

2020-2026年中国空气净化器产业发展现状与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国空气净化器产业发展现状与行业竞争对手分析报告》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.cction.com/report/202007/172677.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

空气净化器又称“空气清洁器”、空气清新机、净化器，是指能够吸附、分解或转化各种空气污染物（一般包括PM2.5、粉尘、花粉、异味、甲醛之类的装修污染、细菌、过敏原等），有效提高空气清洁度的小型家电产品，主要分为家用、商用、工业、楼宇。

2009-2017年中国空气净化器行业需求规模 资料来源：中企顾问网整理

《2020-2026年中国空气净化器产业发展现状与行业竞争对手分析报告》由中企顾问网公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了空气净化器行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国空气净化器行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国空气净化器行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告目录：

第一章 空气净化器相关概述

1.1 空气净化器定义及分类

1.1.1 概念界定

1.1.2 产品功用

1.1.3 产品种类

1.1.4 工作原理

1.1.5 硬性指标

1.1.6 发展历程

1.2 空气净化器构成及生产成本

1.2.1 主要构成部件

1.2.2 各部件价格分析

1.2.3 成本分析总结

1.3 空气净化器保养及维护

1.3.1 产品选择原则

1.3.2 保养维护

1.3.3 滤网清洁

第二章 2015-2018年国际空气净化器市场分析

2.1 全球空气净化器市场概况

2.1.1 产品更替进程

2.1.2 市场格局分析

2.1.3 市场驱动因素

2.1.4 销售规模预测

2.2 欧美空气净化器市场分析

2.2.1 美国空气净化器市场

2.2.2 加拿大空气净化器市场

2.2.3 德国空气净化器市场

2.3 日本空气净化器市场分析

2.3.1 市场运行综况

2.3.2 市场销售规模

2.3.3 厂商竞争态势

2.3.4 产品格局分析

2.3.5 技术成果分析

2.3.6 产品研发动态

第三章 2015-2018年中国空气净化器行业发展环境

3.1 经济环境分析

3.1.1 国际经济形势分析

3.1.2 中国经济运行现状

3.1.3 中国经济发展趋势

3.1.4 居民消费支出结构

3.2 政策环境分析

3.2.1 中国环保政策制定实施概况

3.2.2 《环境空气质量标准》解读

3.2.3 中国现行空气净化器国家标准

3.2.4 中国空气净化器国标修订进展

3.2.5 空气净化器环保认证规则

3.2.6 空气净化器性能测定与评价

3.3 生态环境分析

3.3.1 室内空气污染物及主要危害

3.3.2 中国城市空气污染态势分析

3.3.3 中国空气质量指数（AQI）分析

3.3.4 中国细颗粒物（PM2.5）分析

3.3.5 中国可吸入颗粒物（PM10）分析

3.4 技术环境分析

3.4.1 主流空气净化技术介绍

3.4.2 空气净化器专利技术状况

3.4.3 中国空气净化器技术成就

3.4.4 空气净化器生产企业核心技术

3.4.5 空气净化器个性化技术发展

第四章 2015-2018年中国空气净化器市场分析

4.1 2015-2018年中国空气净化器行业基本概况

4.1.1 行业总体态势

4.1.2 行业运行现状

4.1.3 行业运行特征

2017年我国空气净化器销量4355.2万台，同比增长13.11%，近几年我国空气净化器销量情况如下图所示：

2009-2017年我国空气净化器销量及增速走势图 资料来源：中企顾问网整理

近年来，我国空气净化器行业保持高速增长。据统计：从2009年到2017年，我国空气净化器行业市场规模迅猛增长，2017年空气净化器市场规模达到。 2009-2017年我国空气净化器市场规模情况 资料来源：公开资料整理

4.1.4 厂商格局分析

4.1.5 区域布局状况

4.1.6 产品开发情况

4.2 2015-2018年中国空气净化器市场供需现状

4.2.1 市场供给状况 2009-2017年我国空气净化器年产量走势图

4.2.2 市场需求规模 2009-2017年中国空气净化器行业需求规模 资料来源：中企顾问网整理

4.2.3 市场销售格局

4.3 2015-2018年中国空气净化器市场价格行情分析

4.3.1 市场价格行情

4.3.2 价格增长态势

4.3.3 价格影响因素

4.3.4 价格走势预测

4.4 2015-2018年空气净化器电商市场发展状况

4.4.1 网购市场发展综述

4.4.2 网购市场规模分析

4.4.3 网购市场特点分析

4.4.4 网购市场产品格局

4.4.5 网购产品价格分布

4.4.6 网购产品技术类型

4.4.7 主流电商数据对比

4.5 中国空气净化器政府采购市场发展分析

4.5.1 政府采购市场规模

4.5.2 政策形势分析

4.5.3 市场开发关键

4.6 中国空气净化器市场面临的问题

4.6.1 行业存在四大突出问题

4.6.2 产品价格混乱及暴利

4.6.3 标准认证面临诸多问题

4.6.4 产品存在二次污染隐忧

4.6.5 市场虚假宣传现象严重

4.7 中国空气净化器市场发展建议

4.7.1 行业发展建议

4.7.2 企业运作策略

第五章 2015-2018年中国空气净化器市场关注度分析

5.1 2015年空气净化器市场关注度状况

5.1.1 品牌关注格局

5.1.2 产品关注格局

5.1.3 厂商关注格局

5.2 2016年空气净化器市场关注度状况

5.2.1 品牌关注格局

5.2.2 产品关注格局

5.2.3 厂商关注格局

5.3 2017年空气净化器市场关注度状况

5.3.1 品牌关注格局

5.3.2 产品关注格局

5.3.3 厂商关注格局

第六章 2015-2018年中国空气净化器用户行为分析

6.1 空气净化器用户基本特性

6.1.1 性别结构

6.1.2 年龄分布

6.1.3 所在城市空气质量状况

6.2 空气净化器用户认可度

6.2.1 产品保有量

6.2.2 技术认知度

6.3 空气净化器用户购买行为

6.3.1 主导购买原因

6.3.2 预购品牌状况

6.3.3 可接受价位

6.3.4 影响购买因素

6.3.5 选购产品看重的指标

6.3.6 后期维护态度

6.4 空气净化器用户行为调查

6.4.1 调查背景

6.4.2 用户空气污染认知情况

6.4.3 用户空气净化器认可度

6.4.4 用户空气净化器品牌倾向

6.4.5 用户空气净化器使用行为

6.4.6 用户空气净化器后期维护

6.4.7 用户空气净化器关注焦点

6.4.8 用户空气净化器需求延伸

第七章 2015-2018年车载空气净化器市场分析

7.1 车载空气净化器基本概述

7.1.1 概念界定

7.1.2 产品类型

7.1.3 消费群体

7.2 车载空气净化器需求空间

7.2.1 车内空气污染来源

7.2.2 车内空气污染现状

7.2.3 车内空气净化方式

7.3 2015-2018年车载空气净化器市场发展概况

7.3.1 行业环境分析

7.3.2 行业发展阶段

7.3.3 市场运行状况

7.3.4 销售规模分析

7.3.5 价格行情分析

7.3.6 竞争格局分析

7.4 车载空气净化器市场发展前景分析

7.4.1 行业机遇分析

7.4.2 未来增长前景

7.4.3 投资潜力分析

第八章 2015-2018年空气净化器区域市场分析

8.1 东北地区

8.1.1 长春空气净化器市场

8.1.2 哈尔滨空气净化器市场

8.1.3 沈阳空气净化器市场

8.2 华北地区

8.2.1 北京空气净化器市场

8.2.2 天津空气净化器市场

8.2.3 保定空气净化器市场

8.3 华东地区

8.3.1 青岛空气净化器市场

8.3.2 南京空气净化器市场

8.3.3 杭州空气净化器市场

8.3.4 合肥空气净化器市场

8.3.5 南昌空气净化器市场

8.4 中南地区

8.4.1 郑州空气净化器市场

8.4.2 武汉空气净化器市场

8.4.3 广州空气净化器市场

8.4.4 南宁空气净化器市场

8.4.5 海口空气净化器市场

8.5 西南地区

8.5.1 成都空气净化器市场

8.5.2 重庆空气净化器市场

8.5.3 昆明空气净化器市场

8.6 西北地区

8.6.1 西安空气净化器市场

8.6.2 兰州空气净化器市场

8.6.3 西宁空气净化器市场

第九章 2015-2018年空气净化器原材料及设备供应分析

9.1 2015-2018年空气净化器上游原材料市场分析

9.1.1 钢材市场运行状况

9.1.2 铜材市场运行状况

9.1.3 铝材市场运行状况

9.2 2015-2018年空气净化器关键部件——空气过滤器（滤网）

9.2.1 行业供需概况

9.2.2 市场格局分析

9.2.3 价格行情分析

9.2.4 未来前景分析

9.3 2015-2018年空气净化器其他构成部件

- 9.3.1 微风扇
- 9.3.2 水箱
- 9.3.3 智能监测系统
- 9.3.4 负离子发生器

第十章 2015-2018年国外空气净化器行业领先企业运营分析

- 10.1 飞利浦
 - 10.1.1 企业发展概况
 - 10.1.2 主营业务分析
 - 10.1.3 经营状况分析
 - 10.1.4 空气净化器业务状况
 - 10.1.5 企业发展战略
- 10.2 伊莱克斯
 - 10.2.1 企业发展概况
 - 10.2.2 主营业务分析
 - 10.2.3 经营状况分析
 - 10.2.4 空气净化器业务状况
 - 10.2.5 企业发展战略
- 10.3 霍尼韦尔
 - 10.3.1 企业发展概况
 - 10.3.2 主营业务分析
 - 10.3.3 经营状况分析
 - 10.3.4 空气净化器业务状况
 - 10.3.5 企业发展战略
- 10.4 夏普
 - 10.4.1 企业发展概况
 - 10.4.2 主营业务分析
 - 10.4.3 经营状况分析
 - 10.4.4 空气净化器业务状况
 - 10.4.5 企业发展战略
- 10.5 松下
 - 10.5.1 企业发展概况

10.5.2 主营业务分析

10.5.3 经营状况分析

10.5.4 空气净化器业务状况

10.5.5 企业发展战略

第十一章 2015-2018年国内空气净化器行业标杆企业运营分析

11.1 亚都

11.1.1 企业发展概况

11.1.2 主营业务分析

11.1.3 经营状况分析

11.1.4 空气净化器业务状况

11.1.5 空气净化器技术成果

11.1.6 企业发展战略

11.2 美的

11.2.1 企业发展概况

11.2.2 主营业务分析

11.2.3 经营状况分析

11.2.4 空气净化器业务状况

11.2.5 企业发展战略

11.3 远大

11.3.1 企业发展概况

11.3.2 主营业务分析

11.3.3 经营状况分析

11.3.4 空气净化器业务状况

11.3.5 企业发展战略

11.4 格力

11.4.1 企业发展概况

11.4.2 主营业务分析

11.4.3 经营状况分析

11.4.4 空气净化器业务状况

11.4.5 企业发展战略

11.5 艾美特

- 11.5.1 企业发展概况
- 11.5.2 主营业务分析
- 11.5.3 经营状况分析
- 11.5.4 空气净化器业务状况
- 11.5.5 企业发展战略
- 11.6 万利达
- 11.6.1 企业发展概况
- 11.6.2 主营业务分析
- 11.6.3 经营状况分析
- 11.6.4 空气净化器业务状况
- 11.6.5 企业发展战略
- 11.7 SKG
- 11.7.1 企业发展概况
- 11.7.2 主营业务分析
- 11.7.3 经营状况分析
- 11.7.4 空气净化器业务状况
- 11.7.5 企业发展战略

第十二章 2015-2018年空气净化器市场竞争分析

- 12.1 2015-2018年空气净化器市场竞争态势解析
- 12.1.1 国外品牌主导市场
- 12.1.2 新军进入加剧竞争
- 12.1.3 日系产品份额提升
- 12.2 2015-2018年空气净化器品牌竞争格局分析
- 12.2.1 品牌阵营划分
- 12.2.2 品牌竞争格局
- 12.2.3 品牌排行情况
- 12.2.4 品牌渠道竞争力
- 12.3 空气净化器品牌竞争核心要素
- 12.3.1 系统培训的竞争
- 12.3.2 盈利模式的竞争
- 12.3.3 服务体系的建立

- 12.3.4 人才的竞争
- 12.3.5 渠道资源的竞争
- 12.3.6 质量技术保证
- 12.4 2015-2018年空气净化器产品竞争格局分析
 - 12.4.1 产品美誉度评级
 - 12.4.2 产品综合性能评比
 - 12.4.3 不同价格区间产品比较
 - 12.4.4 国外代表产品优劣评价
- 12.5 空气净化器价格分层竞争特征分析
 - 12.5.1 2000元以下：品牌扎堆
 - 12.5.2 2000-5000元：外资战场
 - 12.5.3 5000-10000元：品牌集中
 - 12.5.4 万元以上：平分秋色
- 12.6 空气净化器替代品竞争威胁分析
 - 12.6.1 空调净化除菌效果分析
 - 12.6.2 净化功能空调市场发展态势
 - 12.6.3 净化功能空调消费者认知情况

第十三章 空气净化器市场营销分析

- 13.1 空气净化器目标市场定位
 - 13.1.1 适用场所
 - 13.1.2 适用人群
 - 13.1.3 目标客户界定
 - 13.1.4 目标客户需求特征
- 13.2 空气净化器市场销售渠道分析
 - 13.2.1 主流销售渠道
 - 13.2.2 推广渠道分析
 - 13.2.3 线上渠道分析
 - 13.2.4 社区渠道分析
- 13.3 空气净化器市场营销策略
 - 13.3.1 空气净化器市场渠道选择策略
 - 13.3.2 空气净化器消费群体定位策略

- 13.3.3 空气净化器市场通路开拓策略
- 13.3.4 空气净化器市场营销组合方案
- 13.4 空气净化器二三级市场开发策略
 - 13.4.1 二三级市场进入时机选择
 - 13.4.2 二三级市场进入渠道选择
 - 13.4.3 二三级市场分销网络建设
- 13.5 空气净化器区域市场推广方案
 - 13.5.1 广告方案
 - 13.5.2 合作推广
 - 13.5.3 人员直销
 - 13.5.4 公关推广主题
 - 13.5.5 形象展示与免费试用
 - 13.5.6 社区推广

第十四章 空气净化器市场投资分析

- 14.1 投资壁垒分析
 - 14.1.1 认证壁垒
 - 14.1.2 商誉壁垒
 - 14.1.3 技术壁垒
 - 14.1.4 规模壁垒
- 14.2 投资风险分析
 - 14.2.1 竞争风险
 - 14.2.2 政策风险
 - 14.2.3 技术风险
 - 14.2.4 其他风险
- 14.3 投资机会分析
 - 14.3.1 投资门槛低
 - 14.3.2 投资价值高
 - 14.3.3 投资商机分析
- 14.4 投资建议
 - 14.4.1 经销商投资方向建议
 - 14.4.2 经销商经营策略建议

14.4.3 代理商投资运营建议

14.4.4 车载市场投资经营思路

第十五章 2020-2026年中国空气净化器市场前景分析

15.1 中国空气净化器行业前景剖析

15.1.1 行业成长空间分析

15.1.2 市场需求潜力分析

15.1.3 行业发展趋势分析

15.1.4 产品发展趋势分析

15.2 2020-2026年中国空气净化器市场规模预测

15.2.1 影响中国空气净化器市场发展因素分析

15.2.2 2020-2026年空气净化器行业产品产量预测分析

15.2.3 2020-2026年空气净化器市场销量规模预测分析

15.2.4 2020-2026年空气净化器市场销售金额预测分析

15.3 未来空气净化器研发方向分析

15.3.1 降低净化器生成臭氧浓度

15.3.2 提高空气净化效果

15.3.3 提高控制技术

15.3.4 提高使用寿命

附录

附录一：空气净化器GB/T18801-2008

附录二：空气净化器环保认证规则

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/172677.html>