

2015-2020年中国空气清新 机行业监测及投资前景研究报告

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

《2015-2020年中国空气清新机行业监测及投资前景研究报告》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/201507/124098.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），是指能够吸附、分解或转化各种空气污染物（一般包括粉尘、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，目前以清除室内空气污染的家用和商用空气净化器为主。

空气净化机的性能好坏，主要由洁净空气输出比率决定的，洁净空气输出比率越大，净化器的净化效率越高。

空气净化器属于主动空气净化产品，相对于其他被动空气净化产品具有净化效率高，净化速度快，净化效果全面，而且具有可流动使用的特点，不仅能够过滤灰尘，还能净化空气中的有毒有害气体，杀灭空气中的浮游细菌，去除室内异味，改善室内的空气质量。

第一章 空气清新机行业基本概况

第一节 空气清新机定义

一、产品定义

二、产品分类

三、产品用途

第二节 空气清新机产业的发展生命周期判研

第三节 空气清新机产业链分析

一、产业链模型介绍

1、产业链定义

2、产业链内涵

3、产业链类型

4、产业链模型

二、空气清新机产业链模型分析

第四节 我国空气清新机产业发展的“波特五力模型”分析

一、“波特五力模型”介绍

二、空气清新机产业环境的“波特五力模型”分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

第五节 我国空气清新机行业市场发展“SWOT”分析

一、“SWOT模型”介绍

- 1、优势——机会（SO）战略
- 2、优势——威胁（ST）战略
- 3、弱点——机会（WO）战略
- 4、弱点——威胁（WT）战略

二、空气清新机市场发展的“SWOT”分析

- 1、行业发展强势分析
- 2、行业发展弱势分析
- 3、行业发展机会
- 4、行业发威胁

第二章 空气清新机行业宏观环境发展分析

第一节 2010-2015年中国经济环境分析

- 一、2010-2015年宏观经济
- 二、2010-2015年工业形势
- 三、2010-2015年固定资产投资

第二节 2010-2015年中国空气清新机行业发展政策环境分析

- 一、行业政策影响分析
- 二、相关行业标准分析

第三节 2010-2015年中国空气清新机行业发展社会环境分析

- 一、2010-2015年居民消费水平分析
- 二、2010-2015年工业发展形势分析

第三章 空气清新机行业生产环境分析

第一节 空气清新机行业总体规模

第二节 空气清新机产能概况

- 一、2010-2015年产能分析
- 二、2015-2020年产能预测

第三节 空气清新机市场容量发展分析

- 一、2010-2015年市场容量分析
- 二、2015-2020年市场容量预测

第四节 空气清新机产量发展及趋势预测

- 一、2010-2015年产量分析
- 二、2015-2020年产量预测

第四章 空气清新机产品价格影响因素分析及价格趋势预测

第一节 国内产品价格影响因素分析

第二节 国内产品2010-2015年价格回顾

第三节 国内产品当前市场价格及评述

第四节 国内产品2015-2020年期间价格走势预测

第五章 空气清新机行业技术发展环境分析

第一节 产品工艺设备采购渠道分析

第二节 空气清新机产品国内外技术比较分析

一、2015年空气清新机产品技术变化特点

二、国外主要生产工艺

三、国内主要生产方法

第三节 空气清新机技术发展趋势预测

第六章 空气清新机产业供需发展环境分析

第一节 2010-2015年市场供需状况分析

一、2010-2015年空气清新机产量发展分析

二、2010-2015年空气清新机消费量发展分析

第二节 空气清新机的经销模式

一、空气清新机营销模式分析

二、空气清新机主要销售渠道分析

1、直效营销模式

2、分公司营销模式

3、代理营销模式

4、关联营销模式

三、空气清新机行业广告与促销方式分析

1、广告宣传策略

2、促销方式

四、空气清新机行业价格竞争方式分析

五、空气清新机行业国际化营销模式分析

六、空气清新机行业渠道策略分析

第三节 产品竞争策略分析

一、提高产品附加值

二、提升营销水平和品牌宣传

三、产品选择策略

四、销售竞争策略

第四节 中国空气清新机需求特点及地域分布分析

第五节 未来5年内中国空气清新机市场供需格局预测

一、供给预测

二、需求预测

三、供需格局趋势

第七章 空气清新机进出口市场分析

第一节 全球进出口市场价格互动机制研究

第二节 代表性国家和地区进出口市场分析

一、分国别进口概况

二、分国别出口概况

第三节 中国空气清新机行业历史进出口总量变化

一、空气清新机行业近3年内进口总量变化

二、空气清新机行业近3年内出口总量变化

三、近三年内空气清新机进出口差量变动情况

第四节 中国空气清新机行业历史进出口结构变化

一、空气清新机行业当年内进口来源情况分析

二、空气清新机行业当年内出口去向分析

第五节 中国空气清新机行业进出口态势展望

一、中国空气清新机进出口的主要影响因素分析

二、空气清新机行业未来5年内中国进口预测分析

三、空气清新机行业未来5年内中国出口态势展望

第八章 空气清新机地区市场竞争分析

第一节 中国空气清新机区域销售市场结构变化

第二节 华北地区销售分析

一、华北地区城市座标图示

二、华北地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）

三、2010-2015年华北地区空气清新机产业市场规模发展趋势分析

四、华北地区主要生产或代理厂商的联系方式

第三节 华东地区销售分析

一、华东地区城市座标图示

- 二、华东地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）
- 三、2010-2015年华东地区空气清新机产业市场规模发展趋势分析
- 四、华东地区主要生产或代理厂商的联系方式

第四节 华南地区销售分析

- 一、华南地区城市座标图示
- 二、华南地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）
- 三、2010-2015年华南地区空气清新机产业市场规模发展趋势分析
- 四、华南地区主要生产或代理厂商的联系方式

第五节 西北地区销售分析

- 一、西北地区城市座标图示
- 二、西北地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）
- 三、2010-2015年西北地区空气清新机产业市场规模发展趋势分析
- 四、西北地区主要生产或代理厂商的联系方式

第六节 东北地区销售分析

- 一、东北地区城市座标图示
- 二、东北地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）
- 三、2010-2015年东北地区空气清新机产业市场规模发展趋势分析
- 四、东北地区主要生产或代理厂商的联系方式

第七节 华中地区销售分析

- 一、华中地区城市座标图示
- 二、华中地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）
- 三、2010-2015年华中地区空气清新机产业市场规模发展趋势分析
- 四、华中地区主要生产或代理厂商的联系方式

第八节 西南地区销售分析

- 一、西南地区城市座标图示
- 二、西南地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）
- 三、2010-2015年西南地区空气清新机产业市场规模发展趋势分析
- 四、西南地区主要生产或代理厂商的联系方式

第九章 空气清新机行业上下游产业链发展环境分析

第一节 空气清新机行业上游行业分析

- 一、主要原材料介绍
- 二、重点上游行业发展现状

三、重点上游行业发展趋势预测

四、行业最新动态及其对空气清新机行业的影响

五、行业竞争状况及其对空气清新机行业的意义

第二节 空气清新机行业下游行业分析

一、主要应用领域分析

二、主要下游行业发展现状

三、主要下游行业发展趋势预测

四、主要下游行业市场现状分析

五、行业最新动态及其对空气清新机行业的影响

六、行业竞争状况及其对空气清新机行业的意义

第十章 空气清新机特色生产及销售厂家分析

第一节 企业一

一、企业基本概况

二、近三年内企业经营与财务状况分析

三、企业swot竞争分析

四、企业未来发展战略与规划

第二节 企业二

一、企业基本概况

二、近三年内企业经营与财务状况分析

三、企业swot竞争分析

四、企业未来发展战略与规划

第三节 企业三

一、企业基本概况

二、近三年内企业经营与财务状况分析

三、企业swot竞争分析

四、企业未来发展战略与规划

第四节 企业四

一、企业基本概况

二、近三年内企业经营与财务状况分析

三、企业swot竞争分析

四、企业未来发展战略与规划

第五节 企业五

一、企业基本概况

二、近三年内企业经营与财务状况分析

三、企业swot竞争分析

四、企业未来发展战略与规划

第十一章 空气清新机产业政策及贸易预警

第一节 国内空气清新机行业税收政策分析

第二节 国内外环保规定

一、中国相关环保规定

二、国外相关环保规定

第三节 贸易预警

一、可能涉及的倾销及反倾销

二、可能遭遇的贸易壁垒及技术壁垒

第四节 近期人民币汇率变化的影响

第十二章 空气清新机行业未来五年内投资趋势及投资风险分析

第一节 2015年空气清新机行业投资情况分析

一、2015年总体投资结构

二、2015年投资规模情况

三、2015年投资增速情况

四、2015年分地区投资分析

第二节 空气清新机行业投资机会分析

一、空气清新机投资项目分析

二、可以投资的空气清新机模式

三、2015年空气清新机投资机会

四、2015年空气清新机投资新方向

第三节 2015-2020年中国空气清新机行业投资方向分析

一、未来空气清新机投资方向分析

二、未来空气清新机行业技术开发方向

第四节 2015-2020年中国空气清新机行业投资风险分析

一、经济环境风险分析

二、产业政策环境风险分析

三、市场竞争风险

四、原材料压力风险分析

五、技术风险分析

六、经营风险

七、其他风险

1、财务风险

2、企业出口风险分析

3、外资进入现状及对未来市场的威胁

第十三章 空气清新机行业未来五年内投资战略研究

第一节 2015-2020年中国空气清新机行业投资策略分析

一、空气清新机行业投资策略

二、空气清新机行业投资筹划策略

三、空气清新机行业品牌竞争战略

第二节 2015-2020年中国空气清新机行业“十三五”建设策略

一、空气清新机行业发展规划

二、空气清新机行业建设重点

三、空气清新机行业优秀企业成功之道

第十四章 空气清新机市场发展预测及行业项目投资建议

第一节 中国生产、营销企业投资运作模式分析

一、生产产品

二、代理该产品

第二节 外销与内销优势分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

第三节 空气清新机行业未来5年内中国市场规模及增长趋势

第四节 空气清新机行业未来5年内中国净投资规模预测

第五节 空气清新机行业未来5年内市场盈利预测

第六节 空气清新机行业项目投资建议

一、投资营销模式

1、企业的国内营销模式建议

2、企业的海外营销模式建议

二、企业资本结构选择

三、企业战略选择

- 1、产品选择
- 2、销售竞争策略
- 3、专门的企业信息传播
- 4、一个明确的方向，产品结构和市场

四、空气清新机行业项目注意事项

- 1、产品技术应用注意事项
- 2、项目投资注意事项
- 3、产品生产开发注意事项
- 4、产品销售注意事项

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201507/124098.html>