

2024-2029年中国空气净化器行业市场深度分析及发展趋势研究咨询预测报告

报告简介

随着我国经济的快速发展，城市的空气质量也日益恶化，尤其是北京、上海等一线城市。空气净化器成为最受关注的家电产品，空气净化器市场的需求激增。预测到2018年销量增至634.6万台左右。目前，我国空气净化器行业处于初级发展阶段，产品外销为主。全球各大公司结合亚洲市场需求流通的特点，加大在我国及周边地区生产的比例。同时，我国空气净化器企业以及家电企业相继推出的净化器新品，也成为行业中的主要力量。我国空气净化器家庭拥有率不到1%。与美国、日本等发达国家27%和17%的占有率存在较大差距。市场的巨大空间和潜力吸引了众多厂商纷纷涉足这一领域。

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、国家能源局、国家发改委、中国商业部、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，对我国空气净化器行业及各相关行业的发展状况、市场供需形势、发展趋势等进行了分析，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。报告还对空气净化器行业进行了趋向研判，是空气净化器行业等单位准确了解目前空气净化器发展动态，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 空气净化器相关基础概述

第一节 空气净化器的结构及工作原理

一、空气净化器结构

二、空气净化器的工作原理

第二节 空气净化器的分类

一、按净化需求分类

二、按应用领域分类

三、按净化方式分类

四、负离子香薰空气净化器

第三节 空气净化器产业链分析

一、行业经济特性

二、主要细分行业

三、产业链结构分析

第四节 空气净化器主要技术介绍

一、静电除尘灭菌技术

二、低温非对称等离子体空气净化技术

三、HEPA过滤技术

四、离子风技术

五、负离子

六、分子络合技术

第五节 空气净化器的选购及保养

第二章 2019-2023年中国空气净化器行业发展环境分析

第一节 宏观经济环境分析

一、国际宏观经济运行分析

二、国内宏观经济运行分析

三、宏观经济对产业影响分析

四、2024-2029年宏观经济发展预测分析

第二节 空气净化器行业政策环境分析

一、空气净化器行业的管理体制

1、行政主管部门

2、行政监管体制

二、空气净化器行业主要政策内容

三、产业政策风险

四、政策环境对行业的影响分析

第三节 空气净化器行业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

七、社会环境对行业的影响分析

1、广泛性

2、深刻性

第三章 2019-2023年世界空气净化器行业整体运营状况分析

第一节 2019-2023年世界空气净化器行业发展分析

第二节 2019-2023年世界空气净化器行业市场发展格局

一、世界空气净化器市场特征分析

二、世界空气净化器技术发展现状分析

三、世界空气净化器行业发展动态分析

第三节 2019-2023年世界主要国家及地区空气净化器行业运行态势剖析

一、美国

二、欧洲

三、日韩

第四节 2024-2029年世界空气净化器行业发展趋势分析

第四章 2019-2023年中国空气净化器行业市场运行态势剖析

第一节 2019-2023年中国空气净化器行业发展动态分析

一、三星空气净化器获“中国家电研究院”好产品称号

二、奥丽思进军净水器空气净化器内销市场

三、广交会格力空气净化器成明星展品

四、伊莱克斯为中国空气净化器市场带来欧洲风

五、TCL推出空气净化器新品

六、松下增设马达工厂抢食空气净化器蛋糕

第二节 2019-2023年中国空气净化器市场发展现状分析

一、中国空气净化器市场供需现状分析

二、中国空气净化器市场价格现状及走势分析

三、中国空气净化器市场品牌渗透度分析

第三节 2019-2023年中国空气净化器行业发展问题分析

一、中国空气净化器行业发展问题

二、空气净化器进入品牌竞争时代

三、空气净化机如何从边缘走向流行

第四节 我国空气净化器行业发展现状

一、空气净化器行业品牌发展现状

二、空气净化器行业发展现状分析

三、空气净化器市场消费层次分析

四、我国空气净化器市场走向分析

第五节 对中国空气净化器市场的分析及思考

一、空气净化器市场特点

二、空气净化市场驱动因素

三、空气净化器争论焦点分析

四、对空气净化器行业的思考和探讨

五、对中国空气净化器品牌发展的思考

第六节 空气净化器营销渠道分析

一、批发渠道

- 1、渠道结构与特征
- 2、渠道发展应用现状
- 3、渠道销售规模与占有率

二、零售(直营)渠道

- 1、渠道结构与特征
- 2、渠道发展应用现状
- 3、渠道销售规模与占有率

三、电商渠道

- 1、渠道结构与特征
- 2、渠道发展应用现状
- 3、渠道销售规模与占有率

四、渠道问题与选择建议

- 1、渠道问题及选择对策
- 2、渠道结构发展趋势

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

第一节 2019-2023年空气净化器行业发展现状

一、2019-2023年我国空气净化器行业市场规模

- 1、我国空气净化器行业产值规模分析
- 2、我国空气净化器行业营收规模分析
- 3、我国空气净化器行业投资规模分析

二、2019-2023年我国空气净化器行业发展分析

三、2019-2023年中国空气净化器企业发展分析

第二节 室内空气污染源分析

一、建筑本身造成的污染

二、室内装饰装修材料和过程带来的污染

三、家具和家电带来的污染

第三节 2019-2023年空气净化器重点需求市场分析

一、高档医院、病房，尤其是传染病医院

二、高级疗养院

三、高档写字楼、办公室

四、经过装修的室内

第四节 2019-2023年中国空气净化器重点省市市场分析

一、北京空气净化器市场现状分析

二、上海空气净化器市场动态解析

三、西安空气净化器市场概况分析

第五节 2019-2023年中国农村市场空气净化器市场分析

一、农村空气空气净化器市场现状

二、农场家电渠道经营新模式

第六章 2019-2023年中国离心机；液体或气体的过滤、净化机器及装置进出口数据监测

第一节 2019-2023年中国离心机;液体或气体的过滤、净化机器及装置进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节 2019-2023年中国离心机;液体或气体的过滤、净化机器及装置出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第七章 中国空气净化器行业消费者调查

第一节 空气净化器消费群体偏好调查

一、不同性别分析

二、不同年龄消费者偏好调查

三、使用情况

四、影响购买因素

五、购买途径

六、价格集中度

七、不同收入者分析

第二节 空气净化器的品牌市场调查

一、消费者对空气净化器品牌认知度宏观调查

二、消费者对空气净化器的品牌偏好调查

三、消费者对空气净化器品牌的首要认知渠道

四、空气净化器品牌忠诚度调查

第三节 空气净化器调研分析

一、促成消费者购买要素分析

二、消费者对家电产品的购买地点分析

三、品质调查品牌排名分析

第八章 2019-2023年中国家用空气调节器制造行业主要数据监测分析

第一节 2019-2023年中国家用空气调节器制造行业规模分析

一、中国家用空气调节器制造行业企业数量增长分析

二、中国家用空气调节器制造行业从业人数增长分析

三、中国家用空气调节器制造行业资产规模增长分析

第二节 2019-2023年中国家用空气调节器制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、销售收入结构分析

第三节 2019-2023年中国家用空气调节器制造行业产值分析

- 一、中国家用空气调节器制造行业产成品增长分析
- 二、中国家用空气调节器制造行业工业销售产值分析
- 三、中国家用空气调节器制造行业出口交货值分析

第四节 2019-2023年中国家用空气调节器制造行业成本费用分析

- 一、中国家用空气调节器制造行业销售成本分析
- 二、中国家用空气调节器制造行业费用分析

第五节 2019-2023年中国家用空气调节器制造行业盈利能力分析

- 一、中国家用空气调节器制造行业负债分析
- 二、中国家用空气调节器制造行业盈利分析

第九章 我国空气净化器行业产业结构分析

第一节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

- 一、产业价值链的构成
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第二节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整指导政策分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国空气净化器行业参与国际竞争的战略市场定位
- 四、产业结构调整方向分析

第三节 空气净化器行业产业链分析

- 一、产业链结构分析
- 二、主要环节的增值空间
- 三、与上下游行业之间的关联性

第四节 空气净化器上游行业分析

一、空气净化器产品成本构成

二、上游行业发展现状

三、2024-2029年上游行业发展趋势

四、上游供给对空气净化器行业的影响

第五节 空气净化器下游分析

一、空气净化器下游分布

二、下游重点区域分析

三、2024-2029年下游发展趋势

四、下游需求对空气净化器行业的影响

第三部分 竞争格局分析

第十章 2024-2029年空气净化器行业竞争形势及策略

第一节 空气净化器的竞争结构分析

一、空气净化器的进入威胁和进入壁垒

二、替代威胁及“业态”的多样化

第二节 行业总体市场竞争状况分析

一、空气净化器行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、空气净化器行业企业间竞争格局分析

三、空气净化器行业集中度分析

四、空气净化器行业SWOT分析

第三节 中国空气净化器行业竞争格局综述

一、空气净化器行业竞争概况

二、中国空气净化器行业竞争力分析

三、中国空气净化器竞争力优势分析

四、空气净化器行业主要企业竞争力分析

第四节 空气净化器行业竞争格局分析

一、国内外空气净化器竞争分析

二、我国空气净化器市场竞争分析

三、我国空气净化器市场集中度分析

四、国内主要空气净化器企业动向

第五节 空气净化器市场竞争格局总结

一、空气净化器具有较强竞争力

二、空气净化器竞争战略模式的探析

三、空气净化器实行差异化竞争

四、提高空气净化器企业竞争力的有力措施

六、提高空气净化器企业竞争力的几点建议

七、空气净化器提高核心竞争力的建议

第六节 空气净化器市场竞争策略分析

一、2019-2023年空气净化器行业增长潜力分析

二、2019-2023年空气净化器行业主要潜力品种分析

三、现有空气净化器产品竞争策略分析

四、潜力空气净化器品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第十一章 空气净化器行业相关企业经营形势分析

第一节 亚都YADU

一、产品特性

二、2019-2023年市场销售情况

三、品牌竞争力分析

四、市场营销战略分析

第二节 松下Panasonic

一、产品特性

二、2019-2023年市场销售情况

三、品牌竞争力分析

四、市场营销战略分析

第三节 飞利浦PHILIPS

一、产品特性

二、2019-2023年市场销售情况

三、品牌竞争力分析

四、市场营销战略分析

第四节 夏普SHARP

一、产品特性

二、2019-2023年市场销售情况

三、品牌竞争力分析

四、市场营销战略分析

第五节 Blueair瑞宝-布鲁雅尔

一、产品特性

二、2019-2023年市场销售情况

三、品牌竞争力分析

四、市场营销战略分析

第六节 三洋SANYO

一、产品特性

二、2019-2023年市场销售情况

三、品牌竞争力分析

四、市场营销战略分析

第七节 远大

一、产品特性

二、2019-2023年市场销售情况

三、品牌竞争力分析

四、市场营销战略分析

第八节 美的Midea

一、产品特性

二、2019-2023年市场销售情况

三、品牌竞争力分析

四、市场营销战略分析

第九节 三洋SANYO

一、产品特性

二、2019-2023年市场销售情况

三、品牌竞争力分析

四、市场营销战略分析

第十节 万利达Malata

一、产品特性

二、2019-2023年市场销售情况

三、品牌竞争力分析

四、市场营销战略分析

第十一节 日立HITACHI

一、产品特性

二、2019-2023年市场销售情况

三、品牌竞争力分析

四、市场营销战略分析

第十二节 安利Amway

一、产品特性

二、2019-2023年市场销售情况

三、品牌竞争力分析

四、市场营销战略分析

第五部分 发展前景展望

第十二章 2024-2029年空气净化器行业前景及趋势预测

第一节 2024-2029年空气净化器市场发展前景

一、2024-2029年空气净化器市场发展潜力

二、2024-2029年空气净化器市场发展前景展望

三、2024-2029年空气净化器细分行业发展前景分析

第二节 2024-2029年空气净化器行业主要指标定量预测

四、进口市场预测

五、出口市场预测

第三节 2024-2029年空气净化器市场发展趋势预测

一、2024-2029年空气净化器行业发展趋势

二、2024-2029年空气净化器售市场规模预测

三、2024-2029年空气净化器行业需求规模预测

四、2024-2029年细分市场发展趋势预测

第四节 2024-2029年中国空气净化器行业供需预测

一、2024-2029年供给预测

二、2024-2029年下游需求预测

三、2024-2029年整体供需格局预测

四、2024-2029年中国空气净化器投资规模预测

五、2024-2029年中国空气净化器行业供需平衡预测

第五节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

六、影响企业融资渠道的关键因素

第十三章 2024-2029年空气净化器行业面临的困境及对策

第一节 2019-2023年中国空气净化器行业投资周期分析

一、经济周期

二、增长性与波动性

三、成熟度分析

第二节 2019-2023年中国空气净化器行业投资机会分析

一、投资吸引力分析

二、投资潜力分析

第三节 2024-2029年中国空气净化器行业投资风险预警

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、金融风险及防范

四、贸易风险及防范

五、财务分析及防范

第六部分 发展战略研究

第十四章 空气净化器行业发展战略研究

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、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国空气净化器品牌的战略思考

一、空气净化器品牌的重要性

二、空气净化器实施品牌战略的意义

三、空气净化器企业品牌的现状分析

四、我国空气净化器企业的品牌战略

五、空气净化器品牌战略管理的策略

六、国内外空气净化器品牌对比及策略建议

第三节 空气净化器经营策略分析

一、空气净化器市场细分策略

二、空气净化器市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、空气净化器新产品差异化战略

第四节 空气净化器行业投资战略研究

一、2024-2029年空气净化器行业投资战略

二、2024-2029年细分行业投资战略

第十五章 研究结论及发展建议

第一节 空气净化器行业研究结论及建议

第二节 空气净化器子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和空气净化器行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：空气净化器工作原理

图表：2019-2023年美国空气净化器市场规模

图表：2019-2023年欧洲空气净化器市场规模

图表：2019-2023年日本空气净化器市场规模

图表：2019-2023年韩国空气净化器市场规模

图表：2019-2023年我国空气净化器的销量

图表：2019-2023年我国空气净化器零售额

图表：2019-2023年我国家用空气调节制造企业数量

图表：2019-2023年我国家用空气调节制造行业从业人员数量

图表：2019-2023年我国家用空气调节制造行业资产规模

- 图表：2019-2023年中国空气净化器行业市场规模
- 图表：2019-2023年空气净化器行业重要数据指标比较
- 图表：2019-2023年中国空气净化器市场占全球份额比较
- 图表：2019-2023年中国空气净化器区域分布
- 图表：2019-2023年我国空气净化器行业投资规模分析
- 图表：2019-2023年我国空气净化器行业进口规模分析
- 图表：2019-2023年我国空气净化器行业出口规模分析
- 图表：2019-2023年我国空气净化器行业进口结构分析
- 图表：2019-2023年我国空气净化器行业出口结构分析
- 图表：2019-2023年我国空气净化器行业进口需求分析
- 图表：2019-2023年我国空气净化器行业出口需求分析
- 图表：2019-2023年我国空气净化器行业进口需求结构分析
- 图表：不同性别消费者比例分析
- 图表：不同年龄消费者比例分析
- 图表：使用情况比例分析
- 图表：对产品了解情况分析
- 图表：受访者对产品的重视程度
- 图表：消费者选择影响因素分析
- 图表：设计风格选择比例分析
- 图表：购买途径分析
- 图表：消费者价格选择分析
- 图表：低收入者影响因素分析
- 图表：中等收入者影响因素分析
- 图表：高收入者影响因素分析

图表：空气净化器市场品牌阶级占有率

图表：各品牌受关注度

图表：市场品牌认识渠道分析

图表：市场品牌忠诚度分析

图表：2024-2029年空气净化器行业进口规模预测

图表：2024-2029年空气净化器行业出口规模预测

图表：2024-2029年中国空气净化器行业市场规模预测

图表：2024-2029年中国空气净化器投资规模预测

图表：2024-2029年中国空气净化器投资规模预测

图表：2024-2029年中国空气净化器供给预测

图表：2024-2029年中国空气净化器下游需求预测

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20171205/95943.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)