

2026-2031年中国空气净化器行业全景调研与发展战略研究咨询报告

报告简介

产业现状

中国空气净化器萌芽于上个世纪90年代，当时2-

3家进口品牌在国内销售，发展到2000年初，中国空气净化器进入启动阶段，以空气净化器为主的国内厂商开始生产；经过近20年的发展，国内品牌逐渐被接受，并于近几年，空气净化器行业发展迅速。虽然目前空气净化器行业发展很快，但是从普及率来看，空气净化器在美国家庭的普及率达27%，在日本为17%，在中国为1%左右。可见，中国空气净化器的市场还有相当大的发展空间。另一方面，国家对室内环境相关知识大力普及，对环境质量加强控制，并出台一系列措施，使环保产业快速发展，也使室内污染产业链(室内污染检测、治理、空气净化器、新风系统等)飞速发展。优质的空气关乎生活质量与身体健康，随着人们健康环保意识增强，人们对空气净化器的产品品质与服务也要求越来越高，更加便捷高效的、更符合人们日常生活需要的、新型理念的空气净化器成为人们更加需要的产品。

市场容量

空气净化器进入与退出品牌数基本持平，说明市场洗牌进入动态平衡。从产品层面来看，净化器在除尘方面继续追求大洁净量，而除甲醛层面受制于技术，目前洁净量相对较低，线上除甲醛CADR值变化相对较小，专用机型推出不足。而线下市场500

CADR值以上市场增长明显。除此之外智能渗透率继续提高，且线上市场智能渗透率更高。

空气净化功能正成为空调新品的标配，新风产品也进入越来越多的家庭，使得本就处于阵痛期的空气净化器行业“四面楚歌”。即使如此，不少还奋斗在行业中的企业仍然看好空气净化器市场的发展前景，并都在努力探索新的需求点，寻找转型破局之路。就目前形势来看，除甲醛等细分领域，正在成为行业转型的着力点。在空气质量好转的背景下，消费者对空气净化器的需求正在发生变化。因此，许多企业从产品技术升级方向到宣传策略方面都有所调整。“除甲醛”已成为当前各企业集中发力的重点，具有

除甲醛功能的空气净化器产品销售比例逐年提升。中国空气净化器市场普及率尚不足1%，行业具有较大的发展空间。与此同时，消费者对中高端空气净化器产品的关注度已大幅超过低端产品，消费观念也正在从恐惧消费逐渐升级为理性消费。

竞争形势

从空气净化器市场的角度来看，空气净化器产品日趋同质化，无法满足消费者的“差异化”需求。如何打破惯性思维，从竞争白热化的空净市场中脱颖而出，同时避免行业进入瓶颈期，成为空气净化器厂家的发展难题。飞利浦、松下、夏普等国外老牌巨头在空气净化器方面进入较早，在中国空气净化器市场发展的初期占有较大优势。目前随着国内空气净化器市场兴起，国产品牌的市场份额逐渐提升，且持续增长，但与国外品牌相比仍存在一定差距。随着行业的快速发展，生产空气净化器的企业越来越多，如今在品牌关注榜单中有了更多国产品牌的身影。新国标发行后，国产产品的产品力有了飞速的增长，甚至有超越外来品牌的架势。

前景预测

空气净化器市场目前尚摆脱不了“靠天吃饭”的现状，天气转好则市场关注度下降，产品销量下降明显。未来随着“以气代煤”、“以电代煤”等相关政策推进实施，“雾霾天”或将更少，空气净化器行业亟待开发新的增长点来改善行业现状。但同时，随着中国各项环保政策的出台，各类污染物排放指标变得更加严格，空气污染恶化情况得到有效控制。未来空气净化器的主要市场将向室内空气污染转变，主要针对装修污染等室内空气问题。此外，不同应用场景的细分产品也将是空气净化器企业发展的新方向，如：车载空气净化器、防雾霾口罩等。到2025年空气净化器市场零售量将达到1540.4万台。

发展趋势

未来空气净化行业发展呈现以下趋势。政策逐步出台，行业日趋规范，标准持续细化的趋势，有效的规范了市场的稳定发展。随着标准的出台，势必会在行业内持续洗牌，优胜劣汰。消费升级，消费者对于生活家电的要求也在提高。消费者则更多关注设计和智能化等易用性特点，选购更加理性。空气净化器

等生活电器，实际上是非常注重线下体验的品类，尤其高端品牌或者专业品牌，更是注重线下体验与售后服务。虽然现在线上市场发展速度迅猛，但最终预期会形成线下体验与线上营销的结合与互补之势。随着空净行业由快速爆发式增长阶段，进入稳健增长期，行业乱象逐渐减少，消费者认知逐渐升级，专业品牌优势会逐渐凸显。

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、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，对中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、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中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

【全球经济形势复杂的背景下，国际空气净化器市场增长怎样?主要国家地区发展如何?空气净化器pest模型分析结果如何?经济特性如何?】

第一章 空气净化器行业发展综述

第一节 空气净化器行业定义及分类

一、空气净化器行业定义

二、空气净化器选购指标

1、过滤式净化方式

2、cadr值

3、hepa滤网

4、噪音

三、空气净化器的市场定位

四、空气净化器功能及分类

第二节 空气净化器行业发展背景及意义

一、空气净化器行业发展背景

二、空气净化器行业发展意义

第二章 空气净化器行业市场环境及影响分析（pest）

第一节 空气净化器行业政治法律环境(p)

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

1、《第三方治理的意见》

2、《中华人民共和国环境保护法》

3、行业主要政策动向

三、空气净化器行业标准

1、《空气净化器》

2、《空气净化器用静电式除尘过滤器》

3、1760t-qb《空气净化器用滤网式集尘过滤器》

4、《空气净化器新国标》

四、行业相关发展规划

1、《中国家电工业“十四五”发展指导意见》

2、《中国制造规划》

3、家电节能补贴政策

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析(e)

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析(s)

一、空气净化器产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、空气净化器产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析(t)

一、空气净化器技术分析

二、空气净化器主要技术发展现状

1、滤网技术发展水平分析

2、集成技术发展水平分析

3、聚解技术发展水平分析

三、空气净化器技术专利分析

1、2021-2026年申请专利数量

2、空气净化技术专利申请人分析

3、空气净化技术热门专利技术分析

四、行业主要技术发展趋势

五、技术环境对行业的影响

第三章 国际空气净化器行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球空气净化器市场总体情况分析

一、全球空气净化器行业的发展概况及特点

二、全球空气净化器产品市场结构

三、全球空气净化器行业竞争格局

四、全球空气净化器市场区域分布

第二节 全球主要国家(地区)市场分析

一、欧洲

1、欧洲空气净化器行业发展概况

2、欧洲空气净化器市场结构及产销情况

3、欧洲空气净化器主要国家产品技术分析

二、美国

1、美国空气净化器行业发展概况

2、美国空气净化器市场结构及产销情况

3、美国空气净化器行业发展前景

三、日本

1、日本空气净化器行业发展概况

2、日本空气净化器市场结构及产销情况

3、日本空气净化器主要品牌分析

四、韩国

1、韩国空气净化器行业发展概况

2、韩国空气净化器市场结构及产销情况

3、韩国空气净化器行业发展趋势

五、其他国家地区

第四章 中国空气净化器行业的国际比较分析

第一节 中国空气净化器行业的国际比较分析

一、中国空气净化器行业竞争力指标分析

1、品牌竞争力比较

2、产品竞争力比较

3、技术竞争力比较

二、空气净化器行业国际竞争力比较

1、生产要素

2、需求条件

3、支援与相关产业

4、企业战略、结构与竞争状态

5、政府的作用

第二节 全球空气净化器行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、重点需求客户

四、市场前景展望

第三节 全球空气净化器行业市场供给分析

一、生产规模现状

二、市场价格走势

三、重点厂商分布

第二部分 行业深度分析

【空气净化器行业整体运行情况怎样?行业各项经济指标运行如何(产值、市场规模.....)?空气净化器市场供需形势怎样?未来需求形势如何?】

第五章 中国空气净化器行业运行现状分析

第一节 中国空气净化器行业发展状况分析

- 一、中国空气净化器行业发展概况
- 二、中国空气净化器行业发展特点分析
- 三、中国空气净化器行业发展存在的问题
- 四、中国空气净化器行业发展面临的挑战
- 五、中国空气净化器行业商业模式分析

第二节 空气净化器行业发展现状分析

- 一、中国空气净化器行业市场规模
- 二、中国空气净化器行业发展分析
 - 1、中国空气净化器行业品牌数量分析
 - 2、中国空气净化器市场普及率分析
 - 3、中国空气净化器行业竞争激烈程度分析
- 三、中国空气净化器企业规模分析

第三节 空气净化器市场情况分析

- 一、中国空气净化器市场总体概况
 - 1、中国空气净化器市场增速放缓
 - 2、中国空气净化器市场由外资主导
 - 3、中国空气净化器市场面临洗牌
- 二、中国空气净化器产品市场发展分析

1、产品市场发展现状分析

2、产品市场销售结构分析

3、产品市场特点分析

第四节 中国空气净化器市场价格走势分析

一、空气净化器市场定价机制组成

二、空气净化器市场价格影响因素

三、空气净化器产品价格走势分析

四、2026-2031年空气净化器产品价格走势预测

第五节 中国空气净化器行业运行指标分析

一、中国空气净化器行业产销分析

1、中国空气净化器产量及增长率分析

2、中国空气净化器销量及增长率分析

3、中国空气净化器行业销售额分析

4、中国空气净化器行业利润总额

二、中国空气净化器行业财务指标分析

1、行业盈利能力分析

2、行业营运能力分析

3、行业偿债能力分析

4、行业成长能力分析

第六章 2021-2026年中国空气净化器市场供需形势分析

第一节 空气净化器行业生产分析

一、产品及原材料进口、自有比例

二、国内产品及原材料生产基地分布

三、产品及原材料产业集群发展分析

四、原材料产能情况分析

第二节 中国空气净化器市场供需分析

一、中国空气净化器行业供给情况

1、中国空气净化器行业供给分析

2、中国空气净化器行业产品产量分析

3、重点企业产能及占有份额

二、中国空气净化器行业需求情况

1、2026-2031年空气净化器行业需求量预测

2、空气净化器行业产品需求结构

3、空气净化器行业需求的地区差异

4、空气净化器产品功能需求预测

三、中国空气净化器行业供需平衡分析

第三节 中国空气净化器主要细分产品市场需求分析

一、车载型空气净化器市场需求分析

1、车载型空气净化器需求概况

2、车载型空气净化器需求规模预测

3、车载型空气净化器需功能需求预测

二、大中型空气净化器市场需求分析

1、大中型空气净化器需求概况

2、大中型空气净化器需求规模预测

3、大中型空气净化器功能需求预测

三、中央空调系统型空气净化器市场需求分析

1、中央空调系统型空气净化器需求概况

2、中央空调系统型空气净化器需求规模预测

3、中央空调系统型空气净化器功能需求预测

第七章 空气净化器行业进出口分析

第一节 空气净化器行业进出口市场分析

一、空气净化器行业进出口综述

1、中国空气净化器进出口的特点分析

2、中国空气净化器进出口地区分布状况

3、中国空气净化器进出口的贸易方式及经营企业分析

4、中国空气净化器进出口政策与国际化经营

二、空气净化器行业进口市场分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口总额分析

3、行业进口产品结构

三、空气净化器行业出口市场分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口总额分析

3、行业出口产品结构

第二节 中国空气净化器出口面临的挑战及对策

一、中国空气净化器出口面临的挑战

二、中国空气净化器进口压力

三、中国空气净化器产品出口对策

四、空气净化器行业进出口前景及建议

第三部分 市场全景调研

【产业链发展情况如何?上下游产业发展前景趋势如何?细分产品发展情况如何?】

第八章 中国空气净化器行业产业结构分析

第一节 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、产业链竞争优势

第二节 空气净化器上游行业分析

一、钢材行业发展分析

1、钢材行业运行现状分析

2、钢材行业价格趋势分析

3、钢材行业对空气净化器行业的影响

二、铜行业发展分析

1、铜行业运行现状分析

2、铜行业价格趋势分析

3、铜行业对空气净化器行业的影响

三、塑料行业发展分析

1、塑料行业运行现状分析

2、塑料行业价格趋势分析

3、塑料行业对空气净化器行业的影响

四、电子元器件行业发展分析

1、电子元器件行业运行现状分析

2、电子元器件行业价格趋势分析

3、电子元器件行业对空气净化器行业的影响

第三节 空气净化器下游产业分析

一、下游产业发展现状分析

二、下游产业市场规模分析

三、下游产业发展前景分析

四、下游产业对行业的影响

第四节 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、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

第九章 中国空气净化器细分市场分析及预测

第一节 中国空气净化器行业细分市场结构分析

一、空气净化器行业市场结构现状分析

二、空气净化器行业细分结构特征分析

三、空气净化器行业细分市场发展概况

四、空气净化器行业市场结构变化趋势

第二节 家用空气净化器市场分析

一、家用空气净化器市场规模分析

二、家用空气净化器产销量分析

三、家用空气净化器市场需求分析

四、家用空气净化器市场发展前景

第三节 商用空气净化器市场分析

一、商用空气净化器市场规模分析

二、商用空气净化器产销量分析

三、商用空气净化器市场需求分析

四、商用空气净化器市场发展前景

第四节 工业空气净化器市场分析

一、工业空气净化器市场规模分析

二、工业空气净化器产销量分析

三、工业空气净化器市场需求分析

四、工业空气净化器市场发展前景

第五节 楼宇空气净化器市场分析

一、楼宇空气净化器市场规模分析

二、楼宇空气净化器产销量分析

三、楼宇空气净化器市场需求分析

四、楼宇空气净化器市场发展前景

第十章 中国空气净化器行业营销渠道及策略分析

第一节 空气净化器行业销售渠道分析

一、空气净化器线上营销渠道分析

1、线上销售额及销售量分析

2、线上销售产品特点分析

3、线上销售发展趋势分析

二、空气净化器线下营销渠道分析

1、线下销售额及销售量分析

2、线下销售产品特点分析

3、线下销售发展趋势分析

第二节 空气净化器行业营销策略分析

一、网络营销策略

二、绿色营销策略

三、整合营销策略

第三节 雾霾环境下空气净化器营销策略

一、国内空气净化器营销策略存在问题

1、国外品牌挤压国内品牌市场占有率

2、品牌专业性影响消费者购买行为

3、销售渠道比较单一

4、促销手段比较传统，消费者对净化器感知需求较低

二、国内空气净化器营销优化建议

1、塑造民族品牌形象，提升市场占有率

2、加强宣传国内品牌优势

3、融合多种渠道，打造立体化营销网络

4、采用多元化促销手段提升顾客满意度

第四节 “互联网+” 背景下空气净化器行业发展分析

一、中国 “互联网+” 空气净化器行业发展环境分析

- 1、中国电子商务发展状况分析
- 2、中国大数据产业发展状况分析
- 3、中国互联网产业发展状况分析

二、“互联网+” 空气净化器行业技术背景分析

- 1、云计算技术发展现状及未来趋势分析
- 2、物联网技术发展现状及未来趋势分析
- 3、通信技术的发展现状及未来趋势分析
- 4、互联网相关技术对行业的影响总结

三、中国 “互联网+” 空气净化器行业商业模式创新策略

- 1、关于商业模式研究的基本思想介绍
- 2、商业模式的定义及与其他模式的比较
- 3、商业模式的核心构成要素及构建流程

四、中国 “互联网+” 空气净化器行业市场定位创新分析

- 1、中国空气净化器行业消费者特征分析
- 2、中国空气净化器行业企业主流的市场定位分析
- 3、互联网对空气净化器行业市场定位的变革分析

五、中国 “互联网+” 空气净化器行业价值主张创新分析

- 1、中国空气净化器行业主要的客户价值主张要素分析
- 2、互联网+空气净化器行业价值主张创新策略分析
- 3、互联网+空气净化器行业电商渠道构建策略分析

六、中国互联网+空气净化器行业客户关系创新分析

七、中国互联网+空气净化器行业收入来源创新分析

八、中国互联网+空气净化器行业合作伙伴创新分析

九、中国互联网+空气净化器行业成本机构优化分析

第五节 “互联网+”背景下空气净化器行业发展前景 分析

一、“互联网+”背景下空气净化器行业面临的机遇和挑战

1、互联网+给空气净化器行业带来的突破机遇分析

2、互联网+给空气净化器行业带来的挑战分析

3、互联网+空气净化器行业融合创新机会分析

二、中国空气净化器行业电商发展现状及前景预测

1、中国空气净化器行业电商交易规模分析

2、中国空气净化器行业电商盈利情况分析

3、中国空气净化器行业电商市场现存问题

4、中国空气净化器行业电商市场趋势分析

5、中国空气净化器行业电商市场规模预测

第十一章 空气净化器消费者行为分析

第一节 消费者属性特征

一、消费者年龄分析

二、消费者性别分析

三、消费者学历分析

四、消费者收入水平分析

五、消费者职业分析

第二节 消费者获知渠道分析

一、广告推荐

二、朋友推荐

三、销售员推荐

四、自己了解

第三节 消费者购买行为分析

一、消费者需求特征

二、消费者购买目的

三、消费者购买驱动因素

四、消费者购买渠道分析

五、消费者产品使用感受

第四节 影响消费者购买的因素分析

一、产品价格

二、产品功能

三、产品外观

四、产品品牌

第四部分 竞争格局分析

【空气净化器市场竞争程度怎样?集中度有什么变化?区域市场发展情况如何?区域市场发展潜力如何?品牌企业经营情况怎样?】

第十二章 中国重点省市空气净化器市场分析

第一节 中国空气质量最差的省市净化器市场需求分析

一、河北省

1、主要污染城市空气质量发展现状

2、空气净化器需求规模分析

3、空气净化器市场发展现状

二、河南省

1、主要污染城市空气质量发展现状

2、空气净化器需求规模分析

3、空气净化器市场发展现状

三、长春

1、主要污染城市空气质量发展现状

2、空气净化器需求规模分析

3、空气净化器市场发展现状

四、哈尔滨

1、主要污染城市空气质量发展现状

2、空气净化器需求规模分析

3、空气净化器市场发展现状

五、沈阳

1、主要污染城市空气质量发展现状

2、空气净化器需求规模分析

3、空气净化器市场发展现状

六、济南

1、主要污染城市空气质量发展现状

2、空气净化器需求规模分析

3、空气净化器市场发展现状

第二节 空气质量最好的省市空气净化器市场销售分析

一、海南省

1、空气净化器市场销量分析

2、空气净化器市场结构特点分析

3、空气净化器市场发展潜力

二、福建省

1、空气净化器市场销量分析

2、空气净化器市场结构特点分析

3、空气净化器市场发展潜力

三、广东省

1、空气净化器市场销量分析

2、空气净化器市场结构特点分析

3、空气净化器市场发展潜力

四、西藏

1、空气净化器市场销量分析

2、空气净化器市场结构特点分析

3、空气净化器市场发展潜力

五、云南省

1、空气净化器市场销量分析

2、空气净化器市场结构特点分析

3、空气净化器市场发展潜力

六、贵州

- 1、空气净化器市场销量分析
- 2、空气净化器市场结构特点分析
- 3、空气净化器市场发展潜力

第三节 空气质量一般的省市空气净化器市场分析

一、北京

- 1、空气净化器市场发展现状
- 2、空气净化器功能需求分析
- 3、畅销的空气净化器品牌分析
- 4、空气净化器市场发展前景

二、天津

- 1、空气净化器市场发展现状
- 2、空气净化器功能需求分析
- 3、畅销的空气净化器品牌分析
- 4、空气净化器市场发展前景

三、武汉

- 1、空气净化器市场发展现状
- 2、空气净化器功能需求分析
- 3、畅销的空气净化器品牌分析
- 4、空气净化器市场发展前景

四、西安

- 1、空气净化器市场发展现状

2、空气净化器功能需求分析

3、畅销的空气净化器品牌分析

4、空气净化器市场发展前景

五、太原

1、空气净化器市场发展现状

2、空气净化器功能需求分析

3、畅销的空气净化器品牌分析

4、空气净化器市场发展前景

第十三章 2026-2031年空气净化器行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争格局分析

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

二、空气净化器行业企业竞争格局分析

1、不同地域企业竞争格局

2、不同规模企业竞争格局

3、不同所有制企业竞争格局

三、空气净化器行业产品竞争格局分析

1、外资产品占市场份额分析

2、产品价格竞争分析

3、产品竞争格局变化趋势

四、空气净化器行业品牌竞争格局分析

1、行业品牌发展现状

2、行业品牌结构分析

3、中国市场十大品牌外资占市场份额分析

五、空气净化器行业厂商竞争格局分析

1、主要厂商销量分析

2、主要厂商单品关注率分析

六、空气净化器行业区域消费格局分析

第二节 中国空气净化器行业竞争格局

一、空气净化器行业集中度分析

1、市场集中度分析

2、企业集中度分析

3、区域集中度分析

4、各子行业集中度

5、集中度变化趋势

二、空气净化器行业swot分析

1、空气净化器行业优势分析

2、空气净化器行业劣势分析

3、空气净化器行业机会分析

4、空气净化器行业威胁分析

三、中国空气净化器行业竞争格局变化趋势

第十四章 空气净化器行业领先企业经营形势分析

第一节 飞利浦(中国)投资有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营分析
- 三、企业产品结构
- 四、企业网络分布
- 五、企业技术优势
- 六、企业主要市场分析
- 七、企业经营策略
- 八、企业发展动态

第二节 夏普商贸(中国)有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营分析
- 三、企业产品结构
- 四、企业网络分布
- 五、企业技术优势
- 六、企业主要市场分析
- 七、企业经营策略
- 八、企业发展动态

第三节 松下电器(中国)有限公司

- 一、企业发展概况

二、企业经营分析

三、企业产品结构

四、企业网络分布

五、企业技术优势

六、企业主要市场分析

七、企业经营策略

八、企业发展动态

第四节 大金(中国)投资有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营分析

三、企业产品结构

四、企业网络分布

五、企业技术优势

六、企业主要市场分析

七、企业经营策略

八、企业发展动态

第五节 美的集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营分析

三、企业产品结构

四、企业网络分布

五、企业技术优势

六、企业主要市场分析

七、企业经营策略

八、企业发展动态

第六节 博露雅迺(上海)商贸有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营分析

三、企业产品结构

四、企业网络分布

五、企业技术优势

六、企业主要市场分析

七、企业经营策略

八、企业发展动态

第七节 远大洁净空气科技有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营分析

三、企业产品结构

四、企业网络分布

五、企业技术优势

六、企业主要市场分析

七、企业经营策略

八、企业发展动态

第八节 三星(中国)投资有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营分析
- 三、企业产品结构
- 四、企业网络分布
- 五、企业技术优势
- 六、企业主要市场分析
- 七、企业经营策略
- 八、企业发展动态

第九节 霍尼韦尔(中国)有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营分析
- 三、企业产品结构
- 四、企业网络分布
- 五、企业技术优势
- 六、企业主要市场分析
- 七、企业经营策略
- 八、企业发展动态

第十节 深圳市艾吉森环保科技有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营分析
- 三、企业产品结构
- 四、企业网络分布

五、企业技术优势

六、企业主要市场分析

七、企业经营策略

八、企业发展动态

第十一节 奥得奥科技(厦门)有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营分析

三、企业产品结构

四、企业网络分布

五、企业技术优势

六、企业主要市场分析

七、企业经营策略

八、企业发展动态

第十二节 艾美特电器(深圳)有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营分析

三、企业产品结构

四、企业网络分布

五、企业技术优势

六、企业主要市场分析

七、企业经营策略

八、企业发展动态

第十三节 上海康特环保科技有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营分析
- 三、企业产品结构
- 四、企业网络分布
- 五、企业技术优势
- 六、企业主要市场分析
- 七、企业经营策略
- 八、企业发展动态

第十四节 欧乐经典(北京)科技有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营分析
- 三、企业产品结构
- 四、企业网络分布
- 五、企业技术优势
- 六、企业主要市场分析
- 七、企业经营策略
- 八、企业发展动态

第十五节 中智环保新材料江苏有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营分析
- 三、企业产品结构

四、企业网络分布

五、企业技术优势

六、企业主要市场分析

七、企业经营策略

八、企业发展动态

第十六节 海尔智家股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营分析

三、企业产品结构

四、企业网络分布

五、企业技术优势

六、企业主要市场分析

七、企业经营策略

八、企业发展动态

第十七节 上海日立家用电器有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营分析

三、企业产品结构

四、企业网络分布

五、企业技术优势

六、企业主要市场分析

七、企业经营策略

八、企业发展动态

第十八节 莱克电气股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营分析

三、企业产品结构

四、企业网络分布

五、企业技术优势

六、企业主要市场分析

七、企业经营策略

八、企业发展动态

第十九节 安利(中国)日用品有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营分析

三、企业产品结构

四、企业网络分布

五、企业技术优势

六、企业主要市场分析

七、企业经营策略

八、企业发展动态

第二十节 tcl集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营分析

三、企业产品结构

四、企业网络分布

五、企业技术优势

六、企业主要市场分析

七、企业经营策略

八、企业发展动态

第二十一节 北京亚都环保科技有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营分析

三、企业产品结构

四、企业网络分布

五、企业技术优势

六、企业主要市场分析

七、企业经营策略

八、企业发展动态

第二十二节 江苏保丽洁环境科技股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营分析

三、企业产品结构

四、企业网络分布

五、企业技术优势

六、企业主要市场分析

七、企业经营策略

八、企业发展动态

第二十三节 富士通将军(上海)有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营分析

三、企业产品结构

四、企业网络分布

五、企业技术优势

六、企业主要市场分析

七、企业经营策略

八、企业发展动态

第二十四节 小米科技有限责任公司

一、企业发展概况

二、企业经营分析

三、企业产品结构

四、企业网络分布

五、企业技术优势

六、企业主要市场分析

七、企业经营策略

八、企业发展动态

第二十五节 瑞塑精密模具(嘉兴)有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营分析

三、企业产品结构

四、企业网络分布

五、企业技术优势

六、企业主要市场分析

七、企业经营策略

八、企业发展动态

第二十六节 海信集团有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营分析

三、企业产品结构

四、企业网络分布

五、企业技术优势

六、企业主要市场分析

七、企业经营策略

八、企业发展动态

第二十七节 北京净美仕环境科技有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营分析

三、企业产品结构

四、企业网络分布

五、企业技术优势

六、企业主要市场分析

七、企业经营策略

八、企业发展动态

第二十八节 深圳市玖木科技发展有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营分析

三、企业产品结构

四、企业网络分布

五、企业技术优势

六、企业主要市场分析

七、企业经营策略

八、企业发展动态

第二十九节 格力电器(中山)小家电制造有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营分析

三、企业产品结构

四、企业网络分布

五、企业技术优势

六、企业主要市场分析

七、企业经营策略

八、企业发展动态

第三十节 伊莱克斯(中国)电器有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营分析
- 三、企业产品结构
- 四、企业网络分布
- 五、企业技术优势
- 六、企业主要市场分析
- 七、企业经营策略
- 八、企业发展动态

第五部分 发展前景展望

【未来空气净化器行业发展前景怎样?有些什么样的变化趋势?投资价值怎样?投资机会在哪里?有哪些投资建议?】

第十五章 2026-2031年空气净化器行业前景及趋势预测

第一节 2026-2031年空气净化器市场发展前景

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

第二节 2026-2031年空气净化器市场发展趋势预测

- 一、2026-2031年空气净化器行业发展趋势

- 1、政策逐渐细化，行业日趋规范
- 2、产品趋于智能化，设计多元化
- 3、线上市场发展速度优于线下
- 4、雾霾地图转移，重点区域变化
- 5、专业品牌优势逐渐显现

二、2026-2031年空气净化器市场规模预测

- 1、空气净化器行业市场容量预测
- 2、空气净化器行业销售额预测
- 3、空气净化器线上线下零售额占比预测
- 4、空气净化器市场覆盖率预测

三、2026-2031年空气净化器行业应用趋势预测

四、2026-2031年细分市场发展趋势预测

第三节 2026-2031年中国空气净化器行业供需预测

- 一、2026-2031年中国空气净化器行业供给预测
- 二、2026-2031年中国空气净化器行业产量预测
- 三、2026-2031年中国空气净化器市场销量预测
- 四、2026-2031年中国空气净化器行业需求预测
- 五、2026-2031年中国空气净化器行业供需平衡预测

第十六章 2026-2031年空气净化器行业投资特性及风险防范分析

第一节 空气净化器行业投资特性分析

- 一、空气净化器行业进入壁垒分析
- 二、空气净化器行业盈利因素分析

三、空气净化器行业盈利模式分析

第二节 2026-2031年空气净化器行业发展的影响因素

一、有利因素

- 1、空气污染受到关注
- 2、居民收入水平提高
- 3、居民消费观念倾向绿色

二、不利因素

- 1、环境治理力度加大
- 2、市场乱象丛生
- 3、消费者对空气污染防治意识薄弱

第三节 2026-2031年空气净化器行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、空气净化器行业投资机遇

第四节 2026-2031年空气净化器行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第五节 空气净化器行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、空气净化器行业投资现状分析

第六节 中国空气净化器行业投资建议

一、空气净化器行业未来发展方向

二、空气净化器行业主要投资建议

三、中国空气净化器企业融资分析

1、中国空气净化器企业IPO融资分析

2、中国空气净化器企业再融资分析

第十七章 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：2021-2026年全球空气净化器产量走势图

图表：2021-2026年国际市场空气净化器价格走势

图表：2021-2026年空气净化器行市场规模

图表：2021-2026年空气净化器行业销售收入

图表：2021-2026年空气净化器行业利润总额

图表：2021-2026年中国空气净化器产品结构

图表：2021-2026年中国空气净化器区域市场分布

图表：2021-2026年中国空气净化器产量及增长率

图表：2021-2026年主要空气净化器品种价格走势图

图表：全球主要空气净化器贸易国空气净化器出口量

图表：中国主要空气净化器出口地区空气净化器出口量

图表：2021-2026年空气净化器行业价格走势分析

图表：2021-2026年空气净化器行业产量分析

图表：2021-2026年空气净化器行业需求分析

图表：2021-2026年空气净化器行业进口数据

图表：2021-2026年空气净化器行业出口数据

图表：2021-2026年空气净化器行业集中度

图表：2021-2026年空气净化器消费者年龄结构分析

图表：2021-2026年空气净化器消费者收入水平分析

图表：2021-2026年空气净化器消费者学历结构分析

图表：2021-2026年空气净化器消费者对产品价格关注度

图表：2021-2026年空气净化器消费者对产品性能关注度

图表：2021-2026年空气净化器消费者产品品牌关注度

图表：2021-2026年空气净化器行业不同规模企业结构

图表：2021-2026年空气净化器行业不同所有制企业结构

图表：2021-2026年河北省空气净化器市场需求分析

图表：2021-2026年北京空气净化器市场需求分析

图表：2021-2026年荷兰皇家飞利浦电子公司营收情况

图表：2021-2026年荷兰皇家飞利浦电子产品市场结构

图表：2021-2026年大金(中国)投资有限公司营收情况

图表：2021-2026年美的集团股份有限公司营收情况

图表：2021-2026年美的集团股份有限公司产品营收结构

图表：2021-2026年霍尼韦尔(中国)有限公司营收情况

图表：2021-2026年博露雅迩(上海)商贸有限公司营收情况

图表：2021-2026年三星(中国)投资有限公司产销分析

图表：2021-2026年上海康特环保科技发展有限公司营收情况

图表：2021-2026年欧乐经典(北京)科技有限公司营收情况

图表：2021-2026年海尔集团营收情况

图表：2021-2026年上海日立家用电器有限公司营收情况

图表：2021-2026年莱克电气股份有限公司营收情况

图表：2021-2026年安利(中国)日用品有限公司营收情况

图表：2021-2026年tcl集团股份有限公司营收情况

图表：2021-2026年3m公司营收情况

图表：2021-2026年a.o.smith营收情况

图表：2021-2026年富士通将军(上海)有限公司营收情况

图表：2021-2026年北京小米科技有限责任公司营收情况

图表：2021-2026年lg集团营收情况

图表：2021-2026年海信集团有限公司营收情况

图表：2021-2026年北京净美仕环境科技有限公司营收情况

图表：2021-2026年coway公司营收情况

图表：2021-2026年格力电器小家电制造有限公司营收情况

图表：2021-2026年伊莱克斯公司营收情况

图表：2026-2031年空气净化器行业产量预测

图表：2026-2031年各省市空气净化器行业产量预测

图表：2026-2031年空气净化器行业销量预测

图表：2026-2031年重点区域空气净化器行业销量预测

图表：2026-2031年空气净化器行业竞争力指标预测

图表：2026-2031年空气净化器行业品牌排名预测

图表：2026-2031年空气净化器行业市场规模预测

图表：2026-2031年空气净化器行业需求量预测

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

报告编号：133932

本文地址：<https://www.51baogao.cn/sc/20190822/133932.shtml>

在线订购：[点击这里](#)