

2021-2027年中国空气净化 器行业前景展望与市场前景预测报告

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

《2021-2027年中国空气净化器行业前景展望与市场前景预测报告》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.cction.com/report/202106/223525.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

从具体品牌关注度来看，2019年小米占据了26.5%的较大份额，排名第一；除小米外，排名第四的352占比5.2%，除这两个品牌有明显互联网基因除外，其余品牌都是以线下渠道铺设为主的。飞利浦、三星、霍尼韦尔、Blueair、亚都，品牌和产品都经历过了市场洗礼，排名分列2、3、7、8、9位，占比较大，这也说明了用户在进行关注或者选购时，对于品牌仍有较强依赖。艾吉森、贝克艾尔等品牌，在近期宣传手笔较大，也引起了消费者足够重视，纷纷进入榜单。2019年中国空气净化器品牌关注度排行

中企顾问网发布的《2021-2027年中国空气净化器行业前景展望与市场前景预测报告》共十二章。首先介绍了中国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，接着分析了中国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，最后分析了中国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中国空气净化器行业，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：

第一章 空气净化器概述

第一节 空气净化器的定义

一、空气净化器的构成

二、空气净化器的分类

三、空气净化器的发展历程

四、空气净化器产品认证

第二节 空气净化器主要技术介绍

一、低温非对称等离子体空气净化技术

二、HEPA过滤技术

三、离子风技术

四、静电除尘技术

五、负离子

- 六、活性炭
- 七、光触媒
- 八、甲醛清除剂
- 九、分子络合技术
- 十、甲醛、苯有毒气体专用高分子吸附剂
- 十一、臭氧（活性氧技术）
- 十二、紫外线
- 十三、中草药杀菌

第三节 室内空气污染概述

- 一、室内空气污染分类
- 二、空气中的主要污染物及危害

第二章 全球空气净化器市场发展分析

第一节 2015-2019年全球空气净化器市场分析

- 一、2015-2019年全球家电产业发展格局分析
- 二、世界空气净化产业发展分析
- 三、2019年国际空气净化器企业在中国市场布局分析

第二节 主要国家地区空气净化器市场分析

- 一、2019年日本空气净化器市场分析
- 二、2019年韩国空气净化器市场分析

第三章 中国空气净化器所属行业发展现状

第一节 中国空气净化器产业发展现状

- 一、我国空气净化器产业发展现状
- 二、2015-2019年我国小家电行业发展分析
- 三、2019年我国空气净化器技术发展情况分析
- 四、2019年我国空气净化器行业发展环境分析
- 五、2021-2027年我国空气净化器发展前景分析

第二节 我国空气净化器市场分析

- 一、我国空气净化器市场现状
- 二、2015-2019年我国空气净化器市场发展分析
- 三、2015-2019年车载空气净化器市场发展分析

四、2019年中国空气净化器北方市场发展分析

五、2021-2027年空气净化器市场走向分析

第四章 中国空气净化器市场调查分析

第一节 中国消费市场环境分析

一、2015-2019年我国人口状况分析

二、2015-2019年我国汽车行业发展分析

三、2015-2019年我国房地产行业发展分析

第二节 2019年中国小家电市场消费者心理分析

一、小家电消费者的消费动机分析

二、小家电消费者的消费决策分析

第三节 2019年中国空气净化器市场环境分析

一、市场需求环境分析

二、市场潜量分析

三、竞争者分析

四、消费者需求分析

五、行业前景分析

第四节 2019年中国空气净化器产品调查分析

一、被动净化类产品分析

二、主动净化类产品分析

三、双重净化类产品分析

第五章 空气净化器相关所属行业经济运行分析

第一节 2019年我国空气净化器相关所属行业主要经济指标分析

一、华北地区

二、东北地区

三、华东地区

四、中南地区

五、华南地区

六、西南地区

第二节 2019年我国空气净化器相关所属行业主要经济指标分析

一、2019年我国空气净化器相关所属行业主要经济指标分析

二、2019年我国空气净化器相关所属行业主要经济指标分析

第六章 空气净化器行业竞争格局分析

第一节 2019年空气净化器生产厂商分析

一、2019年空气净化器国内主要生产厂商分析

二、2019年空气净化器国外主要生产厂商分析

三、2019年我国空气净化器十大品牌分析

在2019年1-11月，国内净化器市场新进入品牌超过100个。可以看出，空气净化器结束了近5年的快速增长态势，逐步进入调整期。2016-2018年中国空气净化器行业品牌数量

第二节 2019年中国空气净化器市场占有率分析

一、2019年我国空气净化企业竞争力分析

二、2019年我国空气净化器产品畅销指数分析

三、2019年我国空气净化器市场占有率分析

第三节 空气净化器产业发展“波特五力模型”分析

一、“波特五力模型”介绍

二、空气净化器市场“波特五力模型”分析

第四节 空气净化器行业提升竞争力策略分析

一、我国小家电行业现状分析

二、提升我国空气净化器行业竞争力策略分析

第七章 重点空气净化器品牌竞争分析

第一节 亚都

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、公司发展状况分析

第二节 美的

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、公司发展状况分析

第三节 松下

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、公司发展状况分析

第四节 同方

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、公司发展状况分析

第五节 艾美特

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、公司发展状况分析

第六节 夏普

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、公司发展状况分析

第七节 曼胡默尔

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、公司发展状况分析

第八节 飞利浦

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、公司发展状况分析

第九节 安利

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、公司发展状况分析

第八章 空气净化器行业投资环境分析

第一节 2015-2019年经济发展环境分析

一、2015-2019年国际经济环境发展分析

二、2015-2019年国内经济环境发展分析

三、2021-2027年我国宏观经济政策取向分析

四、2021-2027年投资趋势预测

第二节 政策环境分析

- 一、《室内空气质量标准》
- 二、《民用建筑工程室内环境污染控制规范》
- 三、《室内装饰装修材料有害物质限量》
- 四、《车内空气污染物浓度限值及其测量方法》
- 五、《国家环保友好汽车实施方案》
- 六、《公共场所集中空调通风系统卫生管理办法》
- 七、《家用和类似用途电器的抗菌、除菌、净化功能》

第三节 社会发展环境分析

- 一、我国社会发展环境现状分析
- 二、2019年社会发展状况分析

第九章 空气净化器行业投资现状分析

第一节 2015-2019年我国小家电行业投资状况分析

- 一、2015-2019年我国小家电行业投资状况分析
- 二、2019年我国小家电行业投资状况分析

第二节 2015-2019年我国空气净化器行业投资状况分析

- 一、2015-2019年我国空气净化器行业投资形势分析
- 二、2019年我国车载净化器行业投资形势分析

第十章 空气净化器行业投资机会与风险

第一节 空气净化器行业投资机会分析

- 一、空气净化器行业投资前景分析
- 二、2021-2027年空气净化器行业投资机会分析

第二节 空气净化器行业投资风险分析

- 一、2021-2027年空气净化器行业替代品风险分析
- 二、2021-2027年空气净化器行业经营风险分析
- 三、人民币升值风险分析

第十一章 空气净化器行业发展前景与趋势

第一节 我国空气净化器行业前景分析

- 一、2021-2027年我国小家电行业农村市场前景与开拓策略分析

二、2021-2027年我国空气净化器行业发展前景

第二节 我国空气净化器行业发展趋势分析

一、2021-2027年空气净化器技术发展趋势

二、2021-2027年空气净化器产品发展趋势

第十二章 空气净化器行业经营战略分析()

第一节 空气净化器行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、企业网络营销品牌化战略

六、竞争战略规划

第二节 对我国空气净化器品牌的战略思考

一、空气净化器行业品牌的特性和作用

二、空气净化器行业品牌价值战略研究

三、我国空气净化器行业品牌竞争趋势

四、空气净化器行业企业品牌发展战略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202106/223525.html>