

# 2023-2028年中国空气净化器行业市场发展监测及 投资前景展望报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2023-2028年中国空气净化器行业市场发展监测及投资前景展望报告》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/channel/jingpin/840943.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

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

##### 1.3.3 滤网清洁

### 第二章 2018-2022年国际空气净化器市场分析

#### 2.1 全球空气净化器市场概况

##### 2.1.1 产品更替进程

##### 2.1.2 市场格局分析

##### 2.1.3 市场驱动因素

##### 2.1.4 销售规模预测

#### 2.2 欧美空气净化器市场分析

##### 2.2.1 美国空气净化器市场

##### 2.2.2 加拿大空气净化器市场

##### 2.2.3 德国空气净化器市场

#### 2.3 日本空气净化器市场分析

##### 2.3.1 市场运行分析

### 2.3.2 市场销售规模

### 2.3.3 厂商竞争态势

### 2.3.4 产品格局分析

### 2.3.5 技术成果分析

### 2.3.6 产品研发动态

## 第三章 2018-2022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 国际经济形势分析

#### 3.1.2 中国经济运行现状

#### 3.1.3 中国经济发展趋势

#### 3.1.4 居民消费支出结构

### 3.2 政策环境分析

#### 3.2.1 中国环保政策制定实施概况

#### 3.2.2 《环境空气质量标准》解读

#### 3.2.3 中国现行空气净化器国家标准

#### 3.2.4 中国空气净化器国标修订进展

#### 3.2.5 空气净化器环保认证规则

#### 3.2.6 空气净化器性能测定与评价

### 3.3 生态环境分析

#### 3.3.1 室内空气污染物及主要危害

#### 3.3.2 中国城市空气污染态势分析

#### 3.3.3 中国空气质量指数（AQI）分析

#### 3.3.4 中国细颗粒物（PM2.5）分析

#### 3.3.5 中国可吸入颗粒物（PM10）分析

### 3.4 技术环境分析

#### 3.4.1 主流空气净化技术介绍

#### 3.4.2 空气净化器专利技术状况

#### 3.4.3 中国空气净化器技术成就

#### 3.4.4 空气净化器生产企业核心技术

#### 3.4.5 空气净化器个性化技术发展

## 第四章 2018-2022年中国空气净化器市场分析

### 4.1 2018-2022年中国空气净化器行业基本概况

#### 4.1.1 行业总体态势

#### 4.1.2 行业运行现状

#### 4.1.3 行业运行特征

4.1.4 厂商格局分析

4.1.5 区域布局状况

4.1.6 产品开发情况

4.2 2018-2022年中国空气净化器市场供需现状

4.2.1 市场供给状况

4.2.2 市场需求规模

4.2.3 市场销售格局

4.3 2018-2022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 价格增长态势

4.3.3 价格影响因素

4.3.4 价格走势预测

4.4 2018-2022年空气净化器电商市场发展状况

4.5 中国空气净化器政府采购市场发展分析

4.5.1 政府采购市场规模

4.5.2 政策形势分析

4.5.3 市场开发关键

4.6 中国空气净化器市场面临的问题

4.7 中国空气净化器市场发展建议

4.7.1 行业发展建议

4.7.2 企业运作策略

第五章 2020-2022年中国空气净化器市场关注度分析

5.1 2020年空气净化器市场关注度状况

5.1.1 品牌关注格局

5.1.2 产品关注格局

5.1.3 厂商关注格局

5.2 2021年空气净化器市场关注度状况

5.2.1 品牌关注格局

5.2.2 产品关注格局

5.2.3 厂商关注格局

5.3 2022年空气净化器市场关注度状况

5.3.1 品牌关注格局

5.3.2 产品关注格局

5.3.3 厂商关注格局

第六章 2018-2022年中国空气净化器用户行为分析

## 6.1 空气净化器用户基本特性

### 6.1.1 性别结构

### 6.1.2 年龄分布

### 6.1.3 所在城市空气质量状况

## 6.2 空气净化器用户认可度

### 6.2.1 产品保有量

### 6.2.2 技术认知度

## 6.3 空气净化器用户购买行为

### 6.3.1 主导购买原因

### 6.3.2 预购品牌状况

### 6.3.3 可接受价位

### 6.3.4 影响购买因素

### 6.3.5 选购产品看重的指标

### 6.3.6 后期维护态度

## 6.4 空气净化器用户行为分析

### 6.4.1 背景分析

### 6.4.2 用户空气污染认知情况

### 6.4.3 用户空气净化器认可度

### 6.4.4 用户空气净化器品牌倾向

### 6.4.5 用户空气净化器使用行为

### 6.4.6 用户空气净化器后期维护

### 6.4.7 用户空气净化器关注焦点

### 6.4.8 用户空气净化器需求延伸

## 第七章 2018-2022年车载空气净化器市场分析

### 7.1 车载空气净化器基本概述

#### 7.1.1 概念界定

#### 7.1.2 产品类型

#### 7.1.3 消费群体

### 7.2 车载空气净化器需求空间

#### 7.2.1 车内空气污染来源

#### 7.2.2 车内空气污染现状

#### 7.2.3 车内空气净化方式

### 7.3 2018-2022年车载空气净化器市场发展概况

#### 7.3.1 行业环境分析

#### 7.3.2 行业发展阶段

### 7.3.3 市场运行状况

### 7.3.4 销售规模分析

### 7.3.5 价格行情分析

### 7.3.6 竞争格局分析

## 7.4 车载空气净化器市场发展前景分析

### 7.4.1 行业机遇分析

### 7.4.2 未来增长前景

### 7.4.3 投资潜力分析

## 第八章 2018-2022年空气净化器区域市场分析

### 8.1 东北地区

### 8.2 华北地区

### 8.3 华东地区

### 8.4 中南地区

### 8.5 西南地区

### 8.6 西北地区

## 第九章 2018-2022年空气净化器原材料及设备供应分析

### 9.1 2018-2022年空气净化器上游原材料市场分析

#### 9.1.1 钢材市场运行状况

#### 9.1.2 铜材市场运行状况

#### 9.1.3 铝材市场运行状况

### 9.2 2018-2022年空气净化器关键部件——空气过滤器（滤网）

#### 9.2.1 行业供需概况

#### 9.2.2 市场格局分析

#### 9.2.3 价格行情分析

#### 9.2.4 未来前景分析

### 9.3 2018-2022年空气净化器其他构成部件

#### 9.3.1 微风扇

#### 9.3.2 水箱

#### 9.3.3 智能监测系统

#### 9.3.4 负离子发生器

## 第十章 国外空气净化器行业领先企业运营分析

### 10.1 飞利浦

#### 10.1.1 企业发展概况

#### 10.1.2 主营业务分析

#### 10.1.3 经营状况分析

## 10.2 伊莱克斯

### 10.2.1 企业发展概况

### 10.2.2 主营业务分析

### 10.2.3 经营状况分析

## 10.3 霍尼韦尔

### 10.3.1 企业发展概况

### 10.3.2 主营业务分析

### 10.3.3 经营状况分析

## 10.4 夏普

### 10.4.1 企业发展概况

### 10.4.2 主营业务分析

### 10.4.3 经营状况分析

## 10.5 松下

### 10.5.1 企业发展概况

### 10.5.2 主营业务分析

### 10.5.3 经营状况分析

## 第十一章 国内空气净化器行业标杆企业运营分析

### 11.1 亚都

#### 11.1.1 企业发展概况

#### 11.1.2 主营业务分析

#### 11.1.3 经营状况分析

### 11.2 美的

#### 11.2.1 企业发展概况

#### 11.2.2 主营业务分析

#### 11.2.3 经营状况分析

### 11.3 远大

#### 11.3.1 企业发展概况

#### 11.3.2 主营业务分析

#### 11.3.3 经营状况分析

### 11.4 格力

#### 11.4.1 企业发展概况

#### 11.4.2 主营业务分析

#### 11.4.3 经营状况分析

### 11.5 艾美特

#### 11.5.1 企业发展概况



11.5.2 主营业务分析

11.5.3 经营状况分析

11.6 万利达

11.6.1 企业发展概况

11.6.2 主营业务分析

11.6.3 经营状况分析

11.7 SKG

11.7.1 企业发展概况

11.7.2 主营业务分析

11.7.3 经营状况分析

第十二章 2018-2022年空气净化器市场竞争分析

12.1 2018-2022年空气净化器市场竞争态势解析

12.2 2018-2022年空气净化器品牌竞争格局分析

12.2.1 品牌阵营划分

12.2.2 品牌竞争格局

12.2.3 品牌排行情况

12.2.4 品牌渠道竞争力

12.3 空气净化器品牌竞争核心要素

12.3.1 系统培训的竞争

12.3.2 盈利模式的竞争

12.3.3 服务体系的建立

12.3.4 人才的竞争

12.3.5 渠道资源的竞争

12.3.6 质量技术保证

12.4 2018-2022年空气净化器产品竞争格局分析

12.4.1 产品美誉度评级

12.4.2 产品综合性能评比

12.4.3 不同价格区间产品比较

12.4.4 国外代表产品优劣评价

12.5 空气净化器价格分层竞争特征分析

12.6 空气净化器替代品竞争威胁分析

12.6.1 空调净化除菌效果分析

12.6.2 净化功能空调市场发展态势

12.6.3 净化功能空调消费者认知情况

第十三章 空气净化器市场营销分析

## 13.1 空气净化器目标市场定位

### 13.1.1 适用场所

### 13.1.2 适用人群

### 13.1.3 目标客户界定

### 13.1.4 目标客户需求特征

## 13.2 空气净化器市场销售渠道分析

### 13.2.1 主流销售渠道

### 13.2.2 推广渠道分析

### 13.2.3 线上渠道分析

### 13.2.4 社区渠道分析

## 13.3 空气净化器市场营销策略

### 13.3.1 空气净化器市场渠道选择策略

### 13.3.2 空气净化器消费群体定位策略

### 13.3.3 空气净化器市场通路开拓策略

### 13.3.4 空气净化器市场营销组合方案

## 13.4 空气净化器二三级市场开发策略

### 13.4.1 二三级市场进入时机选择

### 13.4.2 二三级市场进入渠道选择

### 13.4.3 二三级市场分销网络建设

## 13.5 空气净化器区域市场推广方案

### 13.5.1 广告方案

### 13.5.2 合作推广

### 13.5.3 人员直销

### 13.5.4 公关推广主题

### 13.5.5 形象展示与免费试用

### 13.5.6 社区推广

## 第十四章 空气净化器市场投资分析

### 14.1 投资壁垒分析

#### 14.1.1 认证壁垒

#### 14.1.2 商誉壁垒

#### 14.1.3 技术壁垒

#### 14.1.4 管理壁垒

### 14.2 投资风险分析

#### 14.2.1 竞争风险

#### 14.2.2 政策风险

14.2.3 技术风险

14.2.4 其他风险

14.3 投资机会分析

14.3.1 投资门槛低

14.3.2 投资价值高

14.3.3 投资商机分析

14.4 投资建议

14.4.1 经销商投资方向建议

14.4.2 经销商经营策略建议

14.4.3 代理商投资运营建议

14.4.4 车载市场投资经营思路

第十五章 2023-2028年中国空气净化器市场前景分析

15.1 中国空气净化器行业前景剖析

15.1.1 行业成长空间分析

15.1.2 市场需求潜力分析

15.1.3 行业发展趋势分析

15.1.4 产品发展趋势分析

15.2 2023-2028年中国空气净化器市场规模预测

15.2.1 影响中国空气净化器市场发展因素分析

15.2.2 2023-2028年空气净化器行业产品产量预测分析

15.2.3 2023-2028年空气净化器市场销量规模预测分析

15.2.4 2023-2028年空气净化器市场销售金额预测分析

15.3 未来空气净化器研发方向分析

15.3.1 降低净化器生成臭氧浓度

15.3.2 提高空气净化效果

15.3.3 提高控制技术

15.3.4 提高使用寿命

图表目录：

图表 空气净化器构成部件

图表 空气过滤器（滤网）

图表 水箱

图表 负离子发生器与高压电路

图表 2018-2022年节能环保行业政策体系

图表 WHO发布的全球空气质量标准颗粒物限值

图表 我国空气质量标准中颗粒物浓度限值演变历程

图表 我国空气净化器产品产量

图表 中国空气净化器市场销售量及其增长速度

图表 空气净化器市场销售情况

图表 空气净化器市场零售量排名前十品牌竞争格局

图表 分过滤种类零售量市场格局变化

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/jingpin/840943.html>