

2018年中国空气净化器行业分析报告- 市场深度分析与投资前景预测

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《2018年中国空气净化器行业分析报告-市场深度分析与投资前景预测》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/320403320403.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

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，主要分为家用、商用、工业、楼宇。

2017年我国空气净化器市场零售量份额 资料来源：公开资料整理 目前市面上有三种主流净化器，分别是吸附式、过滤式以及混合式。吸附式产品主要采用化学方式，如释放出离子物质与空气中的有害物质相结合；过滤式产品主要为物理式吸附，采用活性炭过滤网；混合式是物理方式与化学方式结合使用。吸附式产品采用主动方攻击的方式，但在吸附过程中也会产生一些化学副产物；过滤式净化器采用的是被动防御，空气净化效果与滤网质量密切相关，一段时间后滤网沾染污染物也可能产生二次污染；混合式兼具两者的优缺点，消费者购买过程中可根据自身情况考虑适合自己的产品。

购买空气净化器时，应考虑空气净化器的功率是否与房间大小相匹配。如果只是清洁孩子卧室的空气，小型净化器就可以解决；如果需要清洁大客厅的空气，一定要选择一款功率大的空气净化器。只有净化空气容量和房屋大小相匹配，才能达到有效清洁的目的。

据了解，家用空气净化器市场在我国还处于起步阶段和时尚消费阶段。通过咨询活动发现，消费者对空气净化器的认识还非常有限，存在很多偏差，例如有很多消费者把空气净化器当成是氧吧的一种，还有部分消费者把空气净化器当做吹风机。

由于对净化室内空气的重要性认识不足及价格因素的制约，空气净化器在现阶段还无法达到普及，只有部门层次较高的消费者才有购买意识和购买能力。

通过调查，我们发现对于空气净化器，普通消费者普遍关系产品的价格、净化效果、使用寿命等问题，精心打造消费者则更关注其真正的净化效果、使用寿命、方便性等问题。仅3%的用户完全不打算购买空气净化器

调查结果显示，消费者对于空气净化器产品的接受意识是较高的，仅有3%的用户完全不愿意购买空气净化器产品，而超过六成的用户则表示计划近期购买和处于观望中。

选购空气净化器最看重的是品牌

调查结果显示，消费者在选购空气净化器产品时，最主要考虑的是空气净化器品牌，用户占比达78.8%，其次服务和价格分别占比为59.4%和57.2%。

最关注空气净化器净化PM2.5功能

在空气净化器功能方面，消费者最关注的是净化PM2.5和净化甲醛，关注用户占比高达85.2%和70.6%，相对来说，智能化对于空气净化器产品来说，并不被主流消费者看好，仅有两成用户关注其是否能够实现远程智能控制。

空气净化器心理价位集中于0-3000元之间

调查结果显示，消费者对空气净化器的心理价位主要集中在0-3000元之间，用户投票总数为24054票，而5000元以上的用户占比最少，投票用户仅有970人。

我国高速增长的经济为空气净化器行业提供了广阔的市场空间，随着人民生活水平的不断提高，行业需求量激增，行业利润水平不断提高。但同时，随着行业内企业数量的增加，业内竞争逐渐加剧，行业内优秀的企业越来越重视市场的研究，特别是企业发展环境和需求趋势变化的研究。

观研天下发布的《2018年中国空气净化器行业分析报告-市场深度分析与投资前景预测》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。

第一章 2015-2017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

二、空气净化器行业的赢利性分析

四、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 中国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 2015-2017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 2015-2017年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、全社会消费品零售总额
- 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

第四节 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 2015-2017年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、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 2015-2017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 2015-2017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

第二节 空气净化器行业成本分析

第三节 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

第四节 中国空气净化器行业价格现状分析

第五节 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 2015-2017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

四、华南地区空气净化器市场规模预测

第五节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区空气净化器市场规模分析

四、华北地区空气净化器市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区空气净化器市场规模分析

四、东北地区空气净化器市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

一、西部地区概述

二、西部地区经济环境分析

三、西部地区空气净化器市场规模分析

四、西部地区空气净化器市场规模预测

第九章 2015-2017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 空气净化器行业重点生产企业分析（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

第六节 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

第七节 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

第八节 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

第九节 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
- 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重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点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

第二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

第三节中国空气净化器行业价格策略

第四节 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/320403320403.html>