



艾凯咨询
ICAN Consulting

2022-2027年中国空气净化器行业 市场深度评估及发展前景预测 报告

一、调研说明

《2022-2027年中国空气净化器行业市场深度评估及发展前景预测报告》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/361003.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

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：

第一章 空气净化器相关概述

1.1 空气净化器定义及分类

1.1.1 概念界定

1.1.2 产品功用

1.1.3 产品种类

1.1.4 工作原理

1.1.5 硬性指标

1.1.6 发展历程

1.2 空气净化器构成及生产成本

1.2.1 主要构成部件

1.2.2 各部件价格分析

1.2.3 成本分析总结

1.3 空气净化器保养及维护

1.3.1 产品选择原则

1.3.2 保养维护

1.3.3 滤网清洁

第二章 2017-2021年国际空气净化器市场分析

2.1 全球空气净化器市场概况

2.1.1 产品更替进程

2.1.2 市场格局分析

2.1.3 市场驱动因素

2.1.4 销售规模预测

2.2 欧美空气净化器市场分析

2.2.1 美国空气净化器市场

2.2.2 加拿大空气净化器市场

2.2.3 德国空气净化器市场

2.3 日本空气净化器市场分析

2.3.1 市场运行分析

2.3.2 市场销售规模

2.3.3 厂商竞争态势

2.3.4 产品格局分析

2.3.5 技术成果分析

2.3.6 产品研发动态

第三章 2017-2021年中国空气净化器行业发展环境

3.1 经济环境分析

3.1.1 国际经济形势分析

3.1.2 中国经济运行现状

3.1.3 中国经济发展趋势

3.1.4 居民消费支出结构

3.2 政策环境分析

3.2.1 中国环保政策制定实施概况

3.2.2 《环境空气质量标准》解读

3.2.3 中国现行空气净化器国家标准

3.2.4 中国空气净化器国标修订进展

3.2.5 空气净化器环保认证规则

3.2.6 空气净化器性能测定与评价

3.3 生态环境分析

3.3.1 室内空气污染物及主要危害

3.3.2 中国城市空气污染态势分析

3.3.3 中国空气质量指数 (AQI) 分析

3.3.4 中国细颗粒物 (PM_{2.5}) 分析

3.3.5 中国可吸入颗粒物 (PM₁₀) 分析

3.4 技术环境分析

3.4.1 主流空气净化技术介绍

3.4.2 空气净化器专利技术状况

3.4.3 中国空气净化器技术成就

3.4.4 空气净化器生产企业核心技术

3.4.5 空气净化器个性化技术发展

- 第四章 2017-2021年中国空气净化器市场分析
 - 4.1 2017-2021年中国空气净化器行业基本概况
 - 4.1.1 行业总体态势
 - 4.1.2 行业运行现状
 - 4.1.3 行业运行特征
 - 4.1.4 厂商格局分析
 - 4.1.5 区域布局状况
 - 4.1.6 产品开发情况
 - 4.2 2017-2021年中国空气净化器市场供需现状
 - 4.2.1 市场供给状况
 - 4.2.2 市场需求规模
 - 4.2.3 市场销售格局
 - 4.3 2017-2021年中国空气净化器市场价格行情分析
 - 4.3.1 市场价格行情
 - 4.3.2 价格增长态势
 - 4.3.3 价格影响因素
 - 4.3.4 价格走势预测
 - 4.4 2017-2021年空气净化器电商市场发展状况
 - 4.5 中国空气净化器政府采购市场发展分析
 - 4.5.1 政府采购市场规模
 - 4.5.2 政策形势分析
 - 4.5.3 市场开发关键
 - 4.6 中国空气净化器市场面临的问题
 - 4.7 中国空气净化器市场发展建议
 - 4.7.1 行业发展建议
 - 4.7.2 企业运作策略
- 第五章 2019-2021年中国空气净化器市场关注度分析
 - 5.1 2019年空气净化器市场关注度状况
 - 5.1.1 品牌关注格局
 - 5.1.2 产品关注格局
 - 5.1.3 厂商关注格局
 - 5.2 2020年空气净化器市场关注度状况

5.2.1 品牌关注格局

5.2.2 产品关注格局

5.2.3 厂商关注格局

5.3 2021年空气净化器市场关注度状况

5.3.1 品牌关注格局

5.3.2 产品关注格局

5.3.3 厂商关注格局

第六章 2017-2021年中国空气净化器用户行为分析

6.1 空气净化器用户基本特性

6.1.1 性别结构

6.1.2 年龄分布

6.1.3 所在城市空气质量状况

6.2 空气净化器用户认可度

6.2.1 产品保有量

6.2.2 技术认知度

6.3 空气净化器用户购买行为

6.3.1 主导购买原因

6.3.2 预购品牌状况

6.3.3 可接受价位

6.3.4 影响购买因素

6.3.5 选购产品看重的指标

6.3.6 后期维护态度

6.4 空气净化器用户行为分析

6.4.1 背景分析

6.4.2 用户空气污染认知情况

6.4.3 用户空气净化器认可度

6.4.4 用户空气净化器品牌倾向

6.4.5 用户空气净化器使用行为

6.4.6 用户空气净化器后期维护

6.4.7 用户空气净化器关注焦点

6.4.8 用户空气净化器需求延伸

第七章 2017-2021年车载空气净化器市场分析

7.1 车载空气净化器基本概述

7.1.1 概念界定

7.1.2 产品类型

7.1.3 消费群体

7.2 车载空气净化器需求空间

7.2.1 车内空气污染来源

7.2.2 车内空气污染现状

7.2.3 车内空气净化方式

7.3 2017-2021年车载空气净化器市场发展概况

7.3.1 行业环境分析

7.3.2 行业发展阶段

7.3.3 市场运行状况

7.3.4 销售规模分析

7.3.5 价格行情分析

7.3.6 竞争格局分析

7.4 车载空气净化器市场发展前景分析

7.4.1 行业机遇分析

7.4.2 未来增长前景

7.4.3 投资潜力分析

第八章 2017-2021年空气净化器区域市场分析

8.1 东北地区

8.2 华北地区

8.3 华东地区

8.4 中南地区

8.5 西南地区

8.6 西北地区

第九章 2017-2021年空气净化器原材料及设备供应分析

9.1 2017-2021年空气净化器上游原材料市场分析

9.1.1 钢材市场运行状况

9.1.2 铜材市场运行状况

9.1.3 铝材市场运行状况

9.2 2017-2021年空气净化器关键部件——空气过滤器（滤网）

9.2.1 行业供需概况

9.2.2 市场格局分析

9.2.3 价格行情分析

9.2.4 未来前景分析

9.3 2017-2021年空气净化器其他构成部件

9.3.1 微风扇

9.3.2 水箱

9.3.3 智能监测系统

9.3.4 负离子发生器

第十章 国外空气净化器行业领先企业运营分析

10.1 飞利浦

10.1.1 企业发展概况

10.1.2 主营业务分析

10.1.3 经营状况分析

10.2 伊莱克斯

10.2.1 企业发展概况

10.2.2 主营业务分析

10.2.3 经营状况分析

10.3 霍尼韦尔

10.3.1 企业发展概况

10.3.2 主营业务分析

10.3.3 经营状况分析

10.4 夏普

10.4.1 企业发展概况

10.4.2 主营业务分析

10.4.3 经营状况分析

10.5 松下

10.5.1 企业发展概况

10.5.2 主营业务分析

10.5.3 经营状况分析

第十一章 国内空气净化器行业标杆企业运营分析

11.1 亚都

- 11.1.1 企业发展概况
- 11.1.2 主营业务分析
- 11.1.3 经营状况分析
- 11.2 美的
 - 11.2.1 企业发展概况
 - 11.2.2 主营业务分析
 - 11.2.3 经营状况分析
- 11.3 远大
 - 11.3.1 企业发展概况
 - 11.3.2 主营业务分析
 - 11.3.3 经营状况分析
- 11.4 格力
 - 11.4.1 企业发展概况
 - 11.4.2 主营业务分析
 - 11.4.3 经营状况分析
- 11.5 艾美特
 - 11.5.1 企业发展概况
 - 11.5.2 主营业务分析
 - 11.5.3 经营状况分析
- 11.6 万利达
 - 11.6.1 企业发展概况
 - 11.6.2 主营业务分析
 - 11.6.3 经营状况分析
- 11.7 SKG
 - 11.7.1 企业发展概况
 - 11.7.2 主营业务分析
 - 11.7.3 经营状况分析

第十二章 2017-2021年空气净化器市场竞争分析

- 12.1 2017-2021年空气净化器市场竞争态势解析
- 12.2 2017-2021年空气净化器品牌竞争格局分析
 - 12.2.1 品牌阵营划分
 - 12.2.2 品牌竞争格局

- 12.2.3 品牌排行情况
- 12.2.4 品牌渠道竞争力
- 12.3 空气净化器品牌竞争核心要素
 - 12.3.1 系统培训的竞争
 - 12.3.2 盈利模式的竞争
 - 12.3.3 服务体系的建立
 - 12.3.4 人才的竞争
 - 12.3.5 渠道资源的竞争
 - 12.3.6 质量技术保证
- 12.4 2017-2021年空气净化器产品竞争格局分析
 - 12.4.1 产品美誉度评级
 - 12.4.2 产品综合性能评比
 - 12.4.3 不同价格区间产品比较
 - 12.4.4 国外代表产品优劣评价
- 12.5 空气净化器价格分层竞争特征分析
- 12.6 空气净化器替代品竞争威胁分析
 - 12.6.1 空调净化除菌效果分析
 - 12.6.2 净化功能空调市场发展态势
 - 12.6.3 净化功能空调消费者认知情况
- 第十三章 空气净化器市场营销分析
 - 13.1 空气净化器目标市场定位
 - 13.1.1 适用场所
 - 13.1.2 适用人群
 - 13.1.3 目标客户界定
 - 13.1.4 目标客户需求特征
 - 13.2 空气净化器市场销售渠道分析
 - 13.2.1 主流销售渠道
 - 13.2.2 推广渠道分析
 - 13.2.3 线上渠道分析
 - 13.2.4 社区渠道分析
 - 13.3 空气净化器市场营销策略
 - 13.3.1 空气净化器市场渠道选择策略

- 13.3.2 空气净化器消费群体定位策略
- 13.3.3 空气净化器市场通路开拓策略
- 13.3.4 空气净化器市场营销组合方案
- 13.4 空气净化器二三级市场开发策略
 - 13.4.1 二三级市场进入时机选择
 - 13.4.2 二三级市场进入渠道选择
 - 13.4.3 二三级市场分销网络建设
- 13.5 空气净化器区域市场推广方案
 - 13.5.1 广告方案
 - 13.5.2 合作推广
 - 13.5.3 人员直销
 - 13.5.4 公关推广主题
 - 13.5.5 形象展示与免费试用
 - 13.5.6 社区推广

第十四章 空气净化器市场投资分析

- 14.1 投资壁垒分析
 - 14.1.1 认证壁垒
 - 14.1.2 商誉壁垒
 - 14.1.3 技术壁垒
 - 14.1.4 管理壁垒
- 14.2 投资风险分析
 - 14.2.1 竞争风险
 - 14.2.2 政策风险
 - 14.2.3 技术风险
 - 14.2.4 其他风险
- 14.3 投资机会分析
 - 14.3.1 投资门槛低
 - 14.3.2 投资价值高
 - 14.3.3 投资商机分析
- 14.4 投资建议
 - 14.4.1 经销商投资方向建议
 - 14.4.2 经销商经营策略建议

14.4.3 代理商投资运营建议

14.4.4 车载市场投资经营思路

第十五章 2022-2027年中国空气净化器市场前景分析

15.1 中国空气净化器行业前景剖析

15.1.1 行业成长空间分析

15.1.2 市场需求潜力分析

15.1.3 行业发展趋势分析

15.1.4 产品发展趋势分析

15.2 2022-2027年中国空气净化器市场规模预测

15.2.1 影响中国空气净化器市场发展因素分析

15.2.2 2022-2027年空气净化器行业产品产量预测分析

15.2.3 2022-2027年空气净化器市场销量规模预测分析

15.2.4 2022-2027年空气净化器市场销售金额预测分析

15.3 未来空气净化器研发方向分析

15.3.1 降低净化器生成臭氧浓度

15.3.2 提高空气净化效果

15.3.3 提高控制技术

15.3.4 提高使用寿命

图表目录：

图表 空气净化器构成部件

图表 空气过滤器（滤网）

图表 水箱

图表 负离子发生器与高压电路

图表 2017-2021年节能环保行业政策体系

图表 WHO发布的全球空气质量标准颗粒物限值

图表 我国空气质量标准中颗粒物浓度限值演变历程

图表 我国空气净化器产品产量

图表 中国空气净化器市场销售量及其增长速度

图表 空气净化器市场销售情况

图表 空气净化器市场零售量排名前十品牌竞争格局

图表 分过滤种类零售量市场格局变化

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/361003.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专业提供投资咨询报告、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。