

2026-2031年中国空气净化器行业竞争格局分析与投资风险预测报告

报告简介

空气净化器是指能够吸附、分解或转化各种空气中的污染物，有效提高室内空气清洁度的产品。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。

近年来，国内从事空气净化器生产的企业数量出现井喷，市场上的国内空气净化器品牌的数量远多于国外品牌。但从线上零售额所占的比例来看，国内品牌只占据了空气净化器市场约15%的份额。主要原因在于国内空气净化器发展时间较短，行业标准严重滞后，产品的入门门槛较低，导致大量中小型企业扎堆进入。而产品工艺质量和核心净化技术的欠缺，导致了这些企业有产品无市场、鱼龙混杂的现象。行业规范运行任重道远。从市场格局看，目前的空气净化器市场呈现出“两头大，中间小”的状态。一方面，在高端产品领域，国外品牌以其强大的品牌号召力吸引消费者；另一方面，国内的一些中小品牌则以价格取胜，靠低廉的价格吸引消费者。

随着城市消费者对新房居住的品质要求越来越高，消费者对装修的讲究也越来越多，而与此同时，随着装修复杂性逐渐提高，装修污染正在成为居民生活的重要污染源。具有去除室内空气污染功能的空气净化器市场正在迅速升温。行业有着良好的发展前景。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家发改委、国务院发展研究中心、空气净化器(中国)行业联盟、中国家用电器协会、中国国际室内环境品质空气净化行业协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国空气净化器及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势与技术等进行了分析，并重点分析了我国空气净化器行业发展状况和特点，以及中国空气净化器行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球空气净化器行业发展态势作了详细

分析，并对空气净化器行业进行了趋向研判，是空气净化器生产、经营企业，科研，投资机构等单位准确了解目前空气净化器业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 空气净化器行业发展综述 1

第一节 空气净化器行业定义及分类 1

一、行业定义 1

二、行业主要产品分类 1

三、行业特性及在国民经济中的地位 2

第二节 最近3-5年中国空气净化器行业经济指标分析 3

一、赢利性 3

二、成长速度 3

三、附加值的提升空间 3

四、进入壁垒/退出机制 3

五、风险性 4

六、行业周期 4

七、竞争激烈程度指标 4

第二章 空气净化器行业市场环境及影响分析（PEST） 5

第一节 空气净化器行业政治法律环境(P) 5

一、行业管理体制分析 5

二、行业主要法律法规 5

1、《第三方治理的意见》 5

2、《中华人民共和国环境保护法》 7

3、行业主要政策动向 10

三、空气净化器行业标准 14

1、《空气净化器》 14

2、《空气净化器用静电式除尘过滤器》 17

3、《空气净化器用滤网式集尘过滤器》 18

4、《乘用车内空气质量评价指南》GB/T27630 19

四、行业相关发展规划 20

1、《中国家电工业“十四五”发展指导意见》 20

2、《中国制造规划》 20

3、家电节能补贴政策 21

五、政策环境对行业的影响 24

第二节 行业经济环境分析(E) 25

一、宏观经济形势分析 25

1、GDP增长情况分析 25

2、工业经济增长分析 26

3、固定资产投资情况 26

4、工业制造业分析 27

二、宏观经济环境对行业的影响分析 29

第三节 行业社会环境分析(S) 29

一、空气净化器产业社会环境 29

二、社会环境对行业的影响 34

三、空气净化器产业发展对社会发展的影响 35

第四节 行业技术环境分析(T) 35

一、空气净化器技术分析 35

二、空气净化器主要技术发展现状 39

1、滤网技术发展水平分析 39

2、集尘技术发展水平分析 40

3、光触媒技术发展水平分析 41

三、空气净化器技术专利分析 41

1、2021-2026年申请专利数量 41

2、空气净化技术专利申请人分析 41

3、空气净化技术热门专利技术分析 41

四、行业主要技术发展趋势 43

五、技术环境对行业的影响 44

第三章 国际空气净化器行业发展分析及经验借鉴 45

第一节 全球空气净化器市场总体情况分析 45

一、全球空气净化器行业的发展概况及特点 45

二、全球空气净化器产品市场结构 45

三、全球空气净化器行业竞争格局 46

四、全球空气净化器市场区域分布 46

第二节 全球主要国家(地区)市场分析 46

一、欧洲 46

1、欧洲空气净化器行业发展概况 46

2、欧洲空气净化器市场结构及产销情况 46

3、欧洲空气净化器主要国家产品技术分析 47

二、美国 47

1、美国空气净化器行业发展概况 47

2、美国空气净化器市场结构及产销情况 47

3、美国空气净化器行业发展前景 47

三、日本 47

1、日本空气净化器行业发展概况 47

2、日本空气净化器市场结构及产销情况 47

3、日本空气净化器主要品牌分析 48

四、韩国 48

1、韩国空气净化器行业发展概况 48

2、韩国空气净化器市场结构及产销情况 48

3、韩国空气净化器行业发展趋势 48

五、其他国家地区 49

第四章 中国空气净化器行业的国际比较分析 50

第一节 中国空气净化器行业的国际比较分析 50

一、中国空气净化器行业竞争力指标分析 50

1、品牌竞争力比较 50

2、产品竞争力比较 50

3、技术竞争力比较 52

二、空气净化器行业国际竞争力比较 53

1、生产要素 53

2、需求条件 53

3、支援与相关产业 53

4、企业战略、结构与竞争状态 54

5、政府的作用 54

第二节 全球空气净化器行业市场需求分析 55

一、市场规模现状 55

二、需求结构分析 55

三、重点需求客户 55

四、市场前景展望 55

第三节 全球空气净化器行业市场供给分析 56

一、生产规模现状 56

二、市场价格走势 56

三、重点厂商分布 56

第二部分 行业深度分析

第五章 我国空气净化器行业运行现状分析 57

第一节 我国空气净化器行业发展状况分析 57

一、我国空气净化器行业发展阶段分析 57

二、我国空气净化器行业发展特点分析 58

三、我国空气净化器行业发展存在的问题 59

四、我国空气净化器行业发展面临的挑战 59

五、我国空气净化器行业商业模式分析 59

第二节 空气净化器行业发展现状分析 60

一、我国空气净化器行业市场规模 60

二、我国空气净化器行业发展分析 61

1、我国空气净化器行业品牌数量分析 61

2、我国空气净化器市场普及率分析 62

3、我国空气净化器行业竞争激烈程度分析 62

三、中国空气净化器企业规模分析 63

第三节 空气净化器市场情况分析 63

一、中国空气净化器市场总体概况 63

1、中国空气净化器市场增速放缓 63

2、中国空气净化器市场由外资主导 64

3、中国空气净化器市场面临洗牌 64

二、中国空气净化器产品市场发展分析 65

1、产品市场发展现状分析 65

2、产品市场销售结构分析 65

3、产品市场特点分析 66

第四节 我国空气净化器市场价格走势分析 67

一、空气净化器市场定价机制组成 67

二、空气净化器市场价格影响因素 67

三、空气净化器产品价格走势分析 68

四、2026-2031年空气净化器产品价格走势预测 69

第五节 我国空气净化器行业运行指标分析 69

一、我国空气净化器行业产销分析 69

1、我国空气净化器产量及增长率分析 70

2、我国空气净化器销量及增长率分析 71

3、我国空气净化器行业销售额分析 72

4、我国空气净化器行业利润总额 72

二、我国空气净化器行业财务指标分析 73

1、行业盈利能力分析 73

2、行业营运能力分析 73

3、行业偿债能力分析 74

4、行业成长能力分析 74

第六章 2026-2031年我国空气净化器市场供需形势分析 75

第一节 空气净化器行业生产分析 75

一、产品及原材料进口、自有比例 75

二、国内产品及原材料生产基地分布 75

三、产品及原材料产业集群发展分析 75

四、原材料产能情况分析 76

第二节 我国空气净化器市场供需分析 76

一、我国空气净化器行业供给情况 76

1、我国空气净化器行业供给分析 76

2、我国空气净化器行业产品产量分析 76

3、重点企业产能及占有份额 77

二、我国空气净化器行业需求情况 78

1、2026-2031年空气净化器行业需求量预测 78

2、空气净化器行业产品需求结构 78

3、空气净化器行业需求地区差异 79

4、空气净化器产品功能需求预测 80

三、我国空气净化器行业供需平衡分析 80

第三节 我国空气净化器主要细分产品市场需求分析 80

一、车载型空气净化器市场需求分析 80

1、车载型空气净化器需求概况 80

2、车载型空气净化器需求规模分析 81

3、车载型空气净化器需功能需求预测 81

二、大中型空气净化器市场需求分析 83

1、大中型空气净化器需求概况 83

2、大中型空气净化器需求规模分析 83

3、大中型空气净化器功能需求预测 83

三、中央空调系统型空气净化器市场需求分析 84

1、中央空调系统型空气净化器需求概况 84

2、中央空调系统型空气净化器需求规模分析 84

3、中央空调系统型空气净化器功能需求预测 84

第七章 空气净化器行业进出口分析 85

第一节 空气净化器行业进出口市场分析 85

一、空气净化器行业进出口综述 85

1、中国空气净化器进出口的特点分析 85

2、中国空气净化器进出口地区分布状况 85

3、中国空气净化器进出口的贸易方式及经营企业分析 85

二、空气净化器行业进口市场分析 85

1、行业进口整体情况 85

2、行业进口总额分析 86

三、空气净化器行业出口市场分析 86

1、行业出口整体情况 86

2、行业出口总额分析 86

第二节 中国空气净化器出口面临的挑战及对策 86

一、中国空气净化器出口面临的挑战 86

二、中国空气净化器进口压力 87

三、中国空气净化器产品出口对策 87

四、空气净化器行业进出口前景及建议 87

第三部分 市场全景调研

第八章 我国空气净化器行业产业结构分析 88

第一节 空气净化器行业产业链分析 88

一、产业链结构分析 88

二、主要环节的增值空间 88

三、产业链竞争优势 88

第二节 空气净化器上游行业分析 89

一、钢材行业发展分析 89

1、钢材行业运行现状分析 89

2、钢材行业价格趋势分析 90

3、钢材行业对空气净化器行业的影响 91

二、铜行业发展分析 91

1、铜行业运行现状分析 91

2、铜行业价格趋势分析 91

3、铜行业对空气净化器行业的影响 91

三、塑料行业发展分析 92

1、塑料行业运行现状分析 92

2、塑料行业价格趋势分析 93

3、塑料行业对空气净化器行业的影响 93

四、电子元器件行业发展分析 94

1、电子元器件行业运行现状分析 94

2、电子元器件行业价格趋势分析 95

3、电子元器件行业对空气净化器行业的影响 95

第三节 空气净化器下游产业分析 95

一、下游产业发展现状分析 95

二、下游产业市场规模分析 96

三、下游产业发展前景分析 96

四、下游产业对行业的影响 99

第四节 产业结构发展预测 99

一、产业结构调整指导政策分析 99

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 100

三、行业参与国际竞争的战略市场定位 101

第九章 我国空气净化器细分市场分析及预测 103

第一节 中国空气净化器行业细分市场结构分析 103

一、空气净化器行业市场结构现状分析 103

二、空气净化器行业细分结构特征分析 103

三、空气净化器行业细分市场发展概况 104

第二节 家用空气净化器市场分析 105

一、家用空气净化器市场规模分析 105

二、家用空气净化器产销量分析 105

三、家用空气净化器市场需求分析 105

四、家用空气净化器市场发展前景 106

第三节 商用空气净化器市场分析 106

一、商用空气净化器市场规模分析 106

二、商用空气净化器产销量分析 107

三、商用空气净化器市场需求分析 109

四、商用空气净化器市场发展前景 110

第四节 工业空气净化器市场分析 111

一、工业空气净化器市场规模分析 111

二、工业空气净化器产销量分析 111

三、工业空气净化器市场需求分析 111

四、工业空气净化器市场发展前景 112

第五节 楼宇空气净化器市场分析 112

一、楼宇空气净化器市场规模分析 112

二、楼宇空气净化器产销量分析 112

三、楼宇空气净化器市场需求分析 113

四、楼宇空气净化器市场发展前景 113

第十章 我国空气净化器行业营销渠道及策略分析 114

第一节 空气净化器行业销售渠道分析 114

一、空气净化器线上营销渠道分析 114

1、线上销售额及销售量分析 114

2、线上销售产品特点分析 114

3、线上销售发展趋势分析 114

二、空气净化器线下营销渠道分析 115

1、线下销售额及销售量分析 115

2、线下销售产品特点分析 115

3、线下销售发展趋势分析 115

第二节 空气净化器行业营销策略分析 115

一、网络营销策略 115

二、绿色营销策略 116

三、整合营销策略 116

第三节 “互联网+”背景下空气净化器行业发展分析 117

一、中国互联网+空气净化器行业发展环境分析 117

1、中国电子商务发展状况分析 117

2、中国大数据产业发展状况分析 117

- 3、中国互联网产业发展状况分析 117
- 二、互联网+空气净化器行业技术背景分析 117
 - 1、云计算技术发展现状及未来趋势分析 117
 - 2、物联网技术发展现状及未来趋势分析 118
 - 3、通信技术的发展现状及未来趋势分析 118
 - 4、互联网相关技术对行业的影响总结 119
- 三、中国互联网+空气净化器行业商业模式创新策略 119
 - 1、关于商业模式研究的基本思想介绍 119
 - 2、商业模式的定义及与其他模式的比较 119
 - 3、商业模式的核心构成要素及构建流程 119
- 四、中国互联网+空气净化器行业市场定位创新分析 120
 - 1、中国空气净化器行业消费者特征分析 120
 - 2、中国空气净化器行业企业主流的市场定位分析 120
 - 3、互联网对空气净化器行业市场定位的变革分析 120
- 五、中国互联网+空气净化器行业价值主张创新分析 121
 - 1、中国空气净化器行业主要的客户价值主张要素分析 121
 - 2、互联网+空气净化器行业价值主张创新策略分析 121
 - 3、互联网+空气净化器行业电商渠道构建策略分析 121
- 六、中国互联网+空气净化器行业客户关系创新分析 122
- 七、中国互联网+空气净化器行业收入来源创新分析 122
- 八、中国互联网+空气净化器行业合作伙伴创新分析 122
- 第四节 “互联网+”背景下空气净化器行业发展前景分析 123

一、“互联网+”背景下空气净化器行业面临的机遇和挑战 123

1、互联网+给空气净化器行业带来的突破机遇分析 123

2、互联网+给空气净化器行业带来的挑战分析 123

二、中国空气净化器行业电商发展现状及前景预测 123

1、中国空气净化器行业电商交易规模分析 123

2、中国空气净化器行业电商盈利情况分析 123

3、中国空气净化器行业电商市场现存问题 123

4、中国空气净化器行业电商市场趋势分析 124

5、中国空气净化器行业电商市场规模预测 124

第十一章 空气净化器消费者行为分析 125

第一节 消费者属性特征 125

一、消费者年龄分析 125

二、消费者性别分析 125

三、消费者学历分析 125

四、消费者收入水平分析 126

五、消费者区域分析 126

第二节 消费者获知渠道分析 126

一、广告推荐 126

二、朋友推荐 126

三、销售员推荐 126

四、自己了解 127

第三节 消费者购买行为分析 127

一、消费者需求特征 127

二、消费者购买目的 127

三、消费者购买驱动因素 128

四、消费者购买渠道分析 129

第四节 影响消费者购买的因素分析 130

一、产品价格 130

二、产品功能 130

三、产品外观 130

四、产品品牌 130

第四部分 竞争格局分析

第十二章 空气净化器重点省市市场分析 131

第一节 中国空气质量最差的省市净化器市场需求分析 131

一、河北省 131

1、主要污染城市空气质量发展现状 131

2、空气净化器需求规模分析 131

3、空气净化器市场发展现状 131

二、河南省 131

1、主要污染城市空气质量发展现状 131

2、空气净化器需求规模分析 132

3、空气净化器市场发展现状 132

三、长春 133

1、主要污染城市空气质量发展现状 133

2、空气净化器需求规模分析 133

3、空气净化器市场发展现状 133

四、哈尔滨 133

1、主要污染城市空气质量发展现状 133

2、空气净化器需求规模分析 134

3、空气净化器市场发展现状 134

五、沈阳 134

1、主要污染城市空气质量发展现状 134

2、空气净化器需求规模分析 134

3、空气净化器市场发展现状 135

六、济南 135

1、主要污染城市空气质量发展现状 135

2、空气净化器需求规模分析 135

3、空气净化器市场发展现状 135

第二节 空气质量最好的省市空气净化器市场销售分析 136

一、海南省 136

1、空气净化器市场销量分析 136

2、空气净化器市场结构特点分析 136

3、空气净化器市场发展潜力 136

二、福建省 136

1、空气净化器市场销量分析 136

2、空气净化器市场结构特点分析 136

3、空气净化器市场发展潜力 136

三、广东省 137

1、空气净化器市场销量分析 137

2、空气净化器市场结构特点分析 137

3、空气净化器市场发展潜力 137

四、西藏 137

1、空气净化器市场销量分析 137

2、空气净化器市场结构特点分析 137

3、空气净化器市场发展潜力 137

五、云南省 138

1、空气净化器市场销量分析 138

2、空气净化器市场结构特点分析 138

3、空气净化器市场发展潜力 138

六、贵州 138

1、空气净化器市场销量分析 138

2、空气净化器市场结构特点分析 138

3、空气净化器市场发展潜力 138

第三节 空气质量一般的省市空气净化器市场分析 139

一、北京 139

1、空气净化器市场发展现状 139

2、空气净化器功能需求分析 139

3、畅销的空气净化器品牌分析 139

4、空气净化器市场发展前景 139

二、天津 139

1、空气净化器市场发展现状 139

2、空气净化器功能需求分析 140

3、畅销的空气净化器品牌分析 140

4、空气净化器市场发展前景 140

三、武汉 140

1、空气净化器市场发展现状 140

2、空气净化器功能需求分析 140

3、畅销的空气净化器品牌分析 140

4、空气净化器市场发展前景 141

四、西安 141

1、空气净化器市场发展现状 141

2、空气净化器功能需求分析 141

3、畅销的空气净化器品牌分析 141

4、空气净化器市场发展前景 141

五、太原 141

1、空气净化器市场发展现状 141

2、空气净化器功能需求分析 142

3、畅销的空气净化器品牌分析 142

4、空气净化器市场发展前景 142

第十三章 2026-2031年空气净化器行业竞争形势及策略 143

第一节 行业总体市场竞争格局分析 143

一、空气净化器行业竞争结构分析 143

1、现有企业间竞争 143

2、潜在进入者分析 144

3、替代品威胁分析 144

4、供应商议价能力 145

5、客户议价能力 145

二、空气净化器行业企业竞争格局分析 146

1、不同地域企业竞争格局 146

2、不同规模企业竞争格局 146

3、不同所有制企业竞争格局 147

三、空气净化器行业产品竞争格局分析 147

1、外资产品占市场份额分析 147

2、产品价格竞争分析 148

3、产品竞争格局变化趋势 148

四、空气净化器行业品牌竞争格局分析 148

1、行业品牌发展现状 148

2、行业品牌结构分析 149

3、我国市场十大品牌占市场份额分析 149

五、空气净化器行业厂商竞争格局分析 149

1、主要厂商销量分析 149

2、主要厂商单品关注率分析 150

六、空气净化器行业区域消费格局分析 150

第二节 中国空气净化器行业竞争格局 150

一、空气净化器行业集中度分析 150

1、市场集中度分析 150

2、企业集中度分析 150

3、区域集中度分析 151

4、各子行业集中度 152

5、集中度变化趋势 152

二、空气净化器行业SWOT分析 152

1、空气净化器行业优势分析 152

2、空气净化器行业劣势分析 153

3、空气净化器行业机会分析 153

4、空气净化器行业威胁分析 154

三、中国空气净化器行业竞争格局变化趋势 154

第十四章 空气净化器行业领先企业经营形势分析 155

第一节 荷兰皇家飞利浦电子公司 155

一、企业发展概况 155

二、企业经营分析 155

三、企业产品结构 155

四、企业网络分布 156

五、企业技术优势 156

六、企业主要市场分析 157

七、企业经营策略 158

八、企业发展动态 158

第二节 夏普商贸(中国)有限公司 158

一、企业发展概况 158

二、企业产品结构 160

三、企业技术水平 160

四、企业品牌及消费群 161

五、企业运营能力 161

六、企业销售渠道与网络 161

七、企业竞争优势 162

八、企业最新发展动向 163

第三节 广东松下环境系统有限公司 163

一、企业发展概况分析 163

二、企业产品结构分析 164

三、企业技术水平分析 166

四、企业品牌及消费群分析 166

五、企业运营能力分析 166

六、企业销售渠道与网络 167

七、企业竞争优势分析 167

八、企业最新发展动向 168

第四节 大金(中国)投资有限公司 168

一、企业发展概况分析 168

二、企业产品结构分析 169

三、企业技术水平分析 169

四、企业品牌及消费群分析 170

五、企业运营能力分析 170

六、企业销售渠道与网络 171

七、企业竞争优势分析 171

八、企业最新发展动向 172

第五节 美的集团股份有限公司 172

一、企业发展概况 172

二、企业经营分析 173

三、企业产品结构 173

四、企业网络分布 175

五、企业技术优势 175

六、企业主要市场分析 175

七、企业经营策略 175

八、企业发展动态 176

第六节 博露雅迩(上海)商贸有限公司 176

一、企业发展概况 176

二、企业经营分析 176

三、企业产品结构 176

四、企业网络分布 177

五、企业技术优势 177

六、企业主要市场分析 177

七、企业经营策略 177

八、企业发展动态 178

第七节 远大空品科技有限公司 178

一、企业发展概况分析 178

二、企业产品结构分析 179

三、企业技术水平分析 180

四、企业品牌及消费群分析 180

五、企业运营能力分析 180

六、企业销售渠道与网络 181

七、企业竞争优势分析 181

八、企业最新发展动向 182

第八节 三星(中国)投资有限公司 183

一、企业发展概况 183

二、企业经营分析 183

三、企业产品结构 183

四、企业网络分布 183

五、企业技术优势 184

六、企业主要市场分析 186

七、企业经营策略 187

八、企业发展动态 187

第九节 霍尼韦尔(中国)有限公司 187

一、企业发展概况分析 187

二、企业产品结构分析 188

三、企业技术水平分析 189

四、企业品牌及消费群分析 190

五、企业运营能力分析 191

六、企业销售渠道与网络 191

七、企业竞争优势分析 192

八、企业最新发展动向 192

第十节 深圳市艾吉森环保科技有限公司 193

一、企业发展概况 193

二、企业团队分析 193

三、企业产品结构 194

四、企业网络分布 194

五、企业技术优势 194

六、企业经营策略 194

第十一节 奥得奥科技(厦门)有限公司 195

一、企业发展概况 195

二、企业产品结构 195

三、企业网络分布 195

四、企业技术优势 196

五、企业主要市场分析 197

六、企业目标分析 197

七、企业理念分析 197

第十二节 艾美特电器(深圳)有限公司 197

一、企业发展概况分析 197

二、企业产品结构分析 199

三、企业技术水平分析 199

四、企业品牌及消费群分析 200

五、企业运营能力分析 200

六、企业销售渠道与网络 201

七、企业竞争优势分析 201

八、企业最新发展动向 201

第十三节 上海康特环保科技有限公司 202

一、企业发展概况 202

二、企业经营分析 202

三、企业产品结构 202

四、企业技术优势 202

五、企业经营策略 203

六、企业发展动态 203

第十四节 欧乐经典(北京)科技有限公司 205

一、企业发展概况 205

二、企业产品结构 206

三、企业网络分布 206

第十五节 昆山康姆森环保科技有限公司 207

一、企业发展概况 207

二、企业经营分析 207

三、企业经营策略 207

四、企业发展动态 207

第十六节 青岛海尔股份有限公司 208

一、企业发展概况分析 208

二、企业产品结构分析 208

三、企业技术水平分析 209

四、企业品牌及消费群分析 209

五、企业运营能力分析 210

六、企业销售渠道与网络 212

七、企业竞争优势分析 215

八、企业最新发展动向 216

第十七节 上海日立家用电器有限公司 217

一、企业发展概况 217

二、企业经营分析 218

三、企业产品结构 218

四、企业主要市场分析 218

五、企业经营策略 218

第十八节 莱克电气股份有限公司 219

一、企业发展概况 219

二、企业经营分析 219

三、企业产品结构 220

四、企业网络分布 220

五、企业技术优势 220

六、企业经营策略 221

第十九节 安利(中国)日用品有限公司 221

一、企业发展概况分析 221

二、企业产品结构分析 222

三、企业技术水平分析 222

四、企业品牌及消费群分析 223

五、企业运营能力分析 223

六、企业销售渠道与网络 225

七、企业竞争优势分析 227

八、企业最新发展动向 229

第二十节 TCL集团股份有限公司 230

一、企业发展概况 230

二、企业经营分析 230

三、企业产品结构 231

四、企业网络分布 231

五、企业技术优势 231

六、企业经营策略 231

七、企业发展动态 232

第二十一节 北京亚都环保科技有限公司 232

一、企业发展概况分析 232

二、企业产品结构分析 233

三、企业技术水平分析 233

四、企业品牌及消费群分析 233

五、企业运营能力分析 234

六、企业销售渠道与网络 234

七、企业竞争优势分析 235

八、企业最新发展动向 236

第二十二节 江苏保丽洁环境科技股份有限公司 237

一、企业发展概况 237

二、企业经营分析 237

三、企业产品结构 237

四、企业网络分布 239

五、企业技术优势 240

六、企业经营策略 240

七、企业发展动态 241

第二十三节 富士通将军(上海)有限公司 241

一、企业发展概况 241

二、企业产品结构 241

三、企业技术优势 241

四、企业基本方针 242

五、企业发展动态 242

第二十四节 北京小米科技有限责任公司 242

一、企业发展概况 242

二、企业经营分析 243

三、企业产品结构 243

四、企业网络分布 244

五、企业技术优势 255

六、企业经营策略 256

七、企业发展动态 258

第二十五节 北京力天新园科技发展有限公司 259

一、企业发展概况 259

二、企业产品结构 259

三、企业网络分布 259

四、企业合作伙伴分析 260

五、企业经营策略 260

六、企业发展动态 260

第二十六节 海信集团有限公司 260

一、企业发展概况 260

二、企业经营分析 261

三、企业产品结构 261

四、企业网络分布 261

五、企业技术优势 268

六、企业主要市场分析 268

七、企业经营策略 268

八、企业发展动态 269

第二十七节 北京净美仕环境科技有限公司 270

一、企业发展概况 270

二、企业产品结构 270

三、企业网络分布 271

四、企业技术优势 271

五、企业经营策略 271

六、企业发展动态 271

第二十八节 深圳市玖木科技发展有限公司 272

一、企业发展概况 272

二、企业产品结构 272

三、企业技术优势 273

四、企业经营策略 273

第二十九节 珠海格力电器股份有限公司 274

一、企业发展概况分析 274

二、企业产品结构分析 275

三、企业技术水平分析 275

四、企业品牌及消费群分析 276

五、企业运营能力分析 276

六、企业销售渠道与网络 278

七、企业竞争优势分析 278

八、企业最新发展动向 282

第三十节 伊莱克斯(中国)电器有限公司 282

一、企业发展概况 282

二、企业经营分析 282

三、企业产品结构 282

四、企业网络分布 283

五、企业营销变革 283

六、企业营销策略 286

七、企业发展动态 288

第十五章 中国“十四五”规划前期重大课题研究分析 291

第一节 “十四五”宏观经济形势研究 291

一、“十四五”国际环境变化及对我国经济影响 291

二、“十四五”中国经济转型升级动力机制研究 292

三、“十四五”经济结构调整的方向和战略举措 298

四、“十四五”创新驱动战略与创新型国家建设 314

五、“十四五”完善金融市场体系和风险防范研究 319

第二节 “十四五”产业发展形势研究 324

一、“十四五”工业结构升级与布局优化研究 324

二、“十四五”现代农业发展与粮食安全战略 325

三、“十四五”住房保障体系与房地产发展研究 329

四、“十四五”促进服务业发展重点机制研究 335

五、“十四五”战略性新兴产业发展战略研究 340

第三节 “十四五” 生态文明与环境研究 341

- 一、“十四五” 生态文明建设及制度研究 341
- 二、“十四五” 环境治理及模式创新研究 343
- 三、“十四五” 低碳经济绿色低碳发展研究 347
- 四、“十四五” 大气污染治理战略研究 350

第四节 “十四五” 社会环境发展研究 351

- 一、“十四五” 人口发展战略政策研究 351
- 二、“十四五” 扩大消费需求增长研究 354
- 三、“十四五” 健康保障发展问题研究 355
- 四、“十四五” 公共服务和民生保障研究 357

第五部分 发展前景展望

第十六章 2026-2031年空气净化器行业前景及趋势预测 359

第一节 2026-2031年空气净化器市场发展前景 359

- 一、2026-2031年空气净化器市场发展潜力 359
- 二、2026-2031年空气净化器市场发展前景展望 360
- 三、2026-2031年空气净化器细分行业发展前景分析 361
 - 1、家用空气净化器行业前景广阔 361
 - 2、商用空气净化器行业发展前景分析 361
 - 3、工业空气净化器市场普及率提高 361
 - 4、楼宇空气净化器成为楼宇开发的新趋势 362

第二节 2026-2031年空气净化器市场发展趋势预测 362

- 一、2026-2031年空气净化器行业发展趋势 362

1、技术发展趋势分析	362
2、产品发展趋势分析	364
二、2026-2031年空气净化器市场规模预测	365
1、空气净化器行业市场容量预测	365
2、空气净化器行业销售额预测	366
三、2026-2031年空气净化器行业应用趋势预测	366
第三节 2026-2031年中国空气净化器行业供需预测	367
一、2026-2031年中国空气净化器行业供给预测	367
二、2026-2031年中国空气净化器行业产量预测	367
三、2026-2031年中国空气净化器市场销量预测	368
四、2026-2031年中国空气净化器行业需求预测	368
五、2026-2031年中国空气净化器行业供需平衡预测	368
六、2026-2031年中国空气净化器行业产品功能预测	368
第十七章 2026-2031年空气净化器行业投资价值评估分析	370
第一节 空气净化器行业投资特性分析	370
一、空气净化器行业进入壁垒分析	370
二、空气净化器行业盈利因素分析	371
三、空气净化器行业盈利模式分析	372
第二节 2026-2031年空气净化器行业发展的影响因素	372
一、有利因素	372
二、不利因素	373
第三节 2026-2031年空气净化器行业投资价值评估分析	374

一、行业资金渠道分析 374

1、大量使用商业信用方式融资 374

2、积极进行上市融资 374

3、积极进行兼并收购 375

二、固定资产投资分析 375

三、兼并重组情况分析 375

四、空气净化器行业投资现状分析 376

第十八章 2026-2031年空气净化器行业投资机会与风险防范 377

第一节 2026-2031年空气净化器行业投资机会 377

一、产业链投资机会 377

二、细分市场投资机会 377

三、重点区域投资机会 378

四、空气净化器行业投资机遇 379

第二节 2026-2031年空气净化器行业投资风险及防范 380

一、政策风险及防范 380

二、技术风险及防范 382

三、供求风险及防范 384

四、宏观经济波动风险及防范 384

五、原材料供给风险及防范 384

六、产品结构风险及防范 384

七、其他风险及防范 384

第十九章 研究结论及发展建议 391

第一节 空气净化器行业研究结论及建议 391

第二节 空气净化器子行业研究结论及建议 391

第三节 中道泰和空气净化器行业发展建议 392

一、行业发展策略建议 392

二、行业投资方向建议 393

三、行业投资方式建议 394

图表目录

图表：2021-2026年中国GDP及增长率统计 48

图表：2021-2026年国内生产总值统计 48

图表：1工业经济增长情况 49

图表：2021-2026年中国全社会固定资产投资 49

图表：1份全社会固定资产投资分析 50

图表：2021-2026年末人口数及其构成 53

图表：2021-2026年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数 53

图表：2021-2026年研究与实验发展经费支出 54

图表：2021-2026年专利申请受理、授权和有效专利情况 55

图表：2021-2026年卫生技术人员人数 56

图表：专利产品结构示意图 65

图表：2021-2026年中国空气净化器行业市场规模 84

图表：2021-2026年中国空气净化器行业品牌数量 85

图表：2021-2026年中国空气净化器行业企业数量 86

图表：2021-2026年中国空气净化器国内外品牌销售量份额 88

图表：2021-2026年中国空气净化器国内外品牌销量额份额 89

图表：中国空气净化器行业产品关注比例(按产品价格统计) 90

图表：2021-2026年中国空气净化器行业产品市场均价 91

图表：2026-2031年中国空气净化器行业产品市场均价预测 92

图表：2021-2026年中国空气净化器行业产品产销率 93

图表：2021-2026年中国空气净化器产量统计 94

图表：2021-2026年中国空气净化器销量统计 94

图表：2021-2026年中国空气净化器销售收入 95

图表：2021-2026年中国空气净化器利润总额 95

图表：我国空气净化器行业成本费用利润率 96

图表：我国空气净化器行业亏损面 96

图表：我国空气净化器行业应收账款周转率 96

图表：我国空气净化器行业总资产周转率 96

图表：我国空气净化器行业流动资产周转率 96

图表：中国空气净化器资产负债比率分析 97

图表：中国空气净化器利息保障倍数分析 97

图表：我国空气净化器行业总资产增长率 97

图表：我国空气净化器行业主营业务收入增长率 97

图表：2021-2026年中国空气净化器行业产品产量统计 100

图表：2026-2031年中国空气净化器行业产品销量预测 101

图表：中国空气净化器行业区域分布比例 102

图表：2021-2026年中国车载空气净化器行业销量 104

图表：空气净化器产业链示意图 108

图表：2021-2026年中国综合塑料价格指数 113

图表：Q1华强北电子元器件价格指数 115

图表：2021-2026年中国空气净化器线上销量额 116

图表：中国空气净化器行业主要品牌销售结构 124

图表：2021-2026年中国家用空气净化器市场规模统计 125

图表：2021-2026年中国车载空气净化器行业市场规模 127

图表：2021-2026年中国车载空气净化器行业产量 128

图表：2021-2026年中国车载空气净化器行业销量 129

图表：2026-2031年中国车载空气净化器行业销量预测 130

图表：2021-2026年中国工业空气净化器市场规模统计 131

图表：2021-2026年中国楼宇空气净化器市场规模统计 132

图表：中国空气净化器行业消费者年龄分布 145

图表：2021-2026年郑州市空气质量状况 152

图表：空气净化器行业不同规模企业数量占比分析 166

图表：空气净化器行业不同所有制企业数量占比分析 167

图表：2021-2026年中国空气净化器品牌占比 168

图表：2021-2026年中国空气净化器TOP10企业市场占比(按销售关注度统计) 169

图表：2021-2026年中国空气净化器行业单品关注率 170

图表：空气净化器行业各区域市场份额占比分析 171

图表：中国空气净化器行业子行业比例 172

图表：夏普商贸(中国)有限公司产品结构 180

图表：大金集团全球战略 189

图表：大金(中国)投资有限公司产品体系 189

图表：大金(中国)投资有限公司营销网点分布 191

图表：美的集团股份有限公司经营情况 193

图表：霍尼韦尔(中国)有限公司营销网点分布 211

图表：国内空气净化类产品与奥得奥空气净化器类产品的比较表 216

图表：艾美特电器(深圳)有限公司小家电类产品 219

图表：艾美特电器(深圳)有限公司营销网点分布 221

图表：欧乐经典(北京)科技有限公司销售点 226

图表：2021-2026年青岛海尔股份有限公司主营业务分析 229

图表：2021-2026年青岛海尔股份有限公司成长能力指标 230

图表：2021-2026年青岛海尔股份有限公司盈利能力指标 231

图表：2021-2026年青岛海尔股份有限公司运营能力指标 231

图表：2021-2026年青岛海尔股份有限公司偿债能力指标 232

图表：TCL集团股份有限公司经营情况 250

图表：北京力天新园科技发展有限公司合作伙伴 280

图表：海信集团有限公司全球布局 288

图表：2021-2026年珠海格力电器股份有限公司主营业务分析 295

图表：2021-2026年珠海格力电器股份有限公司资产负债情况分析 296

图表：2021-2026年珠海格力电器股份有限公司成长能力指标 297

图表：2021-2026年珠海格力电器股份有限公司盈利能力指标 297

图表：2021-2026年珠海格力电器股份有限公司运营能力指标 297

图表：2021-2026年珠海格力电器股份有限公司偿债能力指标 298

图表：2026-2031年中国空气净化器行业市场规模预测 385

图表：2026-2031年中国空气净化器行业销售收入预测 386

图表：2026-2031年中国空气净化器行业产量预测 387

图表：2026-2031年中国空气净化器销量预测 388

图表：不同空气净化器品牌的不同地区分析 399

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：64837

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170406/64837.shtml>

在线订购：[点击这里](#)