

2016-2022年中国空气净化 器行业全景调研及投资前景报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国空气净化器行业全景调研及投资前景报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/X05043OEI5.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、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，在国家《空气净化器》相关标准中把空气净化器定义为“从空气中分离和去除一种或多种污染物的设备。对空气中的污染物有一定去除能力的装置。主要分为家用、商用、工业、楼宇。空气净化器从工作原理来看，主要有三种：被动式、主动式、主被动混合式。根据空气净化器针对空气中颗粒物去除技术，主要有机械滤网式、静电驻极滤网式、高压静电集尘、负离子和等离子体法等。

欧洲空气净化器普及率接近50%,美国空气净化器普及率接近30%,日本空气净化器普及率接近20%,而我国空气净化普及率还远远不到1%,在日本空气净化器有近3000个相关企业，而我国截止2014年空气净化器企业有320家。由此可见我国空气净化器行业发展落后于美国、欧洲、日本等地区，发展较晚，但市场广大，仍旧有大片空白市场，2014年我国空气净化器销量为370万台，但同时我国空气净化器产量达到了1400万台，供给了全球70%的空气净化器需求。2015年空气净化器销售量为385万台，受政策影响较2014年增长速度有所放缓。

截止2015年，我国一共拥有335家空气净化器企业，主要分布在华东、华南地区。这两个地区的企业数量为270家，占总数的比例较大。在335家生产企业中，以家电为基础和单纯生产空气净化器的数量相差不大，原本2013年行业内大部分还都只是以家电为基础的产业涉足空气净化器企业，自从2014我国行业内企业数量得到了大幅增长，且增长的大多数都是敢进入行业只生产空气净化器的中小型企业，才致使了目前行业企业局面的转变。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国空气净化器行业全景调研及投资前景报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一部分 空气净化器产业环境透视

第一章 空气净化器行业发展综述

第一节 空气净化器行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要产品分类

第二节 空气净化器行业特征分析

一、产业链分析

二、空气净化器行业在国民经济中的地位

第三节 空气净化器行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 2015年中国空气净化器行业运行环境分析

第一节 空气净化器行业政治法律环境分析

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、行业相关发展规划

第二节 空气净化器行业经济环境分析

一、国际宏观经济形势分析

二、国内宏观经济形势分析

三、产业宏观经济环境分析

第三节 空气净化器行业社会环境分析

一、空气净化器产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、空气净化器产业发展对社会发展的影响

第四节 空气净化器行业技术环境分析

一、空气净化器技术分析

二、行业主要技术发展趋势

第二部分 空气净化器行业深度分析

第三章 2015年中国空气净化器行业运行分析

第一节 空气净化器行业发展状况分析

- 一、空气净化器行业发展阶段
- 二、空气净化器行业发展总体概况
- 三、空气净化器行业发展特点分析

第二节 空气净化器行业发展现状

- 一、空气净化器行业市场规模
- 二、空气净化器行业发展分析
- 三、空气净化器企业发展分析

第三节 区域市场分析

- 一、区域市场分布总体情况
- 二、重点省市市场分析
- 四、华南地区空气净化器市场分析

第四节 空气净化器细分产品/服务市场分析

- 一、细分产品/服务特色
- 二、细分产品/服务市场规模及增速
- 三、重点细分产品/服务市场前景预测

第五节 空气净化器产品/服务价格分析

- 一、空气净化器价格走势
- 二、2016-2022年空气净化器产品/服务价格变化趋势
- 三、主要空气净化器企业价位及价格策略

第四章 2015年中国空气净化器行业整体运行指标分析

第一节 空气净化器行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

第二节 空气净化器行业产销情况分析

- 一、空气净化器行业工业总产值

二、空气净化器行业工业销售产值

三、空气净化器行业产销率

第三节 空气净化器行业财务指标总体分析

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

第三部分 空气净化器行业市场全景调研

第五章 2015年中国空气净化器行业供需形势分析

第一节 空气净化器行业供给分析

一、空气净化器行业供给分析

二、2016-2022年空气净化器行业供给变化趋势

第二节 空气净化器行业需求情况

一、空气净化器行业需求市场

二、空气净化器行业客户结构

第三节 空气净化器市场应用及需求预测

一、空气净化器应用市场总体需求分析

二、2016-2022年空气净化器行业领域需求量预测

三、重点行业空气净化器产品/服务需求分析预测

第六章 2015年中国空气净化器行业产业结构分析

第一节 空气净化器产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国空气净化器行业参与国际竞争的战略市场定位

第七章 2015年中国空气净化器行业产业链分析

第一节 空气净化器行业产业链分析

- 一、产业链结构分析
 - 二、与上下游行业之间的关联性
- ### 第二节 空气净化器上游行业分析
- 一、空气净化器产品成本构成
 - 二、上游行业发展现状
 - 三、2016-2022年上游行业发展趋势
 - 四、上游供给对空气净化器行业的影响
- ### 第三节 空气净化器下游行业分析
- 一、空气净化器下游行业分布
 - 二、下游行业发展现状
 - 三、2016-2022年下游行业发展趋势
 - 四、下游需求对空气净化器行业的影响

第八章 2015年中国空气净化器行业渠道分析及策略

第一节 空气净化器行业渠道分析

- 一、渠道形式及对比
- 二、各类渠道对空气净化器行业的影响
- 三、主要空气净化器企业渠道策略研究
- 四、各区域主要代理商情况

第二节 空气净化器行业用户分析

- 一、用户认知程度分析
- 二、用户需求特点分析
- 三、用户购买途径分析

第三节 空气净化器行业营销策略分析

- 一、空气净化器营销策略探讨
- 二、空气净化器营销发展趋势

第四部分 空气净化器行业竞争格局分析

第九章 2015年中国空气净化器行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

- 一、空气净化器行业竞争结构分析
- 二、空气净化器行业企业间竞争格局分析
- 三、空气净化器行业集中度分析
- 四、空气净化器行业SWOT分析

第二节 空气净化器行业竞争格局综述

- 一、空气净化器行业竞争概况
- 二、中国空气净化器行业竞争力分析
- 三、空气净化器市场竞争策略分析

第十章 2015年中国空气净化器主要生产企业发展概述

第一节 北京亚都科技股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第二节 广东松下环境系统有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第三节 青岛海尔股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第四节 远大空品科技有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第五节 夏普商贸(中国)有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节 安利（中国）日用品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第七节 艾美特电器（深圳）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第八节 霍尼韦尔（中国）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第九节 珠海格力电器股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第十节 大金（中国）投资有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五部分 空气净化器行业发展前景展望

第十一章 2016-2022年中国空气净化器行业投资前景分析

第一节 空气净化器市场发展前景

一、空气净化器市场发展潜力

二、空气净化器市场发展前景展望

三、空气净化器细分行业发展前景分析

第二节 空气净化器市场发展趋势预测

一、空气净化器行业发展趋势

二、空气净化器市场规模预测

三、空气净化器行业应用趋势预测

四、2016-2022年细分市场发展趋势预测

第三节 空气净化器行业供需预测

一、空气净化器行业供给预测

二、空气净化器行业需求预测

三、空气净化器供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2016-2022年中国空气净化器行业投资机会与风险分析

第一节 空气净化器行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、空气净化器行业投资现状分析

第二节 空气净化器行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、空气净化器行业投资机遇

第三节 空气净化器行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、原材料供给风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第六部分 空气净化器行业发展战略研究

第十三章 2016-2022年中国空气净化器行业投资战略研究

第一节 空气净化器行业发展战略研究

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

第二节 对我国空气净化器品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、空气净化器实施品牌战略的意义

三、我国空气净化器企业的品牌战略

四、我国空气净化器品牌的竞争趋势

五、空气净化器品牌战略管理的策略

第三节 空气净化器经营策略分析

一、空气净化器市场细分策略

二、空气净化器市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、空气净化器新产品差异化战略

第四节 空气净化器行业投资战略研究

第十四章 研究结论及投资建议

第一节 空气净化器行业研究结论及建议

一、发展

二、销售

三、竞争

四、政策

第二节 空气净化器关联行业研究结论及建议

一、家电产业

二、节能环保产业

第三节 空气净化器行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

图表目录：

图表：2011-2015年中国空气净化器年销量及增长率

图表：2014-2016年主要发达经济体失业率（单位：%）

图表：2008-2016年我国季度GDP增长率（单位：%）

图表：2010-2016年我国三次产业增加值季度增长率（单位：%）

图表：2009-2016年我国工业增加值走势图（单位：%）

图表：2013-2015年我国粮食产量

图表：2009-2016年固定资产投资走势图（单位：%）

图表：2011-2016年我国各地区城镇固定资产投资累计同比增长率（单位：%）

图表：2010-2016年我国社会消费品零售总额走势图（单位：亿元%）

图表：2009-2016年我国社会消费品零售总额构成走势图（单位：%）

图表：2009-2016年我国CPI、PPI运行趋势（单位：%）

图表：2008-2016年企业商品价格指数走势（2015年同期为100）

图表：2009-2016年进出口走势图（单位：%）

图表：2011-2016年我国货币供应量（单位：万亿元）

图表：2010-2016年我国存贷款同比增速走势图（单位：亿元%）

图表：2009-2016年我国月度新增贷款量（单位：亿元）

图表：2008-2016年我国外汇储备（单位：亿美元）

图表：2015年年末人口数及其构成

图表：2011-2015年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2011-2015年研究与实验发展经费支出

图表：2015年专利申请受理、授权和有效专利情况

图表：2011-2015年卫生技术人员人数

图表：2011-2015年空气净化器销售量及增长率

图表：2013-2015年空气净化器行业市场规模

图表：2016-2022年中国空气净化器价格预测

图表：2013-2015年空气净化器企业数量

图表：2013-2015年空气净化器行业工业总产值

图表：2013-2015年空气净化器行业工业销售产值

图表：2010-2015年中国产销量及产销率

图表：我国空气净化器行业亏损面

图表：我国空气净化器行业资产负债比率

图表：我国空气净化器行业利息保障倍数

图表：我国空气净化器行业应收帐款周转率

图表：我国空气净化器行业总资产周转率

图表：我国空气净化器行业流动资产周转率

图表：我国空气净化器行业总资产增长率

图表：我国空气净化器行业利润总额增长率

图表：我国空气净化器行业主营业务收入增长率

图表：我国空气净化器行业资本保值增值率

图表：2016-2022年空气净化器行业供给变化趋势

图表：2016-2022年空气净化器行业销量预测

图表：2016-2022年空气净化器行业需求量预测

图表：空气净化器各细分市场占行业总市场比例

图表：空气净化器行业企业所有制

图表：2015年我国空气净化器行业线上与线下渠道销量对比

图表：空气净化器行业不同规模企业数量占比分析

图表：空气净化器行业不同所有制企业数量占比分析

图表：空气净化器行业各区域市场份额占比分析

图表：空气净化器行业子行业集中度分析

图表：2016年青岛海尔股份有限公司主营业务分析

图表：2014-2016年青岛海尔股份有限公司成长能力指标

图表：2014-2016年青岛海尔股份有限公司盈利能力指标

图表：2014-2016年青岛海尔股份有限公司运营能力指标

图表：2014-2016年青岛海尔股份有限公司偿债能力指标

图表：夏普商贸（中国）有限公司产品结构

图表：艾美特电器（深圳）有限公司小家电类产品

图表：艾美特电器（深圳）有限公司营销网点分布

图表：霍尼韦尔（中国）有限公司营销网点分布

图表：2015年珠海格力电器股份有限公司主营业务分析

图表：2014-2016年珠海格力电器股份有限公司资产负债情况分析

图表：2014-2016年珠海格力电器股份有限公司成长能力指标

图表：2014-2016年珠海格力电器股份有限公司盈利能力指标

图表：2014-2016年珠海格力电器股份有限公司运营能力指标

图表：2014-2015年珠海格力电器股份有限公司偿债能力指标

图表：大金集团全球战略

图表：大金（中国）投资有限公司产品体系

图表：大金（中国）投资有限公司营销网点分布

图表：2016-2022年中国空气净化器行业企业数量预测

图表：2016-2022年中国空气净化器行业产量预测

图表：2016-2022年中国空气净化器行业市场规模预测

图表：不同空气净化器品牌的不同地区分析

图表：低收入者影响因素分析

图表：中等收入者影响因素分析

图表：高收入者影响因素分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/X05043OEI5.html>