

# 2017-2023年中国家用空气净化器市场专项调研及 未来前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国家用空气净化器市场专项调研及未来前景预测报告》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.chyxx.com/research/201706/532518.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

近几年空气净化器已成为家电市场主要的热门之一。环境污染、新型流感、室内污染、空气质量的一系列问题的出现带动全球空气净化设备的发展。空气净化器已成为全球家电市场备受关注与追捧的热门。

2009年起，全球各大家电企业及空气净化装置专业公司均不同程度的扩充了空气净化器的产能，从高功能到普及型延伸，形成相对完备的商品阵营，根据富士经济发布的最新统计数据。受微小颗粒物“PM2.5”等导致大气污染的影响，2013年全球空气净化器的销量趋于增加。2013年全球家用空气净化器销量较2012年增加了7.5%，达到1894万台，2015年在2500万台左右。预计到2022年全球空气净化器将达到5900万台。

2022年全球家用空气净化器销售规模将达到2900万台

资料来源：公开资料、智研咨询整理

随着人类文明的高度发展，进入室内的化工和电器设备的种类和数量增多，房屋建造得更加密闭，室内污染因子日渐增多而通风换气能力却反而减弱，这使得室内有些污染物的浓度较室外高达数倍以上。

室内空气污染是指由于各种原因导致的室内空气有害物质超标，进而影响人体健康的室内环境污染行为。有害物包括甲醛、苯、氨、放射性氡等。随着污染程度加剧，人体会产生亚健康反应甚至威胁到生命安全。空气净化器作为改善室内空气环境的有效工具，近年来受到了广大消费者的追捧。

北美是最大空气净化器市场，年销量近450万台，欧洲市场销售量约为460万台，亚洲市场以中国和日本为主，日本2015年销量在234万台左右，中国空气净化器市场虽然普及率相当低，但在全国雾霾笼罩的大环境下，2015年销售量达到650万台。发达国家对室内空气质量的重视与严格监测是推动市场发展的主要力量。

全球空气净化器市场消费格局

资料来源：公开资料、智研咨询整理

智研咨询发布的《2017-2023年中国家用空气净化器市场专项调研及未来前景预测报告》共九章。首先介绍了家用空气净化器行业市场发展环境、家用空气净化器整体运行态势等，接着分析了家用空气净化器行业市场运行的现状，然后介绍了家用空气净化器市场竞争格局。随后，报告对家用空气净化器做了重点企业经营状况分析，最后分析了家用空气净化器行业发展趋势与投资预测。您若想对家用空气净化器产业有个系统的了解或者想投资家用空气净化器行业，本报告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 家用空气净化器营销特征概况

第一节 家用空气净化器定义

第二节 家用空气净化器特征

第三节 家用空气净化器产业链概述

第四节 家用空气净化器营销特点分析

第二章 家用空气净化器市场现状与发展预测

第一节 家用空气净化器市场现状分析

2015年中国家用空气净化器产品功率结构

资料来源：公开资料、智研咨询整理

第二节 家用空气净化器产量分析

第三节 家用空气净化器进出口情况分析

第四节 家用空气净化器市场需求与消费分析

第五节 家用空气净化器市场需求预测分析

第三章 家用空气净化器宏观营销环境分析

第一节 我国经济发展环境分析

一、中国GDP分析

三、固定资产投资

三、城镇人员从业状况

四、恩格尔系数分析

五、2010-2018年我国宏观经济发展预测

第二节 我国家用空气净化器制造业行业政策环境分析

一、产业政策分析

二、相关产业政策影响分析

第三节 技术发展环境分析

一、技术发展现状

二、技术发展趋势

三、主要生产工艺与设备

第四章 家用空气净化器市场竞争环境分析

第一节 新进入者的竞争分析

一、潜在竞争对手的资源和能力

二、进入技术壁垒

三、需求用户的品牌偏好

四、需求用户的购买渠道

五、现有企业对新进入者的反应

## 第二节 替代品的竞争分析

### 一、替代品的替代程度

### 二、替代品的赢利能力

## 第三节 现有竞争者之间的竞争

### 一、市场规模

### 二、市场集中度

### 三、行业盈利水平

## 第五章 中国家用空气净化器制造业区域市场分析

### 第一节 我国家用空气净化器制造业市场区域市场结构现状及趋势

#### 一、2006-2017年东北市场规模及预测

#### 二、2006-2017年华北市场规模及预测

#### 三、2006-2017年华中市场规模及预测

#### 四、2006-2017年华东市场规模及预测

#### 五、2006-2017年华南市场规模及预测

#### 六、2006-2017年西部市场规模及预测

### 第二节 我国家用空气净化器制造业市场细分市场结构现状及趋势

## 第六章 家用空气净化器主要竞争对手分析

### 第一节 夏普

#### 1、企业简介

#### 2、企业财务指标分析

#### 3、企业未来发展策略

### 第二节 飞利浦

#### 1、企业简介

#### 2、企业财务指标分析

#### 3、企业未来发展策略

### 第三节 美的

#### 1、企业简介

#### 2、企业财务指标分析

#### 3、企业未来发展策略

### 第四节 万利达

#### 1、企业简介

#### 2、企业财务指标分析

#### 3、企业未来发展策略

### 第五节 远大

#### 1、企业简介

## 2、企业财务指标分析

## 3、企业未来发展策略

### 第七章 家用空气净化器生产企业的SWOT分析

#### 第一节 家用空气净化器生产企业优势分析（strengths）

#### 第二节 家用空气净化器生产企业劣势分析（weaknesses）

#### 第三节 家用空气净化器生产企业机会分析（opportunities）

#### 第四节 家用空气净化器生产企业威胁分析（threats）

### 第八章 家用空气净化器消费及渠道分析

#### 第一节 价格分析

##### 一、价格趋势分析

##### 二、价格影响因素分析

#### 第二节 用户分析

##### 一、消费者关注的因素

##### 二、消费者购买渠道分析

### 第九章 家用空气净化器市场营销竞争策略分析（ZY LII）

#### 第一节 基本市场竞争策略

#### 第二节 生命周期及策略

#### 第三节 处于不同市场地位企业的市场营销竞争策略

##### 一、市场领导者的营销竞争策略

##### 二、市场挑战者的营销竞争策略

##### 三、市场跟随者的营销竞争策略

##### 四、市场补缺者的营销竞争策略（ZY LII）

#### 图表目录：

略.....

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201706/532518.html>