

2019-2025年中国空气净化器市场竞争格局分析及 投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国空气净化器市场竞争格局分析及投资方向研究报告》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.huaon.com/detail/380765.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、HEAP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。

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 空气净化器相关概述

1.1 空气净化器定义及分类

1.1.1 概念界定

1.1.2 产品功用

1.1.3 产品种类

1.1.4 工作原理

1.1.5 硬性指标

1.1.6 发展历程

1.2 空气净化器构成及生产成本

1.2.1 主要构成部件

1.2.2 各部件价格分析

1.2.3 成本分析总结

1.3 空气净化器保养及维护

1.3.1 产品选择原则

1.3.2 保养维护事项

1.3.3 滤网清洁说明

第二章 2015-2018年国际空气净化器市场分析

2.1 全球空气净化器市场发展综述

2.1.1 产品更替进程

2.1.2 全球市场规模

2.1.3 净化器普及率

2.1.4 市场品牌分析

2.1.5 重点产品介绍

2.2 全球空气净化器市场消费格局分析

2.2.1 市场占比

2.2.2 北美市场

2.2.3 欧洲市场

2.2.4 日本市场

第三章 2015-2018年中国空气净化器行业发展环境

3.1 经济环境分析

3.1.1 国际经济运行

3.1.2 国内经济运行

3.1.3 国内经济趋势

3.1.4 社会消费规模

3.1.5 居民消费水平

3.2 政策环境分析

3.2.1 环保政策密集发布

3.2.2 空气净化器新旧标准对比

3.2.3 行业新规即将出台

3.3 生态环境分析

3.3.1 室内空气污染物

3.3.2 空气环境质量

3.3.3 细颗粒物含量

3.4 技术环境分析

3.4.1 主要应用技术分析

3.4.2 主要技术组合形式

3.4.3 国家标准和技术要求

3.4.4 个性化技术发展

第四章 2015-2018年中国空气净化器市场发展综合分析

4.1 2015-2018年中国空气净化器行业基本概况

- 4.1.1 市场发展现状
 - 4.1.2 市场发展特征
 - 4.1.3 区域布局状况
 - 4.1.4 行业发展热点
 - 4.2 2015-2018年中国空气净化器市场发展现状
 - 4.2.1 净化器普及率
 - 4.2.2 市场产量规模
 - 4.2.3 市场销售规模
 - 4.2.4 使用成本分析
 - 4.2.5 产品需求升级
 - 4.2.6 高性能产品需求
 - 4.3 2015-2018年中国空气净化器市场价格行情分析
 - 4.3.1 市场价格行情
 - 4.3.2 价格影响因素
 - 4.3.3 价格走势预测
 - 4.4 2015-2018年中国空气净化器电商市场发展分析
 - 4.4.1 电商销售渠道
 - 4.4.2 功能关注度
 - 4.4.3 品牌市场竞争
 - 4.4.4 电商平台竞争
 - 4.5 中国空气净化器市场面临的问题
 - 4.5.1 产品价格混乱及暴利
 - 4.5.2 产品抽检合格率低
 - 4.5.3 标准认证面临诸多问题
 - 4.5.4 产品存在二次污染隐忧
 - 4.6 中国空气净化器市场发展建议
 - 4.6.1 行业发展建议
 - 4.6.2 企业运作策略
- 第五章 2015-2018年中国空气净化器市场关注度分析
- 5.1 中国消费者对空气净化器市场关注重点的分析
 - 5.1.1 空气净化器安装程度
 - 5.1.2 购买空气净化器原因
 - 5.1.3 空气质量重点关注因素
 - 5.1.4 产品购买价格关注度

5.1.5 产品附加功能关注度

5.2 中国空气净化器品牌关注度分析

5.2.1 市场品牌增长情况

5.2.2 品牌关注排行

5.2.3 品牌关注度占比

5.2.4 热销产品关注度

5.2.5 主要品牌分析

5.3 2015-2018年中国空气净化器用户属性分析

5.3.1 用户年龄分析

5.3.2 用户区域分布

5.3.3 用户年龄分布

5.3.4 用户品牌选择

5.4 2015-2018年中国空气净化器用户行为分析

5.4.1 区域关注度

5.4.2 年龄层级渗透率

5.4.3 搜索关键词分析

5.4.4 价格关注程度

5.4.5 污染物关注度

第六章 2015-2018年车载空气净化器市场分析

6.1 车载空气净化器基本概述

6.1.1 概念界定

6.1.2 产品类型

6.1.3 消费群体

6.1.4 产品技术

6.2 车载空气净化器需求空间

6.2.1 车内空气污染来源

6.2.2 新标落地促进需求

6.2.3 车内空气净化方式

6.3 2015-2018年车载空气净化器市场发展概况

6.3.1 行业环境分析

6.3.2 行业发展阶段

6.3.3 市场规模分析

6.3.4 市场运行特点

6.3.5 价格行情分析

6.3.6 竞争格局分析

6.4 车载空气净化器市场发展前景分析

6.4.1 行业机遇分析

6.4.2 市场发展前景

6.4.3 未来发展趋势

第七章 2015-2018年空气净化器区域市场分析

7.1 总体发展情况

7.2 东北地区

7.2.1 长春空气净化器市场

7.2.2 哈尔滨空气净化器市场

7.2.3 沈阳空气净化器市场

7.3 华北地区

7.3.1 北京空气净化器市场

7.3.2 天津空气净化器市场

7.3.3 山西空气净化器市场

7.4 华东地区

7.4.1 上海空气净化器市场

7.4.2 青岛空气净化器市场

7.4.3 南京空气净化器市场

7.4.4 杭州空气净化器市场

7.4.5 金华空气净化器市场

7.5 中南地区

7.5.1 郑州空气净化器市场

7.5.2 广州空气净化器市场

7.5.3 南宁空气净化器市场

7.5.4 海口空气净化器市场

7.6 西南地区

7.6.1 成都空气净化器市场

7.6.2 重庆空气净化器市场

7.6.3 昆明空气净化器市场

7.7 西北地区

7.7.1 西安空气净化器市场

7.7.2 银川空气净化器市场

7.7.3 西宁空气净化器市场

第八章 2015-2018年空气净化器原材料及设备供应分析

8.1 2015-2018年空气净化器上游原材料市场分析

8.1.1 钢材市场运行状况

8.1.2 铜材市场运行状况

8.1.3 铝材市场运行状况

8.2 2015-2018年空气净化器关键部件——空气过滤器（滤网）

8.2.1 行业供需概况

8.2.2 市场格局分析

8.2.3 价格行情分析

8.2.4 未来前景分析

8.3 2015-2018年空气净化器其他构成部件

8.3.1 马达和风扇

8.3.2 水箱

8.3.3 智能监测系统

8.3.4 负离子发生器

第九章 2015-2018年国外空气净化器行业领先企业运营分析

9.1 霍尼韦尔（Honeywell）

9.1.1 企业发展简况分析

9.1.2 企业经营情况分析

9.1.3 企业经营优劣势分析

9.2 飞利浦（Philips）

9.2.1 企业发展简况分析

9.2.2 企业经营情况分析

9.2.3 企业经营优劣势分析

9.3 夏普（Sharp）

9.3.1 企业发展简况分析

9.3.2 企业经营情况分析

9.3.3 企业经营优劣势分析

9.4 松下（Panasonic）

9.4.1 企业发展简况分析

9.4.2 企业经营情况分析

9.4.3 企业经营优劣势分析

第十章 2015-2018年国内空气净化器行业标杆企业运营分析

10.1 亚都

10.1.1 企业发展简况分析

10.1.2 企业经营情况分析

10.1.3 企业经营优劣势分析

10.2 美的集团股份有限公司

10.2.1 企业发展简况分析

10.2.2 企业经营情况分析

10.2.3 企业经营优劣势分析

10.3 珠海格力电器股份有限公司

10.3.1 企业发展简况分析

10.3.2 企业经营情况分析

10.3.3 企业经营优劣势分析

10.4 TCL集团股份有限公司

10.4.1 企业发展简况分析

10.4.2 企业经营情况分析

10.4.3 企业经营优劣势分析

第十一章 2015-2018年空气净化器市场竞争分析

11.1 空气净化器产品横评分析

11.1.1 横评总成绩单

11.1.2 传感器精度测试

11.1.3 产品性价比分析

11.2 2015-2018年空气净化器品牌竞争态势解析

11.2.1 品牌阵营划分

11.2.2 品牌销量排名

11.2.3 竞争优势分析

11.2.4 市场品牌格局

11.2.5 互联网品牌涌入

11.2.6 市场产品竞争

11.3 空气净化器品牌竞争核心要素

11.3.1 系统培训竞争

11.3.2 盈利模式竞争

11.3.3 服务体系建立

11.3.4 专业人才竞争

11.3.5 渠道资源竞争

11.3.6 质量技术保证

11.4 2015-2018年空气净化器市场竞争发展趋势

11.4.1 品牌集中化

11.4.2 功能多样化

11.4.3 渠道趋同化

11.4.4 消费理性化

第十二章 空气净化器市场营销分析

12.1 空气净化器目标市场定位

12.1.1 适用场所

12.1.2 适用人群

12.1.3 目标客户

12.1.4 客户需求

12.2 空气净化器市场销售渠道分析

12.2.1 主流销售渠道

12.2.2 推广渠道分析

12.2.3 社区渠道分析

12.3 空气净化器市场营销策略

12.3.1 空气净化器市场渠道选择策略

12.3.2 空气净化器消费群体定位策略

12.3.3 空气净化器市场通路开拓策略

12.3.4 空气净化器市场营销组合方案

12.4 空气净化器二三级市场开发策略

12.4.1 二三级市场进入时机选择

12.4.2 二三级市场进入渠道选择

12.4.3 二三级市场分销网络建设

第十三章 空气净化器市场投资分析

13.1 投资风险分析

13.1.1 竞争风险

13.1.2 政策风险

13.1.3 技术风险

13.2 空气净化器不同企业投资建议

13.2.1 领先企业

13.2.2 爬坡企业

13.2.3 早期企业

13.3 空气净化器行业投资方向分析

13.3.1 渠道投资布局

13.3.2 产品应用场景

13.3.3 产业生态建设

第十四章 2019-2025年中国空气净化器市场前景分析 (AK LT)

14.1 中国空气净化器行业前景剖析

14.1.1 市场发展空间分析

14.1.2 市场需求潜力分析

14.1.3 行业未来发展趋势

14.1.4 产品发展趋势分析

14.2 未来空气净化器研发方向分析

14.2.1 降低生成臭氧浓度

14.2.2 提高空气净化效果

14.2.3 提高控制技术

14.2.4 提高使用寿命

14.3 2019-2025年中国空气净化器市场预测分析

14.3.1 影响因素分析

14.3.2 空气净化器产量预测

14.3.3 空气净化器零售量预测

14.3.4 空气净化器零售额预测

图表目录：

图表1 空气净化器构成部件

图表2 负离子发生器与高压电路

图表3 空气净化器滤网清洁说明

图表4 2011-2018年全球空气净化器市场销量

图表5 全球空气净化器普及率

图表6 全球空气净化器市场消费格局

图表7 欧洲空气净化器市场消费格局

图表8 2011-2018年日本空气净化器销量

图表9 2012-2018年国内生产总值及其增长速度

图表10 2012-2018年三次产业增加值占全国生产总值比重

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/380765.html>