

2017-2022年中国空气净化 器行业深度调研与投资前景预测报告

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

《2017-2022年中国空气净化器行业深度调研与投资前景预测报告》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/jixie/V818942QVP.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

空气净化器在居家、医疗、工业领域均有应用，居家领域以单机类的家用空气净化器为市场的主流产品。最主要的功能是去除空气中的颗粒物，包括过敏原、室内的PM2.5等，同时还可以解决由于装修或者其他原因导致的室内、地下空间、车内挥发性有机物空气污染问题。由于相对封闭的空间中空气污染物的释放有持久性和不确定性的特点，因此使用空气净化器净化室内空气是国际公认的改善室内空气质量的方法之一。

空气净化器在西方发达国家中普及率较高，空气净化器例如：美国家庭的普及率为27%，每年销量超过2000万台，其他的国家，如：加拿大、意大利、日本等国家在公共场所、家庭居室等的普及率都超过20%。而中国改善室内空气污染设备的普及率还不到0.1%，因此，在中国，空气净化器的市场前景广阔。

就市场表现来看作为专业空气净化器品牌的艾吉森、亚都、贝克艾尔三大品牌表现得最为突出，具有雄厚品牌实力作为后盾的格力、小米、远大、美的奋起直追，奥得奥、TCL、夏普等品牌也具有不错的实力。其中，艾吉森、亚都、贝克艾尔三大品牌占据了十个品牌所有销量的45.1%，掌握着市场的主动权。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国空气净化器行业深度调研与投资前景预测报告》共十四章。首先介绍了空气净化器行业市场发展环境、空气净化器整体运行态势等，接着分析了空气净化器行业市场运行的现状，然后介绍了空气净化器市场竞争格局。随后，报告对空气净化器做了重点企业经营状况分析，最后分析了空气净化器行业发展趋势与投资预测。您若想对空气净化器产业有个系统的了解或者想投资空气净化器行业，本报告是您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。

报告目录：

第一部分 产业环境透视

第一章 空气净化器行业发展综述 1

第一节 空气净化器行业定义及分类 1

一、行业定义	1
二、行业主要产品分类	1
第二节 空气净化器行业特征分析	2
一、产业链分析	2
二、空气净化器行业在国民经济中的地位	3
第三节 空气净化器行业经济指标分析	5
一、赢利性	5
二、成长速度	6
三、附加值的提升空间	6
四、进入壁垒 / 退出机制	6
五、风险性	7
六、行业周期	7
七、竞争激烈程度指标	8
八、行业及其主要子行业成熟度分析	8
第二章 2016年中国空气净化器行业运行环境分析	9
第一节 空气净化器行业政治法律环境分析	9
一、行业管理体制分析	9
二、行业主要法律法规	9
三、行业相关发展规划	10
第二节 空气净化器行业经济环境分析	14
一、国际宏观经济形势分析	14
二、国内宏观经济形势分析	17
三、产业宏观经济环境分析	30
第三节 空气净化器行业社会环境分析	31
一、空气净化器产业社会环境	31
二、社会环境对行业的影响	36
三、空气净化器产业发展对社会发展的影响	36
第四节 空气净化器行业技术环境分析	37
一、空气净化器技术分析	37
二、行业主要技术发展趋势	40

第二部分 行业深度分析	
第三章 2016年中国空气净化器行业运行分析	42
第一节 空气净化器行业发展状况分析	42
一、空气净化器行业发展阶段	42
二、空气净化器行业发展总体概况	42
三、空气净化器行业发展特点分析	43
第二节 空气净化器行业发展现状	44
一、空气净化器行业市场规模	44
二、空气净化器行业发展分析	45
三、空气净化器企业发展分析	45
第三节 区域市场分析	46
一、区域市场分布总体情况	46
二、重点省市市场分析	46
四、华南地区空气净化器市场分析	49
第四节 空气净化器细分产品/服务市场分析	50
一、细分产品/服务特色	50
二、细分产品/服务市场规模及增速	50
三、重点细分产品/服务市场前景预测	51
第五节 空气净化器产品/服务价格分析	52
一、空气净化器价格走势	52
二、2017-2022年空气净化器产品/服务价格变化趋势	52
三、主要空气净化器企业价位及价格策略	53
第四章 2016年中国空气净化器行业整体运行指标分析	54
第一节 空气净化器行业总体规模分析	54
一、企业数量结构分析	54
二、人员规模状况分析	55
三、行业资产规模分析	55
四、行业市场规模分析	55
第二节 空气净化器行业产销情况分析	55
一、空气净化器行业工业总产值	55
二、空气净化器行业工业销售产值	56

三、空气净化器行业产销率 57

第三节 空气净化器行业财务指标总体分析 57

一、行业盈利能力分析 57

二、行业偿债能力分析 58

三、行业营运能力分析 59

四、行业发展能力分析 59

第三部分 市场全景调研

第五章 2016年中国空气净化器行业供需形势分析 61

第一节 空气净化器行业供给分析 61

一、空气净化器行业供给分析 61

二、2017-2022年空气净化器行业供给变化趋势 61

第二节 空气净化器行业需求情况 62

一、空气净化器行业需求市场 62

二、空气净化器行业客户结构 62

第三节 空气净化器市场应用及需求预测 62

一、空气净化器应用市场总体需求分析 62

二、2017-2022年空气净化器行业领域需求量预测 63

三、重点行业空气净化器产品/服务需求分析预测 63

第六章 2016年中国空气净化器行业产业结构分析 64

第一节 空气净化器产业结构分析 64

一、市场细分充分程度分析 64

二、各细分市场领先企业排名 65

三、各细分市场占总市场的结构比例 66

四、领先企业的结构分析（所有制结构） 67

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 67

一、产业价值链的构成 67

二、产业链条的竞争优势与劣势分析 69

第三节 产业结构发展预测 69

一、产业结构调整指导政策分析 69

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 70

三、中国空气净化器行业参与国际竞争的战略市场定位 71

第七章 2016年中国空气净化器行业产业链分析 73

第一节 空气净化器行业产业链分析 73

一、产业链结构分析 73

二、与上下游行业之间的关联性 74

第二节 空气净化器上游行业分析 75

一、空气净化器产品成本构成 75

二、上游行业发展现状 75

三、2017-2022年上游行业发展趋势 75

四、上游供给对空气净化器行业的影响 76

第三节 空气净化器下游行业分析 76

一、空气净化器下游行业分布 76

二、下游行业发展现状 76

三、2017-2022年下游行业发展趋势 76

四、下游需求对空气净化器行业的影响 78

第八章 2016年中国空气净化器行业渠道分析及策略 80

第一节 空气净化器行业渠道分析 80

一、渠道形式及对比 80

二、各类渠道对空气净化器行业的影响 80

三、主要空气净化器企业渠道策略研究 81

四、各区域主要代理商情况 81

第二节 空气净化器行业用户分析 82

一、用户认知程度分析 82

二、用户需求特点分析 83

三、用户购买途径分析 84

第三节 空气净化器行业营销策略分析 84

一、空气净化器营销策略探讨 84

二、空气净化器营销发展趋势 85

第四部分 竞争格局分析

第九章 2016年中国空气净化器行业竞争形势及策略 86

第一节 行业总体市场竞争状况分析 86

一、空气净化器行业竞争结构分析 86

二、空气净化器行业企业间竞争格局分析 89

三、空气净化器行业集中度分析 90

四、空气净化器行业SWOT分析 92

第二节 空气净化器行业竞争格局综述 93

一、空气净化器行业竞争概况 93

二、中国空气净化器行业竞争力分析 96

三、空气净化器市场竞争策略分析 100

第十章 2016年中国空气净化器主要生产企业发展概述 103

第一节 北京亚都科技股份有限公司 103

一、企业发展概况分析 103

二、企业产品结构分析 103

三、企业技术水平分析 104

四、企业品牌及消费群分析 104

五、企业运营能力分析 104

六、企业销售渠道与网络 105

七、企业竞争优势劣势分析 105

八、企业最新发展动向 107

第二节 广东松下环境系统有限公司 108

一、企业发展概况分析 108

二、企业产品结构分析 108

三、企业技术水平分析 110

四、企业品牌及消费群分析 111

五、企业运营能力分析 111

六、企业销售渠道与网络 111

七、企业竞争优势劣势分析 111

八、企业最新发展动向 112

第三节 青岛海尔股份有限公司 112

一、企业发展概况分析 112

二、企业产品结构分析	113
三、企业技术水平分析	114
四、企业品牌及消费群分析	114
五、企业运营能力分析	115
七、企业竞争优势劣势分析	120
八、企业最新发展动向	121
第四节 远大空品科技有限公司	122
一、企业发展概况分析	122
二、企业产品结构分析	124
三、企业技术水平分析	124
四、企业品牌及消费群分析	125
五、企业运营能力分析	125
六、企业销售渠道与网络	125
七、企业竞争优势劣势分析	125
八、企业最新发展动向	127
第五节 夏普商贸(中国)有限公司	127
一、企业发展概况分析	127
二、企业产品结构分析	128
三、企业技术水平分析	129
四、企业品牌及消费群分析	129
五、企业运营能力分析	130
六、企业销售渠道与网络	130
七、企业竞争优势劣势分析	130
八、企业最新发展动向	131
第六节 安利(中国)日用品有限公司	132
一、企业发展概况分析	132
二、企业产品结构分析	133
三、企业技术水平分析	133
四、企业品牌及消费群分析	134
五、企业运营能力分析	134
六、企业销售渠道与网络	136
七、企业竞争优势劣势分析	138

八、企业最新发展动向	140
第七节 艾美特电器（深圳）有限公司	140
一、企业发展概况分析	140
二、企业产品结构分析	142
三、企业技术水平分析	143
四、企业品牌及消费群分析	143
五、企业运营能力分析	143
六、企业销售渠道与网络	144
七、企业竞争优劣势分析	144
八、企业最新发展动向	144
第八节 霍尼韦尔（中国）有限公司	145
一、企业发展概况分析	145
二、企业产品结构分析	145
三、企业技术水平分析	146
四、企业品牌及消费群分析	147
五、企业运营能力分析	148
六、企业销售渠道与网络	149
七、企业竞争优劣势分析	149
八、企业最新发展动向	150
第九节 珠海格力电器股份有限公司	151
一、企业发展概况分析	151
二、企业产品结构分析	151
三、企业技术水平分析	152
四、企业品牌及消费群分析	152
五、企业运营能力分析	153
六、企业销售渠道与网络	155
七、企业竞争优劣势分析	155
八、企业最新发展动向	159
第十节 大金（中国）投资有限公司	159
一、企业发展概况分析	159
二、企业产品结构分析	160
三、企业技术水平分析	161

- 四、企业品牌及消费群分析 161
- 五、企业运营能力分析 161
- 六、企业销售渠道与网络 162
- 七、企业竞争优势分析 162
- 八、企业最新发展动向 163

第五部分 发展前景展望

第十一章 2017-2022年中国空气净化器行业投资前景分析 164

第一节 空气净化器市场发展前景 164

- 一、空气净化器市场发展潜力 164
- 二、空气净化器市场发展前景展望 165
- 三、空气净化器细分行业发展前景分析 166

第二节 空气净化器市场发展趋势预测 167

- 一、空气净化器行业发展趋势 167
- 二、空气净化器市场规模预测 170
- 三、空气净化器行业应用趋势预测 171
- 四、2017-2022年细分市场发展趋势预测 172

第三节 空气净化器行业供需预测 172

- 一、空气净化器行业供给预测 172
- 二、空气净化器行业需求预测 173
- 三、空气净化器供需平衡预测 173

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势 174

- 一、市场整合成长趋势 174
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测 175
- 三、企业区域市场拓展的趋势 175
- 四、科研开发趋势及替代技术进展 176
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势 178

第十二章 2017-2022年中国空气净化器行业投资机会与风险分析 180

第一节 空气净化器行业投融资情况 180

- 一、行业资金渠道分析 180
- 二、固定资产投资分析 181

三、兼并重组情况分析	181
四、空气净化器行业投资现状分析	182
第二节 空气净化器行业投资机会	182
一、产业链投资机会	182
二、细分市场投资机会	182
三、重点区域投资机会	183
四、空气净化器行业投资机遇	184
第三节 空气净化器行业投资风险及防范	185
一、政策风险及防范	185
二、技术风险及防范	186
三、供求风险及防范	188
四、宏观经济波动风险及防范	189
五、原材料供给风险及防范	189
六、产品结构风险及防范	189
七、其他风险及防范	189

第六部分 发展战略研究

第十三章 2017-2022年中国空气净化器行业投资战略研究	195
第一节 空气净化器行业发展战略研究	195
一、战略综合规划	195
二、技术开发战略	196
三、业务组合战略	197
四、区域战略规划	199
五、产业战略规划	200
第二节 对我国空气净化器品牌的战略思考	200
一、企业品牌的重要性	200
二、空气净化器实施品牌战略的意义	201
三、我国空气净化器企业的品牌战略	202
四、我国空气净化器品牌的竞争趋势	202
五、空气净化器品牌战略管理的策略	203
第三节 空气净化器经营策略分析	205
一、空气净化器市场细分策略	205

二、空气净化器市场创新策略	207
三、品牌定位与品类规划	210
四、空气净化器新产品差异化战略	211
第四节 空气净化器行业投资战略研究	213

第十四章 研究结论及投资建议 216 (ZY GXH)

第一节 空气净化器行业研究结论及建议 216

一、发展	216
二、销售	216
三、竞争	217
四、政策	218

第二节 空气净化器关联行业研究结论及建议 219

一、家电产业	219
二、节能环保产业	221

第三节 空气净化器行业发展建议 222

一、行业发展策略建议	222
二、行业投资方向建议	223 (ZY GXH)

图表目录：

图表：2011-2015年中国空气净化器年销量及增长率	6
图表：2014-2016年主要发达经济体失业率(单位：%)	15
图表：2008-2016年我国季度GDP增长率(单位：%)	18
图表：2010-2016年我国三次产业增加值季度增长率(单位：%)	18
图表：2009-2016年我国工业增加值走势图(单位：%)	19
图表：2013-2015年我国粮食产量	20
图表：2009-2016年固定资产投资走势图(单位：%)	21
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：%)	22
图表：2010-2016年我国社会消费品零售总额走势图(单位：亿元%)	23
图表：2009-2016年我国社会消费品零售总额构成走势图(单位：%)	23
图表：2009-2016年我国CPI、PPI运行趋势(单位：%)	24
图表：2008年-2016年企业商品价格指数走势(2015年同期为100)	25
图表：2009-2016年进出口走势图(单位：%)	26

图表：2011-2016年我国货币供应量（单位：万亿元）	27
图表：2010-2016年我国存贷款同比增速走势图（单位：亿元%）	28
图表：2009-2016年我国月度新增贷款量（单位：亿元）	29
图表：2008-2016年一季度我国外汇储备（单位：亿美元）	30
图表：2015年年末人口数及其构成	31
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	32
图表：2011-2015年研究与实验发展经费支出	33
图表：2015年专利申请受理、授权和有效专利情况	33
图表：2011-2015年卫生技术人员人数	35
图表：2011-2015年空气净化器销售量及增长率	42
图表：2013-2015年空气净化器行业市场规模	45
图表：2016-2022年中国空气净化器价格预测	52
图表：2013-2015年空气净化器企业数量	54
图表：2013-2015年空气净化器行业工业总产值	56
图表：2013-2015年空气净化器行业工业销售产值	56
图表：2010-2015年中国产销量及产销率	57
图表：我国空气净化器行业亏损面	58
图表：我国空气净化器行业资产负债比率	58
图表：我国空气净化器行业利息保障倍数	58
图表：我国空气净化器行业应收帐款周转率	59
图表：我国空气净化器行业总资产周转率	59
图表：我国空气净化器行业流动资产周转率	59
图表：我国空气净化器行业总资产增长率	59
图表：我国空气净化器行业利润总额增长率	59
图表：我国空气净化器行业主营业务收入增长率	60
图表：我国空气净化器行业资本保值增值率	60
图表：2017-2022年空气净化器行业供给变化趋势	61
图表：2017-2022年空气净化器行业销量预测	62
图表：2017-2022年空气净化器行业需求量预测	63
图表：空气净化器各细分市场占行业总市场比例	66
图表：空气净化器行业企业所有制	67
图表：2014年我国空气净化器行业线上与线下渠道销量对比	81

图表：空气净化器行业不同规模企业数量占比分析	89
图表：空气净化器行业不同所有制企业数量占比分析	90
图表：空气净化器行业各区域市场份额占比分析	91
图表：空气净化器行业子行业集中度分析	91
图表：2016年青岛海尔股份有限公司主营业务分析	114
图表：2014-2016年年青岛海尔股份有限公司成长能力指标	115
图表：2014-2016年青岛海尔股份有限公司盈利能力指标	116
图表：2014-2016年青岛海尔股份有限公司运营能力指标	116
图表：2014-2016年青岛海尔股份有限公司偿债能力指标	117
图表：夏普商贸（中国）有限公司产品结构	128
图表：艾美特电器（深圳）有限公司小家电类产品	142
图表：艾美特电器（深圳）有限公司营销网点分布	144
图表：霍尼韦尔（中国）有限公司营销网点分布	149
图表：2015年珠海格力电器股份有限公司主营业务分析	152
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	153
图表：2014-2016年珠海格力电器股份有限公司成长能力指标	153
图表：2014-2016年珠海格力电器股份有限公司盈利能力指标	154
图表：2014-2016年珠海格力电器股份有限公司运营能力指标	154
图表：2014-2015年珠海格力电器股份有限公司偿债能力指标	155
图表：大金集团全球战略	160
图表：大金（中国）投资有限公司产品体系	160
图表：大金（中国）投资有限公司营销网点分布	162
图表：2017-2022年中国空气净化器行业企业数量预测	172
图表：2017-2022年中国空气净化器行业产量预测	173
图表：2017-2022年中国空气净化器行业市场规模预测	173
图表：不同空气净化器品牌的不同地区分析	184
图表：低收入者影响因素分析	206
图表：中等收入者影响因素分析	206
图表：高收入者影响因素分析	207

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jixie/V818942QVP.html>