

2018-2024年中国空气净化器市场运营态势与市场 发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国空气净化器市场运营态势与市场发展前景预测报告》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/201710/576984.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

近年来，我国人均可支配收入快速增加，消费结构升级。收入水平的稳步提升对生活质量带来了明显改善，居民在食品、衣着等生存型消费支出占比明显下降；同时，收入水平的提升，生活质量的提高也带动了消费者对健康医疗，尤其是大健康方面的投入。2016年3月1日，空净行业新国标正式实施，结束了以往标准陈旧、重要指标无标可依的时代，消费者购买空净产品时将有据可依。规范了产品标准，加速了空气净化器行业正向发展。

2012-2014年连续三年空净市场规模成倍增长，而2015年则初现下滑，2016年恢复增长趋势。2016年空净产品销售总额达到135.1亿元，同比增长14.1%；销售量为577万台，同比增长0.4%。其中，线上渠道零售额为54.6亿元，占40.4%；线下渠道零售额为80.5亿元，占59.6%。

2012-2016年空气净化器零售市场规模（单位：亿元）

数据来源：公开资料整理

2016年，线下净化器产品均价为3302元，线上为1636元，都比2015年价格要高。

2014-2017年净化器线上线下价格走势（单位：元）

数据来源：智研咨询整理

2015年净化器市场购买力分布主要集中在北京、山东、江苏、辽宁和广东地区，2016年四川和陕西地区市场潜力得到释放。

中国空净行业目前仍处于发展阶段，品牌数量繁多，部分不合格的企业已经被清洗出局，而且进入的品牌逐年减少，行业集中度将逐渐上升。从奥维云网推总数据来看，2015年理论合计有1006个品牌，实际在销883个品牌，淘汰123个品牌；2016年理论合计有982个品牌，实际在销714个品牌，淘汰了268个品牌。分季度来看，2016年1-3季度全渠道品牌数量一直下滑，第四季度开始反弹。

中国空气净化器行业发展趋势：

我国空气质量逐年好转，但是秋冬季节的雾霾无染依旧肆虐，空气治理难题一时难以解决。空气净化器将从品质型产品转移向刚需型产品，产品重要性提升，消费者的净化需求将长期存在。

从渠道而言，由于雾霾污染存在不确定性，消费者在雾霾来临时选购空气净化器往往会遇到主流渠道售罄无货的情况，因此空净行业渠道将在未来向多元化方向发展，重点区域的净化器铺货面积、密度和渠道类型数量将有所提升。

品牌识别度同样在很大程度上左右消费者的选择，打造品牌知名度，是企业从空净行业脱颖而出的首要因素。

据相关数据预计，2017年净化器零售市场总规模将达到153.9亿元，其中包括线上渠道64

亿元，线下渠道90亿元。

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 空气净化器概述

第一节 空气净化器的定义

- 一、空气净化器的构成
- 二、空气净化器的分类
- 三、空气净化器的发展历程
- 四、空气净化器产品认证

第二节 空气净化器主要技术介绍

- 一、低温非对称等离子体空气净化技术
- 二、HEPA过滤技术
- 三、离子风技术
- 四、静电除尘技术
- 五、负离子
- 六、活性炭
- 七、光触媒
- 八、甲醛清除剂
- 九、分子络合技术
- 十、甲醛、苯有毒气体专用高分子吸附剂
- 十一、臭氧（活性氧技术）
- 十二、紫外线
- 十三、中草药杀菌

第三节 室内空气污染概述

- 一、室内空气污染分类
- 二、空气中的主要污染物及危害

第二章 全球空气净化器市场发展分析

第一节 2015-2017年全球空气净化器市场分析

- 一、2015-2017年全球家电产业发展格局分析
- 二、世界空气净化产业发展分析
- 三、2017年国际空气净化器企业在中国市场布局分析

第二节 主要国家地区空气净化器市场分析

- 一、2017年日本空气净化器市场分析
- 二、2017年韩国空气净化器市场分析

第三章 中国空气净化器行业发展现状

第一节 中国空气净化器产业发展现状

- 一、我国空气净化器产业发展现状
- 二、2015-2017年我国小家电行业发展分析
- 三、2017年我国空气净化器技术发展情况分析
- 四、2017年我国空气净化器行业发展环境分析
- 五、2018-2024年我国空气净化器发展前景分析

第二节 我国空气净化器市场分析

- 一、我国空气净化器市场现状
- 二、2015-2017年我国空气净化器市场发展分析
- 三、2015-2017年车载空气净化器市场发展分析
- 四、2017年中国空气净化器北方市场发展分析
- 五、2018-2024年空气净化器市场走向分析

第四章 中国空气净化器市场调查分析

第一节 中国消费市场环境分析

- 一、2015-2017年我国人口状况分析
- 二、2015-2017年我国汽车行业发展分析
- 三、2015-2017年我国房地产行业发展分析

第二节 2017年中国小家电市场消费者心理分析

- 一、小家电消费者的消费动机分析
- 二、小家电消费者的消费决策分析

第三节 2017年中国空气净化器市场环境分析

- 一、市场需求环境分析
- 二、市场潜量分析
- 三、竞争者分析
- 四、消费者需求分析
- 五、行业前景分析

第四节 2017年中国空气净化器产品调查分析

- 一、被动净化类产品分析
- 二、主动净化类产品分析

三、双重净化类产品分析

第五章 空气净化器相关行业经济运行分析

第一节 2017年我国空气净化器相关行业主要经济指标分析

一、华北地区

二、东北地区

三、华东地区

四、中南地区

五、华南地区

六、西南地区

第二节 2017年我国空气净化器相关行业主要经济指标分析

一、2016年我国空气净化器相关行业主要经济指标分析

二、2017年我国空气净化器相关行业主要经济指标分析

第六章 空气净化器行业竞争格局分析

第一节 2017年空气净化器生产厂商分析

一、2017年空气净化器国内主要生产厂商分析

二、2017年空气净化器国外主要生产厂商分析

三、2017年我国空气净化器十大品牌分析

第二节 2017年中国空气净化器市场占有份额分析

一、2017年我国空气净化企业竞争力分析

二、2017年我国空气净化器产品畅销指数分析

三、2017年我国空气净化器市场占有份额分析

第三节 空气净化器产业发展“波特五力模型”分析

一、“波特五力模型”介绍

二、空气净化器市场“波特五力模型”分析

第四节 空气净化器行业提升竞争力策略分析

一、我国小家电行业现状分析

二、提升我国空气净化器行业竞争力策略分析

第七章 重点空气净化器品牌竞争分析

第一节 亚都

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、公司发展状况分析

第二节 美的

- 一、企业概况
- 二、2015-2017年财务分析
- 三、2015-2017年企业经营状况
- 四、2017年公司动态

第三节 松下

- 一、公司简介
- 二、企业竞争力分析
- 三、2015-2017年经营状况
- 四、2018-2024年经营战略分析

第四节 同方

- 一、企业概况
- 二、2015-2017年财务分析
- 三、2015-2017年公司经营情况
- 四、2018-2024年经营战略

第五节 艾美特

- 一、企业概况
- 二、2017年企业战略分析
- 三、近期经营动态

第六节 夏普

- 一、企业概况
- 二、2015-2017年财务报告分析
- 三、2017年发展动向分析

第七节 曼胡默尔

- 一、企业概况
- 二、2015-2017年企业新产品分析
- 三、近期经营动态

第八节 飞利浦

- 一、企业概况
- 二、2015-2017年财报分析
- 三、飞利浦低碳战略分析

第九节 安利

- 一、企业概况
- 二、竞争力分析
- 三、企业在中国发展情况分析

四、2017年企业空气净化器业务分析

第八章 空气净化器行业投资环境分析

第一节 2015-2017年经济发展环境分析

- 一、2015-2017年国际经济环境发展分析
- 二、2015-2017年国内经济环境发展分析
- 三、2018-2024年我国宏观经济政策取向分析
- 四、2018-2024年投资趋势预测

第二节 政策环境分析

- 一、《室内空气质量标准》
- 二、《民用建筑工程室内环境污染控制规范》
- 三、《室内装饰装修材料有害物质限量》
- 四、《车内空气污染物浓度限值及其测量方法》
- 五、《国家环保友好汽车实施方案》
- 六、《公共场所集中空调通风系统卫生管理办法》
- 七、《家用和类似用途电器的抗菌、除菌、净化功能》

第三节 社会发展环境分析

- 一、我国社会发展环境现状分析
- 二、2017年社会发展状况分析

第九章 空气净化器行业投资现状分析

第一节 2015-2017年我国小家电行业投资状况分析

- 一、2015-2017年我国小家电行业投资状况分析
- 二、2017年我国小家电行业投资状况分析

第二节 2015-2017年我国空气净化器行业投资状况分析

- 一、2015-2017年我国空气净化器行业投资形势分析
- 二、2017年我国车载净化器行业投资形势分析

第十章 空气净化器行业投资机会与风险

第一节 空气净化器行业投资机会分析

- 一、空气净化器行业投资前景分析
- 二、2018-2024年空气净化器行业投资机会分析

第二节 空气净化器行业投资风险分析

- 一、2018-2024年空气净化器行业替代品风险分析
- 二、2018-2024年空气净化器行业经营风险分析

三、人民币升值风险分析

第十一章 空气净化器行业发展前景与趋势

第一节 我国空气净化器行业前景分析

一、2018-2024年我国小家电行业农村市场前景与开拓策略分析

二、2018-2024年我国空气净化器行业发展前景

第二节 我国空气净化器行业发展趋势分析

一、2018-2024年空气净化器技术发展趋势

二、2018-2024年空气净化器产品发展趋势

第十二章 空气净化器行业经营战略分析

第一节 空气净化器行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、企业网络营销品牌化战略

六、竞争战略规划

第二节 对我国空气净化器品牌的战略思考——ZYCY

一、空气净化器行业品牌的特性和作用

二、空气净化器行业品牌价值战略研究

三、我国空气净化器行业品牌竞争趋势

四、空气净化器行业企业品牌发展战略

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201710/576984.html>