

# 2016-2022年中国空气净化器行业品牌市场现状调研与投资方向研究

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《2016-2022年中国空气净化器行业品牌市场现状调研与投资方向研究》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/xiaojiadian/239111239111.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

中国《空气净化器》国家标准将于2016年3月1日正式实施，与《具有医疗保健用途的空气净化器》标准同步进行，可以说，这是细分家用净化器和医疗保健用途空气净化器两个不同技术路线的重要分水岭，将为细分净化器消费市场带来深刻的变革。由于新国标适用范围不包括医疗功能的空气净化器，因此，制定和出台医疗保健功能的专业级空气净化器标准将显得尤为重要，将填补我国没有专业级空气净化器标准的空白。

新标准明确了空气净化器的基本技术指标（核心参数）是“洁净空气量”（简称CADR值）和“累计净化量”（简称CCM值），即空气净化器产品的“净化能力”和“净化能力的持续性”；将空气净化器的噪声限值由低到高划分为4档；提升了空气净化器针对不同污染物净化能力的能效水平值，分为合格和高效两个等级。

除了规范空气净化器去除固体颗粒物外的功能，新标对于空气净化器除甲醛的测试标准更加细化，要求明确地告知消费者产品到底能不能去除甲醛，并且应该有相应的除甲醛的CADR值，如果企业没有标注CADR值，就默认是去除固体颗粒物；如果有去除甲醛功能，则必须标出甲醛的洁净量，如CADR值甲醛(200)、CADR值PM2.5(400)，即意味着该产品能在规定时间内对200立方空气里的甲醛去除率达到99%以上，避免了企业对于消费者的欺骗。

目前繁荣火爆的净化器市场背后，孕育着一场更为深刻的技术革命，这为技术同质化净化器生产企业敲响了警钟。当务之急是企业要快速找准产品的技术定位，否则在不久的将来将被市场无情地淘汰。

中国报告网出品《2016-2022年中国空气净化器行业品牌市场现状调研与投资方向研究》主要研究行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。在周密严谨的市场调研基础上主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

### 【报告大纲】

#### 第一章 中国空气净化器行业发展概述

##### 1.1 空气净化器行业发展情况概述

###### 1.1.1 空气净化器的基本情况介绍

###### 1.1.2 空气净化器的发展特点分析

##### 1.2 行业上下游产业链分析

###### 1.2.1 产业链模型原理介绍

###### 1.1.2 行业产业链分析

##### 1.3 行业生命周期分析

### 1.3.1行业生命周期理论概述

### 1.3.2行业所属的生命周期分析

## 1.4 行业经济指标分析

### 1.4.1行业的赢利性分析

### 1.4.2行业附加值的提升空间分析

### 1.4.3行业进入壁垒与退出机制分析

## 第二章 世界空气净化器行业市场发展现状分析

### 2.1 全球空气净化器行业发展历程回顾

### 2.2全球空气净化器行业市场规模分析

### 2.3全球空气净化器行业市场区域分布情况

### 2.4 亚洲地区市场分析

### 2.5欧盟主要国家市场分析

### 2.6北美地区主要国家市场分析

### 2.7 2016-2022年世界空气净化器发展走势预测

### 2.8 2016-2022年全球市场规模预测

## 第三章 中国空气净化器产业发展环境分析

### 3.1 我国宏观经济环境分析

### 3.3 中国空气净化器行业政策环境分析

### 3.4 中国空气净化器产业社会环境发展分析

#### 3.4.1人口环境分析

#### 3.4.2教育环境分析

#### 3.4.3文化环境分析

#### 3.4.4 生态环境分析

#### 3.4.5消费观念分析

## 第四章 中国空气净化器产业运行情况

### 4.1 中国发展状况情况介绍

#### 4.1.1中国发展历程回顾

#### 4.1.2中国技术现状分析

#### 4.1.3中国发展特点分析

### 4.2 中国市场规模分析

### 4.3 中国市场供需情况分析

#### 4.3.1中国产能情况分析

#### 4.3.2中国产值分析

#### 4.3.3中国产量统计与分析

#### 4.3.4中国需求量分析

#### 4.4 中国发展趋势分析

### 第五章 中国空气净化器市场格局分析

#### 5.1 中国空气净化器行业竞争现状分析

#### 5.2 中国集中度分析

##### 5.2.1 中国市场集中度分析

##### 5.2.2 中国企业集中度分析

##### 5.2.3 中国区域集中度分析

#### 5.3 发展中存在的问题

### 第六章 空气净化器行业品牌现状分析

#### 6.1 空气净化器行业品牌介绍

##### 6.1.1 2015年空气净化器行业十大品牌概述

##### 6.1.2 空气净化器行业品牌竞争态势分析

#### 6.2 空气净化器行业品牌关注度分析

##### 6.2.1 2015年空气净化器行业品牌关注格局分析

##### 6.2.2 2015年空气净化器行业产品关注格局分析

#### 6.3 空气净化器行业价格与细分行业关注度调研

##### 6.3.1 2015年空气净化器行业价格区间关注情况分析

##### 6.3.2 2015年空气净化器行业细分行业关注情况分析

### 第七章 中国空气净化器行业消费者研究

#### 7.1 受访消费者的特征

##### 7.1.1 年龄分布

##### 7.1.2 性别结构

##### 7.1.3 婚姻状况

##### 7.1.4 学历状况

##### 7.1.5 收入状况

##### 7.1.6 职业状况

#### 7.2 空气净化器行业消费者决策调查

##### 7.2.1 消费者了解空气净化器产品的信息来源

##### 7.2.2 消费者消费影响因素调查

##### 7.2.3 消费者消费渠道调查

##### 7.2.4 消费者消费频率调查

#### 7.3 空气净化器行业消费者喜好调查

##### 7.3.1 消费者能够接受的价格区间

##### 7.3.2 消费者对空气净化器产品的包装喜好调查

##### 7.3.3 消费者对空气净化器产品的营销活动喜好调查

#### 7.3.4消费者对空气净化器产品的顾虑调查

### 7.4 受访者的调查总结

#### 7.4.1受访者的用户特征总结

#### 7.4.2受访者的消费决策总结

#### 7.4.3受访者的喜好总结

## 第八章 中国空气净化器行业竞争情况

### 8.1 中国空气净化器行业竞争结构分析

#### 8.1.1现有企业间竞争

#### 8.1.2潜在进入者分析

#### 8.1.3替代品威胁分析

#### 8.1.4供应商议价能力

#### 8.1.5客户议价能力

### 8.2 中国空气净化器行业SWOT分析

#### 8.2.1中国空气净化器行业优势分析

#### 8.2.2中国空气净化器行业劣势分析

#### 8.2.3中国空气净化器行业机会分析

#### 8.2.4中国空气净化器行业威胁分析

### 8.3中国空气净化器行业竞争力优势分析

## 第九章 中国空气净化器行业重点生产企业分析

### 9.1 飞利浦(中国)投资有限公司

#### (1) 企业概况

#### (2) 企业主要经济指标分析

#### (3) 企业盈利能力分析

#### (4) 企业偿债能力分析

#### (5) 企业运营能力分析

#### (6) 企业成长能力分析

### 9.2 夏普商贸(中国)有限公司

#### (1) 企业概况

#### (2) 企业主要经济指标分析

#### (3) 企业盈利能力分析

#### (4) 企业偿债能力分析

#### (5) 企业运营能力分析

#### (6) 企业成长能力分析

### 9.3 松下电器(中国)有限公司

#### (1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

#### 9.4 北京亚都空气净化技术有限责任公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

#### 9.5 美的集团股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业运营能力分析

(6) 企业成长能力分析

• • • • •

### 第十章 2016-2022年中国空气净化器行业发展前景分析与预测

#### 10.1 2016-2022年行业未来发展前景分析

##### 10.1.1 国内投资环境分析

##### 10.1.2 市场机会分析

##### 10.1.3 投资增速预测

#### 10.2 2016-2022年行业未来发展趋势预测

#### 10.3 2016-2022年行业市场发展预测

##### 10.3.1 行业市场规模预测

##### 10.3.2 行业市场规模增速预测

##### 10.3.3 行业产值规模预测

##### 10.3.4 行业产值增速预测

#### 10.4 2016-2022年行业盈利走势预测

##### 10.4.1 行业毛利润同比增速预测

##### 10.4.2 行业利润总额同比增速预测

### 第十一章 2016-2022年中国空气净化器行业投资风险与营销分析

11.1行业进入壁垒分析

11.1.1行业技术壁垒分析

11.1.2行业规模壁垒分析

11.1.3行业品牌壁垒分析

11.2 2016-2022年中国空气净化器行业投资风险分析

11.2.1行业政策风险分析

11.2.2行业技术风险分析

11.2.3行业竞争风险分析

11.2.4 行业其他风险分析

第十二章 2016-2022年中国空气净化器行业发展策略及投资建议

12.1 2016-2022年中国空气净化器行业市场重点客户战略实施

12.1.1 实施重点客户战略的必要性

12.1.2 合理确立重点客户

12.1.3 对重点客户的营销策略

12.1.4强化重点客户的管理

12.1.5 实施重点客户战略要重点解决的问题

12.2 2016-2022年中国空气净化器行业发展策略分析

12.3 观研天下行业分析师投资建议

12.3.1 2016-2022年中国空气净化器行业投资区域分析

12.3.2 2016-2022年中国空气净化器行业投资产品分析

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiaojiadian/239111239111.html>