

2020年中国空气净化器前景研究报告- 行业调查与未来趋势研究

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年中国空气净化器前景研究报告-行业调查与未来趋势研究》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/465788465788.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

空气净化器进入中国市场时属于小众产品，面向的群体主要是特殊人群（如花粉过敏者、呼吸道疾病患者）和高消费群体。随着全国大气污染防治工作的推进，雾霾天气出现的频率逐渐减少，自2017年开始我国空气净化器零售额逐渐下滑。根据数据显示，2018年我国空气净化器零售额为116.7亿元，大幅下降，同比下降27.6%；截至2019年11月，我国空气净化器零售总额为81.8亿元，同比下降12.2%。

2015-2019年11月中国空气净化器零售额及增长情况

数据来源：商务委

在进口方面，根据中国海关数据显示，2019年我国空气净化器进口量为22.1万个，进口额为0.33亿美元。

2016-2019年我国空气净化器进口情况

数据来源：中国海关

在出口方面，我国作为一个制造业大国，全球约70%的空气净化器都是在中国生产的。随着中国空气净化器行业技术水平的提升，加上国内产品制造的价格优势，我国的空气净化器出口数量增长明显。根据数据显示，2019年我国空气净化器出口量达到2105万个，出口额为7.99亿美元。

2016-2019年我国空气净化器出口情况

数据来源：中国海关WYD【报告大纲】

第一章 中国空气净化器行业发展综述

1.1 空气净化器行业定义及分类

1.1.1 空气净化器行业概念及定义

1.1.2 空气净化器行业主要产品分类

1.2 空气净化器行业产业环境分析

1.2.1 空气净化器行业产业链简介

1.2.2 空气净化器行业上游分析

（1）钢材行业运营现状与价格趋势

（2）铝材行业运营现状与价格趋势

1.3 空气净化器行业统计标准

1.3.1 空气净化器行业统计部门和口径

1.3.2 空气净化器行业统计方法

第二章 中国空气净化器行业发展环境分析

2.1 空气净化器行业政策环境分析

2.1.1 空气净化器行业监管体系

- (1) 空气净化器行业监管部门
- (2) 空气净化器行业监管重点
- 2.1.2 空气净化器行业相关标准
- 2.1.3 空气净化器行业政策规划
 - (1) 产品结构规划
 - (2) 产业标准规划
- 2.2 空气净化器行业经济环境分析
 - 2.2.1 宏观经济对行业的影响
 - 2.2.2 国内宏观经济环境分析
 - (1) 国内GDP增速分析
 - (2) 工业增加值分析
 - (3) 制造业发展分析
 - (4) 固定资产投资分析
 - 2.2.3 国内宏观经济走势预测
- 2.3 空气净化器行业技术环境分析
 - 2.3.1 空气净化技术专利申请数分析
 - 2.3.2 空气净化技术专利申请人分析
 - 2.3.3 空气净化技术热门专利技术分析
- 2.4 空气净化器行业环保环境分析
 - 2.4.1 中国环境保护“十三五”规划解读
 - 2.4.2 中国空气质量指数 (AQI) 分析
 - 2.4.3 中国可入肺微粒 (PM2.5) 分析
 - 2.4.4 中国空气污染指数 (API) 分析
 - 2.4.5 中国空气质量重点区域分析
 - (1) 京津冀地区
 - (2) 长三角地区
 - (3) 珠三角地区
 - (4) 环保重点城市污染物浓度分析

第三章 中国空气净化器行业发展现状分析

- 3.1 空气净化器行业市场发展概况
 - 3.1.1 空气净化器行业发展历程
 - 3.1.2 空气净化器行业发展规模
 - 3.1.3 空气净化器行业区域分布
- 3.2 空气净化器行业供需状况分析

- 3.2.1 空气净化器行业供给状况分析
- 3.2.2 空气净化器行业需求状况分析
- 3.2.3 空气净化器整体供需平衡分析
- 3.3 空气净化器行业经济指标分析
 - 3.3.1 空气净化器行业产销能力分析
 - 3.3.2 空气净化器行业盈利能力分析
 - 3.3.3 空气净化器行业运营能力分析
 - 3.3.4 空气净化器行业偿债能力分析
 - 3.3.5 空气净化器行业发展能力分析

第四章 中国空气净化器行业竞争格局分析

- 4.1 空气净化器市场竞争格局分析
 - 4.1.1 行业竞争层次分析
 - 4.1.2 行业区域分布格局
 - 4.1.3 行业企业规模格局
 - 4.1.4 行业企业性质格局
- 4.2 空气净化器品牌竞争格局分析
 - 4.2.1 品牌关注排行分析
- 4.3 空气净化器产品竞争格局分析
 - 4.3.1 十大产品竞争格局分析
 - 4.3.2 产品价格需求分析
 - 4.3.3 产品功能需求分析
- 4.4 空气净化器厂商竞争格局分析
 - 4.4.1 线上市场厂商竞争分析
 - 4.4.2 线下市场厂商竞争分析

第五章 中国PM2.5空气净化器市场需求分析

- 5.1 PM2.5空气净化需求概况
 - 5.1.1 PM2.5相关概念和定义
 - 5.1.2 PM2.5的污染分布情况
 - 5.1.3 PM2.5对人体的危害
- 5.2 PM2.5空气净化器需求规模分析
 - 5.2.1 PM2.5空气净化器发展历程
 - 5.2.2 PM2.5空气净化器工作原理
 - 5.2.3 PM2.5空气净化器竞争格局

5.2.4 PM2.5空气净化器价格分析

5.3 PM2.5空气净化器投资前景分析

5.3.1 PM2.5空气净化器投资前景分析

5.3.2 PM2.5空气净化器市场规模预测

第六章 中国车载空气净化器市场需求分析

6.1 车载空气净化器需求概况

6.1.1 车内空气污染来源

6.1.2 车内空气污染现状

6.1.3 车内空气污染危害

6.2 车载空气净化器需求规模分析

6.2.1 车载空气净化器产品概况

6.2.2 车载空气净化器市场规模

6.2.3 车载空气净化器竞争格局

6.2.4 车载空气净化器技术原理

(1) UFCO技术

(2) 滤网吸附技术

(3) 静电集尘技术

(4) 臭氧杀菌技术

(5) 负离子技术

6.3 车载空气净化器购买决策因素分析

6.3.1 车载空气净化器的净化效果

6.3.2 车载空气净化器的安装位置

6.3.3 车载空气净化器的装饰效果

6.3.4 车载空气净化器的额外功能

6.4 车载空气净化器投资前景分析

6.4.1 车载空气净化器投资前景分析

6.4.2 车载空气净化器市场规模预测

第七章 中国重点城市空气净化器市场竞争分析

7.1 中国空气净化器行业区域市场概况

7.1.1 空气净化器行业产值分布情况

7.1.2 空气净化器行业消费规模分布

7.2 空气质量极差城市的空气净化器市场竞争分析

7.2.1 北京市空气净化器市场竞争分析

- (1) 北京市空气质量发展现状
- (2) 北京市空气质量发展规划
- (3) 北京市空气净化器竞争格局
- (4) 北京市空气净化器发展前景

7.2.2 天津市空气净化器市场竞争分析

- (1) 天津市空气质量发展现状
- (2) 天津市空气质量发展规划
- (3) 天津市空气净化器竞争格局
- (4) 天津市空气净化器发展前景

7.2.3 石家庄空气净化器市场竞争分析

- (1) 石家庄空气质量发展现状
- (2) 石家庄空气质量发展规划
- (3) 石家庄空气净化器竞争格局
- (4) 石家庄空气净化器发展前景

7.2.4 武汉市空气净化器市场竞争分析

- (1) 武汉市空气质量发展现状
- (2) 武汉市空气质量发展规划
- (3) 武汉市空气净化器竞争格局
- (4) 武汉市空气净化器发展前景

7.2.5 哈尔滨空气净化器市场竞争分析

- (1) 哈尔滨空气质量发展现状
- (2) 哈尔滨空气质量发展规划
- (3) 哈尔滨空气净化器竞争格局
- (4) 哈尔滨空气净化器发展前景

7.2.6 西安市空气净化器市场竞争分析

- (1) 西安市空气质量发展现状
- (2) 西安市空气质量发展规划
- (3) 西安市空气净化器竞争格局
- (4) 西安市空气净化器发展前景

7.3 空气质量较好城市的空气净化器市场竞争分析

7.3.1 南京市空气净化器市场竞争分析

- (1) 南京市空气质量发展现状
- (2) 南京市空气质量发展规划
- (3) 南京市空气净化器竞争格局
- (4) 南京市空气净化器发展前景

7.3.2 长沙市空气净化器市场竞争分析

- (1) 长沙市空气质量发展现状
- (2) 长沙市空气质量发展规划
- (3) 长沙市空气净化器竞争格局
- (4) 长沙市空气净化器发展前景

7.3.3 长春市空气净化器市场竞争分析

- (1) 长春市空气质量发展现状
- (2) 长春市空气质量发展规划
- (3) 长春市空气净化器竞争格局
- (4) 长春市空气净化器发展前景

7.3.4 成都市空气净化器市场竞争分析

- (1) 成都市空气质量发展现状
- (2) 成都市空气质量发展规划
- (3) 成都市空气净化器竞争格局
- (4) 成都市空气净化器发展前景

7.4 空气质量一般城市的空气净化器市场竞争分析

7.4.1 上海市空气净化器市场竞争分析

- (1) 上海市空气质量发展现状
- (2) 上海市空气质量发展规划
- (3) 上海市空气净化器竞争格局
- (4) 上海市空气净化器发展前景

7.4.2 广州市空气净化器市场竞争分析

- (1) 广州市空气质量发展现状
- (2) 广州市空气质量发展规划
- (3) 广州市空气净化器竞争格局
- (4) 广州市空气净化器发展前景

7.4.3 深圳市空气净化器市场竞争分析

- (1) 深圳市空气质量发展现状
- (2) 深圳市空气质量发展规划
- (3) 深圳市空气净化器竞争格局
- (4) 深圳市空气净化器发展前景

7.4.4 沈阳市空气净化器市场竞争分析

- (1) 沈阳市空气质量发展现状
- (2) 沈阳市空气质量发展规划
- (3) 沈阳市空气净化器竞争格局

(4) 沈阳市空气净化器发展前景

第八章 中国空气净化器行业渠道开发策略分析

8.1 空气净化器行业渠道营销策略

8.1.1 空气净化器市场定位策略

8.1.2 空气净化器产品定价策略

8.1.3 空气净化器渠道组合策略

8.1.4 空气净化器渠道建设策略

8.1.5 空气净化器广告投放策略

8.2 空气净化器二三级市场开发策略

8.2.1 二三级市场进入时机选择

8.2.2 二三级市场进入渠道选择

8.2.3 二三级市场分销网络建设

8.2.4 二三级市场促销推广策略

8.2.5 二三级市场经销商合作模式

8.3 空气净化器行业网购市场开发空间

8.3.1 网购市场销售规模分析

(1) 空气净化器网购市场规模

(2) 空气净化器网购功能需求

(3) 空气净化器网购价格需求

(4) 空气净化器网购品牌需求

8.3.2 网购市场品牌份额分析

8.3.3 网购市场区域份额分析

8.3.4 网购市场城市线分布分析

8.4 领袖企业剖析：行业竞争龙头企业分析

8.4.1 北京亚都发展简况分析

(1) 亚都发展概况

(2) 亚都发展历程

(3) 亚都核心产品分析

(4) 亚都核心技术分析

(5) 北京亚都战略战术观察

(6) 亚都最新发展动态

8.5 其他企业分析：行业竞争力领先企业经营分析

8.5.1 广东松下环境系统有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.5.2 青岛三进电子有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.5.3 远大洁净空气科技有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.5.4 夏普商贸（中国）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.5.5 安利（中国）日用品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.5.6 艾美特电器（深圳）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.5.7 霍尼韦尔（中国）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.5.8 珠海格力电器股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.5.9 大金(中国)投资有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.5.10 奥得奥科技(厦门)有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.5.11 天津市业成电子技术开发有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.5.12 上海安居乐环保科技股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.5.13 安徽皖投力天世纪空气净化系统工程股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.5.14 欧西亚贸易(上海)有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.5.15 宁波市镇海远大机电制造有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

8.5.16 惠而浦(中国)股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

第九章 中国空气净化器行业发展前景预测和投融资分析

9.1 空气净化器行业投资风险与壁垒

9.1.1 空气净化器行业进入壁垒分析

9.1.2 空气净化器行业投资风险分析

9.2 中国空气净化器发展趋势与前景

9.2.1 空气净化器行业市场规模预测

(1) 销量规模预测

(2) 金额规模预测

9.2.2 空气净化器市场发展趋势

9.2.3 空气净化器行业品牌数量预测

9.3 空气净化器行业投资潜力与建议

9.3.1 空气净化器行业投资潜力剖析

9.3.2 空气净化器行业投资建议

(1) 发展电子商务渠道

(2) 多渠道共同推进市场

图表目录

图表1：空气净化器行业代码表

图表2：空气净化器行业产品分类列表

图表3：空气净化器上下游关系链

图表4：2016-2019年中国钢材生产情况（单位：万吨，%）

图表5：2016-2019年全国钢材表观消费量及增长情况（单位：亿吨，%）

图表6：2016-2019年中国钢材进口量及同比增长（单位：万吨，%）

图表7：2016-2019年中国钢材出口量及同比增长（单位：万吨，%）

图表8：2016-2019年我国钢材综合价格指数走势图（单位：2019年=100）

图表9：2016-2019年我国原铝产量及增长情况（单位：万吨，%）

图表10：2016-2019年中国原铝消费量及增长情况（单位：万吨，%）

图表详见报告正文 (GYSYL)

【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年中国空气净化器前景研究报告-行业调查与未来趋势研究》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。

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/jiadianchanye/465788465788.html>