生物有可能随水雾吹入空气中造成污染。如果自来水硬度较高，加湿器喷出的水雾中因含有钙镁离子，会产生白色粉末，不仅污染室内空气。3、不当使用可产生过敏性疾病：加湿器热病。

报告目录：

第一章 2012-2014年空气增湿器行业分析 15

第一节 2012-2014年世界空气增湿器发展总体状况 15

- 一、国际空气增湿器行业结构面临发展变局 15
- 二、2013-2014年全球空气增湿器市场持续扩张 15
- 三、2013-2014年国际空气增湿器市场发展态势 16
- 四、经济全球化下国外空气增湿器开发的策略 18

第二节 2012-2014年中国空气增湿器行业的发展 19

- 一、我国空气增湿器行业发展取得的进步 19
- 二、2013-2014年中国空气增湿器市场发展现状 21

三、中国空气增湿器行业逐步向优势区域集聚	23
四、我国空气增湿器行业的政策导向分析	25
第三节 空气增湿器行业的投资机遇	27
一、我国空气增湿器行业面临的政策机遇	27
二、产业结构调整为发展空气增湿器发展提供良机	28
三、我国空气增湿器行业投资潜力	28
第四节 空气增湿器行业发展存在的问题	29
一、中国空气增湿器行业化发展主要瓶颈	29
二、我国空气增湿器行业发展中存在的不足	30
三、制约中国空气增湿器行业发展的因素	31
四、我国空气增湿器行业发展面临的挑战	31
第五节 促进我国空气增湿器行业发展的对策	31
一、加快我国空气增湿器行业发展的对策	31
二、促进空气增湿器行业健康发展的思路	32
三、发展壮大中国空气增湿器行业的策略简析	34
四、区域空气增湿器行业发展壮大的政策建议	34
第二章 2012-2014年中国空气增湿器产业运行环境分析	36
第一节 2012-2014年中国宏观经济环境分析	36
一、中国GDP分析	36
二、消费价格指数分析	38
三、城乡居民收入分析	40
四、社会消费品零售总额	40
五、全社会固定资产投资分析	42
六、进出口总额及增长率分析	43
第二节 2012-2014年中国空气增湿器产业政策环境分析	45
一、空气增湿器产业政策分析	45
二、空气增湿器标准分析	47
三、进出口政策分析	48
第三节 2012-2014年中国空气增湿器产业社会环境分析	49
一、人口环境分析	49
二、教育环境分析	50
三、文化环境分析	51

四、生态环境分析 51

第三章 2012-2014年中国空气增湿器产业运行走势分析 54

第一节 2012-2014年中国空气增湿器产业发展概述 54

一、空气增湿器产业回顾 54

二、世界空气增湿器市场分析 60

三、空气增湿器产业技术分析 61

第二节 2012-2014年中国空气增湿器产业运行态势分析 65

一、空气增湿器价格分析 65

二、世界先进水平的空气增湿器 65

第三节 2012-2014年中国空气增湿器产业发展存在问题分析 66

第四章 2012-2014年中国空气增湿器产业市场供需分析分析 67

第一节 2012-2014年中国空气增湿器产业市场发展总况 67

一、空气增湿器市场供给情况分析 67

二、空气增湿器需求分析 67

三、空气增湿器需求特点分析 68

第二节 2012-2014年中国空气增湿器产业市场动态分析 69

一、空气增湿器品牌分析 69

二、空气增湿器产品产量结构性分析 70

三、空气增湿器经营发展能力 71

第三节 2012-2014年中国空气增湿器产业市场销售情况分析 72

第五章 2012-2014年中国空气增湿器进出口数据监测分析 73

第一节 2012-2014年中国空气增湿器进口数据分析 73

一、进口数量分析 73

二、进口金额分析 73

第二节 2012-2014年中国空气增湿器出口数据分析 74

一、出口数量分析 74

二、出口金额分析 75

第三节 2012-2014年中国空气增湿器进出口平均单价分析 75

第四节 2012-2014年中国空气增湿器进出口国家及地区分析 77

一、进口国家及地区分析 77

二、出口国家及地区分析 77

第六章 2012-2014年中国空气增湿器行业主要数据监测分析 79

第一节 2012-2014年中国空气增湿器行业规模分析	79
一、企业数量增长分析	79
二、从业人数增长分析	79
三、资产规模增长分析	80
第二节 2014年中国空气增湿器行业结构分析	81
一、企业数量结构分析	81
二、销售收入结构分析	81
第三节 2012-2014年中国空气增湿器行业产值分析	82
一、产成品增长分析	82
二、工业销售产值分析	83
三、出口交货值分析	83
第四节 2012-2014年中国空气增湿器行业成本费用分析	84
一、销售成本分析	84
二、费用分析	85
第五节 2012-2014年中国空气增湿器行业盈利能力分析	85
一、主要盈利指标分析	85
二、主要盈利能力指标分析	86
第七章 2012-2014年中国空气增湿器产品市场竞争格局分析	87
第一节 2012-2014年中国空气增湿器竞争现状分析	87
一、空气增湿器市场竞争力分析	87
二、空气增湿器品牌竞争分析	87
三、空气增湿器价格竞争分析	88
第二节 2012-2014年中国空气增湿器产业集中度分析	90
一、空气增湿器市场集中度分析	90
二、空气增湿器区域集中度分析	91
第三节 2012-2014年中国空气增湿器企业提升竞争力策略分析	92
第八章 空气增湿器优势企业竞争性财务数据分析	94
第一节、A公司	94
一、企业概况	94
二、企业主要经济指标分析	94
三、企业盈利能力分析	98
四、企业偿债能力分析	99

五、企业运营能力分析	99
六、企业成长能力分析	100
第二节、B公司	100
一、企业概况	100
二、企业主要经济指标分析	101
三、企业盈利能力分析	102
四、企业偿债能力分析	102
五、企业运营能力分析	103
六、企业成长能力分析	104
第三节、C公司	104
一、企业概况	104
二、企业主要经济指标分析	105
三、企业盈利能力分析	106
四、企业偿债能力分析	106
五、企业运营能力分析	107
六、企业成长能力分析	107
第四节、D公司	108
一、企业概况	108
二、企业主要经济指标分析	109
三、企业盈利能力分析	109
四、企业偿债能力分析	110
五、企业运营能力分析	110
六、企业成长能力分析	111
第五节、E公司	111
一、企业概况	111
二、企业主要经济指标分析	113
三、企业盈利能力分析	113
四、企业偿债能力分析	114
五、企业运营能力分析	115
六、企业成长能力分析	115
第六节、F公司	116
一、企业概况	116

二、企业主要经济指标分析 116

三、企业盈利能力分析 116

四、企业偿债能力分析 117

五、企业运营能力分析 118

六、企业成长能力分析 118

第九章 2015-2020年中国空气增湿器产业发展趋势预测分析 119

第一节 2015-2020年中国空气增湿器发展趋势分析 119

一、空气增湿器产业技术发展方向分析 119

二、空气增湿器竞争格局预测分析 120

三、空气增湿器行业发展预测分析 121

第二节 2015-2020年中国空气增湿器市场预测分析 122

一、空气增湿器供给预测分析 122

二、空气增湿器需求预测分析 122

三、空气增湿器进出口预测分析 123

第三节 2015-2020年中国空气增湿器市场盈利预测分析 124

第十章 2015-2020年中国空气增湿器行业投资机会与风险分析 126

第一节 2015-2020年中国空气增湿器行业投资环境分析 126

第二节 2015-2020年中国空气增湿器行业投资机会分析 129

一、空气增湿器投资潜力分析 129

二、空气增湿器投资吸引力分析 130

第三节 2015-2020年中国空气增湿器行业投资前景分析 131

一、市场竞争风险分析 131

二、政策风险分析 131

三、技术风险分析 132

第四节 博思数据专家建议 134

图表目录：

图表 1 2012-2014年1-9月全球空气增湿器行业市场规模分析 15

图表 2 2014年1-9月份社会消费品零售总额主要数据 41

图表 3 我国空气增湿器相关标准 47

图表 4 2013年末人口数及其构成 50

图表 5 2008-2013年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 50

图表 6 全球空气增湿器行业发展历程分析 60

图表 7 2012-2014年1-9月我国空气增湿器产品市场均价分析	65
图表 8 2012-2014年1-9月我国空气增湿器行业市场供给分析	67
图表 9 2012-2014年1-9月我国空气增湿器行业市场需求分析	67
图表 10 2014年1-9月我国空气增湿器行业需求结构分析	68
图表 11 2014年1-9月我国空气增湿器行业产量结构分析	70
图表 12 2012-2014年1-9月我国空气增湿器行业总资产周转率分析	71
图表 13 2012-2014年1-9月我国空气增湿器行业市场销售分析	72
图表 14 2012-2014年1-9月中国空气增湿器行业进口数量分析：	73
图表 15 2012-2014年1-9月中国空气增湿器行业进口金额分析：	73
图表 16 2012-2014年1-9月中国空气增湿器行业出口数量分析：	74
图表 17 2012-2014年1-9月中国空气增湿器行业出口金额分析：	75
图表 18 2012-2014年1-9月中国空气增湿器行业进口平均单价分析：	75
图表 19 2012-2014年1-9月中国空气增湿器行业出口平均单价分析：	76
图表 20 2014年1-9月中国空气增湿器行业进口来源国分析：	77
图表 21 2014年1-9月中国空气增湿器行业出口目的地分析：	77
图表 22 2012-2014年1-9月我国空气增湿器行业企业数量分析	79
图表 23 2012-2014年1-9月我国空气增湿器行业从业人数分析	79
图表 24 2012-2014年1-9月我国空气增湿器行业资产规模分析	80
图表 25 2014年1-9月我国空气增湿器行业企业数量结构分析	81
图表 26 2014年1-9月我国空气增湿器行业销售收入结构分析	81
图表 27 2012-2014年1-9月我国空气增湿器行业产成品资金占用分析	82
图表 28 2012-2014年1-9月我国空气增湿器行业工业销售产值分析	83
图表 29 2012-2014年1-9月我国空气增湿器行业出口交货值分析	83
图表 30 2012-2014年1-9月我国空气增湿器行业销售成本分析	84
图表 31 2012-2014年1-9月我国空气增湿器行业管理费用分析	85
图表 32 2012-2014年1-9月我国空气增湿器行业利润总额分析	85
图表 33 2012-2014年1-9月我国空气增湿器行业成本费用利润率分析	86
图表 34 2014年1-9月我国空气增湿器行业市场需求集中度分析	90
图表 35 2014年1-9月我国空气增湿器行业生产企业集中度分析	91
略.....	

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/dianqi1502/057504H86I.html>