

中国空气净化器行业发展深度分析与投资前景研究报告（2026-2033年）

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《中国空气净化器行业发展深度分析与投资前景研究报告（2026-2033年）》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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202511/771550.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

前言：

我国空气净化器行业已形成完整产业链，与此同时，线上销售渠道碾压式崛起，已经成为市场绝对主导的销售阵地。行业市场销售方面，历经多年低迷后，在政策支持、新兴需求推动下于2024年止跌反弹。具体来看，宠物经济的蓬勃发展为空气净化器行业注入了新的增长动力，2025年第一季度宠物空气净化器线上零售额占比进一步提升至33.7%。此外，2025年10月1日新版国标落地实施，进一步规范市场、推动行业洗牌。

1.我国空气净化器行业已形成完整清晰的产业链

空气净化器作为一种可以提高室内空气质量的电器产品，在我国已构建起完整清晰、高效协同的产业链。上游涵盖滤网材料、塑料、钢材等原材料及电机、电子元器件等零部件供应，为产业发展提供基础支撑；中游的研发与制造环节是产业链核心，主导产品性能迭代与品质把控；下游形成“线上主导、线下补充”的渠道格局，线上依托电商平台、直播电商等触达消费者，线下通过超市、家电专卖店等实现体验与销售；终端覆盖家用场景及办公室、酒店、医院等商用场景，需求场景多元。

资料来源：观研天下整理

2.空气净化器线上渠道碾压式崛起，销量份额占比攀升至94.94%

2019年，我国空气净化器市场线上与线下渠道销量份额分别为57.66%和42.34%，尚未形成单一渠道垄断格局。此后，线下渠道受消费习惯线上迁移、运营成本高企及体验式消费需求弱化等因素影响，销量份额持续萎缩，至2024年已降至5.06%。与之形成鲜明反差的是，线上渠道凭借产品选择丰富、价格透明度高、购买便捷性强等多重优势，持续吸引消费者青睐，销量份额不断攀升，2024年已达94.94%，成为市场绝对主导的销售阵地。

数据来源：奥维云网（AVC）、观研天下整理

3.空气净化器市场止跌反弹，销量、销售额双双回升

2017-2023年，我国空气净化器行业陷入低迷，销量与销售额持续下滑，分别由725万台、162.1亿元下降至263.9万台和47亿元，累计降幅均超过60%。这一趋势主要受多重因素影响：

首先，全国空气质量持续改善，消费者对空气净化的迫切性感知减弱。据生态环境部数据，2023年全国地级及以上城市细颗粒物（PM_{2.5}）平均浓度为30微克/立方米，优于年度目标（32.9微克/立方米）约3.0微克/立方米，相比2017年的43微克/立方米下降了30.23%。其次，公众对产品功能认知仍较局限，多数仍将其等同于“除雾霾工具”，对除甲醛、除异味等附加功能认知不足，导致购买意愿不强。此外，产品价格与使用成本较高、占用空间等因素也

抑制了购买意愿，加之房地产行业低迷进一步削弱了新增需求。

不过，在宠物净化等新兴需求涌现、国家以旧换新补贴政策发力等多重因素推动下，我国空气净化器市场于2024年实现触底反弹，成功止跌回升，销量与销售额同比增幅均超30%，复苏势头显著。2025年政策红利延续，市场回升态势维持，一季度线上销量达77万台，同比增长21%；销售额12.2亿元，同比增长27%，线上端的强劲增长为行业持续复苏筑牢根基。

数据来源：奥维云网（AVC）、观研天下整理

数据来源：奥维云网（AVC）、观研天下整理

4. 养宠需求开辟新增长点，空气净化器细分赛道崛起

宠物经济的蓬勃发展为我国空气净化器行业注入了新的增长动力。在生活水平提升、婚育观念变化及人口结构变迁等因素共同作用下，宠物作为情感陪伴的重要性日益凸显，推动国内宠物数量稳步增长。以猫犬为例，2020-2024年我国城镇宠物猫犬数量已由10084万只增长至12411万只。与此同时，宠物市场规模由2020年的2259亿元增长至2024年的3453亿元。

数据来源：公开资料、观研天下整理

数据来源：公开资料、观研天下整理

瞄准宠物市场的巨大潜力，多个空气净化器品牌积极布局宠物专用机型这一细分赛道，通过精准挖掘养宠家庭核心需求，开展适宠化设计与功能创新。目前，霍尼韦尔、美的、海尔、小米、安德迈、范罗士等品牌均已推出宠物专用空气净化器，并针对性加大市场宣传力度。奥维云网数据显示，2023年宠物空气净化器品牌动销数达66个，较2022年的23个实现大幅增长；2025年第一季度其线上零售额占比进一步提升至33.7%，较2024年同期的15.6%实现翻倍增长，成为行业复苏的重要驱动力之一。

数据来源：奥维云网（AVC）、观研天下整理

5. 新版国标落地，推动空气净化器行业洗牌

GB36893-2024《空气净化器能效限定值及能效等级》已于2025年10月1日正式实施，替代旧版GB 36893-2018。相比2018旧版，2024新版强制性国家标准在能效分级要求上更为严格，并新增对关机、待机及网络模式下的待机功率要求。同时，新版国标明确空气净化器能效比实测值不得低于标称值的90%，且能效等级不应低于标称等级，进一步强化对能效虚标的约束，规范市场秩序。

2024新版和2018旧版能效等级要求对比

产品类型

能效等级

2024版

2018年版

能效比/[m³/(W·h)]

类

1

EER颗粒≥13；EER气态≥7

EER≥13

2

11≤EER颗粒<13；4.5≤EER气态<7

10≤EER<13

3

5≤EER颗粒<11；1.5≤EER气态<4.5

3.5≤EER<10

类

1

EER颗粒≥11；EER气态≥6.5

EER≥11

2

7≤EER颗粒<11；4≤EER气态<6.5

8≤EER<11

3

3.5≤EER颗粒<7；1≤EER气态<4

3.5≤EER<8

资料来源：国家标准全文公开系统、观研天下整理（WJ）

随着新版国标正式实施，我国空气净化器行业迎来新一轮洗牌，倒逼产品技术迭代升级与市场优胜劣汰。具备技术研发实力与资金储备的头部企业，可快速适配标准要求，推出合规产品抢占市场；而技术储备薄弱、研发能力不足的中小品牌，则将面临更大淘汰压力，行业集中度有望进一步提升。

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国空气净化器行业发展深度分析与投资前景研究报告（2026-2033年）》数据丰富，内容详实，整体图表数量达到130个以上，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，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，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。

行业报告是业内企业、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。

目录大纲：

【第一部分 行业基本情况与监管】

第一章中国空气净化器 行业基本情况介绍

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 特点分析

三、空气净化器 行业供需主体介绍

四、空气净化器 行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

第二节 中国空气净化器 行业发展历程

第三节 中国空气净化器行业经济地位分析

第二章 中国空气净化器 行业监管分析

第一节 中国空气净化器 行业监管制度分析

一、行业主要监管体制

二、行业准入制度

第二节 中国空气净化器 行业政策法规

一、行业主要政策法规

二、主要行业标准分析

第三节 国内监管与政策对空气净化器 行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章中国空气净化器 行业发展环境分析

第一节 中国宏观经济发展现状

第二节 中国对外贸易环境与影响分析

第三节 中国空气净化器 行业宏观环境分析（PEST模型）

一、PEST模型概述

二、政策环境影响分析

三、经济环境影响分析

四、社会环境影响分析

五、技术环境影响分析

第四节 中国空气净化器 行业环境分析结论

第四章 全球空气净化器 行业发展现状分析

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 行业规模分布

一、2021-2025年全球空气净化器 行业规模

二、全球空气净化器 行业市场区域分布

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、2021-2025年亚洲空气净化器 行业市场规模与需求分析

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、2021-2025年北美空气净化器 行业市场规模与需求分析

三、北美空气净化器 行业市场前景分析

第五节 欧洲空气净化器 行业地区市场分析

一、欧洲空气净化器 行业市场现状分析

二、2021-2025年欧洲空气净化器 行业市场规模与需求分析

三、欧洲空气净化器 行业市场前景分析

第六节 2026-2033年全球空气净化器 行业分布走势预测

第七节 2026-2033年全球空气净化器 行业市场规模预测

【第三部分 国内现状与企业案例】

第五章 中国空气净化器 行业运行情况

第一节 中国空气净化器 行业发展介绍

一、行业发展特点分析

二、行业技术现状与创新情况分析

第二节 中国空气净化器 行业市场规模分析

一、影响中国空气净化器 行业市场规模的因素

- 二、2021-2025年中国空气净化器 行业市场规模
- 三、中国空气净化器行业市场规模数据解读
- 第三节 中国空气净化器 行业供应情况分析
 - 一、2021-2025年中国空气净化器 行业供应规模
 - 二、中国空气净化器 行业供应特点
- 第四节 中国空气净化器 行业需求情况分析
 - 一、2021-2025年中国空气净化器 行业需求规模
 - 二、中国空气净化器 行业需求特点
- 第五节 中国空气净化器 行业供需平衡分析
- 第六章 中国空气净化器 行业经济指标与需求特点分析
 - 第一节 中国空气净化器 行业市场动态情况
 - 第二节 空气净化器 行业成本与价格分析
 - 一、行业价格影响因素分析
 - 二、行业成本结构分析
 - 三、2021-2025年中国空气净化器 行业价格现状分析
 - 第三节 空气净化器 行业盈利能力分析
 - 一、空气净化器 行业的盈利性分析
 - 二、空气净化器 行业附加值的提升空间分析
 - 第四节 中国空气净化器 行业消费市场特点分析
 - 一、需求偏好
 - 二、价格偏好
 - 三、品牌偏好
 - 四、其他偏好
 - 第五节 空气净化器 行业的经济周期分析
- 第七章 中国空气净化器 行业产业链及细分市场分析
 - 第一节 中国空气净化器 行业产业链综述
 - 一、产业链模型原理介绍
 - 二、产业链运行机制
 - 三、空气净化器 行业产业链图解
 - 第二节 中国空气净化器 行业产业链环节分析
 - 一、上游产业发展现状
 - 二、上游产业对空气净化器 行业的影响分析
 - 三、下游产业发展现状
 - 四、下游产业对空气净化器 行业的影响分析
 - 第三节 中国空气净化器 行业细分市场分析

一、中国空气净化器 行业细分市场结构划分

二、细分市场分析——市场1

1. 2021-2025年市场规模与现状分析

2. 2026-2033年市场规模与增速预测

三、细分市场分析——市场2

1.2021-2025年市场规模与现状分析

2. 2026-2033年市场规模与增速预测

（细分市场划分详情请咨询观研天下客服）

第八章 中国空气净化器 行业市场竞争分析

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 行业竞争格局分析

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 行业市场集中度影响因素分析

二、中国空气净化器 行业市场集中度分析

第三节 中国空气净化器 行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第四节 中国空气净化器 行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第九章 中国空气净化器 行业所属行业运行数据监测

第一节 中国空气净化器 行业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 行业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 行业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

第十章 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析

一、影响空气净化器 行业区域市场分布的因素

二、中国空气净化器 行业区域市场分布

第二节 中国华东地区空气净化器 行业市场分析

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 行业市场分析

1、2021-2025年华东地区空气净化器 行业市场规模

2、华东地区空气净化器 行业市场现状

3、2026-2033年华东地区空气净化器 行业市场规模预测

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 行业市场分析

1、2021-2025年华中地区空气净化器 行业市场规模

2、华中地区空气净化器 行业市场现状

3、2026-2033年华中地区空气净化器 行业市场规模预测

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 行业市场分析

1、2021-2025年华南地区空气净化器 行业市场规模

2、华南地区空气净化器 行业市场现状

3、2026-2033年华南地区空气净化器 行业市场规模预测

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 行业市场分析

- 1、2021-2025年华北地区空气净化器 行业市场规模
- 2、华北地区空气净化器 行业市场现状
- 3、2026-2033年华北地区空气净化器 行业市场规模预测

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 行业市场分析
 - 1、2021-2025年东北地区空气净化器 行业市场规模
 - 2、东北地区空气净化器 行业市场现状
 - 3、2026-2033年东北地区空气净化器 行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区空气净化器 行业市场分析
 - 1、2021-2025年西南地区空气净化器 行业市场规模
 - 2、西南地区空气净化器 行业市场现状
 - 3、2026-2033年西南地区空气净化器 行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区空气净化器 行业市场分析
 - 1、2021-2025年西北地区空气净化器 行业市场规模
 - 2、西北地区空气净化器 行业市场现状
 - 3、2026-2033年西北地区空气净化器 行业市场规模预测

第九节 2026-2033年中国空气净化器 行业市场规模区域分布预测

第十一章 空气净化器 行业企业分析（企业名单请咨询观研天下客服）

第一节 企业1

- 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、公司优势分析

第二节 企业2

第三节 企业3

第四节 企业4

第五节 企业5

第六节 企业6

第七节 企业7

第八节 企业8

第九节 企业9

第十节 企业10

【第四部分 行业趋势、总结与策略】

第十二章 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 行业未来发展趋势预测

第二节 2026-2033年中国空气净化器 行业投资增速预测

第三节 2026-2033年中国空气净化器 行业规模与供需预测

一、2026-2033年中国空气净化器 行业市场规模与增速预测

二、2026-2033年中国空气净化器 行业产值规模与增速预测

三、2026-2033年中国空气净化器 行业供需情况预测

第四节 2026-2033年中国空气净化器 行业成本与价格预测

一、2026-2033年成本走势预测

二、2026-2033年价格走势预测

第五节 2026-2033年中国空气净化器 行业盈利走势预测

第六节 2026-2033年中国空气净化器 行业需求偏好预测

第十三章 中国空气净化器 行业研究总结

第一节 观研天下中国空气净化器 行业投资机会分析

一、未来空气净化器 行业国内市场机会

二、未来空气净化器行业海外市场机会

第二节 中国空气净化器 行业生命周期分析

第三节 中国空气净化器 行业SWOT分析

一、SWOT模型概述

二、行业优势

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国空气净化器	行业SWOT分析结论
第四节 中国空气净化器	行业进入壁垒与应对策略
第五节 中国空气净化器	行业存在的问题与解决策略
第六节 观研天下中国空气净化器	行业投资价值结论
第十四章 中国空气净化器	行业风险及投资策略建议
第一节 中国空气净化器	行业进入策略分析
一、目标客户群体	
二、细分市场选择	
三、区域市场的选择	
第二节 中国空气净化器	行业风险分析
一、空气净化器	行业宏观环境风险
二、空气净化器	行业技术风险
三、空气净化器	行业竞争风险
四、空气净化器	行业其他风险
五、空气净化器	行业风险应对策略
第三节 空气净化器	行业品牌营销策略分析
一、空气净化器	行业产品策略
二、空气净化器	行业定价策略
三、空气净化器	行业渠道策略
四、空气净化器	行业推广策略
第四节 观研天下分析师投资建议	

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202511/771550.html>