

2016-2022年中国新风系统行业品牌产业深度调研 与产业投资评估

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国新风系统行业品牌产业深度调研与产业投资评估》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/239087239087.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

新风系统对于我国来说是一个“舶来品”，有资料显示，国外已经普及的新风系统在我国还没有广泛应用，普通办公场所以及家庭很少使用新风系统。人们逐渐认识到了空气质量的重要性，新风系统也逐渐走入人们的视野。近年来各种季节性呼吸道传染病频繁出现，更让人们意识到了好的空气质量对于人们健康的重要作用。随着一些相关媒体的宣传和引导，目前的新风行业正以一个充满活力的姿态在市场上蓄势待发，处于一个高速增长的时期。

新风系统生产企业的规模普遍较小受到一定的制约，通风空调末端本身大企业就很少，所以单独做热回收的企业更不会太大。由于新风系统生产企业的规模普遍较小，没有规模优势，难以降低成本，使得新风系统向中低端住宅市场推广步履维艰。不仅是生产规模，在生产工艺上，新风行业也存在着瓶颈。为了降低成本提高利润，新风系统的很多生产企业，都采用代加工的形式加工新风系统，并不具备自己的生产车间。另外，对于新风全热交换器的生产工艺，国内在关键技术(热交换芯

体)上还没有取得突破，主要依赖进口，在一定程度上也制约了新风行业的发展速度。

目前市场上的新风产品，质量层次不齐的状况很严重。有些劣质产品使用不仅没有对建筑节能有所贡献，反而浪费了能量;有些产品，节能效果满足要求，但卫生标准不达标，例如：国家标准《空气-空气能量回收装置》中，为满足卫生健康要求，提到一个重要指标“有效换气率”，许多产品为片面追求节能率而忽视新风有效

换气率;只有少数大品牌的产品能达到世界标准，但价格又是一般家庭所不能接受的。

中国报告网出品《2016-2022年中国新风系统行业品牌产业深度调研与产业投资评估》主要研究行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。在周密严谨的市场调研基础上主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【报告大纲】

第一章 中国新风系统行业发展概述

1.1 新风系统行业发展情况概述

1.1.1 新风系统的基本情况介绍

1.1.2 新风系统的发展特点分析

1.2 行业上下游产业链分析

1.2.1 产业链模型原理介绍

1.1.2 行业产业链分析

1.3 行业生命周期分析

1.3.1 行业生命周期理论概述

1.3.2 行业所属的生命周期分析

1.4 行业经济指标分析

1.4.1 行业的赢利性分析

1.4.2 行业附加值的提升空间分析

1.4.3 行业进入壁垒与退出机制分析

第二章 世界新风系统行业市场发展现状分析

2.1 全球新风系统行业发展历程回顾

2.2 全球新风系统行业市场规模分析

2.3 全球新风系统行业市场区域分布情况

2.4 亚洲地区市场分析

2.5 欧盟主要国家市场分析

2.6 北美地区主要国家市场分析

2.7 2016-2022年世界新风系统发展走势预测

2.8 2016-2022年全球市场规模预测

第三章 中国新风系统产业发展环境分析

3.1 我国宏观经济环境分析

3.3 中国新风系统行业政策环境分析

3.4 中国新风系统产业社会环境发展分析

3.4.1 人口环境分析

3.4.2 教育环境分析

3.4.3 文化环境分析

3.4.4 生态环境分析

3.4.5 消费观念分析

第四章 中国新风系统产业运行情况

4.1 中国发展状况情况介绍

4.1.1 中国发展历程回顾

4.1.2 中国技术现状分析

4.1.3 中国发展特点分析

4.2 中国市场规模分析

4.3 中国市场供需情况分析

4.3.1 中国产能情况分析

4.3.2 中国产值分析

4.3.3 中国产量统计与分析

4.3.4中国需求量分析

4.4 中国发展趋势分析

第五章 中国新风系统市场格局分析

5.1 中国新风系统行业竞争现状分析

5.2 中国集中度分析

5.2.1中国市场集中度分析

5.2.2中国企业集中度分析

5.2.3中国区域集中度分析

5.3 发展中存在的问题

第六章 新风系统行业品牌现状分析

6.1 新风系统行业品牌介绍

6.1.1 2015年新风系统行业十大品牌概述

6.1.2 新风系统行业品牌竞争态势分析

6.2 新风系统行业品牌关注度分析

6.2.1 2015年新风系统行业品牌关注格局分析

6.2.2 2015年新风系统行业产品关注格局分析

6.3 新风系统行业价格与细分行业关注度调研

6.3.1 2015年新风系统行业价格区间关注情况分析

6.3.2 2015年新风系统行业细分行业关注情况分析

第七章 中国新风系统行业消费者研究

7.1 受访消费者的特征

7.1.1年龄分布

7.1.2性别结构

7.1.3婚姻状况

7.1.4学历状况

7.1.5收入状况

7.1.6职业状况

7.2 新风系统行业消费者决策调查

7.2.1消费者了解新风系统产品的信息来源

7.2.2消费者消费影响因素调查

7.2.3消费者消费渠道调查

7.2.4消费者消费频率调查

7.3 新风系统行业消费者喜好调查

7.3.1消费者能够接受的价格区间

7.3.2消费者对新风系统产品的包装喜好调查

7.3.3消费者对新风系统产品的营销活动喜好调查

7.3.4消费者对新风系统产品的顾虑调查

7.4 受访者的调查总结

7.4.1受访者的用户特征总结

7.4.2受访者的消费决策总结

7.4.3受访者的喜好总结

第八章 中国新风系统行业竞争情况

8.1 中国新风系统行业竞争结构分析

8.1.1现有企业间竞争

8.1.2潜在进入者分析

8.1.3替代品威胁分析

8.1.4供应商议价能力

8.1.5客户议价能力

8.2 中国新风系统行业SWOT分析

8.2.1中国新风系统行业优势分析

8.2.2中国新风系统行业劣势分析

8.2.3中国新风系统行业机会分析

8.2.4中国新风系统行业威胁分析

8.3中国新风系统行业竞争力优势分析

第九章 中国新风系统行业重点生产企业分析

9.1 松下电器(中国)有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

9.2 霍尼韦尔(中国)有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

9.3爱迪士(上海)室内空气技术有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 企业主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业偿债能力分析
- (5) 企业运营能力分析
- (6) 企业成长能力分析

9.4 上海兰舍空气技术有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 企业主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业偿债能力分析
- (5) 企业运营能力分析
- (6) 企业成长能力分析

9.5 百朗楼宇电气用品(惠州)有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 企业主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业偿债能力分析
- (5) 企业运营能力分析
- (6) 企业成长能力分析

• • • • •

第十章 2016-2022年中国新风系统行业发展前景分析与预测

10.12016-2022年行业未来发展前景分析

10.1.1国内投资环境分析

10.1.2市场机会分析

10.1.3投资增速预测

10.2 2016-2022年行业未来发展趋势预测

10.3 2016-2022年行业市场发展预测

10.3.1行业市场规模预测

10.3.2行业市场规模增速预测

10.3.3行业产值规模预测

10.3.4行业产值增速预测

10.4 2016-2022年行业盈利走势预测

10.4.1行业毛利润同比增速预测

10.4.2行业利润总额同比增速预测

第十一章 2016-2022年中国新风系统行业投资风险与营销分析

11.1行业进入壁垒分析

11.1.1行业技术壁垒分析

11.1.2行业规模壁垒分析

11.1.3行业品牌壁垒分析

11.2 2016-2022年中国新风系统行业投资风险分析

11.2.1行业政策风险分析

11.2.2行业技术风险分析

11.2.3行业竞争风险分析

11.2.4 行业其他风险分析

第十二章 2016-2022年中国新风系统行业发展策略及投资建议

12.1 2016-2022年中国新风系统行业市场重点客户战略实施

12.1.1 实施重点客户战略的必要性

12.1.2 合理确立重点客户

12.1.3 对重点客户的营销策略

12.1.4强化重点客户的管理

12.1.5 实施重点客户战略要重点解决的问题

12.2 2016-2022年中国新风系统行业发展策略分析

12.3 观研天下行业分析师投资建议

12.3.1 2016-2022年中国新风系统行业投资区域分析

12.3 .2 2016-2022年中国新风系统行业投资产品分析

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/239087239087.html>