

# 2018年中国空气净化器行业分析报告- 市场深度调研与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国空气净化器行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》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/jiadianchanye/369944369944.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

2018年上半年空气净化器市场延续了去年年末由于“雾霾天”数量锐减所引发的销售瓶颈，“量额齐跌”成为上半年空气净化器市场的关键词，整体市场呈“断崖式”下跌势头，后续发展不容乐观。2018年上半年线上空气净化器零售量同比减少15.2%，为146.7万台，零售额为19.7亿元，同比减少45.3%。

在经历了几年的稳定发展之后，2018年上半年净水设备市场迎来了一波“大爆发”，其“量额齐增”之势与空气净化器市场表现形成了鲜明对比。目前净水设备市场仍处于消费上升期，一、二线市场产品结构正逐渐转向高端，三、四线市场中高端产品呈高速普及之势。2018年上半年，线上净水设备零售量达266万台，同比增长46.1%，零售额达37.2亿元，同比增长69.1%。

同为健康家电产品，空气净化器与净水设备在2018年上半年的市场境遇为何大相径庭？究其缘由，空气净化器市场近几年的高速增长更多源于“雾霾天”数量激增所引发的恐慌心理，且“地域化”特征较为明显。伴随着国家层面出台相关行之有效的政策、措施，自2017年下半年开始，雾霾“重灾区”——京津冀地区的空气质量状况大为改善，全国“雾霾天”数量锐减，这使得众多以“除霾神器”为宣传口号的空气净化器企业一度陷入了“英雄无用武之地”的窘境，市场“断崖式”下跌也就在所难免了。“靠天吃饭”已成为过去式，空气净化器行业亟待开发新的市场增长点来扭转颓势。

《反渗透净水机水效限定值及水效等级》强制性国家标准的发布使得净水设备迎来了新一轮产品结构升级，2018年上半年净水设备市场高端化发展趋势明显，产品新技术、新功能不断涌现，消费者对于中高端产品需求旺盛，线上中高端产品零售量占比达五成。目前，大部分净水企业也已开始对“全屋净水”投入更多关注，且三、四线市场目前仍拥有广泛市场空间，净水设备市场后续仍将稳中有增。

2018年上半年，“清库存”成为各大空气净化器企业的首要任务。中低端产品顺势成为了2018年上半年的“市场担当”，将高价产品大幅度降价售卖也成为了各大空气净化器企业的主要促销手段。从线上产品价格区间来看，0—999元，1000元—1999元为主力价格段，合力占据了近九成零售量，其中0—999元价格段零售量占比为全价格段最高，为70.35%；价格区间在2000—3499元的产品零售量占比9.28%，同比降幅为67.35%。3500元—4999元价格段零售额占比为2.18%，同比降幅为12.99%。2018年上半年空气净化器市场，中高端产品受拖累最为严重，其中，5000元—6999元价格段零售额降幅达九成，7000元及以上价格段同比降幅也超过五成，众多高举“品质消费升级”大旗的中高端空气净化器企业陷入尴尬境地。显然，消费升级大潮并未充分“拥抱”空气净化器市场，行业目前也并未找到“后雾霾时代”能够充分拉动市场需求的有力增长点，下半年各大企业努力“清库存”的情况仍将持续，空气净化器市场也势必将加速从“除霾”向“室内空气环境改善”的战略转型，在充分教育市场、积累用户口碑的基础上，抓准消费痛点寻求突破。

## 2018年上半年线空气净化器不同价格区间零售额和零售量占比

数据来源：观研天下数据中心整理

2018年上半年，线上空气净化器品牌零售额前十位中，国外品牌占据6席，零售额合计占比超过五成，其中曾一度“风光无限”的日韩系产品，只有松下一家挤进榜单，欧美系品牌占据另外五席，入围前十位榜单的四个国产品牌均为互联网企业，分别是小米、352、畅呼吸、airx。2018年上半年，线上空气净化器品牌零售量前十位，国内品牌占据六席，零售量合计占比逾七成。从量、额情况可以看出，国外品牌的零售量虽然不及国内品牌，但往往产品单价比国产品牌高，从而在零售额份额上占据优势。在众多空气净化器品牌中，A.O.史密斯曾拥有不错的市场销量，但在“后雾霾”时期，其销售业绩堪称惨淡。2018年上半年，线上空气净化器品牌零售量排名中，A.O.史密斯已跌出前10位，仅依靠其产品高额定价排在了线上空气净化器品牌零售额第10位，零售额占比仅为1.75%。在2018年上半年，A.O.史密斯曾转变市场策略，陆续推出高效除甲醛机型以主打装修、婴幼儿等细分市场，但产品提升有限，市场反响较为一般，且不断爆出的产品质量、售后服务等问题，也在不断透支消费者的耐心。

2018年上半年，线上净水设备市场一片向好。其中，纯水机零售额远超其他品类，占比为46.08%，净水机零售额居次席，零售额占比达27.41%，零售额同比增涨46.37%。软水机和中央净水机零售额占比总和不足一成，但在线上增长趋势明显，其中软水机、中央净水机同比增幅分别为114.07%、289.77%。“全屋净水”概念的兴起以及居民对于生活品质的追求，促进了全品类净水设备市场的爆发式增长，随着各大企业加大对净化技术、净化效率等的提升，净水设备市场将持续稳中有增。

## 2018年上半年线上净水设备不同类型零售额和零售量占比

数据来源：观研天下数据中心整理

2018年上半年，净水设备线上市场的反渗透产品市场份额持续扩大，零售额市场占比已经达到46.08%。超滤膜产品的零售额市场份额位居第二，零售额市场占比达到20.77%，同比增加46.37%。通常采用反渗透技术的净水机为纯水机，反渗透净水机的过滤精度更高，能够过滤掉重金属离子、细菌等杂质，其净化后的水可以直接饮用。所以，在当下“品质消费，健康生活”的趋势下，可以看出消费者更愿意选购反渗透净水设备。

2018年上半年，净水设备线上市场中，价格段在700元—2999元的产品是主流消费价格段。其中1500元—2999元价格段占据了近一半的市场零售额，700元—1499元价格段产品的零售额市场占比为22%。此外，3000元以上价格段产品占比虽然不高，但整体增幅不低，显示出了较强的增长潜力。在消费升级趋势下，具有新功能、新技术的中高端产品将为净水设备市场提供后续增长动力。

2018年上半年，线上净水设备市场国产品牌在零售额市场份额上稍占优势，占比达到57%。从零售量占比来看，国内品牌逼近七成。美的和沁园两个品牌的产品零售量占据前两名，两个品牌的合计零售量占比达到45%。其中，美的以24%的零售量占比荣膺2018年上

半年线上净水设备冠军。美的(X400S)MRC1686A-400G净水机，采用科技感十足的外观设计，内置GE反渗透滤芯，抗堵塞，寿命长，能够有效过滤重金属，同时美的专利五膜页技术保证了制水高效快速，低废水比更环保。近些年，美的依靠自身在净水设备制造、研发上的硬实力，不断深耕细分市场，从消费者痛点需求入手，产品获得消费者广泛认可。（GYZ PP）

观研天下发布的《2018年中国空气净化器行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

## 【报告大纲】

### 第一章 2016-2018年中国空气净化器行业发展概述

#### 第一节 空气净化器行业发展情况概述

##### 一、空气净化器行业相关定义

##### 二、空气净化器行业基本情况介绍

##### 三、空气净化器行业发展特点分析

#### 第二节 中国空气净化器行业上下游产业链分析

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、空气净化器行业产业链条分析

##### 三、中国空气净化器行业产业链环节分析

## 1、上游产业

## 2、下游产业

### 第三节 中国空气净化器行业生命周期分析

#### 一、空气净化器行业生命周期理论概述

#### 二、空气净化器行业所属的生命周期分析

### 第四节 空气净化器行业经济指标分析

#### 一、空气净化器行业的赢利性分析

#### 二、空气净化器行业的经济周期分析

#### 三、空气净化器行业附加值的提升空间分析

### 第五节 国内空气净化器行业进入壁垒分析

#### 一、空气净化器行业资金壁垒分析

#### 二、空气净化器行业技术壁垒分析

#### 三、空气净化器行业人才壁垒分析

#### 四、空气净化器行业品牌壁垒分析

#### 五、空气净化器行业其他壁垒分析

## 第二章 2016-2018年全球空气净化器行业市场发展现状分析

### 第一节 全球空气净化器行业发展历程回顾

### 第二节 全球空气净化器行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲空气净化器行业地区市场分析

#### 一、亚洲空气净化器行业市场现状分析

#### 二、亚洲空气净化器行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲空气净化器行业市场前景分析

### 第四节 北美空气净化器行业地区市场分析

#### 一、北美空气净化器行业市场现状分析

#### 二、北美空气净化器行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美空气净化器行业市场前景分析

### 第五节 欧盟空气净化器行业地区市场分析

#### 一、欧盟空气净化器行业市场现状分析

#### 二、欧盟空气净化器行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧盟空气净化器行业市场前景分析

### 第六节 2018-2024年世界空气净化器行业分布走势预测

### 第七节 2018-2024年全球空气净化器行业市场规模预测

## 第三章 中国空气净化器产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

#### 一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品空气净化器总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节中国空气净化器行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节中国空气净化器产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国空气净化器行业运行情况

第一节 中国空气净化器行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国空气净化器行业市场规模分析

第三节 中国空气净化器行业供应情况分析

第四节 中国空气净化器行业需求情况分析

第五节 中国空气净化器行业供需平衡分析

第六节 中国空气净化器行业发展趋势分析

第五章 中国空气净化器所属行业运行数据监测

第一节 中国空气净化器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 中国空气净化器所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

### 第三节 中国空气净化器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

### 第六章 2016-2018年中国空气净化器市场格局分析

#### 第一节 中国空气净化器行业竞争现状分析

##### 一、中国空气净化器行业竞争情况分析

##### 二、中国空气净化器行业主要品牌分析

#### 第二节 中国空气净化器行业集中度分析

##### 一、中国空气净化器行业市场集中度分析

##### 二、中国空气净化器行业企业集中度分析

#### 第三节 中国空气净化器行业存在的问题

#### 第四节 中国空气净化器行业解决问题的策略分析

#### 第五节 中国空气净化器行业竞争力分析

##### 一、生产要素

##### 二、需求条件

##### 三、支援与相关产业

##### 四、企业战略、结构与竞争状态

##### 五、政府的作用

### 第七章 2016-2018年中国空气净化器行业需求特点与价格走势分析

#### 第一节 中国空气净化器行业消费特点

#### 第二节 中国空气净化器行业消费偏好分析

##### 一、需求偏好

##### 二、价格偏好

##### 三、品牌偏好

##### 四、其他偏好

#### 第三节 空气净化器行业成本分析

#### 第四节 空气净化器行业价格影响因素分析

##### 一、供需因素

##### 二、成本因素

##### 三、渠道因素

##### 四、其他因素

#### 第五节 中国空气净化器行业价格现状分析

#### 第六节 中国空气净化器行业平均价格走势预测



一、中国空气净化器行业价格影响因素

二、中国空气净化器行业平均价格走势预测

三、中国空气净化器行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国空气净化器行业区域市场现状分析

第一节 中国空气净化器行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地空气净化器市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区空气净化器市场规模分析

四、华东地区空气净化器市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区空气净化器市场规模分析

四、华中地区空气净化器市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区空气净化器市场规模分析

第九章 2016-2018年中国空气净化器行业竞争情况

第一节 中国空气净化器行业竞争结构分析（波特五力模型）

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 中国空气净化器行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国空气净化器行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

#### 四、技术环境

#### 第十章 空气净化器行业企业分析（随数据更新有调整）

##### 第一节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

###### 1、主要经济指标情况

###### 2、企业盈利能力分析

###### 3、企业偿债能力分析

###### 4、企业运营能力分析

###### 5、企业成长能力分析

###### 四、公司优劣势分析

##### 第二节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

###### 1、主要经济指标情况

###### 2、企业盈利能力分析

###### 3、企业偿债能力分析

###### 4、企业运营能力分析

###### 5、企业成长能力分析

###### 四、公司优劣势分析

##### 第三节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

###### 1、主要经济指标情况

###### 2、企业盈利能力分析

###### 3、企业偿债能力分析

###### 4、企业运营能力分析

###### 5、企业成长能力分析

###### 四、公司优劣势分析

##### 第四节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

### 三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

### 四、公司优劣势分析

#### 第五节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

##### 四、公司优劣势分析

### 第十一章 2018-2024年中国空气净化器行业发展前景分析与预测

#### 第一节 中国空气净化器行业未来发展前景分析

- 一、空气净化器行业国内投资环境分析
- 二、中国空气净化器行业市场机会分析
- 三、中国空气净化器行业投资增速预测

#### 第二节 中国空气净化器行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国空气净化器行业市场发展预测

- 一、中国空气净化器行业市场规模预测
- 二、中国空气净化器行业市场规模增速预测
- 三、中国空气净化器行业产值规模预测
- 四、中国空气净化器行业产值增速预测
- 五、中国空气净化器行业供需情况预测

#### 第四节 中国空气净化器行业盈利走势预测

- 一、中国空气净化器行业毛利润同比增速预测
- 二、中国空气净化器行业利润总额同比增速预测

### 第十二章 2018-2024年中国空气净化器行业投资风险与营销分析

#### 第一节 空气净化器行业投资风险分析

- 一、空气净化器行业政策风险分析

二、空气净化器行业技术风险分析

三、空气净化器行业竞争风险分析

四、空气净化器行业其他风险分析

第二节 空气净化器行业企业经营发展分析及建议

一、空气净化器行业经营模式

二、空气净化器行业销售模式

三、空气净化器行业创新方向

第三节 空气净化器行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国空气净化器行业发展策略及投资建议

第一节 中国空气净化器行业品牌战略分析

一、空气净化器企业品牌的重要性

二、空气净化器企业实施品牌战略的意义

三、空气净化器企业品牌的现状分析

四、空气净化器企业的品牌战略

五、空气净化器品牌战略管理的策略

第二节 中国空气净化器行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国空气净化器行业战略综合规划分析

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

第十四章 2018-2024年中国空气净化器行业发展策略及投资建议

第一节 中国空气净化器行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
  - 二、市场细分策略
  - 三、目标市场的选择
  - 第二节 中国空气净化器行业定价策略分析
  - 第三节 中国空气净化器行业营销渠道策略
    - 一、空气净化器行业渠道选择策略
    - 二、空气净化器行业营销策略
  - 第四节 中国空气净化器行业价格策略
  - 第五节 观研天下行业分析师投资建议
    - 一、中国空气净化器行业重点投资区域分析
    - 二、中国空气净化器行业重点投资产品分析
- 图表详见正文 . . . . .

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/369944369944.html>