

2019年中国空气净化器市场分析报告- 市场竞争格局与未来趋势预测

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《2019年中国空气净化器市场分析报告-市场竞争格局与未来趋势预测》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/jiajujiancai/413868413868.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

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。

近年来，我国空气质量呈现重度污染状态，国家环保部也相应发布了《国家环境保护标准“十三五”规划》。《规划》围绕挥发性有机物污染、高能耗高污染行业大气污染、面源污染、移动源污染等大气环境管理重点领域，优先制定相关大气污染物排放标准。《规划》要求：到2020年地级及以上城市空气质量优良天数比率要大于80%；细颗粒物未达标地级及以上城市浓度要下降；地级及以上城市重度及以上污染天数比例下降。

中国环保“十三五”规划空气质量主要指标（单位：%）

指标

2020年

属性

地级及以上城市空气质量优良天数比率（%）

>80

约束性

细颗粒物未达标地级及以上城市浓度下降（%）

/

约束性

地级及以上城市重度及以上污染天数比例下降（%）

/

预期性

资料来源：国家环保部

2017年全国338个地级及以上城市中，有99个城市环境空气质量达标，占全部城市数的29.3%；239个城市环境空气质量超标，占70.7%。338个城市平均优良天数比例为78.0%，比2016年下降0.8个百分点；平均超标天数比例为22.0%。5个城市优良天数比例为100%，170个城市优良天数比例在80%~100%之间，137个城市优良天数比例在50%~80%之间，26个城市优良天数比例低于50%。

2017年城市不同空气质量级别天数比例

资料来源：国家环保部

根据数据显示，2013-2017年我国空气净化器的产销量均呈上涨趋势。2017年空气净

化器产销量分别为2279万台、720万台。由于中国空气净化器出口量较大，近年很多以出口为主的企业开始由外销市场转向内销市场。2018年空气净化器产销量分别为**万台、**万台。

2013-2018E年中国净化器产销量情况

数据来源：统计局

从行业区域来看，我国空气净化器市场主要分布在华东、华南、华北地区，销售收入基本占全国的60%左右。2017年广东省是我国空气净化器最主要的集中地，其次是浙江省和河北省，比重分别在25%和12%左右。

2013-2018E年中国空气净化器行业区域分布情况

数据来源：统计局

新国标发行后，国产产品的产品力有了飞速的增长，甚至有超越外来品牌的架势。从2017年空气净化器品牌关注度排行来看，小米占据了26.7%的较大份额，排名第一；除小米外，排名第四的352占有4.9%占比，除这两个品牌有明显互联网基因除外，其余品牌都是以线下渠道铺设为主的品牌。飞利浦、三星、霍尼韦尔、Blueair、亚都排名分列2、3、7、8、9位，占比较大，这也说明了用户在进行选购时，对于品牌仍有较强依赖。

2017年空气净化器市场品牌关注度分析

数据来源：统计局

影响因素分析

1、有利因素

（一）新国标出台使行业更规范

相关部门标准的出台对行业进行了整顿肃清，行业乱象得以规范，许多不正规的品牌不得不退出市场，因而品牌数量锐减。未来，市场上的资源整合将进一步向优势品牌集中，行业集中度将会进一步增高。

（二）空气污染问题依然严峻

2018年10-12月环境空气质量有关情况了解到，1-12月“2+26”城市中27个城市PM2.5平均浓度同比下降，开封同比上升。10-12月“2+26”城市中10个城市PM2.5平均浓度同比下降，其中9个城市PM2.5平均浓度降幅满足秋冬季改善目标进度要求，降幅排名前3位的城市

是邯郸、济宁和长治，同比分别下降16.5%、13.2%和10.9%；天津和沧州PM2.5平均浓度同比持平，其中天津满足秋冬季改善目标进度要求；16个城市PM2.5平均浓度同比不降反升，升幅排名前3位的城市是开封、安阳和廊坊，同比分别上升26.4%、21.2%和20.4%。。虽然我国空气污染问题短期内仍将持续推动空气净化器市场的增长，但是影响效果会随着空气质量提升而逐渐减弱。

（三）国产品牌慢慢崛起

随着行业的快速发展，生产空气净化器的企业越来越多，如今在品牌关注榜单中有了更多国产品牌的身影。艾吉森、贝克艾尔等品牌，在近期宣传手笔较大，也引起了消费者足够重视，纷纷进入榜单。

2、不利因素

（一）渗透率远低于发达国家

我国空气净化器市场受制于消费能力不足、产品使用必要性不强、国产品牌重视不够等原因，目前我国的空气净化器整体渗透率仍偏低，远低于欧美日韩地区，其渗透率普遍在30%以上。

（二）同质化竞争激烈

从空气净化器市场的角度来看，空气净化器产品日趋同质化，无法满足消费者的“差异化”需求。

（三）仍以国外品牌为主

目前随着国内空气净化器市场兴起，国产品牌的市场份额逐渐提升，且持续增长，但与国外品牌相比仍存在一定差距。（TLN）

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-市场竞争格局与未来趋势预测》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。

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。

【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 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 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 2019-2025年世界空气净化器行业分布走势预测

第七节 2019-2025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动态分析

第一节 中国空气净化器行业消费市场动态情况

第二节 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

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

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

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

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025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 2019-2025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 2019-2025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 2019-2025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/jiajujiancai/413868413868.html>