2026-2031年中国空气净化器行业市场供需预测及投资潜力研究咨询报告

报告简介

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，在国家《空气净化器》相关标准中把空气净化器定义为从空气中分离和去除一种或多种污染物的设备。对空气中的污染物有一定去除能力的装置。主要分为家用、商用、工业、楼宇。

近年来，我国多个城市连续受大范围雾霾天气影响，空气质量呈现重度污染状态。持续不断的雾霾天气，使呼吸道疾病患者爆发性的增长。而严重的空气污染，更炒热了空气净化器市场。2019年空净市场规模90.7亿元，同比下降12.2%。空气净化器行业短期内并无颠覆性、革命性的净化技术出现，除了疫情期间线上市场应激增长之外，后疫情时代下的空净整体市场，将依然处于下滑趋势。2020年上半年，我国空气净化器销量达392万台，我国空气净化器零售总额达63.7亿元。其中，我国空气净化器线上市场销售额为47.4亿元，同比下降4%，销量为330.1万台，同比增长2.2%。天眼查专业版数据显示，我国空气净化相关企业(全部企业状态)年注册量逐年递增，自2017年以来，已连续三年新增3万家相关企业。截至2020年11月18日，以工商登记为准，我国2020年共新增近2万家空气净化相关企业，其中，第二季度新增近8,000家相关企业，环比增长72.2%。

当前，空气净化器在发达国家的普及率已超过34%，而在我国却不到5%，未来几年内，空气净化器的消费主体将从装修人群、高档写字楼、高级休闲场所和高收入家庭逐步转向老人、婴儿居住场所，并普及到普通百姓家庭。同时，随着国内室内空气环境治理产业的快速成长，空气净化器行业在我国还有巨大的增长空间。

2020年疫情期间，空气净化器受到消费者热捧，市场规模飙升。2020年第四周、第五周的空气净化器销售额同比增长29.1%和120.8%。而新风系统由于属于需要安装的品类，虽关注热度飙升但尚未体现在销售中。此次疫情对空气净化器企业来是一次走出寒冬的机会。截止2020年上半年，我国空气净化器线上

在售品牌共287家，线下在售品牌共55家。

本报告主要对当下空气净化器的业务模式，服务类型等作出总结。结合近几年空气净化器行业的情况，对其政策环境、行业壁垒、投融资情况、竞争格局、市场规模、供需关系、战略规划等进行研究。同时通过分析国外领先地区的业务模式，给予本国空气净化器行业一些数据上的支持，并给出相应的建议。

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、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国空气净化器市场进行了分析研究。报告在总结中国空气净化器行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国空气净化器行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为空气净化器企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

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、《中国家电工业十三五发展指导意见》

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

1、人口发展变化情况

2、城镇化水平

3、居民消费水平及观念分析

4、社会文化教育水平

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 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

第四章 2021-2026年中国空气净化器市场供需形势分析

第一节 2021-2026年车载型空气净化器市场容量【线上市场规模、线下市场规模】

第二节 车载型空气净化器价格区间分布

第三节 车载型空气净化器主要品牌及其市场份额

第四节 车载型空气净化器市场销售策略

第五节 车载型空气净化器市场消费者特征【消费人群定位、消费场景、消费品牌偏好】

第五章 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

五、国内家用空气净化器价格分布情况

六、国内家用空气净化器行业发展趋势

七、国内家用空气净化器行业主要品牌及其市场份额

八、分地区家用空气净化器行业分布【华北、华中、华东、华南、东北、西南、西北】

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

第六章 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

第七章 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

第八章 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

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

第九章 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 博露雅迩(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、企业主要市场分析

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、企业技术优势

五、企业经营策略

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 北京力天新园科技发展有限公司

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

第十一章 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

第十二章 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范意识薄弱

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

第十三章 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年财政科学技术支出情况

图表：2021-2026年各地区研究与试验发展(ramp;d)经费情况

图表：专利产品结构示意图

图表：2021-2026年中国空气净化器市场规模

图表：2021-2026年空气净化器品牌数量

图表：中国空气净化器行业产品关注比例(按产品价格统计)

图表：空气净化器价格关注情况

图表：2021-2026年空气净化器产量规模

图表：2021-2026年国内空气净化器市场销量规模

图表：2021-2026年国内空气净化器市场销售额

图表：2021-2026年国内空气净化器市场利润规模

图表：空气净化器行业盈利能力分析

图表：空气净化器行业营运能力分析

图表：空气净化器偿债能力分析

图表：2021-2026年车载空气净化器市场规模

图表：车载空气净化器品牌集中度

图表：中国空气净化器行业主要品牌销售结构

图表：2021-2026年家用空气净化器市场规模

图表：2021-2026年家用空气净化器销量

图表：不同价位空气净化器消费者关注度

图表：国内家用空气净化器品牌推荐排名

图表：家用空气净化器区域集中度

图表：2021-2026年商用空气净化器市场规模

图表：2021-2026年商用空气净化器销量

图表：2021-2026年工业空气净化器市场规模

图表：2021-2026年工业空气净化器销量

图表：2021-2026年楼宇空气净化器市场规模

图表：2021-2026年楼宇空气净化器市场规模

图表：2021-2026年空气净化器线上规模

图表：2021-2026年空气净化器线上销量

图表：2021-2026年空气净化器线下规模

图表：2021-2026年空气净化器线下销量

图表：2021-2026年电子商务交易规模

图表：2021-2026年网络零售交易规模

图表：2021-2026年全球大数据储量规模

图表：网民规模和互联网普及率

图表：手机网民规模及其占网民比例

图表：中国空气净化器行业消费者特征

图表：2021-2026年空气净化器行业电商交易规模

图表：2026-2031年空气净化器线上市场规模预测

图表：2021-2026年空气净化器消费者年龄分布

图表：2021-2026年空气净化器消费者性别占比

图表：2021-2026年空气净化器不同价格区间消费者关注

图表：2021-2026年空气净化器不同功能产品关注比例

图表：2021-2026年空气净化器值得关注的前十品牌

图表：2021-2026年~3月长春市环境空气质量级别天数对比

图表：2021-2026年~3月长春市大气污染物浓度对比

图表：2021-2026年东北地区空气净化器市场占有率(单位：%)

图表：2021-2026年华北地区空气净化器市场占有率(单位：%)

图表：2021-2026年华东地区空气净化器市场占有率(单位：%)

图表：2021-2026年华南地区空气净化器市场占有率(单位：%)

图表：2021-2026年西北地区空气净化器市场占有率(单位：%)

图表：2021-2026年西南地区空气净化器市场占有率(单位：%)

图表：2021-2026年华中地区空气净化器市场占有率(单位：%)

图表：空气净化器不同规模企业竞争格局

图表：空气净化器不同规模企业竞争格局

图表：空气净化器外资产品占市场份额

图表：2021-2026年中国空气净化器市场不同价格阶段产品关注比例

图表：2021-2026年中国空气净化器品牌关注比例分布

图表：空气净化器十大品牌外资占市场份额

图表：2021-2026年空气净化器单品关注率前十产品

图表：空气净化器市场集中度

图表：空气净化器市场企业集中度

图表：空气净化器市场区域集中度

图表：空气净化器子行业集中度

图表：2021-2026年飞利浦收益表

图表：2021-2026年飞利浦盈利能力

图表：2021-2026年飞利浦资产负债表

图表：夏普商贸(中国)有限公司产品结构

图表：大金集团全球战略

图表：大金(中国)投资有限公司产品体系

图表：大金(中国)投资有限公司营销网点分布

图表：2021-2026年美的集团经营情况

图表：2021-2026年远大控股经营情况

图表：霍尼韦尔(中国)有限公司营销网点分布

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

图表：艾美特电器(深圳)有限公司小家电类产品

图表：艾美特电器(深圳)有限公司营销网点分布

图表：上海康特环保科技发展有限公司财务总览

图表：欧乐经典(北京)科技有限公司财务总览

图表：欧乐经典(北京)科技有限公司销售点

图表：中智环保新材料江苏有限公司基本信息

图表：海尔智家股份有限公司经营数据

图表：海尔智家股份有限公司主营构成

图表：上海日立家用电器有限公司财务总览

图表：莱克电气股份有限公司经营业绩

图表：莱克电气股份有限公司主营构成

图表：2021-2026年安利业绩

图表：tcl集团股份有限公司产品结构

图表：保丽洁2021-2026年第三季度营收情况

图表：2021-2026年第三季度小米营收情况

图表：北京力天新园科技发展有限公司财务总览

图表：海信集团有限公司全球布局

图表：北京净美仕环境科技有限公司财务总览

图表：深圳市玖木科技发展有限公司财务总览

图表：格力电器(中山)小家电制造有限公司财务总览

图表：伊莱克斯(中国)电器有限公司财务总览

图表：2026-2031年空气净化器行业市场容量预测

图表：2026-2031年空气净化器行业销售额预测

图表：空气净化器线上线下零售额占比预测

图表：2026-2031年中国空气净化器市场覆盖率预测

图表：2026-2031年中国空气净化器行业供给预测

图表：2026-2031年中国空气净化器行业产量预测

图表：2026-2031年中国空气净化器市场销量预测

图表：2026-2031年中国空气净化器行业需求预测

图表：不同空气净化器品牌的不同地区分析

图表：莱克电气2021-2026年公开发行a股可转换公司债券使用途径

把握投资 决策经营！

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

报告编号：835

本文地址：https://www.51baogao.cn/jiadian/20090626835.shtml

在线订购：点击这里