



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国空气净化器市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国空气净化器市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/276715.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

空气净化器主要由马达、风扇、空气过滤网等组成，其工作原理为：机器内的马达和风扇使室内空气循环流动，污染的空气通过机内的空气过滤网后将各种污染物清除或吸附，某些型号的空气净化器还会在出风口的加装负离子发生器（工作时负离子发生器中的高压产生直流负高压），将空气不断电离，产生大量负离子，被微风扇送出，形成负离子气流，达到清洁、净化空气的目的。空气净化器工作原理示意图 资料来源：艾凯咨询网整理

1、被动吸附过滤式的净化原理（滤网净化类）

被动式空气净化器的主要原理是：用风机将空气抽入机器，通过内置的滤网过滤空气，主要能够起到过滤粉尘、异味、有毒气体和杀灭部分细菌的作用。而滤网主要分为：颗粒物滤网和有机物滤网。颗粒物滤网又分为粗效滤网、和细颗粒物滤网。

这类产品的风机以及滤网的质量决定了空气净化的效果，机器放置的位置以及室内的布局也会影响净化效果。

2、主动式的净化原理（无滤网型）

主动式的空气净化器的原理与被动式空气净化原理的根本区别就在于，主动式的空气净化器摆脱了风机与滤网的限制，不是被动的等待室内空气被抽入净化器内进行过滤净化，而是有效、主动的向空气中释放净化灭菌因子，通过空气会扩散的特点，到达室内的各个角落对空气进行无死角净化。

市场上净化灭菌因子的技术主要有银离子技术、负离子技术、低温等离子技术、光触媒技术和净离子群离子技术等，该类产品最大的缺陷就是臭氧释放量超标的问题。

3、双重净化类（主动净化+被动净化）

这种净化器其实就是将被动式净化的技术与主动净化类的技术进行结合。空气净化器国家标准级相关标准

标准编号	标准名称	发布部门	实施日期	状态
DB31/622-2012	空气净化器能源效率限定值及能源效率等级	上海市质量技术监督局	2012-12-01	现行
GB/T 18801-2008	空气净化器	国家质量监督检验检疫	2009-09-01	现行
GB 21551.3-2010	家用和类似用途电器的抗菌、除菌、净化功能 空气净化器的特殊要求	国家质量监督检验检疫		
GB/T 22766.9-2009	家用和类似用途电器售后服务 第9部分：空气净化器的特殊要求	国家质量监督检验检疫	2010-04-01	现行
GB 4706.45-2008	家用和类似用途电器的安全 空气净化器的特殊要求	国家质量监督检验检疫	2010-01-01	现行
JG/T 294-2010	空气净化器污染物净化性能测定	住房和城乡建设部	2011-08-01	现行
SN/T 1589.7-2013	进出口家用和类似用途电器检验规程 第7部分:空气净化器	国家质量监督检验检疫	2014-06-01	现

行 资料来源：智妍数据中心整理 2004-2014年中国房间空气调节器累计总产量统计分析

年份	产量(台)	同比增长(%)
2004年	70,466,265.00	
2005年	74,691,013.00	6.00%
2006年	79,429,184.00	6.34%
2007年	89,916,974.85	13.20%
2008年	83,071,988.00	-7.61%
2009年	81,532,809.00	-1.85%
2010年	112,198,645.00	37.61%
2011年	139,125,006.00	24.00%
2012年	132,810,846.00	-4.54%
2013年	143,330,018.00	7.92%
2014年	137,461,500.00	-4.09%

资料来源：国家统计局

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

报告揭示了空气净化器行业市场潜在需求与市场机会，报告对空气净化器行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国空气净化器行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划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。

报告目录：

第一部分 行业发展现状1

第一章 空气净化器相关基础概述1

第一节 空气净化器的结构及工作原理1

一、空气净化器结构1

二、空气净化器的工作原理2

第二节 空气净化器的分类3

一、按净化需求分类3

二、按应用领域分类4

三、按净化方式分类4

四、负离子香薰空气净化器5

第三节 空气净化器产业链分析6

一、行业经济特性6

二、主要细分行业7

三、产业链结构分析7

第四节 空气净化器主要技术介绍8

- 一、静电除尘灭菌技术8
- 二、低温非对称等离子体空气净化技术8
- 三、HEPA过滤技术8
- 四、离子风技术9
- 五、负离子9
- 六、分子络合技术10

第五节 空气净化器的选购及保养10

第二章 2014年世界空气净化器行业整体运营状况分析13

第一节 2014年世界空气净化器行业发展分析13

第二节 2014年世界空气净化器行业市场发展格局14

- 一、世界空气净化器市场特征分析14
- 二、世界空气净化器技术发展现状分析15
- 三、世界空气净化器行业发展动态分析17

第三节 2014年世界主要国家及地区空气净化器行业运行态势剖析19

- 一、美国19
- 二、欧洲19
- 三、日韩20

第四节 2016-2022年世界空气净化器行业发展趋势分析21

第三章 2013-2015年中国空气净化器行业市场发展环境解析22

第一节 2013-2015年中国宏观经济环境分析22

- 一、国内GDP分析22
- 二、固定资产投资25
- 三、社会消费品零售和城乡居民收入对比32
- 四、CPI和PPI分析36
- 五、进出口分析48
- 六、中国城镇化率52
- 七、外汇市场分析53

第二节 2014年中国空气净化器市场政策环境分析54

- 一、空气净化器"十二五"规划解读54
- 二、空气净化器国家标准55

三、环境空气质量标准56

四、其家电下乡政策分析61

第三节 2013-2015年中国空气净化器市场社会环境分析64

一、人口规模分析64

二、教育程度分析65

三、生态环境分析67

四、室内装修市场分析68

第四节 中国家用电器工业"十二五"发展规划的建议69

一、"十一五"时期家电工业回顾69

二、"十二五"时期面临的形势74

三、指导思想，基本原则，主要目标77

四、主要任务79

五、主要措施87

第五节 2014年中国空气净化器市场技术环境分析90

第四章 2014年中国空气净化器行业市场运行态势剖析93

第一节 2014年中国空气净化器行业发展动态分析93

一、三星空气净化器获"中国家电研究院"好产品称号93

二、奥丽思进军净水器空气净化器内销市场95

三、广交会格力空气净化器成明星展品96

四、伊莱克斯为中国空气净化器市场带来欧洲风97

五、TCL推出空气净化器新品99

六、松下增设马达工厂抢食空气净化器蛋糕99

第二节 2014年中国空气净化器市场发展现状分析100

一、中国空气净化器市场供需现状分析100

二、中国空气净化器市场价格现状及走势分析103

三、中国空气净化器市场品牌渗透度分析106

第三节 2014年中国空气净化器行业发展问题分析110

一、中国空气净化器行业发展问题110

二、空气净化器进入品牌竞争时代112

三、空气净化机如何从边缘走向流行113

第四节 我国空气净化器行业发展现状115

- 一、空气净化器行业品牌发展现状115
- 二、空气净化器行业发展现状分析116
- 三、空气净化器市场消费层次分析118
- 四、我国空气净化器市场走向分析119
- 第五节 对中国空气净化器市场的分析及思考120
 - 一、空气净化器市场特点120
 - 二、空气净化市场驱动因素121
 - 三、空气净化器争论焦点分析122
 - 四、对空气净化器行业的思考和探讨123
 - 五、对中国空气净化器品牌发展的思考124

第五章 2014年中国空气净化器重点市场动态解析127

第一节 室内空气污染源分析127

- 一、建筑本身造成的污染127
- 二、室内装饰装修材料和过程带来的污染128
- 三、家具和家电带来的污染130

第二节 2014年空气净化器重点需求市场分析131

- 一、高档医院、病房，尤其是传染病医院131
- 二、高级疗养院131
- 三、高档写字楼、办公室131
- 四、经过装修的室内132

第三节 2014年中国空气净化器重点省市市场分析132

- 一、北京空气净化器市场现状分析132
- 二、上海空气净化器市场动态解析133
- 三、西安空气净化器市场概况分析133

第四节 2014年中国农村市场空气净化器市场分析134

- 一、农村空气净化器市场现状134
- 二、农场家电渠道经营新模式138

第二部分 市场格局分析140

第六章 2014年中国空气净化器市场十一大优势品牌运营态势解析140

第一节 亚都YADU140

一、产品特性	140
二、2014年市场销售情况	142
三、品牌竞争力分析	142
四、市场营销战略分析	144
第二节 松下PANASONIC	144
一、产品特性	144
二、2014年在华市场销售情况	146
三、品牌竞争力分析	148
四、市场营销战略分析	150
第三节 飞利浦PHILIPS	151
一、产品特性	151
二、2014年在华市场销售情况	153
三、品牌竞争力分析	156
四、市场营销战略分析	159
第四节 夏普SHARP	160
一、产品特性	160
二、2014年在华市场销售情况	162
三、品牌竞争力分析	163
四、市场营销战略分析	164
第五节 BLUEAIR瑞宝-布鲁雅尔	165
一、产品特性	165
二、品牌竞争力分析	168
三、市场营销战略分析	168
第六节 三洋SANYO	169
一、产品特性	169
二、2014年在华市场销售情况	170
三、品牌竞争力分析	171
第七节 远大	172
一、产品特性	172
二、2014年市场销售情况	173
三、品牌竞争力分析	173
四、市场营销战略分析	174

第八节 美的MIDEA174

- 一、产品特性174
- 二、2014年市场销售情况175
- 三、品牌竞争力分析181
- 四、市场战略分析183

第九节 万利达MALATA184

- 一、产品特性184
- 二、品牌竞争力分析185
- 三、市场营销战略分析187

第十节 日立HITACHI188

- 一、产品特性188
- 二、品牌竞争力分析189
- 三、市场营销战略分析190

第十一节 安利AMWAY191

- 一、产品特性191
- 二、品牌竞争力分析192
- 三、市场营销战略分析193

第七章 2009-2015年中国家用空气调节器制造行业主要数据监测分析195

第一节 2009-2015年中国家用空气调节器制造行业规模分析195

- 一、中国家用空气调节器制造行业企业数量增长分析195
- 二、中国家用空气调节器制造行业从业人数增长分析195
- 三、中国家用空气调节器制造行业资产规模增长分析196

第二节 2014年中国家用空气调节器制造行业结构分析196

- 一、企业数量结构分析196
- 二、销售收入结构分析197

第三节 2009-2015年中国家用空气调节器制造行业产值分析197

- 一、中国家用空气调节器制造行业产成品增长分析197
- 二、中国家用空气调节器制造行业工业销售产值分析198
- 三、中国家用空气调节器制造行业出货值分析198

第四节 2009-2015年中国家用空气调节器制造行业成本费用分析199

- 一、中国家用空气调节器制造行业销售成本分析199

二、中国家用空气调节器制造行业费用分析199

第五节 2009-2015年中国家用空气调节器制造行业盈利能力分析200

一、中国家用空气调节器制造行业负债分析200

二、中国家用空气调节器制造行业盈利分析200

第八章 2008-2015年中国房间空气调节器产量数据统计分析202

第一节 2008-2015年中国房间空气调节器产量数据分析202

一、2008-2015年房间空气调节器产量数据分析202

二、2008-2015年房间空气调节器重点省市数据分析202

第二节 2014年中国房间空气调节器产量数据分析208

一、2014年全国房间空气调节器产量数据分析208

二、2014年房间空气调节器重点省市数据分析209

第三节 2014年中国房间空气调节器产量增长性分析210

一、产量增长210

二、集中度变化210

第九章 2006-2014年中国离心机；液体或气体的过滤、净化机器及装置进出口数据监测分析211

第一节 2009-2015年中国离心机；液体或气体的过滤、净化机器及装置进口数据分析211

一、进口数量分析211

二、进口金额分析211

第二节 2009-2015年中国离心机；液体或气体的过滤、净化机器及装置出口数据分析212

一、出口数量分析212

二、出口金额分析212

第十章 中国空气净化器行业消费者调查214

第一节 空气净化器消费群体偏好调查214

一、不同性别分析214

二、不同年龄消费者偏好调查216

三、使用情况217

四、影响购买因素218

五、购买途径219

六、价格集中度220

七、不同收入者分析220

第二节 空气净化器的品牌市场调查221

一、消费者对空气净化器品牌认知度宏观调查221

二、消费者对空气净化器的品牌偏好调查223

三、消费者对空气净化器品牌的首要认知渠道223

四、空气净化器品牌忠诚度调查224

第三节 空气净化器调研分析226

一、促成消费者购买要素分析226

二、消费者对家电产品的购买地点分析226

三、品质调查品牌排名分析227

第十一章 2013-2015年中国空气净化器市场竞争格局透析228

第一节 行业竞争结构分析228

一、现有企业间竞争228

二、潜在进入者分析228

三、替代品威胁分析228

四、供应商议价能力229

五、客户议价能力229

第二节 2013-2015年中国空气净化器行业竞争现状229

一、品牌竞争分析229

二、价格竞争分析231

三、中国日益竞争激烈的空气净化器市场231

第三节 2013-2015年中国空气净化器行业集中度分析232

一、市场集中度分析232

二、生产企业的集中分布233

第四节 2013-2015年中国空气净化器行业竞争中存的问题234

第五节 2016-2022年中国空气净化器行业竞争趋势分析234

一、竞争趋势234

二、现有空气净化器产品竞争策略分析239

三、潜力空气净化器品种竞争策略选择240

四、典型企业产品竞争策略分析240

五、未来空气净化器行业竞争策略分析241

第十二章 2013-2015年中国重点空气净化器生产企业竞争力分析243

第一节 广东美的电器股份有限公司（000527）243

一、企业概况243

二、企业经营分析243

三、企业盈利能力分析244

四、企业偿债能力分析245

五、企业运营能力分析246

六、企业成长能力分析246

第二节 漳州万利达光催化科技有限公司247

一、企业概况247

二、企业经营分析248

三、企业运营能力分析248

第三节 友隆电器工业（深圳）有限公司249

一、企业概况249

二、企业经营分析249

三、企业能力分析250

第四节 北京亚都空气污染治理技术有限公司251

一、企业概况251

二、企业经营分析251

三、企业能力分析252

第五节 厦门爱美克科技有限公司253

一、企业概况253

二、企业经营分析253

三、企业能力分析254

第六节 宁波市镇海远大机电制造有限公司255

一、企业概况255

二、企业经营分析255

三、企业能力分析256

第七节 深圳市鼎信科技有限公司257

一、企业概况257

二、企业经营分析257

三、企业能力分析257

第八节 奥得奥科技（厦门）有限公司258

一、企业概况258

二、企业经营分析259

三、企业能力分析259

第九节 上海新华舒普净化技术有限公司260

一、企业概况260

二、企业经营分析260

三、企业盈利能力分析261

四、企业偿债能力分析261

五、企业运营能力分析261

六、企业成长能力分析262

第十节 格力电器股份有限公司（000651）262

一、企业概况262

二、企业经营分析263

三、企业盈利能力分析264

四、企业偿债能力分析265

五、企业运营能力分析266

六、企业成长能力分析266

第三部分 行业投资前景预测267

第十三章 2016-2022年中国空气净化器行业发展前景及趋势预测分析267

第一节 2016-2022年中国空气净化器行业发展前景分析267

一、中国空气净化器行业阶段分析267

二、中国市场潜力分析269

三、空气净化器行业前景分析270

第二节 2016-2022年中国空气净化器行业发展趋势分析271

一、空气净化器行业发展趋势分析271

二、空气净化器市场发展趋势分析274

三、空气净化器产品自身趋势分析275

四、空气净化器技术发展趋势分析276

第三节 2016-2022年中国空气净化器行业市场预测分析277

一、空气净化器行业市场产量预测分析277

二、空气净化器行业市场销量预测分析277

第四节 2016-2022年中国空气净化器市场盈利预测分析278

第四部分 行业投资战略分析279

第十四章 2016-2022年中国空气净化器行业投资机会与风险规避指引279

第一节 2013-2015年中国空气净化器行业投资周期分析279

一、经济周期279

二、增长性与波动性279

三、成熟度分析280

第二节 2016-2022年中国空气净化器行业投资机会分析280

一、投资吸引力分析280

二、投资潜力分析281

第三节 2016-2022年中国空气净化器行业投资风险预警283

一、政策风险及防范283

二、技术风险及防范284

三、金融风险及防范284

四、贸易风险及防范285

五、财务分析及防范285

第十五章 空气净化器行业投资战略研究286

第一节 空气净化器行业发展战略研究286

一、战略综合规划286

二、技术开发战略286

三、业务组合战略288

四、区域战略规划288

五、产业战略规划289

六、营销品牌战略289

七、竞争战略规划290

八、信息化战略规划290

第二节 我国空气净化器品牌战略293

一、企业品牌的重要性	293
二、空气净化器实施品牌战略的意义	294
三、我国空气净化器企业的品牌战略	295
四、我国空气净化器品牌的竞争趋势	297
五、空气净化器品牌战略管理的策略	297
第三节 空气净化器行业投资建议 (ZY LXY)	299

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度
图表：全国粮食产量及其增速
图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
图表：进出口总额（亿美元）
图表：广义货币（M2）增长速度（%）
图表：居民消费价格同比上涨情况
图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
图表：农村居民人均收入实际增长速度
图表：人口及其自然增长率变化情况
图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）
图表：2015年中国GDP增长预测
图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测
图表：空气净化器行业产业链
图表：2011-2015年年我国空气净化器行业企业数量增长趋势图
图表：2011-2015年年我国空气净化器行业亏损企业数量增长趋势图
图表：2011-2015年年我国空气净化器行业从业人数增长趋势图
图表：2011-2015年年我国空气净化器行业资产规模增长趋势图
图表：2011-2015年年我国空气净化器行业产成品增长趋势图
图表：2011-2015年年我国空气净化器行业工业销售产值增长趋势图
图表：2011-2015年年我国空气净化器行业销售成本增长趋势图
图表：2011-2015年年我国空气净化器行业费用使用统计图

图表：2011-2015年年我国空气净化器行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年年我国空气净化器行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业……

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年空气净化器行业市场供给

图表：2011-2015年空气净化器行业市场需求

图表：2011-2015年空气净化器行业市场规模

图表：空气净化器所属行业生命周期判断

图表：空气净化器所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国空气净化器行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国空气净化器行业供给预测

图表：2016-2022年中国空气净化器行业需求预测

图表：2016-2022年中国空气净化器行业价格指数预测

图表：……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/276715.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。