

2017-2023年中国家用空气净化器行业深度调研及 发展前景预测报告

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行业深度调研及发展前景预测报告》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/201706/532536.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

2015年全球主要空气净化器企业产量

资料来源：公开资料、智研咨询整理

2015年全球主要空气净化器企业销量

资料来源：公开资料、智研咨询整理

全球空气净化器前十大企业占据了70%以上的市场份额，其中贝克艾尔占据15.8%的市场份额，飞利浦占8.2%，艾吉森占7.8%，布鲁雅尔占7%，夏普占6.8%，松下占6.8%，伊莱克斯占6.7%，霍尼韦尔占6.5%，小米占4%，亚都占4%。

全球空气净化器市场占有率：%

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行业深度调研及发展前景预测报告》共十八章。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 中国家用空气净化器行业发展环境

第一节 家用空气净化器行业及属性分析

一、行业定义

二、国民经济依赖性

三、经济类型属性

四、行业周期属性

第二节 经济发展环境

一、中国经济发展阶段

二、2005-2017年中国经济发展状况

三、经济结构调整

四、国民收入状况

第三节 政策发展环境

一、产业振兴规划

二、 产业发展规划

三、 行业标准政策

四、 市场应用政策

五、 财政税收政策

第四节 社会发展环境

一、 中国人口规模

二、 分年龄结构

三、 分学历结构

四、 分地区结构

五、 消费观念

第五节 投融资发展环境

一、 金融开放

二、 金融财政政策

三、 金融货币政策

四、 外汇政策

五、 银行信贷政策

六、 股权债券融资政策

第二章 中国家用空气净化器生产现状分析

第一节 家用空气净化器行业总体规模

第一节 家用空气净化器产能概况

一、 2007-2017年产能分析

二、 2017-2023年产能预测

第三节 家用空气净化器市场容量概况

一、 2007-2017年市场容量分析

二、 产能配置与产能利用率调查

三、 2017-2023年市场容量预测

第四节 家用空气净化器产业的生命周期分析

第五节 家用空气净化器产业供需情况

第三章 2017年中国市场分析

第一节 我国整体市场规模

一、 总量规模

2006-2015年我国家用空气净化器市场规模及增速走势图

资料来源：公开资料、智研咨询整理

二、 增长速度

三、 各季度市场情况

第二节 原材料市场分析

第三节 市场结构分析

一、产品市场结构

二、品牌市场结构

三、区域市场结构

四、渠道市场结构

第四章 2017年中国家用空气净化器市场供需监测分析

第一节 需求分析

第二节 供给分析

第三节 市场特征分析

第五章 2017年中国家用空气净化器市场竞争格局与厂商市场竞争力评价

第一节 竞争格局分析

1、家用空气净化器产品功率结构分析

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

2、家用空气净化器市场竞争格局分析

从市场集中度看，在空气净化器整体市场中，前十五品牌市场占有率达到了84.8%，其中外资品牌9个，市场占比达到66.3%。国产品牌中亚都主要份额来自线下，美的、TCL、净美仕、SKG 份额主要来自线上。

2014-2015年空气净化器整体市场竞争及线上线下占比（销售额）

资料来源：公开资料整理

3、家用空气净化器国内地区格局分析

据不完全统计，2015年空气净化器行业平均增长率逾60%，领跑小家电细分市场；从产业分布看，国内以珠三角和长三角地区的生产企业较为集中，空净主要销售市场是京津、长三角、珠三角经济相对较发达的地区；从市场份额看，家用空净合资品牌约占2/3的市场，在高端市场（单价万元左右）合资品牌优势明显，国内企业进入空净行业相对较晚，虽然近几年以亚都、远大、莱克、贝昂等为代表的自主品牌发展迅速，但消费者对自主品牌的接受、认可是循序渐进的过程，自主品牌空净在产品质量提升、品牌塑造、营销和售后服务还需继续提升。

江苏省是国内小家电生产制造的聚集地之一，苏州地区以吸尘器为代表的小家电产业基础较好，莱克、科沃斯等传统小家电企业近几年先后进入空净行业，依靠雄厚的技术积累、优异的资源整合、营销能力迅速打开市场，占据自主品牌的一席之地，也有贝昂、志佳、恒智纳米等专业做空净的新型高新技术企业，除莱克等传统的小家电企业，江苏省大部分生产空净的企业多为中小民营企业，还处于成长阶段，尚未成长为全国性的驰名商标。

4、家用空气净化器市场产品格局分析

部分家用空气净化器企业产品情况

价格区间（元）

品牌类别

品牌/价格（元

待机功耗（W）

能效比（ $m^3/(W \cdot h)$ ）

噪声dB（A）

备注

1000内

自主品牌

CM /938

1.4

6.7

57.6

-

合资品牌

Filtrete /899

0.89

3.0

56.1

-

1000 ~ 2000

自主品牌

美的/1268

1.3

5.3

59.5

-

SKG /1699

0.19

3.9

50.7

待机功耗最低

奥力/1480

2.3

1.7

51.4

-

亚都/1588

0.87

3.6

52.3

-

惠爱家/1080

1.7

3.5

51.3

-

TCL /1395

0.51

4.3

55.0

-

FASFLO/ 1680

0.47

4.3

53.6

- COWAY /1966

0.45

9.0

55.6

- 创维/2599

0.96

3.8

60.4

-

小蛋/2134

3.8

2.9

66.7

- Electrolux /2299

1.3

8.4

58.3

-

AIR-O-SWISS/ 2469

1.2

6.2

57.1

-

DeLong/2256

0.32

2.9

51.1

-

惠而浦/2499

0.47

7.7

61.2

-

三洋/2000

0.76

3.8

56.1

- 三个爸爸/3499

3.7

7.5

63.9

-

CADO /3280

1.3

4.6

57.1

-

SUPOR /3700

0.93

4.7

60.8

- SHARP /3299

0.82

7.1

54.6

-

DAIKIN /3539

0.90

7.5

53.5

-

Blueair /3590

-

4.3

55.4

-

PHILIPS /3330

0.22

3.5

50.7

噪音最低 汇清/4000

1.4

5.8

57.9

- Honeywell /5498

2.6

4.5

58.4

-

Austin · Mecent /5688.6

-

2.6

55.0

-

三星/5290.55

0.28

8.2

54.0

- 逸新/9300

1.2

10.8

56.0

能效比最高

资料来源：公开资料、智研咨询整理

外资品牌空净更注重整机的平衡设计，从整体而言，在待机功耗、能效比参数、噪声控制要优于自主品牌，能效比方面以安利、夏普等为代表的合资品牌优于行业整体水平，在节能降耗方面，合资品牌走在行业前列，但我们也看到以美的、三个爸爸为代表的自主品牌也有了长足的进步，在提供同等洁净空气量的前提下，消耗更低的能耗、产生更低的噪声是空净行业未来发展趋势。

5、家用空气净化器市场品牌格局分析

我国空气净化器行业处于初级发展阶段，经过这几年的市场培育，市场形势一片欣欣向荣，但随着外资企业的大量进驻，冲击了国内空气净化器市场的现有格局，使得国内本土品牌的领先优势渐渐失去。

经过这几年的市场发展，国内空气净化器市场品牌格局已经基本形成，大致分为三类：第一类为外资品牌，主要包括卡萨帝、三星、艾美特、飞利浦、松下、夏普、LG、大金等，这部分企业具有较强的企业规模、生产技术、产品研发和品牌优势；第二类是规模、实力较强的国产空气净化器品牌，主要包括亚都、TCL、康佳等，这类企业部分空气净化器产品已达到国际领先水平；第三类是数量较多的规模较小的空气净化器企业，这部分企业以生产中低端产品为主，质量参差不齐，主要依靠低价获取市场占有率，竞争力较弱。

第二节 主力厂商市场竞争力评价

一、产品竞争力

二、价格竞争力

三、渠道竞争力

六、品牌竞争力

第六章 我国家用空气净化器行业供需状况分析

第一节家用空气净化器行业市场需求分析

第二节家用空气净化器行业供给能力分析

第三节家用空气净化器行业进出口贸易分析

一、产品的国内外市场需求态势

二、国内外产品的比较优势

第七章家用空气净化器行业竞争绩效分析

第一节家用空气净化器行业总体效益水平分析

第二节家用空气净化器行业产业集中度分析

第三节家用空气净化器行业不同所有制企业绩效分析

第四节家用空气净化器行业不同规模企业绩效分析

第五节家用空气净化器市场分销体系分析

一、销售渠道模式分析

二、产品最佳销售渠道选择

第八章、2017年家用空气净化器市场发展前景预测

第一节 国际市场发展前景预测

一、2007 - 2017年经济增长与需求预测

二、2007 - 2017年行业总产量预测

三、我国中长期市场发展策略预测

第二节 我国资源配置的前景

第九章 我国家用空气净化器行业投融资分析

第一节 我国家用空气净化器行业企业所有制状况

第二节 我国家用空气净化器行业外资进入状况

第三节 我国家用空气净化器行业合作与并购

第四节 我国家用空气净化器行业投资体制分析

第五节 我国家用空气净化器行业资本市场融资分析

第十章家用空气净化器产业投资策略

第一节 产品定位策略

一、市场细分策略

二、目标市场的选择

第二节 产品开发策略

一、追求产品质量

二、促进产品多元化发展

第三节 渠道销售策略

一、销售模式分类

二、市场投资建议

第四节 品牌经营策略

一、不同品牌经营模式

二、如何切入开拓品牌

第五节 服务策略

第十一章 我国家用空气净化器行业重点企业分析

第一节 亚都

一、公司基本情况

二、公司经营与财务状况

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

第二节 夏普

一、公司基本情况

二、公司经营与财务状况

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

第三节 美的

一、公司基本情况

二、公司经营与财务状况

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

第四节 远大

一、公司基本情况

二、公司经营与财务状况

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

第五节 海尔

一、公司基本情况

二、公司经营与财务状况

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

第十二章 2017我国家用空气净化器产业投资分析

第一节 投资环境

一、资源环境分析

二、市场竞争分析

三、政策环境分析

第二节 投资机会分析

第三节 投资风险及对策分析

第四节 投资发展前景

一、市场供需发展趋势

二、未来发展展望

第十三章家用空气净化器相关产业2017年走势分析

第一节 上游行业影响分析

第二节 下游行业影响分析

第十四章家用空气净化器行业成长能力及稳定性分析

第一节家用空气净化器行业生命周期分析

第二节家用空气净化器行业增长性与波动性分析

第三节家用空气净化器行业集中程度分析

第十五章家用空气净化器行业风险趋势分析与对策

第一节家用空气净化器行业风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、进入退出风险

第二节家用空气净化器行业投资风险及控制策略分析

一、2007 - 2017年家用空气净化器行业市场风险及控制策略

二、2007 - 2017年家用空气净化器行业政策风险及控制策略

三、2007 - 2017年家用空气净化器行业经营风险及控制策略

四、2007 - 2017年家用空气净化器同业竞争风险及控制策略

五、2007 - 2017年家用空气净化器行业其他风险及控制策略

六、专家观点

第十六章家用空气净化器产业投资风险

第一节家用空气净化器行业宏观调控风险

第二节家用空气净化器行业竞争风险

第三节家用空气净化器行业供需波动风险

第四节家用空气净化器行业技术创新风险

第五节家用空气净化器行业经营管理风险

第五节 专家观点

第十七章 2017-2023年中国家用空气净化器行业发展趋势研究分析

第一节 2017-2023年家用空气净化器行业国际市场预测

一、家用空气净化器行业产能预测

二、家用空气净化器行业市场需求前景

第二节 中国家用空气净化器行业发展趋势

一、产品发展趋势

二、技术发展趋势

第三节 2017-2023年家用空气净化器行业中国市场预测

一、家用空气净化器行业产能预测

二、家用空气净化器行业市场需求前景

第十八章家用空气净化器行业投资机会分析研究（ZY LII）

第一节 2017-2023年家用空气净化器行业主要区域投资机会

第二节 2017-2023年家用空气净化器行业出口市场投资机会

第三节 2017-2023年家用空气净化器行业企业的多元化投资机会（ZY LII）

图表目录：

略.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201706/532536.html>