

2022-2028年中国空气净化器行业市场发展调研及 投资战略分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国空气净化器行业市场发展调研及投资战略分析报告》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/202111/984365.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“空气清洁器”、空气清新机、净化器，是指能够吸附、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，主要分为家用、商用、工业、楼宇。

空气净化器中有多种不同的技术和介质，使它能够向用户提供清洁和安全的空气。常用的空气净化技术有：吸附技术、负（正）离子技术、催化技术、光触媒技术、超结构光矿化技术、HEPA高效过滤技术、静电集尘技术等；材料技术主要有：光触媒、活性炭、合成纤维、HEPA高效材料、负离子发生器等。现有的空气净化器多采为复合型，即同时采用了多种净化技术和材料介质。

智研咨询发布的《2022-2028年中国空气净化器行业市场发展调研及投资战略分析报告》共十二章。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：

第一章 中国空气净化器行业概况

第一节 空气净化器基本介绍

一、空气净化器定义

二、空气净化器用途

三、空气净化器具体分类

四、空气净化器主要构成

（一）微风扇

（二）滤网

（三）水箱

（四）智能监测系统

（五）高压电路与负离子发生器

第二节 空气净化器原理及构成

一、空气净化器工作原理

- (一) 被动式工作原理
- (二) 主动式工作原理
- (三) 混合式工作原理
- 二、空气净化器构成分析
- 三、空气净化器性能指标
- 四、空气净化器选购标准
- 第三节 空气净化器发展技术分析
- 一、空气净化器技术发展现状
- 二、空气净化器技术应用结构
- 三、主要空气净化器技术分析
 - (一) 植物源
 - (二) NCCO技术
 - (三) HEPA过滤技术
 - (四) 离子风技术
 - (五) 臭氧技术
 - (六) 紫外线技术
 - (七) 光触媒技术
 - (八) 玛雅蓝净化技术
 - (九) 活性炭技术
 - (十) 静电技术
- 第二章 中国空气净化器行业环境分析
- 第一节 中国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品零售总额
 - 五、对外贸易发展形势分析
- 第二节 空气净化器政策环境分析
 - 一、行业质量标准分析
 - 二、大气污染防治行动计划
 - 三、国家环境友好汽车实施方案
 - 四、空气净化器净化性能评价要求
- 第三节 空气净化器消费环境分析
 - 一、全国居民收入增长分析
 - 二、居民消费价格变化分析

三、城乡居民消费需求分析

四、居民消费人群特征分析

第四节 空气净化器社会环境分析

一、城市大气环境质量情况分析

（一）城市大气环境总体状况

（二）重点城市空气质量情况

二、室内空气污染情况分析

三、房地产投资建设情况分析

第三章 中国空气净化器产业链市场分析

第一节 空气净化器行业上下游产业链结构

第二节 空气净化器行业上游原料市场分析

一、上游原材料产量分析

二、上游原材料价格分析

第三节 空气净化器行业下游应用市场分析

一、住宅地产发展分析

二、商业市场发展分析

三、工程行业发展分析

四、医疗行业发展分析

五、汽车行业发展分析

第四章 中国空气净化器市场发展状况分析

第一节 空气净化器市场乱象分析

一、产品乱

二、宣传乱

三、认证乱

四、价格乱

第二节 空气净化器产业发展综述

一、空气净化器行业发展现状

二、空气净化器发展驱动因素

（一）PM2.5催热空气净化器

（二）电子商务催热空气净化器

三、空气净化器市场回暖因素

四、空气净化器市场趋势分析

五、空气净化器发展制约因素

（一）消费者意识

（二）产品生产技术

（三）产品定位问题

第三节 空气净化器市场供需分析

一、空气净化器生产情况分析

（一）空气净化器生产规模分析

（二）空气净化器主要厂商分析

二、空气净化器销售市场分析

（一）空气净化器销售规模分析

（二）空气净化器市场占有率分析

三、空气净化器产销平衡分析

第四节 空气净化器所属行业进出口市场分析

一、空气净化器所属行业进口市场分析

（一）进口数量情况

（二）进口金额情况

（三）进口来源分析

（四）进口均价分析

二、空气净化器所属行业出口市场分析

（一）出口数量情况

（二）出口金额情况

（三）出口流向分析

（四）出口均价分析

第五章 中国空气净化器行业下游应用需求分析

第一节 家用市场应用需求分析

一、家用空气净化器产品分析

二、家用空气净化器市场规模

三、家用空气净化器需求前景

第二节 商务市场应用需求分析

一、商务空气净化器产品分析

二、商务空气净化器市场规模

三、商务空气净化器需求前景

第三节 工程行业应用需求分析

一、工程类空气净化器产品分析

二、工程类空气净化器市场规模

三、工程类空气净化器需求前景

第四节 医疗行业应用需求分析

第五节 汽车行业应用需求分析

第六节 工业车间应用需求分析

第六章 中国空气净化器市场消费调研分析

第一节 消费者购买态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、广告的影响程度
- 四、包装的影响程度

第二节 空气净化器市场品牌调研分析

- 一、新国标下品牌分析
- 二、产品品牌竞争分析
 - (一) 线上品牌竞争排名
 - (二) 线下品牌竞争排名

第三节 空气净化器百户拥有量分析

第七章 中国空气净化器行业营销策略分析

第一节 空气净化器行业渠道营销策略

- 一、空气净化器营销渠道分析
- 二、空气净化器渠道定位策略
- 三、空气净化器渠道建设策略
- 四、空气净化器渠道发展策略
- 五、空气净化器电商渠道策略

第二节 空气净化器二三级市场开发策略

- 一、二三级市场开发存在问题
- 二、二三级市场进入时机选择
- 三、二三级市场进入渠道选择
- 四、二三级市场分销网络建设
- 五、二三级市场促销推广策略
- 六、二三级市场经销商合作模式
- 七、二三级市场经销售后服务策略

第三节 空气净化器企业营销策略分析

- 一、统一和规范除净标准
- 二、加强售后服务系统建设
- 三、合理定价，做好口碑营销
- 四、加强宣传和市场引导

第八章 中国空气净化器行业竞争格局分析

第一节 空气净化器行业竞争结构分析

一、行业内现有企业的竞争

二、行业新进入者威胁分析

三、替代产品或服务的威胁

四、供应商的讨价还价能力

五、购买者的讨价还价能力

第二节 行业国际竞争力影响因素分析

一、生产要素分析

二、需求条件分析

三、相关和支持性产业

四、企业的战略、结构和竞争对手

第三节 空气净化器行业竞争格局分析

一、空气净化器行业竞争现状

二、空气净化器企业竞争格局

（一）空气净化器企业格局

（二）空气净化器企业分布

三、空气净化器优势品牌分析

四、空气净化器各价位竞争格局

第四节 空气净化器行业竞争力提升策略

第九章 中国空气净化器行业企业分析

第一节 美的集团股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第二节 珠海格力电器股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第三节 惠而浦（中国）股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第四节 莱克电气股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第五节 艾美特电器（深圳）有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第六节 远大科技集团有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第七节 北京亚都空气污染治理技术有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第八节 奥得奥科技（厦门）有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第十章 2022-2028年中国空气净化器行业发展前景与趋势分析

第一节 空气净化器行业前景分析

一、空气净化器行业驱动因素

二、空气净化器行业发展前景

三、空气净化器发展机遇分析

第二节 空气净化器市场发展预测

一、空气净化器市场供给预测分析

二、空气净化器市场需求预测分析

三、空气净化器进出口预测分析

第三节 空气净化器市场盈利预测

第四节 空气净化器市场发展趋势

第五节 空气净化器行业发展方向

第十一章 2022-2028年中国空气净化器行业投资机会与风险分析

第一节 空气净化器行业投资特性分析

一、空气净化器行业投资环境分析

二、空气净化器行业投资壁垒分析

三、空气净化器行业投资区域分析

第二节 空气净化器行业投资机会分析

一、空气净化器行业投资潜力分析

二、空气净化器细分产品投资机会

(一) 活性炭过滤技术产品

(二) 二、三重过滤系统产品

(三) 低端产品投资机会

第三节 空气净化器行业投资风险分析

一、产业政策风险

二、市场竞争风险

三、原料风险分析

四、技术风险分析

第四节 空气净化器行业投资策略分析

第十二章 2022-2028年中国空气净化器行业发展研究

第一节 空气净化器行业发展研究

第二节 空气净化器行业品牌战略分析

- 一、品牌的基本含义
- 二、品牌战略在企业发展中的重要性
- 三、空气净化器品牌的特性和作用
- 四、空气净化器品牌的价值战略
- 五、中国空气净化器品牌竞争趋势
- 六、空气净化器企业品牌发展战略
- 七、空气净化器行业品牌竞争策略

第三节 空气净化器企业经营管理策略

- 一、企业经营策略综述
- 二、企业产品经营策略
- 三、企业渠道经营策略
- 四、企业并购策略分析
- 五、企业经营管理策略（ZY ZS）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202111/984365.html>