2018-2023 年中国空气净化器行业市场调研及前景预测分析报告

内容概要：

空气净化器指能够吸附、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，主要分为家用 、商用、工业、楼宇。常用的空气净化技术有吸附技术、负（正）离子技术、催化技术、光触媒技术、超结构光矿化技术、HEPA 高效过滤技术、静电集尘技术等；材料技术主要有光触媒、活性炭、合成纤维、HEAP 高效材料、负离子发生器等。

随着环境污染加剧，雾霾天气频发，室内环境污染问题日益严重，空气质量与空气净化已经成为百姓最关注的民生问题之一，这些引发了空气净化器的热销。2016 年 3 月 1 日，空净行业新国标正式实施，规范了产品标准，加速了行业正向发展。根据数据统计显示，2017 年中国空气净化器零售市场总体规模是 162 亿元，市场规模持续扩大。但同时，空气净化器市场从跑马圈地、野蛮生长，到增速放缓、此消彼长的竞争模式，整个行业市场竞争日益加剧。

前海中泰咨询结合了大量一手市场调研数据以及已有的专业数据库、公开数据信息、合作资源渠道等数据信息资源，深入客观地对空气净化器行业的基本概况、全球发展现状、宏观发展环境、行业市场规模情况、细分市场状况、营销策略、竞争格局、重点企业经营情况、市场发展前景、发展趋势及投资潜力等重点内容进行了全面而系统的分析。

本研究报告数据主要依据于国家统计局、国家商务部、海关总署、国务院发展研究中心信息网、中国知网、前海中泰数据库以及国内外重点期刊杂志等渠道的基础信息，数据详实丰富、准确全面。本研究报告为空气净化器行业相关企业、销售企业、科研单位、投资企业等准确了解空气净化器行业现状和市场动态，把握企业定位和投资机遇提供投资决策参考依据，从而在竞争中赢得先机！

基本信息

服务形式：电子版/印刷版
交付方式：Email 或特快专递
中文版价格：RMB 9800
英文版价格：USD 7900

服务热线：400-6630-998
订购专线：0755-32919669
订购传真：0755-61605116
公司网址：www.qhztzx.com
出版日期：动态更新

核心竞争力

- **数据库资源：**涵盖前海中泰数据库、中外文数据库、政府官方数据、合作伙伴资源共享数据库五大主要板块。
- **咨询经验丰富**
- **专业咨询团队**
- **社会公共资源**
- **服务水平与质量**
- **不断创新与探索**

核心业务

上市咨询 企业管理咨询
行业研究 可行性研究报告
园区规划 商业计划书
产业规划 资金申请报告
市场调研 投资价值分析报告
招商策划 项目稳定回报论证
数据分析 投资风险评估报告

2018-2023 年中国空气净化器行业市场调研及前景预测分析报告

报告目录

第 1 章 空气净化器发展概述

1.1 空气净化器概述

1.1.1 空气净化器概念界定

1.1.2 产品功能特色分析

1.1.3 主要产品分类

1.2 空气净化器行业统计标准

1.2.1 空气净化器行业统计口径

1.2.2 空气净化器行业统计方法

1.2.3 空气净化器行业数据种类

1.3 空气净化器行业产业链结构分析

1.3.1 产业链结构分析

1.3.2 产业链上游行业分析

1.3.3 产业链下游行业分析

第 2 章 全球空气净化器行业发展状况与趋势分析

2.1 全球空气净化器行业发展现状

2.1.1 全球空气净化器行业发展概况

2.1.2 全球空气净化器行业区域分布

2.1.3 全球空气净化器行业竞争态势

2.1.4 全球空气净化器发展趋势分析

2.2 其他国家空气净化器行业发展状况分析

2.2.1 美国空气净化器行业发展概况

2.2.2 欧盟空气净化器行业发展概况

2.2.3 日本空气净化器行业发展概况

第 3 章 中国空气净化器行业发展环境分析

3.1 中国空气净化器行业政策环境分析
3.1.1 行业政策体系
3.1.2 行业标准规范
3.2 中国空气净化器行业经济环境分析
3.2.1 中国 GDP 增长情况
3.2.2 工业经济发展形势
3.2.3 社会固定资产投资情况
3.2.4 全社会消费品零售总额
3.2.5 中国融资环境分析
3.3 中国空气净化器行业社会环境分析
3.3.1 人口结构环境分析
3.3.2 居民人均可支配收入
3.3.3 居民消费水平情况
3.3.4 中国城镇化率水平
3.3.5 消费理念和习惯分析
3.4 中国空气净化器行业技术环境分析
3.4.1 空气净化器应用软件技术发展
3.4.3 技术发展趋势分析
3.5 中国生态环境状况分析
3.5.1 空气质量指数（AQI）分析
3.5.2 细颗粒物（PM2.5）分析
3.5.3 空气污染指数（API）分析
第 4 章 中国空气净化器行业市场发展状况分析
4.1 中国空气净化器行业发展现状分析
4.1.1 空气净化器行业发展阶段分析
4.1.2 空气净化器行业区域分布特征
4.1.3 空气净化器行业发展现状分析
4.1.4 空气净化器行业存在问题分析
4.2 中国空气净化器行业市场运行状况分析

4.2.1 空气净化器市场运行现状
4.2.2 空气净化器行业产销规模分析
4.2.3 空气净化器产品渗透率情况
4.2.4 空气净化器市场价格分析
4.3 中国空气净化器行业进出口情况分析
4.3.1 空气净化器进口市场分析
4.3.2 空气净化器出口市场分析
第 5 章 中国车载空气净化器行业发展分析
5.1 车载空气净化器基本概述
5.1.1 概念界定
5.1.2 产品类型
5.1.3 消费群体
5.2 车载空气净化器需求分析
5.2.1 车内空气污染来源
5.2.2 车内空气污染现状
5.2.3 车内空气净化方式
5.3 车载空气净化器市场发展状况分析
5.3.1 行业发展阶段
5.3.2 市场运行状况
5.3.3 销售规模分析
5.3.4 价格行情分析
第 6 章 中国 PM2.5 空气净化器行业发展分析
6.1 PM2.5 空气净化器基本概述
6.1.1 概念界定
6.1.2 产品类型
6.1.3 消费群体
6.2 PM2.5 空气净化器需求分析
6.2.1 空气污染来源
6.2.2 空气污染现状

6.2.3 空气净化方式

6.3 PM2.5 空气净化器市场发展状况分析

6.3.1 行业发展阶段

6.3.2 市场运行状况

6.3.3 销售规模分析

6.3.4 价格行情分析

第 7 章 中国空气净化器用户群体需求分析

7.1 空气净化器用户基本特性

7.1.1 性别结构

7.1.2 年龄分布

7.1.3 职业分布

7.1.4 所在城市空气质量状况

7.2 空气净化器用户认可度情况

7.2.1 产品功用认同

7.2.2 技术认知度情况

7.2.3 品牌倾向情况

7.3 空气净化器用户购买行为分析

7.3.1 主导购买原因

7.3.2 预购品牌状况

7.3.3 可接受价位

7.3.4 购买影响因素

7.3.5 选购产品看重指标

第 8 章 中国空气净化器行业营销渠道开发策略分析

8.1 空气净化器市场销售渠道分析

8.1.1 主流销售渠道

8.1.2 推广渠道分析

8.1.3 线上渠道分析

8.1.4 社区渠道分析

8.2 空气净化器市场营销策略

8.2.1 渠道选择策略
8.2.2 消费群体定位策略
8.2.3 市场通路开拓策略
8.2.4 市场营销组合方案
8.3 空气净化器二三级市场开发策略
8.3.1 进入时机选择
8.3.2 进入渠道选择
8.3.3 分销网络建设
8.3.4 促销推广策略
8.4 空气净化器区域市场推广方案
8.4.1 广告方案
8.4.2 合作推广
8.4.3 人员直销
8.4.4 公关推广主题
8.4.5 形象展示与免费试用
8.4.6 社区推广
第 9 章 中国空气净化器行业市场竞争格局分析
9.1 空气净化器行业竞争格局分析
9.1.1 区域分布结构
9.1.2 品牌竞争态势分析
9.1.3 价格分层竞争特征分析
9.2 空气净化器行业波特五力竞争模型分析
9.2.1 现有企业间竞争
9.2.2 潜在进入者分析
9.2.3 替代品威胁分析
9.2.4 供应商议价能力
9.2.5 购买者议价能力
第 10 章 中国空气净化器行业重点区域市场发展分析
10.1 空气净化器行业区域投资环境分析

10.2 重点区域空气净化器行业发展状况分析
10.2.1 东北地区空气净化器行业发展现状
10.2.2 华北地区空气净化器行业发展现状
10.2.3 华中地区空气净化器行业发展现状
10.2.4 华东地区空气净化器行业发展现状
10.2.5 华南地区空气净化器行业发展现状
10.2.6 西南地区空气净化器行业发展现状
第 11 章 中国空气净化器行业标杆企业经营分析
11.1 重点企业一
11.1.1 企业发展概况
11.1.2 主营业务分析
11.1.3 市场布局情况
11.1.4 经营状况分析
11.1.5 竞争优势分析
11.2 重点企业二
11.2.1 企业发展概况
11.2.2 主营业务分析
11.2.3 市场布局情况
11.2.4 经营状况分析
11.2.5 竞争优势分析
11.3 重点企业三
11.3.1 企业发展概况
11.3.2 主营业务分析
11.3.3 市场布局情况
11.3.4 经营状况分析
11.3.5 竞争优势分析
11.4 重点企业四
11.4.1 企业发展概况
11.4.2 主营业务分析

11.4.3 市场布局情况
11.4.4 经营状况分析
11.4.5 竞争优势分析
11.5 重点企业五
11.5.1 企业发展概况
11.5.2 主营业务分析
11.5.3 市场布局情况
11.5.4 经营状况分析
11.5.5 竞争优势分析
11.6 重点企业六
11.6.1 企业发展概况
11.6.2 主营业务分析
11.6.3 市场布局情况
11.6.4 经营状况分析
11.6.5 竞争优势分析
11.7 重点企业七
11.7.1 企业发展概况
11.7.2 主营业务分析
11.7.3 市场布局情况
11.7.4 经营状况分析
11.7.5 竞争优势分析
11.8 重点企业八
11.8.1 企业发展概况
11.8.2 主营业务分析
11.8.3 市场布局情况
11.8.4 经营状况分析
11.8.5 竞争优势分析
11.9 重点企业九
11.9.1 企业发展概况
11.9.2 主营业务分析

11.9.3 市场布局情况
11.9.4 经营状况分析
11.9.5 竞争优势分析
11.10 重点企业十
11.10.1 企业发展概况
11.10.2 主营业务分析
11.10.3 市场布局情况
11.10.4 经营状况分析
11.10.5 竞争优势分析
第 12 章 中国空气净化器前景预测及投资机会分析
12.1 中国空气净化器前景预测
12.1.1 空气净化器行业市场规模预测
12.1.1 空气净化器行业发展趋势分析
12.1.1 空气净化器市场需求潜力分析
12.2 中国空气净化器行业投资壁垒与风险分析
12.2.1 空气净化器行业进入壁垒分析
12.2.2 空气净化器行业投资风险分析
12.3 中国空气净化器行业投资机会分析
12.3.1 产业链投资机会分析
12.3.2 细分市场投资机会分析
12.3.3 重点区域投资机会分析

■ 图表目录

图表 1：2010-2017 年中国国内生产总值
图表 2：2010-2017 年工业增加值及同比增速
图表 3：2017 年末我国人口数量及其构成情况
图表 4：2010-2017 年中国农村居民人均纯收入情况
图表 5：2010-2017 年中国城镇居民人均可支配收入情况

图表 6：2010-2017 年社会消费量零售总额
图表 7：2010-2017 年中国城镇化率水平
图表 8：中国机动车及汽车保有量情况
图表 9：中国空气净化器市场规模情况
图表 10：中国空气净化器不同价格段品牌关注情况
图表 11：中国空气净化器市场品牌关注比例分布情况
图表 12：中国空气净化器行业区域分布结构
图表 13：重点企业一主要经济指标分析
图表 14：重点企业一盈利能力分析
图表 15：重点企业一运营能力分析
图表 16：重点企业一偿债能力分析
图表 17：重点企业一发展能力分析
图表 18：重点企业二市场营销网络布局
图表 19：重点企业二主要经济指标分析
图表 20：重点企业二盈利能力分析
… …

更多图表详见报告原文或咨询客服。

如需了解报告详细内容，请直接致电前海中泰咨询客服中心。
全国服务热线：**400-6630-998　0755-32919669**
QQ 在线咨询：**2013746518　3119207588**
订购传真：**0755-61605116**
电子邮箱：service@qhztzx.com
公司网站：www.qhztzx.com
大批量采购报告可享受会员特惠，详情请来电咨询，我们会竭诚为您服务！

【版权声明】本报告由前海中泰咨询网出品，版权归前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司所有，拥有唯一著作权。前海中泰咨询网的咨询产品为有偿提供给购买该产品的客户使用，并仅限于该客户内部使用。本报告及相关资料未经前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司书面授权许可，任何网站或媒体不得复制、转载或引用。

前海中泰咨询研究报告订购协议

甲　　方：_____

企业负责人：_____ □先生 □女士 职务：_____

企业联系人：_____ □先生 □女士 职务：_____

手　　机：_____ 企业传真：_____

座　　机：_____ 电子邮箱：_____

地　　址：_____

□套餐一：5份报告，特惠订阅费用4.6万元　□套餐二：10份报告，特惠订阅费用8.8万元

□套餐三：15份报告，特惠订阅费用12.5万元　□套餐四：20份报告，特惠订阅费用16.5万元

备注：原报告单份定价超过1万的不参与套餐优惠活动。

报告及套餐：_____ 份数：_____

服 务 方 式：□全套版本（电子版+印刷版）　□电子版本（电子邮件发送）　□印刷版本（免费快递）

协 议 金 额：_____ 付款日期：_____

乙　　方：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司

联 系 电 话：0755-32919669　400-6630-998（全国免费服务热线）　传真：0755- 61605116

地　　址：深圳市南山区中心路（深圳湾段）3019 号天虹大厦 16 层（邮编：518000）

■汇款至 招商银行

账户名：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司

开户行：招商银行深圳泰然支行

账　号：7559-3003-0010-902

■汇款至 中国建设银行

账户名：深圳前海中泰产业研究院有限公司

开户行：中国建设银行深圳住房城市建设支行

账　号：4425-0100-0058-0000-0402

根据《中华人民共和国合同法》及其他有关法律、法规之规定，甲乙双方经过协商，确认根据下列条款订立合同，以资共同遵照执行。甲乙双方经友好协商达成以下协议：

1、本协议签订后 2 个工作日内，甲方支付款项至乙方账户；

2、乙方收到甲方款项后 2 个工作日内寄出正式发票，3-5 个工作日内发送研究报告给甲方；

3、此研究报告的知识产权归乙方所有；

4、乙方授权甲方在其公司（集团）内独立使用该报告，未经乙方许可，甲方不得将报告的任何内容泄露给第三方，否则须承担由此给乙方造成的损失及相应的法律责任；

5、本协议一式两份，自双方签字盖章之日起生效，未尽事宜由双方协商解决。

甲方：　　乙方：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司

盖章：　　盖章：

日期：　年　月　日　　日期：　年　月　日