

2019年中国空气净化器市场分析报告- 行业供需现状与发展商机研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国空气净化器市场分析报告-行业供需现状与发展商机研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/xiaojiadian/463594463594.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

【报告大纲】

第一部分行业发展现状

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 2016-2019年世界空气净化器行业整体运营状况分析

第一节 2016-2019年世界空气净化器行业发展分析

第二节 2016-2019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 2016-2019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2020-2026年世界空气净化器行业发展趋势分析

第三章 2016-2019年中国空气净化器行业市场发展环境解析

第一节2016-2019年中国宏观经济环境分析

一、国内GDP分析

二、固定资产投资

三、社会消费品零售和城乡居民收入对比

四、CPI和PPI分析

五、进出口分析

六、中国城镇化率

七、外汇市场分析

第二节2016-2019年中国空气净化器市场政策环境分析

一、空气净化器“十三五”规划解读

二、空气净化器国家标准

三、环境空气质量标准

四、其家电下乡政策分析

第三节2016-2019年中国空气净化器市场社会环境分析

一、人口规模分析

二、教育程度分析

三、生态环境分析

四、室内装修市场分析

第四节中国家用电器工业“十三五”发展规划的建议

一、“十二五”时期家电工业回顾

二、“十三五”时期面临的形势

三、指导思想，基本原则，主要目标

四、主要任务

五、主要措施

第五节2016-2019年中国空气净化器市场技术环境分析

第四章 2016-2019年中国空气净化器行业市场运行态势剖析

第一节2016-2019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2016-2019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2016-2019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

第五章 2016-2019年中国空气净化器重点市场动态解析

第一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

第二节2016-2019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

第三节2016-2019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
- 第四节2016-2019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

第二部分市场格局分析

第六章 2016-2019年中国空气净化器市场十一大优势品牌运营态势解析

第一节亚都YADU

- 一、产品特性
- 二、2016-2019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、2016-2019年在华市场销售情况
- 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、2016-2019年在华市场销售情况
- 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、2016-2019年在华市场销售情况
- 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
- 三、品牌竞争力分析
- 三、市场营销战略分析

第六节三洋SANYO

- 一、产品特性

二、2016-2019年在华市场销售情况

三、品牌竞争力分析

第七节远大

一、产品特性

二、2016-2019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、2016-2019年市场销售情况

三、品牌竞争力分析

四、市场战略分析

第九节万利达Malata

一、产品特性

二、品牌竞争力分析

三、市场营销战略分析

第十节日立HITACHI

一、产品特性

二、品牌竞争力分析

三、市场营销战略分析

第十一节安利Amway

一、产品特性

二、品牌竞争力分析

三、市场营销战略分析

第七章 中国家用空气调节器制造行业主要数据监测分析

第一节 中国家用空气调节器制造所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国家用空气调节器制造所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国家用空气调节器制造所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第八章 2016-2019年中国房间空气调节器产量数据统计分析

第一节2016-2019年中国房间空气调节器产量数据分析

一、2016-2019年房间空气调节器产量数据分析

二、2016-2019年房间空气调节器重点省市数据分析

第二节2019年中国房间空气调节器产量数据分析

一、2019年全国房间空气调节器产量数据分析

二、2019年房间空气调节器重点省市数据分析

第三节2019年中国房间空气调节器产量增长性分析

一、产量增长

二、集中度变化

第九章 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分析

第一节中国离心机；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

第十章 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

第十一章 2016-2019年中国空气净化器市场竞争格局透析

第一节行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节2016-2019年中国空气净化器行业竞争现状

一、品牌竞争分析

二、价格竞争分析

三、中国日益竞争激烈的的空气净化器市场

第三节2016-2019年中国空气净化器行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、生产企业的集中分布

第四节2016-2019年中国空气净化器行业竞争中存的问题

第五节2020-2026年中国空气净化器行业竞争趋势分析

一、竞争趋势

二、现有空气净化器产品竞争策略分析

三、潜力空气净化器品种竞争策略选择

四、典型企业产品竞争策略分析

五、未来气净化器行业竞争策略分析

第十二章 中国重点空气净化器生产企业竞争力分析

第一节 广东美的电器股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节 漳州万利达光催化科技有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 友隆电器工业(深圳)有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 北京亚都空气污染治理技术有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 厦门爱美克科技有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六节宁波市镇海远大机电制造有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第七节深圳市鼎信科技有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第八节奥得奥科技（厦门）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第九节上海新华舒普净化技术有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第十节格力电器股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三部分行业投资前景预测

第十三章 2020-2026年中国空气净化器行业发展前景及趋势预测分析

第一节2020-2026年中国空气净化器行业发展前景分析

一、中国空气净化器行业阶段分析

二、中国市场潜力分析

三、空气净化器行业前景分析

第二节2020-2026年中国空气净化器行业发展趋势分析

一、空气净化器行业发展趋势分析

二、空气净化器市场发展趋势分析

三、空气净化器产品自身趋势分析

四、空气净化器技术发展趋势分析

第三节2020-2026年中国空气净化器行业市场预测分析

一、空气净化器行业市场产量预测分析

二、空气净化器行业市场销量预测分析

第四节2020-2026年中国空气净化器市场盈利预测分析

第四部分行业投资战略分析

第十四章 2020-2026年中国空气净化器行业投资机会与风险规避指引

第一节2016-2019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2020-2026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2020-2026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

第十五章 空气净化器行业投资战略研究

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

八、信息化战略规划

第二节我国空气净化器品牌战略

一、企业品牌的重要性

二、空气净化器实施品牌战略的意义

三、我国空气净化器企业的品牌战略

四、我国空气净化器品牌的竞争趋势

五、空气净化器品牌战略管理的策略

第三节空气净化器行业投资建议

图表目录

图表：空气净化器工作原理

图表：2019年美国空气净化器市场规模

图表：2019年欧洲空气净化器市场规模

图表：2019年日本空气净化器市场规模

图表：2019年韩国空气净化器市场规模

图表：2016-2019年中国GDP规模及增长

图表：2016-2019年中国GDP季度增长

图表：2016-2019年中国规模以上工业增加值增速

图表：2016-2019年中国GDP分析

图表：2016-2019年中国固定资产投资（不含农户）增速

图表：2016-2019年固定投资分析

图表：2019年固定投资分析

图表：2019年国房景气指数

图表：2016-2019年消费品零售销售和城镇居民家庭人均可支配收入对比分析

图表：2019年中国各省市城镇居民家庭分析

图表：2019年全国居民消费价格涨跌幅

图表：2019年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2019年居民消费价格比2019年涨跌幅度

图表：2019年居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表：2019年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况

图表：2019年居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表：2016-2019年蔬菜环比价格指数

图表：2019年各地蔬菜价格环比平均涨幅

图表：2016-2019年猪肉、牛肉和羊肉价格指数

图表：2019年部分食品同比价格指数

图表：2019年50个城市部分食品价格

图表：工业生产者出厂价格涨跌幅

图表详见报告正文 (GYXZN)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国空气净化器市场分析报告-行业供需现状与发展商机研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局

，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiaojiadian/463594463594.html>