

2013-2017年中国吸尘器市场格局分析及投资趋势 预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2017年中国吸尘器市场格局分析及投资趋势预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/131723.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

随着吸尘器千元内产品成为市场主体，曾经是奢侈品的吸尘器已经逐渐进入大众消费市场，国内消费能力的增长及家装市场的活跃带动了中国吸尘器市场的升温。

目前中国吸尘器市场中主流品牌较少，竞争较为激烈。虽然本土品牌的数量远高于国外品牌，但为数不多的国外品牌凭借技术、品质优势保持领先地位。2011年全国家用吸尘器的产量达8316.9万台，同比增长3.79%。2012年1-7月全国家用吸尘器的产量达到了43849231台。随着居民生活水平的不断提高，对居家环境改善的要求，以及消费观念的变化，吸尘器的需求量必然会有一个新的突破。未来的5-10年内，我国吸尘器产业将步入黄金发展阶段，吸尘器市场发展前景非常广阔。

艾凯咨询集团发布的《2013-2017年中国吸尘器市场格局分析及投资趋势预测报告》共八章。首先介绍了中国吸尘器行业的概念，接着分析了中国吸尘器行业发展环境，然后对中国吸尘器行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国吸尘器行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国吸尘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

第一章 吸尘器行业相关介绍

第一节 小家电行业概述

一、小家电的定义及分类

二、中国小家电的发展历程

三、六类小家电产品噪声标准新要求

第二节 吸尘器简介

一、吸尘器的分类

二、吸尘器的原理和结构

三、吸尘器的技术

四、吸尘器的另类用途

第二章 中国小家电行业的发展概况

第一节 小家电行业综述

一、中国小家电行业总体状况

二、我国小家电行业的特点

三、中国小家电业步入良性发展

四、小家电产业环境进一步优化

五、小家电能效管理体系日趋完善

第二节 2010-2012年小家电市场分析

一、2010年我国小家电出口市场剖析

二、2011年我国小家电行业最新发展状况

三、2012年我国小家电发展现状

第三节 2011-2012年小家电市场竞争状况剖析

一、我国小家电行业迈向“集团军”竞争阶段

二、“外资化”加剧我国小家电行业竞争

三、我国小家电品牌竞争问题

四、我国小家电行业的竞争策略

五、完善售后服务提升小家电市场竞争力

六、小家电市场增强竞争力的关键是创新

第四节 2011-2012年小家电市场营销分析

一、中国小家电市场营销状况

二、小家电营销的三大要点

三、小家电营销的关键

四、小家电市场营销策略探究

第五节 2011-2012年小家电行业的问题与对策

一、我国小家电企业发展进入瓶颈阶段

二、从小家电投诉情况透析市场存在的隐忧

三、小家电行业获取发展的途径

四、小家电企业成功发展模式借鉴

五、小家电企业力拓国内市场

第三章 2011-2012年吸尘器行业发展分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2011-2012年中国吸尘器行业分析

一、影响中国吸尘器行业发展的相关政策

二、中国吸尘器行业综述

三、吸尘器行业呈现的特点

四、中国吸尘器行业的SWOT分析

第三节 2011-2012年中国吸尘器出口市场分析

一、中国吸尘器出口市场深度解析

二、张家港吸尘器出口简况

三、苏州吸尘器出口状况

四、我国出口吸尘器中功率虚标问题调研分析

第四节 2011-2012年中国吸尘器市场面临的挑战与发展

一、传统观念成吸尘器市场扩张的瓶颈

二、用途单一限制吸尘器的普及推广

三、中国吸尘器生产企业过于依赖海外市场

四、国外吸尘器品牌个案成功经验借鉴

第四章 2010年-2012年全国及主要省份家用吸尘器产量分析

第一节 2010年中国家用吸尘器产量数据分析

一、2010年全国家用吸尘器产量数据分析

二、2010年家用吸尘器重点省市数据分析

第二节 2011年中国家用吸尘器产量数据分析

一、2011年全国家用吸尘器产量数据分析

二、2011年家用吸尘器重点省市数据分析

第三节 2012年中国家用吸尘器产量数据分析

一、2012年全国家用吸尘器产量数据分析

二、2012年家用吸尘器重点省市数据分析

第五章 2011-2012年中国吸尘器产品及品牌发展分析

第一节 2011-2012年吸尘器市场品牌销售与竞争

一、中国吸尘器渠道销售状况分析

二、我国吸尘器品牌销售状况

三、中国吸尘器品牌竞争解析

四、我国吸尘器品牌销售竞争状况

五、解析吸尘器领域一线品牌竞争格局

六、国产吸尘器的竞争优势

第二节 2011-2012年国内市场主要吸尘器品牌产品特色分析

一、飞利浦吸尘器渠道价格定位策略解析

二、海尔吸尘器强调产品功效

三、美的优化结构加大中高端产品比例

四、三洋站稳中低端市场

五、松下立足中端抢占高端

六、伊莱克斯吸尘器产品高端定价策略分析

七、LG吸尘器产品销售及渠道分析

第三节 2011-2012年吸尘器不同应用领域产品的发展

一、家用吸尘器的挑战和机遇

二、商用吸尘器产品的特点及瓶颈

三、工业吸尘器广泛应用于不同领域

四、车载吸尘器市场潜力巨大

第四节 2011-2012年吸尘器技术与新产品的发展

一、新品新技术成为吸尘器企业最大卖点

二、虚拟制造技术在吸尘器新产品开发中的应用

三、无尘袋吸尘器受青睐

四、“智能”吸尘器成主流

第六章 2012年全国及区域市场吸尘器品牌零售量占有率分析

第一节 2012年全国吸尘器品牌占有率

第二节 2012年东北、西北地区吸尘器品牌占有率

第三节 2012年华北、华东、华中地区吸尘器品牌占有率

第四节 2012年西南、华南地区吸尘器品牌占有率

第七章 国内外吸尘器行业重点企业分析

第一节 LG集团

一、公司简介

二、LG变速气旋吸尘器三大优势

三、信息平台促使LG集团管理水平全面提升

四、LG吸尘器不断创新升级引领市场

第二节 美的集团有限公司

一、公司简介

二、美的全面调整发力二三线城市小家电市场

三、美的全力推动战略转型

第三节 莱克电气股份有限公司

一、公司简介

- 二、莱克全力打造小家电自主品牌
- 三、莱克“逆势飞扬”的关键
- 四、莱克吸尘器“由外转内”品牌建设之路
- 五、莱克“洁旋风”系列吸尘器新品介绍
- 六、莱克价值创新策略

第四节 广东龙的集团有限公司

- 一、公司简介
- 二、龙的打造吸尘器等小家电核心产品
- 三、龙的小家电融入低碳元素备受追捧

第五节 宁波富达股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、宁波富达成为制订吸尘器国家标准的“牵头人”
- 三、2010年宁波富达经营状况分析
- 四、2011年宁波富达经营状况分析
- 五、2012年宁波富达经营状况分析

第八章 吸尘器行业投资分析及前景展望

第一节 小家电行业投资及趋势解析

- 一、小家电行业的投资价值及要点
- 二、“十二五”时期我国小家电发展前景良好
- 三、低碳环保是小家电发展的主流趋势
- 四、家居小家电市场前景广阔
- 五、家居小家电市场的走向

第二节 吸尘器市场前景趋势

- 一、我国吸尘器市场前景宽广
- 二、2013-2017年中国吸尘器市场预测分析
- 三、我国吸尘器行业发展趋势分析
- 四、未来吸尘器市场的走向
- 五、吸尘器多功能是必然趋势
- 六、吸尘器向中央化、智能化发展

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

通过《2013-2017年中国吸尘器市场格局分析及投资趋势预测报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/131723.html>