

2016-2022年中国空气净化器市场研究及投资前景 分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国空气净化器市场研究及投资前景分析报告》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/201606/425685.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

空气净化器又称能够吸附、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产品，主要应用于家用、商用、工业、楼宇。

空气净化器在居家、医疗、工业领域均有应用，居家领域以单机类的家用空气净化器为市场的主流产品。最主要的功能是去除空气中的颗粒物，包括过敏原、室内的PM2.5等，同时还可以解决由于装修或者其他原因导致的室内、地下空间、车内挥发性有机物空气污染问题。由于相对封闭的空间中空气污染物的释放有持久性和不确定性的特点，因此使用空气净化器净化室内空气是国际公认的改善室内空气质量的方法之一。

WHO的研究报告显示，2012年全球因厨房空气污染导致死亡的430万人中，患中风的占到了34%，慢性阻塞性肺疾病和缺血性心脏病分别是22%和26%，而死于肺癌的约占6%。

因此空气净化器市场有良好的发展势头，2010-2012年，空气净化器零售量同比涨幅均在11%以上，且涨幅逐年递增，同比增长幅度由11.4%增至14.7%；空气净化器零售额同比涨幅在23%以上，涨幅逐年减少，由27.6%降至23.5%。零售额涨幅低于零售量的涨幅是由于产品均价的下降所致。在空气净化器市场销量逐年增大的情况下，市场竞争也愈加激烈，高利润时代可能将要终结。

随着社会经济水平持续向前发展，人们对生活质量的需求日益提高，对自身所处的生活环境越来越关注。最近几年，不断出现的空气污染事件极大的推动了公众对空气净化器的需求与了解，空气净化器的销量和销售额也一路走高。

空气净化器的销售额增长迅速，年平均增长率达到25%。

空气净化器在西方发达国家中普及率较高，空气净化器例如：美国家庭的普及率为27%，每年销量超过2000万台，其他的国家，如：加拿大、意大利、日本等国家在公共场所、家庭居室等的普及率都超过20%。而中国改善室内空气污染设备的普及率还不到0.1%，因此，在中国，空气净化器的市场前景广阔。

2009-2014年我国空气净化器产量（单位：万台）

以创迈、格力、亚都为代表，其中美的、格力品牌的知名度、普及度和美誉度虽然不错，但由于其品牌的产品重心及优势不在空气净化器上，空气净化器的产品比较单一，无突出特色，因此在用户价值上做的还不够，因此也影响其品牌的竞争力。国内空气净化器品牌的亮点是创迈空气净化器，虽然其在国际的知名度、美誉度等方面根本无法与世界名牌松下、飞利浦等相对于，但由于其在空气净化器方面的专注性以及专业性，也凭借着这份专注与专业，在国内也获得了一定的品牌知名度、普及度以及美誉度，在国内空气净化器市场竞争中也取得一定的份额。

目前，奥维咨询线上监测到空气净化器达700余家，线下渠道监测到121家，去重叠后大约在售品牌约为743家，其中线上国产小品牌较多。

中国智研咨询发布的《2016-2022年中国空气净化器市场研究及投资前景分析报告》共十章。首先介绍了空气净化器行业市场发展环境、空气净化器整体运行态势等，接着分析了空气净化器行业市场运行的现状，然后介绍了空气净化器市场竞争格局。随后，报告对空气净化器做了重点企业经营状况分析，最后分析了空气净化器行业发展趋势与投资预测。您若想对空气净化器产业有个系统的了解或者想投资空气净化器行业，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1章：中国空气净化器行业发展综述

1.1 空气净化器行业定义及分类

1.1.1 空气净化器行业概念及定义

1.1.2 空气净化器行业主要产品分类

1.2 空气净化器行业产业环境分析

1.2.1 空气净化器行业产业链简介

1.2.2 空气净化器行业上游分析

（1）钢材行业运营现状与价格趋势

1) 钢材行业运营现状

2) 钢材行业价格趋势

3) 钢材行业运行趋势及对空气净化器行业影响

（2）铝材行业运营现状与价格趋势

1) 铝材行业运营现状

2) 铝材行业价格趋势

3) 铝材行业运行趋势及对空气净化器行业影响

1.3 空气净化器行业统计标准

1.3.1 空气净化器行业统计部门和口径

1.3.2 空气净化器行业统计方法

第2章：中国空气净化器行业发展环境分析

2.1 空气净化器行业政策环境分析

2.1.1 空气净化器行业监管体系

（1）空气净化器行业监管部门

（2）空气净化器行业监管重点

2.1.2 空气净化器行业相关标准

2.1.3 空气净化器行业政策规划

(1) 产品结构规划

(2) 产业标准规划

2.2 空气净化器行业经济环境分析

2.2.1 宏观经济对行业的影响

2.2.2 国内宏观经济环境分析

(1) 国内生产总值分析

国内生产总值及其增长情况

(2) 工业增加值分析

(3) 制造业发展分析

(4) 城镇居民收入情况

2.2.3 国内宏观经济走势预测

2.3 空气净化器行业技术环境分析

2.3.1 空气净化技术专利申请数分析

2.3.2 空气净化技术专利申请人分析

2.3.3 空气净化技术热门专利技术分析

2.4 空气净化器行业环保环境分析

2.4.1 中国环境保护“十三五”规划解读

2.4.2 中国空气质量指数 (AQI) 分析

2.4.3 中国可入肺微粒 (PM2.5) 分析

2.4.4 中国空气污染指数 (API) 分析

第3章：中国空气净化器行业发展现状分析

3.1 空气净化器行业市场发展概况

3.1.1 空气净化器行业发展历程

3.1.2 空气净化器行业发展规模

3.1.3 空气净化器行业区域分布

3.2 空气净化器行业供需状况分析

3.2.1 空气净化器行业供给状况分析

3.2.2 空气净化器行业需求状况分析

3.2.3 空气净化器整体供需平衡分析

3.2.4 主要省市供需平衡分析

3.3 空气净化器行业经济指标分析

3.3.1 空气净化器行业产销能力分析

3.3.2 空气净化器行业盈利能力分析

3.3.3 空气净化器行业运营能力分析

3.3.4 空气净化器行业偿债能力分析

3.3.5 空气净化器行业发展能力分析

第4章：中国空气净化器行业竞争格局分析

4.1 空气净化器市场竞争格局分析

4.1.1 行业竞争层次分析

4.1.2 行业区域分布格局

4.1.3 行业企业规模格局

4.1.4 行业企业性质格局

4.2 空气净化器品牌竞争格局分析

4.2.1 大品牌关注度分析

4.2.2 大品牌竞争力分析

我国空气净化器品牌集中度

4.3 空气净化器产品竞争格局分析

4.3.1 大产品竞争格局分析

4.3.2 产品价格需求分析

4.3.3 产品功能需求分析

4.4 空气净化器厂商竞争格局分析

4.4.1 主要厂商产品销量对比

4.4.2 厂商单品关注率对比

第5章：中国PM2.5空气净化器市场需求分析

5.1 PM2.5空气净化需求概况

5.1.1 PM2.5相关概念和定义

5.1.2 PM2.5的污染分布情况

5.1.3 PM2.5对人体的危害

5.2 PM2.5空气净化器需求规模分析

5.2.1 PM2.5空气净化器发展历程

5.2.2 PM2.5空气净化器工作原理

5.2.3 PM2.5空气净化器竞争格局

5.2.4 PM2.5空气净化器价格分析

5.3 PM2.5空气净化器投资前景分析

5.3.1 PM2.5空气净化器投资前景分析

5.3.2 PM2.5空气净化器市场规模预测

第6章：中国车载空气净化器市场需求分析

6.1 车载空气净化器需求概况

6.1.1 车内空气污染来源

6.1.2 车内空气污染现状

6.1.3 车内空气污染危害

6.2 车载空气净化器需求规模分析

6.2.1 车载空气净化器产品概况

6.2.2 车载空气净化器市场规模

6.2.3 车载空气净化器竞争格局

6.2.4 车载空气净化器技术原理

(1) UFCO技术

(2) 滤网吸附技术

(3) 静电集尘技术

(4) 臭氧杀菌技术

(5) 负离子技术

6.3 车载空气净化器购买决策因素分析

6.3.1 车载空气净化器的净化效果

6.3.2 车载空气净化器的安装位置

6.3.3 车载空气净化器的装饰效果

6.3.4 车载空气净化器的额外功能

6.4 车载空气净化器投资前景分析

6.4.1 车载空气净化器投资前景分析

6.4.2 车载空气净化器市场规模预测

第7章：中国重点城市空气净化器市场竞争分析

7.1 中国空气净化器行业区域市场概况

7.1.1 空气净化器行业产值分布情况

7.1.2 空气净化器行业消费规模分布

7.2 空气质量极差城市的空气净化器市场竞争分析

7.2.1 北京市空气净化器市场竞争分析

(1) 北京市空气质量发展现状

(2) 北京市空气质量发展规划

(3) 北京市空气净化器竞争格局

(4) 北京市空气净化器发展前景

7.2.2 天津市空气净化器市场竞争分析

(1) 天津市空气质量发展现状

(2) 天津市空气质量发展规划

- (3) 天津市空气净化器竞争格局
- (4) 天津市空气净化器发展前景
- 7.2.3 石家庄空气净化器市场竞争分析
 - (1) 石家庄空气质量发展现状
 - (2) 石家庄空气质量发展规划
 - (3) 石家庄空气净化器竞争格局
 - (4) 石家庄空气净化器发展前景
- 7.2.4 武汉市空气净化器市场竞争分析
 - (1) 武汉市空气质量发展现状
 - (2) 武汉市空气质量发展规划
 - (3) 武汉市空气净化器竞争格局
 - (4) 武汉市空气净化器发展前景
- 7.2.5 哈尔滨空气净化器市场竞争分析
 - (1) 哈尔滨空气质量发展现状
 - (2) 哈尔滨空气质量发展规划
 - (3) 哈尔滨空气净化器竞争格局
 - (4) 哈尔滨空气净化器发展前景
- 7.2.6 西安市空气净化器市场竞争分析
 - (1) 西安市空气质量发展现状
 - (2) 西安市空气质量发展规划
 - (3) 西安市空气净化器竞争格局
 - (4) 西安市空气净化器发展前景
- 7.3 空气质量较好城市的空气净化器市场竞争分析
 - 7.3.1 南京市空气净化器市场竞争分析
 - (1) 南京市空气质量发展现状
 - (2) 南京市空气质量发展规划
 - (3) 南京市空气净化器竞争格局
 - (4) 南京市空气净化器发展前景
 - 7.3.2 长沙市空气净化器市场竞争分析
 - (1) 长沙市空气质量发展现状
 - (2) 长沙市空气质量发展规划
 - (3) 长沙市空气净化器竞争格局
 - (4) 长沙市空气净化器发展前景
 - 7.3.3 长春市空气净化器市场竞争分析
 - (1) 长春市空气质量发展现状

- (2) 长春市空气质量发展规划
- (3) 长春市空气净化器竞争格局
- (4) 长春市空气净化器发展前景

7.3.4 成都市空气净化器市场竞争分析

- (1) 成都市空气质量发展现状
- (2) 成都市空气质量发展规划
- (3) 成都市空气净化器竞争格局
- (4) 成都市空气净化器发展前景

7.4 空气质量一般城市的空气净化器市场竞争分析

7.4.1 上海市空气净化器市场竞争分析

- (1) 上海市空气质量发展现状
- (2) 上海市空气质量发展规划
- (3) 上海市空气净化器竞争格局
- (4) 上海市空气净化器发展前景

7.4.2 广州市空气净化器市场竞争分析

- (1) 广州市空气质量发展现状
- (2) 广州市空气质量发展规划
- (3) 广州市空气净化器竞争格局
- (4) 广州市空气净化器发展前景

7.4.3 深圳市空气净化器市场竞争分析

- (1) 深圳市空气质量发展现状
- (2) 深圳市空气质量发展规划
- (3) 深圳市空气净化器竞争格局
- (4) 深圳市空气净化器发展前景

7.4.4 沈阳市空气净化器市场竞争分析

- (1) 沈阳市空气质量发展现状
- (2) 沈阳市空气质量发展规划
- (3) 沈阳市空气净化器竞争格局
- (4) 沈阳市空气净化器发展前景

第8章：中国空气净化器行业渠道开发策略分析

8.1 空气净化器行业渠道营销策略

- 8.1.1 空气净化器市场定位策略
- 8.1.2 空气净化器产品定价策略
- 8.1.3 空气净化器渠道组合策略
- 8.1.4 空气净化器渠道建设策略

8.1.5 空气净化器广告投放策略

8.2 空气净化器二三级市场开发策略

8.2.1 级市场进入时机选择

8.2.2 级市场进入渠道选择

8.2.3 级市场分销网络建设

8.2.4 级市场促销推广策略

8.2.5 级市场经销商合作模式

8.3 空气净化器行业网购市场开发空间

8.3.1 网购市场销售规模分析

(1) 空气净化器网购市场规模

(2) 空气净化器网购功能需求

(3) 空气净化器网购价格需求

(4) 空气净化器网购品牌需求

8.3.2 网购市场品牌份额分析

8.3.3 网购市场区域份额分析

8.3.4 网购市场城市线分布分析

8.3.5 网购市场省份分布分析

8.3.6 网购市场城市分布分析

第9章：中国空气净化器行业竞争对手经营状况分析

9.1 领袖企业剖析：北京亚都科技股份有限公司分析

9.1.1 北京亚都发展简况分析

(1) 亚都发展概况

(2) 亚都发展历程

(3) 亚都核心产品分析

(4) 亚都核心技术分析

9.1.2 北京亚都经营能力分析

9.1.3 北京亚都战略战术观察

(1) 亚都行业地位分析

(2) 亚都发展战略分析

(3) 亚都渠道模式分析

(4) 亚都渠道建设分析

(5) 亚都最新市场动向

9.2 其他企业分析：行业竞争力领先企业经营分析

9.2.1 广东松下环境系统有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
 - (6) 企业最新发展动向分析
- 9.2.2 青岛三进电子有限公司经营情况分析
- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 9.2.3 远大空品科技有限公司经营情况分析
- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 9.2.4 夏普商贸（中国）有限公司经营情况分析
- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
 - (6) 企业最新发展动向分析
- 9.2.5 安利（中国）日用品有限公司经营情况分析
- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
 - (6) 企业最新发展动向分析
- 9.2.6 艾美特电器（深圳）有限公司经营情况分析
- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向

- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析
- 9.2.7 霍尼韦尔（中国）有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 9.2.8 珠海格力电器股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经济指标分析
 - (3) 企业盈利能力分析
 - (4) 企业运营能力分析
 - (5) 企业偿债能力分析
 - (6) 企业发展能力分析
 - (7) 企业产品结构及新产品动向
 - (8) 企业销售渠道与网络
 - (9) 企业经营状况优劣势分析
 - (10) 企业最新发展动向分析
- 9.2.9 大金（中国）投资有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
 - (6) 企业最新发展动向分析
- 9.2.10 奥得奥科技（厦门）有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 9.2.11 天津市业成电子技术开发有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.12 上海安居乐环保科技有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

9.2.13 安徽皖投力天世纪空气净化系统工程有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.14 欧西亚贸易(上海)有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.15 万利达集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

9.2.16 北京净佳电子有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.17 宁波市镇海远大机电制造有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.18 合肥荣事达三洋电器股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构及新产品动向

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

(10) 企业最新发展动向分析

9.2.19 熊津豪威生活用品(中国)有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.20 邯郸派瑞电器有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.21 深圳市南柏实业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.22 青岛市丰鸾环保科技有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.23 上海科林环保工程技术有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.24 友隆电器工业(深圳)有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.25 中山市本村热能设备有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.26 河北海通环保设备有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.27 北京联合迅杰科技有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.28 浙江省台州市圣洁空气净化器制造有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.29 厦门美时美克空气净化有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.30 北京同方洁净技术有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.31 摩瑞尔环境电器(北京)有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.32 东莞市迪美环保科技有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.33 深圳市玖木科技发展有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.34 厦门爱尔森电子科技有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.35 江苏保丽洁环境科技股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.36 北京力天新园科技发展有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.37 广东净霸科技有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

9.2.38 青岛碧海净化设备有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

10.1 空气净化器行业投资风险与壁垒

10.1.1 空气净化器行业进入壁垒分析

- (1) 认证壁垒
- (2) 商誉壁垒
- (3) 技术壁垒
- (4) 管理壁垒

10.1.2 空气净化器行业投资风险分析

- (1) 政策风险
- (2) 供求风险
- (3) 技术风险
- (4) 产品结构风险
- (5) 其他风险

10.2 中国空气净化器发展趋势与前景

10.2.1 空气净化器行业市场规模预测

- (1) 销量规模预测
- (2) 金额规模预测

10.2.2 空气净化器行业产品结构预测

- (1) 按净化技术预测——活性炭过滤技术成主流，触媒过滤技术逐步淘汰
- (2) 按净化系统层数——多重过滤向二、三重过滤系统转变
- (3) 按产品价格预测——中高端产品受青睐，2000-4000元是首选

10.2.3 空气净化器行业企业数量预测

10.3 空气净化器行业投资潜力与建议

10.3.1 空气净化器行业投资潜力剖析

10.3.2 空气净化器行业投资建议

- (1) 发展电子商务渠道
- (2) 多渠道共同推进市场 (ZY GXH)

图表目录：

图表1：空气净化器行业代码表

图表2：空气净化器行业产品分类列表

图表3：空气净化器上下游关系链

图表4：2008-2016年中国钢材生产情况（单位：万吨，%）

图表5：2008-2016年我国钢材销量及同比增速（单位：万吨，%）

图表6：2008-2016年中国钢材进出口走势图（单位：万吨，%）

图表7：2013-2016年我国钢材综合价格指数走势图（单位：1994年4月=100）

- 图表8：2007-2016年我国原铝产量及增长情况（单位：万吨，%）
- 图表9：2007-2016年中国原铝消费量及增长情况（单位：万吨，%）
- 图表10：2013-2016年国内铝价格指数走势
- 图表11：中国空气净化器行业监管体系示意图
- 图表12：空气净化器行业监管重点——净化及除菌性能指标（单位：%）
- 图表13：空气净化器行业相关标准列表
- 图表14：2007-2016年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）
- 图表15：2006-2016年中国工业增加值走势图（单位：亿元，%）
- 图表16：2013-2016年中国制造业PMI走势图（单位：%）
- 图表17：2007-2016年中国城乡居民收入水平（单位：元）
- 图表18：截至2016年3月空气净化器相关专利申请数量变化图（单位：个）
- 图表19：截至2016年3月空气净化器相关专利公开数量变化图（单位：个）
- 图表20：2009-2015年空气净化器发明专利公开数量变化图（单位：个，%）
- 图表21：2009-2016年空气净化器公开发明专利占有所有专利比重（单位：%）
- 图表22：截至2016年3月空气净化器相关专利申请人前10名（单位：个）
- 图表23：截至2016年3月空气净化器相关专利技术构成图（单位：个）
- 图表24：中国环保“十三五”规划空气质量规划列表
- 图表25：中国环保“十三五”规划空气质量主要指标（单位：万吨，%）
- 图表26：2007-2015年中国空气质量指数（AQI）走势图
- 图表27：中国PM2.5相关政策
- 图表28：2015年新标准第一阶段监测实施城市不同空气质量级别天数比例（单位：%）
- 图表29：2015年重点区域各项污染物达标城市数量（单位：个）
- 图表30：环保重点城市污染物浓度年际变化（单位：mg/m³）
- 图表31：空气净化器行业发展历程
- 图表32：空气净化器行业产品更新换代
- 图表33：2007-2015年中国空气净化器行业资产、负债规模走势图（单位：亿元，%）
- 图表34：我国空气净化器行业区域分布情况
- 图表35：2008-2015年中国空气净化器行业工业总产值走势图（单位：亿元，%）
- 图表36：2008-2015年中国空气净化器行业销售收入走势图（单位：亿元，%）
- 图表37：2008-2015年中国空气净化器行业产销率变化情况（单位：%）
- 图表38：2007-2015年中国空气净化器行业主要省市产销率图（单位：%）
- 图表39：2011-2015年中国空气净化器行业产销能力分析（单位：万元）
- 图表40：2011-2015年中国空气净化器行业盈利能力分析（单位：%）
- 图表41：2011-2015年中国空气净化器行业运营能力分析（单位：次）
- 图表42：2011-2015年中国空气净化器行业偿债能力分析（单位：%、倍）

- 图表43：2011-2015年中国空气净化器行业发展能力分析（单位：%）
- 图表44：中国空气净化器行业竞争层次分析
- 图表45：2012-2015年中国空气净化器行业区域分布图（按销售收入）（单位：%）
- 图表46：2015年中国空气净化器行业企业规模分布图（按销售收入）（单位：%）
- 图表47：2015年中国空气净化器行业企业性质分布图（按销售收入）（单位：%）
- 图表48：2007-2015年中国空气净化器行业企业性质分布图（按销售收入）（单位：%）
- 图表49：2011-2015年空气净化器市场品牌关注比例分布（单位：%）
- 图表50：2011-2015年空气净化器市场品牌关注比例对比（单位：%）
- 图表51：2012年-2015年空气净化器市场产品型号关注排名（单位：%）
- 图表52：2011-2015年空气净化器市场不同价格产品关注比例分布（单位：%）
- 图表53：2012-2015年空气净化器市场不同功率产品关注比例分布（单位：%）
- 图表54：2012-2015年空气净化器市场主流品牌市售产品数量对比（单位：款）
- 图表55：2012-2015年空气净化器市场主流品牌单品关注率对比（单位：%）
- 图表56：全球细颗粒物分布情况
- 图表57：PM2.5空气净化器工作原理
- 图表58：PM2.5专用空气净化器市场竞争格局（单位：%）
- 图表59：PM2.5空气净化器（包含通用、专用）市场竞争格局（单位：%）
- 图表60：PM2.5空气净化器价格分布情况（单位：%）
- 图表61：不同品牌PM2.5空气净化器价格对比情况（单位：元）
- 图表62：不同国家PM2.5空气净化器普及率对比（单位：%）
- 图表63：2016-2022年我国PM2.5空气净化器市场规模预测（单位：亿元）
- 图表64：车内空气污染来源分析
- 图表65：我国车内空气污染现状
- 图表66：车内空气污染对人体的危害
- 图表67：车载空气净化器额种类
- 图表68：2007-2015年我国乘用车销量为基础计算我国车用空气净化器市场规模（单位：万辆，%，万个，元，亿元）
- 图表69：2007-2015年中国车载空气净化器市场规模（单位：亿元，%）
- 图表70：车载空气净化器市场竞争格局（单位：%）
- 图表71：静电集尘技术在车载空气净化器中的应用
- 图表72：臭氧杀菌技术在车载空气净化器中的应用
- 图表73：负离子技术在车载空气净化器中的应用
- 图表74：车主对车载空气净化器安装位置的关注点分析
- 图表75：车主对车载空气净化器额外功能的关注点分析
- 图表76：2006-2015年中国机动车及汽车保有量变化情况（单位：亿辆）

- 图表77：2016-2022年中国车载空气净化器市场规模预测（单位：亿元，%）
- 图表78：2015年中国空气净化器行业产值规模分布图（单位：%）
- 图表79：2015年中国空气净化器行业消费规模分布图（单位：%）
- 图表80：2005-2015年北京市空气质量二级和好于二级天数变化情况（单位：天，%）
- 图表81：2015年北京空气质量级别分布情况（单位：%）
- 图表82：2016年1-3月北京市空气质量指数（AQI）走势图
- 图表83：北京市空气质量发展规划汇总
- 图表84：北京市清洁空气行动计划（2011-2016年大气污染控制措施）具体目标
- 图表85：北京市空气净化器主要生产企业
- 图表86：2016-2022年北京市空气净化器市场规模及预测（单位：亿元）
- 图表87：2015年天津空气质量级别分布情况（单位：%）
- 图表88：2016年1-3月天津市空气质量指数（AQI）走势图
- 图表89：天津市空气质量发展规划汇总
- 图表90：天津市空气质量发展工作重点
- 图表91：天津市空气净化器市场格局（单位：%）
- 图表92：2016-2022年天津市空气净化器市场规模及预测（单位：亿元）
- 图表93：2015年石家庄空气质量级别分布情况（单位：%）
- 图表94：2016年1-3月石家庄空气质量指数（AQI）走势图
- 图表95：石家庄空气质量发展规划汇总
- 图表96：石家庄空气净化器市场品牌关注比例分布（单位：%）
- 图表97：2016-2022年石家庄市空气净化器市场规模及预测（单位：亿元）
- 图表98：2009-2015年武汉市空气质量二级和好于二级天数变化情况（单位：天，%）
- 图表99：2016年3月武汉市空气质量指数（AQI）走势图
- 图表100：武汉市空气净化器市场品牌关注比例分布（单位：%）
- 图表101：2016-2022年武汉市空气净化器市场规模及预测（单位：亿元）
- 图表102：2015年哈尔滨空气质量级别分布情况（单位：%）
- 图表103：2016年3月哈尔滨空气质量指数（AQI）走势图
- 图表104：哈尔滨市空气净化器市场品牌关注比例分布（单位：%）
- 图表105：2016-2022年哈尔滨市空气净化器市场规模及预测（单位：亿元）
- 图表106：2015年西安空气质量级别分布情况（单位：%）
- 图表107：2016年3月西安市空气污染指数走势图
- 图表108：《西安市全面提升环境空气质量工作规划》具体目标
- 图表109：西安市空气净化器市场品牌关注比例分布（单位：%）
- 图表110：2016-2022年西安市空气净化器市场规模及预测（单位：亿元）
- 图表111：2015年南京空气质量级别分布情况（单位：%）

图表112：2016年3月年南京市空气污染指数走势图

图表113：江苏省空气净化器主要生产企业

图表114：南京市空气净化器市场品牌关注比例分布（单位：%）

图表115：2016-2022年南京市空气净化器市场规模及预测（单位：亿元）

图表116：2002-2015年长沙市空气污染指数统计（天，%）

图表117：2015年长沙空气质量级别分布情况（单位：%）

图表118：2016年3月长沙市空气污染指数走势图

图表119：长沙市空气质量发展规划列表

图表120：《长沙市环境保护三年行动计划（2012-2016年）》主要目标与任务

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201606/425685.html>