

2016-2022年中国空气净化器行业深度调查与十三五发展前景预测报告

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《2016-2022年中国空气净化器行业深度调查与十三五发展前景预测报告》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/239874239874.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

中国报告网发布的《2016-2022年中国空气净化器行业深度调查与十三五发展前景预测报告》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。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。

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。

【报告大纲】

第一部分 空气净化器行业运行现状

第一章 中国空气净化器行业发展环境

第一节 空气净化器行业及属性分析

一、行业定义

二、国民经济依赖性

三、经济类型属性

四、行业周期属性

第二节 经济发展环境

一、中国经济发展阶段

二、2008-2015年中国经济发展状况

三、经济结构调整

四、国民收入状况

第三节 政策发展环境

一、产业振兴规划

二、产业发展规划

三、行业标准政策

四、市场应用政策

五、财政税收政策

第二章 中国空气净化器生产现状分析

第一节 空气净化器行业总体规模

第二节 空气净化器产能概况

一、2009-2015年产能分析

二、2015-2021年产能预测

第三节 空气净化器市场容量概况

一、2009-2015年市场容量分析

二、产能配置与产能利用率调查

三、2015-2021年市场容量预测

第四节 空气净化器产业的生命周期分析

第五节 空气净化器产业供需情况

第三章 2015年中国市场分析

第一节 我国整体市场规模

一、总量规模

二、增长速度

三、各季度市场情况

第二节 原材料市场分析

第三节 市场结构分析

一、产品市场结构

二、品牌市场结构

三、区域市场结构

四、渠道市场结构

第四章 2015年中国空气净化器市场供需监测分析

第一节 需求分析

一、需求因素

二、供不应求

三、分析思考

四、常见室内空气污染源

五、重点需求市场

第二节 供给分析

第三节 市场特征分析

一、发展问题

二、借势造势

三、细分市场

四、唤起消费

五、做深做透目标市场

第二部分 空气净化器行业竞争格局

第五章 2015年中国空气净化器市场竞争格局与厂商市场竞争力评价

第一节 竞争格局分析

第二节 主力厂商市场竞争力评价

一、产品竞争力

二、价格竞争力

三、渠道竞争力

四、品牌竞争力

第六章 我国空气净化器行业供需状况分析

第一节 空气净化器行业市场需求分析

一、四大因素引爆市场需求

二、空气净化器消费群体偏好调查

三、空气净化器的品牌市场运营状况分析

四、空气净化器调研分析

第二节 空气净化器行业供给能力分析

第三节 空气净化器行业进出口贸易分析

一、产品的国内外市场需求态势

二、国内外产品的比较优势

第七章 空气净化器行业竞争绩效分析

第一节 空气净化器行业总体效益水平分析

第二节 空气净化器行业产业集中度分析

第三节 空气净化器行业不同所有制企业绩效分析

第四节 空气净化器行业不同规模企业绩效分析

第五节 空气净化器市场分销体系分析

一、销售渠道模式分析

二、产品最佳销售渠道选择

第八章 2015年空气净化器市场趋势预测分析

第一节 国际市场趋势预测分析

一、2015-2021年经济增长与需求预测

二、2015-2021年行业总产量预测

三、我国中长期市场投资策略预测

第二节 我国资源配置的前景

第九章 我国空气净化器行业投融资分析

第一节 我国空气净化器行业企业所有制状况

第二节 我国空气净化器行业外资进入状况

第三节 我国空气净化器行业合作与并购

第十章 空气净化器产业投资前景研究

第一节 产品定位策略

- 一、市场细分策略
- 二、目标市场的选择

第二节 产品开发策略

- 一、追求产品质量
- 二、促进产品多元化发展

第三节 渠道销售策略

- 一、销售模式分类
- 二、市场投资建议

第四节 品牌经营策略

- 一、不同品牌经营模式
- 二、如何切入开拓品牌

第五节 服务策略

第十一章 我国空气净化器行业重点企业分析

第一节 格力电器股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、公司经营与财务状况
 - 1、企业偿债能力分析
 - 2、企业运营能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
- 三、2015-2021年发展战略

第二节 青岛海尔股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、公司经营与财务状况
 - 1、企业偿债能力分析
 - 2、企业运营能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
- 三、2015-2021年发展战略

第三节 青岛海信电器股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、公司经营与财务状况
 - 1、企业偿债能力分析
 - 2、企业运营能力分析
 - 3、企业盈利能力分析

三、2015-2021年发展战略

第四节 深圳市彩虹精细化工股份有限公司

一、公司基本情况

二、公司经营与财务状况

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

三、2015-2021年发展战略

第五节 上海新华舒普净化技术有限公司

一、公司基本情况

二、公司经营与财务状况

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

第六节 深圳市新纶科技股份有限公司

一、企业概况

二、2011-2015年经营状况

三、2011-2015年财务分析

四、在香港及台湾发展态势

第七节 广东美的电器股份有限公司

一、公司基本情况

二、公司经营与财务状况

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

第八节 TCL集团股份有限公司

一、公司基本情况

二、公司经营与财务状况

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

第九节 北京亚都空气污染治理技术有限公司

一、企业概况

二、2011-2015年经营状况

三、2011-2015年财务分析

四、在香港及台湾发展态势

第十节 厦门爱美克科技有限公司

一、企业概况

二、2011-2015年经营状况

三、2011-2015年财务分析

四、在香港及台湾发展态势

第三部分 空气净化器行业投资分析

第十二章 2013中国空气净化器产业投资分析

第一节 投资环境

一、资源环境分析

二、市场竞争分析

三、政策环境分析

第二节 投资机会分析

第三节 投资前景及对策分析

第四节 投资趋势预测

一、市场供需发展趋势

二、未来发展展望

第十三章 空气净化器相关产业2015年走势分析

第一节 上游行业影响分析

第二节 下游行业影响分析

第十四章 空气净化器行业成长能力及稳定性分析

第一节 空气净化器行业生命周期分析

第二节 空气净化器行业增长性与波动性分析

第三节 空气净化器行业集中程度分析

第十五章 空气净化器行业风险趋势分析与对策

第一节 空气净化器行业风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、进入退出风险

第二节 空气净化器行业投资前景及控制策略分析

一、2015-2021年空气净化器行业市场风险及控制策略

二、2015-2021年空气净化器行业政策风险及控制策略

三、2015-2021年空气净化器行业经营风险及控制策略

四、2015-2021年空气净化器同业竞争风险及控制策略

五、2015-2021年空气净化器行业金融风险及控制策略

六、2015-2021年空气净化器行业其他风险及控制策略

第十六章 空气净化器产业投资前景

第一节 空气净化器行业宏观调控风险

第二节 空气净化器行业竞争风险

第三节 空气净化器行业供需波动风险

第四节 空气净化器行业技术创新风险

第五节 空气净化器行业经营管理风险

第六节 空气净化器行业贸易风险

第七节 空气净化器行业财务分析

第四部分 空气净化器行业发展趋势

第十七章 2015-2021年中国空气净化器行业行业调研分析

第一节 2015-2021年空气净化器行业国际市场预测

一、空气净化器行业产能预测

二、空气净化器行业市场需求前景

第二节 中国空气净化器行业发展趋势

一、产品发展趋势

二、技术发展趋势

第三节 2015-2021年空气净化器行业中国市场预测

一、空气净化器行业产能预测

二、空气净化器行业市场需求前景

第十八章 空气净化器企业制定“十三五”发展战略研究分析

第一节 “十三五”发展战略规划的背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业做大做强的需要

三、企业可持续发展需要

第二节 “十三五”发展战略规划的制定原则

一、科学性

二、实践性

三、前瞻性

四、创新性

五、全面性

六、动态性

第三节 “十三五”发展战略规划的制定依据

一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

图表目录：

图表：2009-2015年国内生产总值及其增长速度

图表：2009-2015年城镇新增就业人数

图表：2009-2015年国内生产总值与全部就业人数比率

图表：2015年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2015年居民消费价格比2014年涨跌幅度

图表：2009-2015年公共财产收入

图表：2009-2015年年末国家外汇储备

图表：空气净化器行业标准

图表：2011-2015年中国空气净化器市场销售量及其增长速度

图表：2009-2015年中国空气净化器产能

图表：2013中国品牌空气净化器企业产能排名TOP5

图表：2015-2021年中国空气净化器产能预测

图表：2009-2015年中国空气净化器市场容量

图表：2015-2021年中国空气净化器市场容量预测

图表：2015年中国空气净化器零售量增长图

图表：2014年香港地区空气净化器销量分析

图表：2014年台湾地区空气净化器销量分析

图表：2009-2015年中国空气净化器供应

图表：2015-2021年中国空气净化器供应预测

图表：2015年中国空气净化器市场不同价位段产品关注比例分布

图表：不同空气净化器品牌的不同地区分析

图表：空气净化器渠道商

图表：2015年中国空气净化器市场品牌关注比例分布

图表：不同类别空气净化器及代表企业

图表：不同性别消费者比例分析

图表：不同年龄消费者比例分析

图表：消费者使用情况比例分析

图表：对产品了解情况分析

图表：受访者对产品的重视程度

图表：消费者每天使用频率调查分析

图表：消费者选择影响因素分析

图表：消费者购买途径分析

图表：消费者价格选择分析

图表：不同收入者分析

图表：消费者对空气净化器品牌认知度宏观调查

图表：消费者对空气净化器的品牌偏好调查

图表：消费者对空气净化器品牌的首要认知渠道

图表：空气净化器品牌忠诚度调查

图表：2014年11-12月中国空气净化器市场品牌关注比例对比

图表：2015年中国空气净化器市场品牌关注比例分布

图表：2015年空气净化器制造业不同规模企业数量分析

图表：2015年空气净化器制造业不同规模企业主营业务收入分析

图表：2015年空气净化器不同所有企业数量比例

图表：2015年空气净化器制造业不同性质企业主营业务收入分析

图表：空气净化器主要细分行业

图表：空气净化器混合渠道模式

图表：2013-2016年格力电器股份有限公司偿债能力分析

图表：2013-2016年格力电器股份有限公司资本结构

图表：2013-2016年格力电器股份有限公司经营效率分析

图表：2013-2016年格力电器股份有限公司成长能力分析

图表：2013-2016年格力电器股份有限公司现金流量分析

图表：2013-2016年格力电器股份有限公司投资收益分析

图表：2015年格力电器股份有限公司行业构成

图表：2015年格力电器股份有限公司产品构成

图表：2015年格力电器股份有限公司地区构成

图表：2013-2016年格力电器股份有限公司盈利能力分析

图表：2013-2016年青岛海尔股份有限公司偿债能力分析

图表：2013-2016年青岛海尔股份有限公司资本结构

图表：2013-2016年青岛海尔股份有限公司经营效率分析

图表：2013-2016年青岛海尔股份有限公司成长能力分析

图表：2013-2016年青岛海尔股份有限公司现金流量分析

图表：2013-2016年青岛海尔股份有限公司投资收益分析

图表：2015年青岛海尔股份有限公司产品构成

图表：2015年青岛海尔股份有限公司地区构成

图表：2013-2016年青岛海尔股份有限公司盈利能力分析

图表：2013-2014年青岛海信电器股份有限公司偿债能力分析

图表：2013-2014年青岛海信电器股份有限公司资本结构

图表：2013-2014年青岛海信电器股份有限公司经营效率分析

图表：2013-2014年青岛海信电器股份有限公司成长能力分析

图表：2013-2014年青岛海信电器股份有限公司现金流量分析

图表：2013-2014年青岛海信电器股份有限公司投资收益分析

图表：2015年青岛海信电器股份有限公司产品构成

图表：2015年青岛海信电器股份有限公司地区构成

图表：2013-2014年青岛海信电器股份有限公司盈利能力分析

图表：2013-2016年深圳市彩虹精细化工股份有限公司偿债能力分析

图表：2013-2016年深圳市彩虹精细化工股份有限公司资本结构

图表：2013-2016年深圳市彩虹精细化工股份有限公司经营效率分析

图表：2013-2016年深圳市彩虹精细化工股份有限公司成长能力分析

图表：2013-2016年深圳市彩虹精细化工股份有限公司现金流量分析

图表：2013-2016年深圳市彩虹精细化工股份有限公司投资收益分析

图表：2015年深圳市彩虹精细化工股份有限公司行业构成

图表：2015年深圳市彩虹精细化工股份有限公司产品构成

图表：2015年深圳市彩虹精细化工股份有限公司地区构成

图表：2013-2016年深圳市彩虹精细化工股份有限公司盈利能力分析

图表：2013-2016年上海新华舒普净化技术有限公司偿债能力分析

图表：2013-2016年上海新华舒普净化技术有限公司资本结构

图表：2013-2016年上海新华舒普净化技术有限公司经营效率分析

图表：2013-2016年上海新华舒普净化技术有限公司成长能力分析

图表：2013-2016年上海新华舒普净化技术有限公司现金流量分析

图表：2013-2016年上海新华舒普净化技术有限公司投资收益分析

图表：2015年上海新华舒普净化技术有限公司行业构成

图表：2015年上海新华舒普净化技术有限公司产品构成

图表：2015年上海新华舒普净化技术有限公司地区构成

图表：2013-2016年上海新华舒普净化技术有限公司盈利能力分析

图表：2011年上半年深圳市新纶科技股份有限公司经营分析

图表：2011年全年深圳市新纶科技股份有限公司经营分析

图表：2014年上半年深圳市新纶科技股份有限公司经营分析

图表：2011-2015年深圳市新纶科技股份有限公司成长能力分析

图表：2011-2015年深圳市新纶科技股份有限公司盈利能力分析

图表：2011-2015年深圳市新纶科技股份有限公司盈利质量分析

图表：2011-2015年深圳市新纶科技股份有限公司成运营能力分析

图表：2011-2015年深圳市新纶科技股份有限公司财务风险分析

图表：2013-2016年美的电器股份有限公司偿债能力分析

图表：广东美的电器股份有限公司空气净化器产品种类分析

图表：2013-2016年美的电器股份有限公司资本结构

图表：2013-2016年美的电器股份有限公司经营效率分析

图表：2013-2016年美的电器股份有限公司成长能力分析

图表：2013-2016年美的电器股份有限公司现金流量分析

图表：2013-2016年美的电器股份有限公司投资收益分析

图表：2015年美的电器股份有限公司行业构成

图表：2015年美的电器股份有限公司产品构成

图表：2015年美的电器股份有限公司地区构成

图表：2013-2016年美的电器股份有限公司盈利能力分析

图表：2013-2016年TCL集团股份有限公司偿债能力分析

图表：2013-2016年TCL集团股份有限公司资本结构

图表：2013-2016年TCL集团股份有限公司经营效率分析

图表：2013-2016年TCL集团股份有限公司成长能力分析

图表：2013-2016年TCL集团股份有限公司现金流量分析

图表：2013-2016年TCL集团股份有限公司投资收益分析

图表：2015年TCL集团股份有限公司行业构成

图表：2015年TCL集团股份有限公司产品构成

图表：2015年TCL集团股份有限公司地区构成

图表：2013-2016年TCL集团股份有限公司盈利能力分析

图表：北京亚都空气污染治理技术有限公司净化器产品分析

图表：厦门爱美克科技有限公司财务状况

图表：空气净化器产业链结构分析

图表：2011-2015年中国房间空气调节器产量集中度变化

图表：消费者价格集中选择分析

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/239874239874.html>