

2020年中国防雾霾口罩行业分析报告- 行业规模现状与发展潜力评估

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《2020年中国防雾霾口罩行业分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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/fangzhi/396110396110.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

口罩对进入肺部的空气有一定的过滤作用，在呼吸道传染病流行时，在粉尘等污染的环境中作业时，戴口罩具有非常好的作用。随着雾霾影响加大，口罩市场的需求也越来越大。

口罩图片

图片来源：互联网

雾霾不断侵袭，雾霾问题日益突出，严重危害人们身体健康。防雾霾口罩逐渐成为消费者日常必备品，而市面上琳琅满目的口罩品牌与产品却让消费者挑花了眼。作为老牌工业防护品牌——霍尼韦尔秉承着对消费者负责的态度，为消费者解开防雾霾口罩的秘密，帮助消费者选择适合自己的防雾霾口罩。

随着雾霾天气近年不断加重，防霾口罩的市场份额也在不断扩张。作为民用口罩国家标准起草单位中唯一的企业，2012年时中国防霾口罩市场大概1亿元，而到了2013年就有20亿元的规模，今年防霾口罩的销量还会更大。

在市场蓬勃发展的背后，防霾口罩市场也在遭遇仿冒盛行与标准模糊的双重考验。现在不少口罩产品鱼龙混杂，声称防霾的口罩很多，但是真正能做到的少，有些品牌则直接拿工业口罩给老百姓用，这也给真正做产品的企业造成不小困扰。

今年3月份，中消协联合五省市消协发布口罩产品比较试验结果，在37款口罩样品中，仅四成口罩过滤效果较好，能够做到防霾效果既好佩戴又舒适的样品只有9款。

5月，浙江省消保委网购25个批次样品的防霾口罩，送检发现过滤效率没有一款达到90%以上。

9月，北京市工商部门认为多个口罩品牌声称“防雾霾”、“防PM2.5”涉嫌虚假宣传，并对几家涉事企业立案调查。可见，不少防霾口罩都虚有其名。

对此，国家劳动保护用品质量监督检验中心口罩产品主检宫国卓告诉记者，目前国内口罩市场鱼龙混杂，需国家标准来规范市场。目前，《日常防护型口罩技术规范》国家标准正在酝酿之中，大部分内容初步完毕，近期就会公布征求意见稿，向全国各界征求意见。

什么样的防霾口罩才算靠谱呢？衡量民用口罩是否过关，关键在于呼吸是否顺畅以及防

霾是否过关。但是，同时满足这两个要求的产品并不多。

目前，市场上最常见的防霾口罩是KN95型口罩，著名的3M口罩就是这类口罩。它遵循的国标是《呼吸防护用品--自吸过滤式防颗粒物呼吸器》(GB2626-2006)，意思是对于PM0.075颗粒的过滤效率应能达到95%以上。不过，该标准是针对“劳动防护用品”的强制性标准，并不是面向公众的标准。

可见，我国民用口罩实际上是没有国家标准的，目前只是在套用工业口罩的标准，这种“拿来主义”显然不可持久。

国家劳动保护用品质量监督检验中心监督建设的实验室多次实验表明，在人造雾霾环境下，成年人佩戴KN95型口罩正常步行一段时间后，虽然过滤效果非常出色，但是血氧含量会有所下降，有些人就可能会感觉到头晕胸闷。（JP YZ）

【报告大纲】

第一章 消费者购买行为调查

第一节 购买行为研究

- 一、品牌选择
- 二、型号选择
- 三、信息渠道选择
- 四、价格选择
- 四、购买场所选择
- 五、购买的关注因素

第二节 品牌调查研究

- 一、认知度分析
- 二、美誉度分析
- 三、特点及优先选择品牌
- 四、地区影响力和品牌价值表现

第三节 用户价值评估调研

- 一、价值持续性评估
- 二、价值收益性评估
- 三、用户心理价值评估
- 四、总体用户价值评估

第二章 2020年防雾霾口罩消费者偏好深度调查

第一节 防雾霾口罩产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 防雾霾口罩产品的品牌市场运营状况分析

一、消费者对品牌消费意识形态调研

二、消费者对防雾霾口罩产品偏好调查

三、消费者对防雾霾口罩的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、防雾霾口罩忠诚度调查

六、防雾霾口罩市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第三章 消费者使用防雾霾口罩数据调查信息反馈

第一节 消费者使用防雾霾口罩产品基本情况调查

一、消费者使用防雾霾口罩产品的比例分析

二、消费者使用的防雾霾口罩产品的品牌排名分析

三、消费者对其使用的防雾霾口罩产品的满意度分析

四、消费者对其使用的防雾霾口罩产品的不满意的地方分析

第二节 消费者将来准备或者继续使用防雾霾口罩产品的情况分析

一、没有或者曾经使用过防雾霾口罩产品的消费者准备重新使用比例分析

二、现在正在使用的或者准备使用防雾霾口罩产品的消费者继续使用比例分析

三、消费者认为可能成为购买防雾霾口罩产品契机的广告形式分析

四、消费者在购买防雾霾口罩产品时将会做为参考的信息来源分析

五、消费者在购买防雾霾口罩产品时所重视的要素分析

六、消费者想要购买的防雾霾口罩产品的品牌排名分析

七、消费者感兴趣的防雾霾口罩产品品牌排名分析

第三节 防雾霾口罩厂商的品牌推广情况研究

- 一、消费者眼里各大防雾霾口罩产品厂商的品牌形象情况
- 二、消费者认为最近强烈关注某防雾霾口罩产品品牌的五种媒体形式或信息途径情况

第四章 2020年防雾霾口罩产品品牌市场实地调查研究

第一节 2020年防雾霾口罩产品品牌市场价格走势

- 一、价格形成机制分析
- 二、防雾霾口罩产品品牌平均价格趋势分析
- 三、2017-2020年防雾霾口罩产品品牌价格走势预测

第二节 影响防雾霾口罩产品品牌价格因素分析

- 一、消费税调整对防雾霾口罩产品品牌价格的影响
- 二、零售环境的变化对防雾霾口罩产品品牌价格的影响

第三节 2020年防雾霾口罩产品品牌市场消费状况分析

- 一、2020年防雾霾口罩产品品牌市场消费结构
- 二、2020年防雾霾口罩产品品牌市场消费特点
- 三、2020年影响防雾霾口罩产品品牌市场消费因素

第四节 2020年防雾霾口罩主流品牌厂商

- 一、主流品牌结构对比
 - 1、整体市场主流品牌对比
 - 2、防雾霾口罩市场主流品牌消费
- 二、产品品牌结构对比
 - 1、整体市场品牌对比
 - 2、防雾霾口罩市场品牌消费

第五章 2020年防雾霾口罩产品市场消费状况统计情报

第一节 2020年防雾霾口罩市场运行走势分析

- 一、防雾霾口罩竞争对手商铺、商场监测数据
- 二、防雾霾口罩排名实地调研结果
- 三、防雾霾口罩产品相关联行业或产品情况
- 四、2020年防雾霾口罩市场主要品牌所占市场消费份额
- 五、2020年防雾霾口罩市场各品牌新动向监测

第二节 2020年防雾霾口罩产品主要品牌动态关注

- 一、防雾霾口罩销售额前十名排名情况
- 二、防雾霾口罩竞争力前十名排名情况
- 三、防雾霾口罩市场份额前十名排名情况
- 四、防雾霾口罩发展潜力前十名排名情况

第三节 2021-2026年防雾霾口罩产品市场销售策略探讨

第六章 防雾霾口罩市场产销数据跟踪监测

第一节 2017-2020年防雾霾口罩产品产销状况监测

- 一、2017-2020年防雾霾口罩产品产量分析
- 二、2017-2020年防雾霾口罩产品产能分析
- 三、2017-2020年防雾霾口罩产品市场需求状况

第二节 2017-2020年防雾霾口罩产品历年消费量数据分析

第三节 2020年防雾霾口罩产品市场主要供给数据统计

第四节 2017-2020年防雾霾口罩产品行业现状分析

第七章 2020年防雾霾口罩市场经销模式及营销渠道考察

第一节 2020年防雾霾口罩产品主要经销方式深度探讨

- 一、2020年防雾霾口罩产品市场批发分析
- 二、2020年防雾霾口罩产品加盟商（代理）
- 三、2020年防雾霾口罩产品自主经营分析

第二节 2020年防雾霾口罩产品销售渠道及盈利模式调研

- 一、2020年防雾霾口罩产品销售渠道特征分析
- 二、防雾霾口罩产品销售渠道管理基本要素分析
- 三、2020年防雾霾口罩产品营销渠道分析

- 1、紧密销售渠道
- 2、主体销售渠道
- 3、松散型销售渠道
- 4、辅助型销售渠道

第四节 2020年防雾霾口罩产品销售渠道控制五力模型研究

- 一、报酬力
- 二、强制力
- 三、合法权力
- 四、专业知识力
- 五、参照力

第八章 同竞争对手产品对比分析研究

第一节 与竞争对手产品拥有度比较分析

第二节 与竞争对手品牌满意度比较分析

- 一、竞争对手品牌关注度调查分析

二、竞争对手品牌活跃度调查分析

第三节 竞争对手预购度比较分析

第四节 竞争对手预算范围构成比较分析

第五节 竞争对手品牌用户特征比较分析

一、竞争对手用户基本特征比较分析

二、竞争对手用户性别构成比较分析

三、竞争对手用户年龄构成比较分析

四、竞争对手用户婚姻状况构成比较分析

第六节 竞争对手用户结构分布

一、竞争对手用户行业构成比较

二、竞争对手用户地区构成比较

第七节 竞争对手用户消费能力

一、竞争对手用户月收入构成比较研究

二、竞争对手用户月支出构成比较研究

三、竞争对手用户职位构成比较研究

四、竞争对手用户教育程度构成比较研究

第八节 竞争对手品牌用户消费与生活形态比较

一、竞争对手用户个人爱好比较

二、竞争对手用户消费观点/行为比较

第九章 同竞争对手媒介与广告接触比较剖析

第一节 日常接触媒体分析

第二节 影响用户购买行为的媒体分析

第三节 用户接触的网络广告种类分析

第四节 影响用户购买行为的网络媒体比较分析

第五节 用户在上网过程中关注、浏览的广告形式比较分析

第六节 用户记忆最深的网络广告对应产品/服务比较分析

第七节 用户感兴趣、主动关注产品/服务广告比较分析

第八节 竞争对手产品渗透率比较分析

第十章 消费者使用行为研究

第一节 消费者防雾霾口罩拥有率分析

第二节 消费者防雾霾口罩品牌拥有率分析

第三节 消费者购买防雾霾口罩的主要用途分析

第四节 消费者对防雾霾口罩售后服务中免费质保年限的期望分析

第五节 细分消费群体消费研究

- 一、潜在消费群体消费特征研究
- 二、产品态度和利益追求细分消费群体研究

第十一章 防雾霾口罩销售渠道实地调研

第一节 专卖店实地调查

- 一、渠道特点
- 二、销售状况
- 三、消费人群
- 四、销售策略

第二节 购物中心----专柜

- 一、渠道特点
- 二、销售状况
- 三、消费人群
- 四、销售策略

第三节 连锁超市----专柜

- 一、渠道特点
- 二、销售状况
- 三、消费人群
- 四、销售策略

第四节 网络营销模式—网店

- 一、渠道特点
- 二、销售状况
- 三、消费人群
- 四、销售策略

第五节 专业线渠道

- 一、渠道特点
- 二、销售状况
- 三、消费人群
- 四、销售策略

第十二章 防雾霾口罩产品知名品牌竞争对手跟踪监测结果

第一节 3M

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第二节 上海兴诺康纶纤维科技股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第三节 霍尼韦尔

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第四节 白元家庭用品（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、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

图表目录

图表 1 中国防雾霾口罩市场品牌偏好分析

图表 2 中国防雾霾口罩市场品牌型号选择分析

图表 3 中国防雾霾口罩市场信息渠道选择分析

图表 4 中国防雾霾口罩市场价格选择分析

图表 5 中国防雾霾口罩市场购买场所选择分析

图表 6 中国防雾霾口罩市场购买关注因素分析

图表 7 中国防雾霾口罩市场品牌认知度分析

图表 8 中国防雾霾口罩市场品牌美誉度分析

图表 9 防雾霾口罩不同收入水平消费者偏好分布

图表详见报告正文.....（GY YX）

【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。《2020年中国防雾霾口罩行业分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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/fangzhi/396110396110.html>