

2017-2023年中国空气净化器市场评估及未来发展 趋势报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国空气净化器市场评估及未来发展趋势报告》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.chyxx.com/research/201710/570650.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

随着我国经济的快速发展，城市的空气质量也日益恶化，尤其是北京、上海等一线城市。空气净化器成为最受关注的家电产品，空气净化器市场的需求激增。2013年，我国空气净化器销量大约240万台，同比增长90.5%；零售总额达到了大约26亿元，同比增长达160%。预测到2018年销量增至634.6万台左右。目前，我国空气净化器行业处于初级发展阶段，产品外销为主。全球各大公司结合亚洲市场需求流通的特点，加大在我国及周边地区生产的比例。同时，我国空气净化器企业以及家电企业相继推出的净化器新品，也成为行业中的主要力量。我国空气净化器家庭拥有率不到1%。与美国、日本等发达国家27%和17%的占有率存在较大差距。市场的巨大空间和潜力吸引了众多厂商纷纷涉足这一领域。

2013年全国有空气净化器企业200多家，以中小企业为主，产量成规模的大企业较少，主要集中在长三角及珠三角地区。国内空气净化器知名品牌有亚都和美的。空气净化器市场发展之初，本土品牌亚都一直处于领军地位，但好景不长。外资品牌对国内空气净化器市场开始重视并不断发力抢占市场，不断分食国内的市场份额。国产品牌由统领江山没落至占据约1/4份额的局面，而外资品牌则高歌猛进占据了约3/4的江山。从2012年至2013年，本土品牌市场份额由26.1%降至不足20%，而外资品牌表现相反，凭借技术先导优势占据了超过80%的市场份额。2013年，飞利浦、伊莱克斯、三星、松下、大金等外资品牌仍占到了据对优势的80%市场份额，其中飞利浦和松下的零售量份额分别为33.4%和28.5%，位居第一和第二，分别同比增长76.9%和74.2%。但另一方面，随着空气净化器市场的发展，也出现了一些发展中的问题，目前反映比较突出的一是技术规范问题，一些净化材料难以达到有效的净化效果、市场宣传规范问题，一些产品的存在着夸大宣传和不实宣传问题，同时还有检测规范和售后服务规范问题等等。

智研咨询发布的《2017-2023年中国空气净化器市场评估及未来发展趋势报告》共十五章。首先介绍了空气净化器相关概念及发展环境，接着分析了中国空气净化器规模及消费需求，然后对中国空气净化器市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国空气净化器面临的机遇及发展前景。您若想对中国空气净化器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 行业发展现状

第一章 空气净化器相关基础概述 1

第一节 空气净化器的结构及工作原理 1

一、空气净化器结构	1
二、空气净化器的工作原理	2
第二节 空气净化器的分类	3
一、按净化需求分类	3
二、按应用领域分类	4
三、按净化方式分类	4
四、负离子香薰空气净化器	6
第三节 空气净化器产业链分析	7
一、行业经济特性	7
二、主要细分行业	8
三、产业链结构分析	9
第四节 空气净化器主要技术介绍	9
一、静电除尘灭菌技术	9
二、低温非对称等离子体空气净化技术	9
三、HEPA过滤技术	9
四、离子风技术	10
五、负离子	11
六、分子络合技术	11
第五节 空气净化器的选购及保养	11
第二章 2017年世界空气净化器行业整体运营状况分析	16
第一节 2017年世界空气净化器行业发展分析	16
第二节 2017年世界空气净化器行业市场发展格局	20
一、世界空气净化器市场特征分析	20
二、世界空气净化器技术发展现状分析	21
三、世界空气净化器行业发展动态分析	21
第三节 2017年世界主要国家及地区空气净化器行业运行态势剖析	22
一、美国	22
二、欧洲	23
三、日韩	23
第四节 2017-2023年世界空气净化器行业发展趋势分析	24
第三章 2012-2017年中国空气净化器行业市场发展环境解析	25
第一节 2012-2017年中国宏观经济环境分析	25
一、国内GDP分析	25
二、固定资产投资	25
三、社会消费品零售和城乡居民收入对比	26

- 四、CPI和PPI分析 29
- 五、进出口分析 32
- 六、中国城镇化率 34
- 七、外汇市场分析 34
- 第二节 2017年中国空气净化器市场政策环境分析 35
 - 一、空气净化器“十二五”规划解读 35
 - 二、空气净化器国家标准 37
 - 三、环境空气质量标准 39
 - 四、其家电下乡政策分析 40
- 第三节 2012-2017年中国空气净化器市场社会环境分析 42
 - 一、人口规模分析 42
 - 二、教育程度分析 45
 - 三、生态环境分析 45
 - 四、室内装修市场分析 50
- 第四节 中国家用电器工业“十二五”发展规划的建议 54
 - 一、“十一五”时期家电工业回顾 54
 - 二、“十二五”时期面临的形势 59
 - 三、指导思想，基本原则，主要目标 62
 - 四、主要任务 65
 - 五、主要措施 75
- 第五节 2017年中国空气净化器市场技术环境分析 77
- 第四章 2017年中国空气净化器行业市场运行态势剖析 79
 - 第一节 2017年中国空气净化器行业发展动态分析 79
 - 一、三星空气净化器获“中国家电”好产品称号 79
 - 二、奥丽思进军净水器空气净化器内销市场 81
 - 三、广交会格力空气净化器成明星展品 82
 - 四、伊莱克斯为中国空气净化器市场带来欧洲风 83
 - 五、TCL推出空气净化器新品 84
 - 六、松下增设马达工厂抢食空气净化器蛋糕 85
 - 第二节 2017年中国空气净化器市场发展现状分析 85
 - 一、中国空气净化器市场供需现状分析 85
 - 二、中国空气净化器市场价格现状及走势分析 87
 - 三、中国空气净化器市场品牌渗透度分析 89
 - 第三节 2017年中国空气净化器行业发展问题分析 89
 - 一、中国空气净化器行业发展问题 89

- 二、空气净化器进入品牌竞争时代 91
- 三、空气净化器如何从边缘走向流行 92
- 第四节 我国空气净化器行业发展现状 97
 - 一、空气净化器行业品牌发展现状 97
 - 二、空气净化器行业发展现状分析 97
 - 三、空气净化器市场消费层次分析 98
 - 四、我国空气净化器市场走向分析 98
- 第五节 对中国空气净化器市场的分析及思考 100
 - 一、空气净化器市场特点 100
 - 二、空气净化市场驱动因素 101
 - 三、空气净化器争论焦点分析 102
 - 四、对空气净化器行业的思考和探讨 103
 - 五、对中国空气净化器品牌发展的思考 103
- 第五章 2017年中国空气净化器重点市场动态解析 105
 - 第一节 室内空气污染源分析 105
 - 一、建筑本身造成的污染 105
 - 二、室内装饰装修材料和过程带来的污染 107
 - 三、家具和家电带来的污染 111
 - 第二节 2017年空气净化器重点需求市场分析 112
 - 一、高档医院、病房，尤其是传染病医院 112
 - 二、高级疗养院 113
 - 三、高档写字楼、办公室 113
 - 四、经过装修的室内 114
 - 第三节 2017年中国空气净化器重点省市市场分析 115
 - 一、北京空气净化器市场现状分析 115
 - 二、上海空气净化器市场动态解析 115
 - 三、西安空气净化器市场概况分析 116
 - 第四节 2017年中国农村市场空气净化器市场分析 116
 - 一、农村空气空气净化器市场现状 116
 - 二、农场家电渠道经营新模式 117
- 第二部分 市场格局分析
- 第六章 2017年中国空气净化器市场十一大优势品牌运营态势解析 119
 - 第一节 亚都YADU 119
 - 一、产品特性 119
 - 二、2017年市场销售情况 119

- 三、品牌竞争力分析 120
- 四、市场营销战略分析 123
- 第二节 松下Panasonic 124
 - 一、产品特性 124
 - 二、2017年在华市场销售情况 125
 - 三、品牌竞争力分析 125
 - 四、市场营销战略分析 126
- 第三节 飞利浦PHILIPS 128
 - 一、产品特性 128
 - 二、2017年在华市场销售情况 129
 - 三、品牌竞争力分析 130
 - 四、市场营销战略分析 130
- 第四节 夏普SHARP 131
 - 一、产品特性 131
 - 二、2017年在华市场销售情况 134
 - 三、品牌竞争力分析 134
 - 四、市场营销战略分析 134
- 第五节 Blueair瑞宝-布鲁雅尔 136
 - 一、产品特性 136
 - 二、品牌竞争力分析 136
 - 三、市场营销战略分析 137
- 第六节 三洋SANYO 137
 - 一、产品特性 137
 - 二、2017年在华市场销售情况 138
 - 三、品牌竞争力分析 138
- 第七节 远大 139
 - 一、产品特性 139
 - 二、2017年市场销售情况 139
 - 三、品牌竞争力分析 139
 - 四、市场营销战略分析 141
- 第八节 美的Midea 142
 - 一、产品特性 142
 - 二、2017年市场销售情况 143
 - 三、品牌竞争力分析 143
 - 四、市场战略分析 143

第九节 万利达Malata 144

- 一、产品特性 144
- 二、品牌竞争力分析 145
- 三、市场营销战略分析 145

第十节 日立HITACHI 146

- 一、产品特性 146
- 二、品牌竞争力分析 146
- 三、市场营销战略分析 147

第十一节 安利Amway 149

- 一、产品特性 149
- 二、品牌竞争力分析 150
- 三、市场营销战略分析 151

第七章 2014-2017年中国家用空气调节器制造行业主要数据监测分析 153

第一节 2014-2017年中国家用空气调节器制造行业规模分析 153

- 一、中国家用空气调节器制造行业企业数量增长分析 153
- 二、中国家用空气调节器制造行业从业人数增长分析 153
- 三、中国家用空气调节器制造行业资产规模增长分析 154

第二节 2017年中国家用空气调节器制造行业结构分析 154

- 一、企业数量结构分析 154
- 二、销售收入结构分析 155

第三节 2014-2017年中国家用空气调节器制造行业产值分析 155

- 一、中国家用空气调节器制造行业产成品增长分析 155
- 二、中国家用空气调节器制造行业工业销售产值分析 156
- 三、中国家用空气调节器制造行业出口交货值分析 156

第四节 2014-2017年中国家用空气调节器制造行业成本费用分析 157

- 一、中国家用空气调节器制造行业销售成本分析 157
- 二、中国家用空气调节器制造行业费用分析 157

第五节 2014-2017年中国家用空气调节器制造行业盈利能力分析 158

- 一、中国家用空气调节器制造行业负债分析 158
- 二、中国家用空气调节器制造行业盈利分析 159

第八章 2008-2017年中国房间空气调节器产量数据统计分析 160

第一节 2008-2017年中国房间空气调节器产量数据分析 160

- 一、2008-2017年房间空气调节器产量数据分析 160
- 二、2008-2017年房间空气调节器重点省市数据分析 161

第二节 2017年中国房间空气调节器产量数据分析 168

- 一、2017年全国房间空气调节器产量数据分析 168
- 二、2017年房间空气调节器重点省市数据分析 169
- 第三节 2017年中国房间空气调节器产量增长性分析 170
 - 一、产量增长 170
 - 二、集中度变化 171
- 第九章
 - 2014-2017年中国离心机；液体或气体的过滤、净化机器及装置进出口数据监测分析172
 - 第一节 2014-2017年中国离心机；液体或气体的过滤、净化机器及装置进口数据分析 172
 - 一、进口数量分析 172
 - 二、进口金额分析 173
 - 第二节 2014-2017年中国离心机；液体或气体的过滤、净化机器及装置出口数据分析 173
 - 一、出口数量分析 173
 - 二、出口金额分析 174
- 第十章 中国空气净化器行业消费者调查 175
 - 第一节 空气净化器消费群体偏好调查 175
 - 一、不同性别分析 175
 - 二、不同年龄消费者偏好调查 175
 - 三、使用情况 176
 - 四、影响购买因素 177
 - 五、购买途径 178
 - 六、价格集中度 179
 - 七、不同收入者分析 179
 - 第二节 空气净化器的品牌市场调查 181
 - 一、消费者对空气净化器品牌认知度宏观调查 181
 - 二、消费者对空气净化器的品牌偏好调查 181
 - 三、消费者对空气净化器品牌的首要认知渠道 182
 - 四、空气净化器品牌忠诚度调查 182
 - 第三节 空气净化器调研分析 183
 - 一、促成消费者购买要素分析 183
 - 二、消费者对家电产品的购买地点分析 185
 - 三、品质调查品牌排名分析 186
- 第十一章 2012-2017年中国空气净化器市场竞争格局透析 188
 - 第一节 行业竞争结构分析 188
 - 一、现有企业间竞争 188
 - 二、潜在进入者分析 189

- 三、替代品威胁分析 190
- 四、供应商议价能力 190
- 五、客户议价能力 191
- 第二节 2012-2017年中国空气净化器行业竞争现状 191
 - 一、品牌竞争分析 191
 - 二、价格竞争分析 193
 - 三、中国日益竞争激烈的空气净化器市场 194
- 第三节 2012-2017年中国空气净化器行业集中度分析 195
 - 一、市场集中度分析 195
 - 二、生产企业的集中分布 195
- 第四节 2012-2017年中国空气净化器行业竞争中存的问题 196
- 第五节 2017-2023年中国空气净化器行业竞争趋势分析 197
 - 一、竞争趋势 197
 - 二、现有空气净化器产品竞争策略分析 198
 - 三、潜力空气净化器品种竞争策略选择 201
 - 四、典型企业产品竞争策略分析 206
 - 五、未来空气净化器行业竞争策略分析 208
- 第十二章 2012-2017年中国重点空气净化器生产企业竞争力分析 209
 - 第一节 广东美的电器股份有限公司 209
 - 一、企业概况 209
 - 二、企业经营分析 210
 - 三、企业盈利能力分析 214
 - 四、企业偿债能力分析 215
 - 五、企业运营能力分析 215
 - 六、企业成长能力分析 216
 - 第二节 漳州万利达光催化科技有限公司 216
 - 一、企业概况 216
 - 二、企业经营分析 217
 - 三、企业运营能力分析 218
 - 第三节 友隆电器工业(深圳)有限公司 218
 - 一、企业概况 218
 - 二、企业经营分析 219
 - 第四节 北京亚都空气污染治理技术有限公司 219
 - 一、企业概况 219
 - 二、企业经营分析 220

三、企业能力分析 221

第五节 厦门爱美克科技有限公司 222

一、企业概况 222

二、企业经营分析 223

三、企业能力分析 223

第六节 宁波市镇海远大机电制造有限公司 224

一、企业概况 224

二、企业经营分析 224

三、企业能力分析 224

第七节 深圳市鼎信科技有限公司 225

一、企业概况 225

二、企业经营分析 225

三、企业能力分析 226

第八节 奥得奥科技(厦门)有限公司 226

一、企业概况 226

二、企业经营分析 227

三、企业能力分析 227

第九节 上海新华舒普净化技术有限公司 229

一、企业概况 229

二、企业经营分析 230

三、企业盈利能力分析 235

四、企业偿债能力分析 236

五、企业运营能力分析 236

六、企业成长能力分析 237

第十节 格力电器股份有限公司 237

一、企业概况 237

二、企业经营分析 238

三、企业盈利能力分析 242

四、企业偿债能力分析 243

五、企业运营能力分析 243

六、企业成长能力分析 244

第三部分 行业投资前景预测

第十三章 2017-2023年中国空气净化器行业发展前景及趋势预测分析 245

第一节 2017-2023年中国空气净化器行业发展前景分析 245

一、中国空气净化器行业阶段分析 245

二、中国市场潜力分析	245
三、空气净化器行业前景分析	247
第二节 2017-2023年中国空气净化器行业发展趋势分析	247
一、空气净化器行业发展趋势分析	247
二、空气净化器市场发展趋势分析	248
三、空气净化器产品自身趋势分析	248
四、空气净化器技术发展趋势分析	250
第三节 2017-2023年中国空气净化器行业市场预测分析	252
一、空气净化器行业市场产量预测分析	252
二、空气净化器行业市场销量预测分析	252
第四节 2017-2023年中国空气净化器市场盈利预测分析	253
第四部分 行业投资战略分析	
第十四章 2017-2023年中国空气净化器行业投资机会与风险规避指引	254
第一节 2012-2017年中国空气净化器行业投资周期分析	254
一、经济周期	254
二、增长性与波动性	254
三、成熟度分析	255
第二节 2017-2023年中国空气净化器行业投资机会分析	255
一、投资吸引力分析	255
二、投资潜力分析	256
第三节 2017-2023年中国空气净化器行业投资风险预警	257
一、政策风险及防范	257
二、技术风险及防范	258
三、金融风险及防范	260
四、贸易风险及防范	263
五、财务分析及防范	266
第十五章 空气净化器行业投资战略研究 (ZY HT)	
第一节 空气净化器行业发展战略研究	271
一、战略综合规划	271
二、技术开发战略	271
三、业务组合战略	276
四、区域战略规划	278
五、产业战略规划	288
六、营销品牌战略	289
七、竞争战略规划	291

八、信息化战略规划 292

第二节 我国空气净化器品牌战略 294

一、企业品牌的重要性 294

二、空气净化器实施品牌战略的意义 295

三、我国空气净化器企业的品牌战略 295

四、我国空气净化器品牌的竞争趋势 296

五、空气净化器品牌战略管理的策略 296

第三节 空气净化器行业投资建议 298

图表目录：

图表：空气净化器工作原理 3

图表：2017年美国空气净化器市场规模 23

图表：2017年欧洲空气净化器市场规模 23

图表：2017年日本空气净化器市场规模 24

图表：2017年韩国空气净化器市场规模 24

图表：2012-2017年国内生产总值增长速度 25

图表：2017年固定资产投资（不含农户）增长速度 26

图表：2012-2017年我国社会消费品零售总额 27

图表：2017年我国城镇与农村社会消费品销售总额 27

图表：2017年社会消费品零售总额名义增长速度 27

图表：2017年农村居民人均收入实际增长速度 28

图表：2017年城镇居民人均可支配收入实际增长速度 28

图表：2017年1月国内CPI同比增幅 30

图表：2017年2月国内CPI同比增幅 30

图表：2017年3月国内CPI同比增幅 31

图表：2017年4月国内CPI同比增幅 31

图表：2017年5月国内CPI同比增幅 31

图表：2017年6月国内CPI同比增幅 31

图表：2017年7月国内CPI同比增幅 31

图表：2012-2017年我国对外贸易总额及其变化 33

图表：2014-2017年我国城镇化水平 34

图表：2012-2017年我国人口规模 43

图表：2012-2017年我国人口规模 43

图表：2012-2017年我国净增人口及增长率 43

图表：2017年我国人口年龄结构比例 44

图表：2017年我国城镇常与农村常住人口 45

图表：2012-2017年我国空气净化器的销量 86

图表：2012-2017年我国空气净化器零售额 86

图表：2014-2017年我国家用空气调节制造企业数量 153

图表：2014-2017年我国家用空气调节制造行业从业人员数量 153

图表：2014-2017年我国家用空气调节制造行业资产规模 154

图表：2017年我国家用空气调节器制造行业企业规模结构 154

图表：2017年我国家用空气调节器制造行业企业收入结构 155

图表：2014-2017年我国家用空气调节器行业产成品数量 155

图表：2014-2017年我国家用空气调节器行业工业生产销售产值 156

图表：2014-2017年我国家用空气调节器行业出口交货值 156

图表：2014-2017年我国家用空气调节器行业销售成本 157

图表：2014-2017年我国家用空气调节器行业费用 157

图表：2014-2017年我国家用空气调节器行业管理费用 158

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201710/570650.html>