

2014-2020年中国空气净化 器市场监测与发展趋势预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2020年中国空气净化器市场监测与发展趋势预测报告》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.cction.com/report/201406/108501.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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，主要分为家用、商用、工业、楼宇。

空气净化器是指能够吸附、分解或转化各种空气中的污染物，有效提高室内空气清洁度的产品。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。

2013年，中国空气净化器市场在各种因素的综合作用下实现了爆发式的增长。有关数据显示，2011年国内空气净化器销量约为112万台，同比增长10.9%；2012年国内空气净化器销量约为126万台，同比增长12.5%；而到了2013年，销量猛增至约240万台，同比增长高达90.5%。从市场的零售总额来看，2013年，空气净化器的市场总额达到了约56亿元，同比上涨了105.9%。

从各大电商网站的空气净化器销量，甚至海外代购美国某品牌空气净化器的疯狂举动，导致该品牌在美国卖脱销来看，空气净化器这个速生的产业已经随着雾霾天气的持续，市场容量急剧膨胀。更有调查数据显示，空气净化器在美国的普及率达27%，日本17%，欧洲42%，韩国70%，而中国却仅有0.2%。可见，空气净化器在我国市场还具有非常大的潜力。

2012年我国家电产品零售总额较2011年同期下滑4.8%，但空气净化器却实现了逆市增长，零售额同比增幅达到23.6%，市场规模更是超过了27亿元。尤其到了2013年初，持续不断的雾霾天气使空气净化器销售出现爆发式增长。第一季度月度零售监测数据统计显示，空气净化器零售量、零售额同比增速分别达到了81.5%和93.2%，显示出强大的市场成长性。

随着市场容量的快速放大，空气净化器产品结构也呈现明显的升级趋势，2013年活性炭过滤系统的市场占比较2012年同期缩水6.4个百分点，为43.5%，离子过滤系统和触媒过滤系统的空净产品占比分别为36.1%和11.0%，较2012年同期分别增长4.0个和4.7个百分点。五重以上过滤系统的空气净化器销量同比增幅高达324.8%，四重过滤系统的空净增幅达到155.0%。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国空气净化器行业作了详尽深入的分析，是企业进行市场研究工作时不可或缺的重要参考资料，同时也可作为金融机构进行信贷分析、证券分析、投资分析等研

究工作时的参考依据。

报告目录

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 1

第一节 空气净化器行业及属性分析 1

一、行业定义 1

二、国民经济依赖性 1

三、经济类型属性 2

四、行业周期属性 4

第二节 经济发展环境 4

一、中国经济发展阶段 4

二、2008-2013年中国经济发展状况 6

三、经济结构调整 11

四、国民收入状况 13

第三节 政策发展环境 14

一、产业振兴规划 14

二、产业发展规划 15

三、行业标准政策 16

四、市场应用政策 19

五、财政税收政策 20

第二章 中国空气净化器生产现状分析 24

第一节 空气净化器行业总体规模 24

第二节 空气净化器产能概况 25

一、2009-2013年产能分析 25

二、2014-2020年产能预测 26

第三节 空气净化器市场容量概况 26

一、2009-2013年市场容量分析 26

二、产能配置与产能利用率调查 27

三、2014-2020年市场容量预测 28

第四节 空气净化器产业的生命周期分析 30

第五节 空气净化器产业供需情况 31

第三章 2013年中国市场分析 32

第一节 我国整体市场规模 32

一、总量规模 32

二、增长速度 33

三、各季度市场情况 36

第二节 原材料市场分析 38

第三节 市场结构分析 38

一、产品市场结构 38

二、品牌市场结构 38

三、区域市场结构 39

四、渠道市场结构 44

第四章 2013年中国空气净化器市场供需监测分析 48

第一节 需求分析 48

一、需求因素 48

二、供不应求 50

三、分析思考 52

四、常见室内空气污染源 57

五、重点需求市场 64

第二节 供给分析 66

第三节 市场特征分析 69

一、发展问题 69

二、借势造势 71

三、细分市场 71

四、唤起消费 72

五、做深做透目标市场 72

第二部分 空气净化器行业竞争格局

第五章 2013年中国空气净化器市场竞争格局与厂商市场竞争力评价 74

第一节 竞争格局分析 74

第二节 主力厂商市场竞争力评价 75

一、产品竞争力 75

二、价格竞争力 77

三、渠道竞争力 79

四、品牌竞争力 81

第六章 我国空气净化器行业供需状况分析	84
第一节 空气净化器行业市场需求分析	84
一、四大因素引爆市场需求	84
二、空气净化器消费群体偏好调查	85
三、空气净化器的品牌市场调查	90
四、空气净化器调研分析	92
第二节 空气净化器行业供给能力分析	94
第三节 空气净化器行业进出口贸易分析	97
一、产品的国内外市场需求态势	97
二、国内外产品的比较优势	97
第七章 空气净化器行业竞争绩效分析	99
第一节 空气净化器行业总体效益水平分析	99
第二节 空气净化器行业产业集中度分析	99
第三节 空气净化器行业不同所有制企业绩效分析	103
第四节 空气净化器行业不同规模企业绩效分析	106
第五节 空气净化器市场分销体系分析	108
一、销售渠道模式分析	108
二、产品最佳销售渠道选择	110
第八章 2013年空气净化器市场发展前景预测	111
第一节 国际市场发展前景预测	111
一、2014-2020年经济增长与需求预测	111
二、2014-2020年行业总产量预测	114
三、我国中长期市场发展策略预测	115
第二节 我国资源配置的前景	117
第九章 我国空气净化器行业投融资分析	119
第一节 我国空气净化器行业企业所有制状况	119
第二节 我国空气净化器行业外资进入状况	120
第三节 我国空气净化器行业合作与并购	120
第十章 空气净化器产业投资策略	121
第一节 产品定位策略	121
一、市场细分策略	121
二、目标市场的选择	123

第二节 产品开发策略	127
一、追求产品质量	127
二、促进产品多元化发展	128
第三节 渠道销售策略	129
一、销售模式分类	129
二、市场投资建议	130
第四节 品牌经营策略	136
一、不同品牌经营模式	136
二、如何切入开拓品牌	138
第五节 服务策略	138
第十一章 我国空气净化器行业重点企业分析	140
第一节 格力电器股份有限公司	140
一、公司基本情况	140
二、公司经营与财务状况	141
1、企业偿债能力分析	141
2、企业运营能力分析	141
3、企业盈利能力分析	146
三、2014-2020年发展战略	146
第二节 青岛海尔股份有限公司	149
一、公司基本情况	149
二、公司经营与财务状况	151
1、企业偿债能力分析	151
2、企业运营能力分析	151
3、企业盈利能力分析	156
三、2014-2020年发展战略	157
第三节 青岛海信电器股份有限公司	158
一、公司基本情况	158
二、公司经营与财务状况	159
1、企业偿债能力分析	159
2、企业运营能力分析	159
3、企业盈利能力分析	163
三、2014-2020年发展战略	163

第四节 深圳市彩虹精细化工股份有限公司 164

一、公司基本情况 164

二、公司经营与财务状况 167

1、企业偿债能力分析 167

2、企业运营能力分析 167

3、企业盈利能力分析 172

三、2014-2020年发展战略 172

第五节 上海新华舒普净化技术有限公司 176

一、公司基本情况 176

二、公司经营与财务状况 177

1、企业偿债能力分析 177

2、企业运营能力分析 178

3、企业盈利能力分析 180

第六节 深圳市新纶科技股份有限公司 181

一、企业概况 181

二、2011-2013年经营状况 182

三、2011-2013年财务分析 185

四、在香港及台湾发展态势 186

第七节 广东美的电器股份有限公司 186

一、公司基本情况 186

二、公司经营与财务状况 187

1、企业偿债能力分析 187

2、企业运营能力分析 188

3、企业盈利能力分析 191

第八节 TCL集团股份有限公司 198

一、公司基本情况 198

二、公司经营与财务状况 200

1、企业偿债能力分析 200

2、企业运营能力分析 200

3、企业盈利能力分析 203

第九节 北京亚都空气污染治理技术有限公司 203

一、企业概况 203

二、2011-2013年经营状况	204
三、2011-2013年财务分析	206
四、在香港及台湾发展态势	206
第十节 厦门爱美克科技有限公司	207
一、企业概况	207
二、2011-2013年经营状况	208
三、2011-2013年财务分析	209
四、在香港及台湾发展态势	209
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	210
第一节 投资环境	210
一、资源环境分析	210
二、市场竞争分析	210
三、政策环境分析	211
第二节 投资机会分析	213
第三节 投资风险及对策分析	214
第四节 投资发展前景	217
一、市场供需发展趋势	217
二、未来发展展望	218
第十三章 空气净化器相关产业2013年走势分析	221
第一节 上游行业影响分析	221
第二节 下游行业影响分析	222
第十四章 空气净化器行业成长能力及稳定性分析	224
第一节 空气净化器行业生命周期分析	224
第二节 空气净化器行业增长性与波动性分析	224
第三节 空气净化器行业集中程度分析	225
第十五章 空气净化器行业风险趋势分析与对策	227
第一节 空气净化器行业风险分析	227
一、市场竞争风险	227
二、原材料压力风险分析	227
三、技术风险分析	227
四、政策和体制风险	229

五、进入退出风险	230
第二节 空气净化器行业投资风险及控制策略分析	231
一、2014-2020年空气净化器行业市场风险及控制策略	231
二、2014-2020年空气净化器行业政策风险及控制策略	231
三、2014-2020年空气净化器行业经营风险及控制策略	232
四、2014-2020年空气净化器同业竞争风险及控制策略	232
五、2014-2020年空气净化器行业金融风险及控制策略	232
六、2014-2020年空气净化器行业其他风险及控制策略	236
第十六章 空气净化器产业投资风险	237
第一节 空气净化器行业宏观调控风险	237
第二节 空气净化器行业竞争风险	237
第三节 空气净化器行业供需波动风险	237
第四节 空气净化器行业技术创新风险	238
第五节 空气净化器行业经营管理风险	239
第六节 空气净化器行业贸易风险	241
第七节 空气净化器行业财务分析	243
第四部分 空气净化器行业发展趋势	
第十七章 2014-2020年中国空气净化器行业发展趋势研究分析	248
第一节 2014-2020年空气净化器行业国际市场预测	248
一、空气净化器行业产能预测	248
二、空气净化器行业市场需求前景	248
第二节 中国空气净化器行业发展趋势	249
一、产品发展趋势	249
二、技术发展趋势	252
第三节 2014-2020年空气净化器行业中国市场预测	254
一、空气净化器行业产能预测	254
二、空气净化器行业市场需求前景	254
第十八章 空气净化器行业投资机会分析研究	256
第一节 2014-2020年空气净化器行业主要区域投资机会	256
第二节 2014-2020年空气净化器行业出口市场投资机会	257
第三节 2014-2020年空气净化器行业企业的多元化投资机会	257
第四节 空气净化器行业投资战略研究	264

一、空气净化器行业发展战略研究	264
二、我国空气净化器品牌战略	277
第十九章 空气净化器企业制定“十二五”发展战略研究分析	282
第一节 “十二五”发展战略规划的背景意义	282
一、企业转型升级的需要	282
二、企业做大做强的需要	284
三、企业可持续发展需要	284
第二节 “十二五”发展战略规划的制定原则	285
一、科学性	285
二、实践性	285
三、前瞻性	285
四、创新性	285
五、全面性	286
六、动态性	286
第三节 “十二五”发展战略规划的制定依据	286
一、国家产业政策	286
二、行业发展规律	287
三、企业资源与能力	287
四、可预期的战略定位	288
图表目录	
图表：2009-2013年国内生产总值及其增长速度	8
图表：2009-2013年城镇新增就业人数	8
图表：2009-2013年国内生产总值与全部就业人数比率	9
图表：2013年居民消费价格月度涨跌幅度	9
图表：2013年居民消费价格比2012年涨跌幅度	10
图表：2009-2013年公共财产收入	10
图表：2009-2013年年末国家外汇储备	11
图表：空气净化器行业标准	18
图表：2011-2013年中国空气净化器市场销售量及其增长速度	24
图表：2009-2013年中国空气净化器产能	25
图表：2013中国品牌空气净化器企业产能排名TOP5	26
图表：2014-2020年中国空气净化器产能预测	26

图表：2009-2013年中国空气净化器市场容量	27
图表：2014-2020年中国空气净化器市场容量预测	29
图表：2013年中国空气净化器零售量增长图	37
图表：2012年香港地区空气净化器销量分析	44
图表：2012年台湾地区空气净化器销量分析	44
图表：2009-2013年中国空气净化器供应	68
图表：2014-2020年中国空气净化器供应预测	69
图表：2011年中国空气净化器市场不同价位段产品关注比例分布	78
图表：不同空气净化器品牌的不同地区分析	80
图表：空气净化器渠道商	81
图表：2011年中国空气净化器市场品牌关注比例分布	82
图表：不同类别空气净化器及代表企业	83
图表：不同性别消费者比例分析	85
图表：不同年龄消费者比例分析	86
图表：消费者使用情况比例分析	86
图表：对产品了解情况分析	87
图表：受访者对产品的重视程度	87
图表：消费者每天使用频率调查分析	88
图表：消费者选择影响因素分析	88
图表：消费者购买途径分析	89
图表：消费者价格选择分析	89
图表：不同收入者分析	90
图表：消费者对空气净化器品牌认知度宏观调查	90
图表：消费者对空气净化器的品牌偏好调查	91
图表：消费者对空气净化器品牌的首要认知渠道	91
图表：空气净化器品牌忠诚度调查	92
图表：2012年11-12月中国空气净化器市场品牌关注比例对比	104
图表：2013年中国空气净化器市场品牌关注比例分布	105
图表：2013年空气净化器制造业不同规模企业数量分析	106
图表：2013年空气净化器制造业不同规模企业主营业务收入分析	106
图表：2013年空气净化器不同所有企业数量比例	119
图表：2013年空气净化器制造业不同性质企业主营业务收入分析	119

图表：空气净化器主要细分行业	122
图表：空气净化器混合渠道模式	125
图表：2012-2013年格力电器股份有限公司偿债能力分析	141
图表：2012-2013年格力电器股份有限公司资本结构	141
图表：2012-2013年格力电器股份有限公司经营效率分析	142
图表：2012-2013年格力电器股份有限公司成长能力分析	142
图表：2012-2013年格力电器股份有限公司现金流量分析	142
图表：2012-2013年格力电器股份有限公司投资收益分析	143
图表：2013年格力电器股份有限公司行业构成	143
图表：2013年格力电器股份有限公司产品构成	143
图表：2013年格力电器股份有限公司地区构成	143
图表：2012-2013年格力电器股份有限公司盈利能力分析	146
图表：2012-2013年青岛海尔股份有限公司偿债能力分析	151
图表：2012-2013年青岛海尔股份有限公司资本结构	152
图表：2012-2013年青岛海尔股份有限公司经营效率分析	152
图表：2012-2013年青岛海尔股份有限公司成长能力分析	152
图表：2012-2013年青岛海尔股份有限公司现金流量分析	153
图表：2012-2013年青岛海尔股份有限公司投资收益分析	153
图表：2013年青岛海尔股份有限公司产品构成	153
图表：2013年青岛海尔股份有限公司地区构成	153
图表：2012-2013年青岛海尔股份有限公司盈利能力分析	156
图表：2013-2014年青岛海信电器股份有限公司偿债能力分析	159
图表：2013-2014年青岛海信电器股份有限公司资本结构	161
图表：2013-2014年青岛海信电器股份有限公司经营效率分析	161
图表：2013-2014年青岛海信电器股份有限公司成长能力分析	161
图表：2013-2014年青岛海信电器股份有限公司现金流量分析	162
图表：2013-2014年青岛海信电器股份有限公司投资收益分析	162
图表：2013年青岛海信电器股份有限公司产品构成	162
图表：2013年青岛海信电器股份有限公司地区构成	162
图表：2013-2014年青岛海信电器股份有限公司盈利能力分析	163
图表：2012-2013年深圳市彩虹精细化工股份有限公司偿债能力分析	167
图表：2012-2013年深圳市彩虹精细化工股份有限公司资本结构	167

图表：2012-2013年深圳市彩虹精细化工股份有限公司经营效率分析	168
图表：2012-2013年深圳市彩虹精细化工股份有限公司成长能力分析	168
图表：2012-2013年深圳市彩虹精细化工股份有限公司现金流量分析	168
图表：2012-2013年深圳市彩虹精细化工股份有限公司投资收益分析	169
图表：2013年深圳市彩虹精细化工股份有限公司行业构成	169
图表：2013年深圳市彩虹精细化工股份有限公司产品构成	169
图表：2013年深圳市彩虹精细化工股份有限公司地区构成	170
图表：2012-2013年深圳市彩虹精细化工股份有限公司盈利能力分析	172
图表：2012-2013年上海新华舒普净化技术有限公司偿债能力分析	177
图表：2012-2013年上海新华舒普净化技术有限公司资本结构	178
图表：2012-2013年上海新华舒普净化技术有限公司经营效率分析	178
图表：2012-2013年上海新华舒普净化技术有限公司成长能力分析	178
图表：2012-2013年上海新华舒普净化技术有限公司现金流量分析	179
图表：2012-2013年上海新华舒普净化技术有限公司投资收益分析	179
图表：2013年上海新华舒普净化技术有限公司行业构成	179
图表：2013年上海新华舒普净化技术有限公司产品构成	179
图表：2013年上海新华舒普净化技术有限公司地区构成	180
图表：2012-2013年上海新华舒普净化技术有限公司盈利能力分析	180
图表：2011年上半年深圳市新纶科技股份有限公司经营分析	183
图表：2011年全年深圳市新纶科技股份有限公司经营分析	184
图表：2012年上半年深圳市新纶科技股份有限公司经营分析	184
图表：2011-2013年深圳市新纶科技股份有限公司成长能力分析	185
图表：2011-2013年深圳市新纶科技股份有限公司盈利能力分析	185
图表：2011-2013年深圳市新纶科技股份有限公司盈利质量分析	185
图表：2011-2013年深圳市新纶科技股份有限公司成运营能力分析	185
图表：2011-2013年深圳市新纶科技股份有限公司财务风险分析	186
图表：2012-2013年美的电器股份有限公司偿债能力分析	187
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	188
图表：2012-2013年美的电器股份有限公司资本结构	188
图表：2012-2013年美的电器股份有限公司经营效率分析	188
图表：2012-2013年美的电器股份有限公司成长能力分析	189
图表：2012-2013年美的电器股份有限公司现金流量分析	189

图表：2012-2013年美的电器股份有限公司投资收益分析	189
图表：2013年美的电器股份有限公司行业构成	190
图表：2013年美的电器股份有限公司产品构成	190
图表：2013年美的电器股份有限公司地区构成	190
图表：2012-2013年美的电器股份有限公司盈利能力分析	191
图表：2012-2013年TCL集团股份有限公司偿债能力分析	200
图表：2012-2013年TCL集团股份有限公司资本结构	200
图表：2012-2013年TCL集团股份有限公司经营效率分析	201
图表：2012-2013年TCL集团股份有限公司成长能力分析	201
图表：2012-2013年TCL集团股份有限公司现金流量分析	201
图表：2012-2013年TCL集团股份有限公司投资收益分析	202
图表：2013年TCL集团股份有限公司行业构成	202
图表：2013年TCL集团股份有限公司产品构成	202
图表：2013年TCL集团股份有限公司地区构成	202
图表：2012-2013年TCL集团股份有限公司盈利能力分析	203
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	204
图表：厦门爱美克科技有限公司财务状况	209
图表：空气净化器产业链结构分析	221
图表：2011-2013年中国房间空气调节器产量集中度变化	226
图表：消费者价格集中选择分析	226

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201406/108501.html>