

2023-2029年中国空气净化 器行业发展态势与市场供需预测报告

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

《2023-2029年中国空气净化器行业发展态势与市场供需预测报告》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/202211/325466.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。

空气净化器中有多种不同的技术和介质，使它能够向用户提供清洁和安全的空气。常用的空气净化技术有：吸附技术、负（正）离子技术、催化技术、光触媒技术、超结构光矿化技术、HEPA高效过滤技术、静电集尘技术等；材料技术主要有：光触媒、活性炭、合成纤维、HEPA高效材料、负离子发生器等。现有的空气净化器多采为复合型，即同时采用了多种净化技术和材料介质。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国空气净化器行业发展态势与市场供需预测报告》共十五章。首先介绍了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，最后分析了空气净化器行业发展趋势与投资预测。您若对空气净化器产业有个系统的了解或者想投资空气净化器行业，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 2017-2022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 市场运行综况
 - 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 2017-2022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（PM2.5）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 2017-2022年中国空气净化器市场分析

- 4.1 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022年空气净化器电商市场发展状况
 - 4.4.1 网购市场发展综述
 - 4.4.2 网购市场规模分析
 - 4.4.3 网购市场特点分析
 - 4.4.4 网购市场产品格局
 - 4.4.5 网购产品价格分布
 - 4.4.6 网购产品技术类型
 - 4.4.7 主流电商数据对比
- 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
 - 4.6.1 行业存在四大突出问题
 - 4.6.2 产品价格混乱及暴利
 - 4.6.3 标准认证面临诸多问题
 - 4.6.4 产品存在二次污染隐忧
 - 4.6.5 市场虚假宣传现象严重
- 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 2017-2022年中国空气净化器市场关注度分析

- 5.1 2020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 2021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 2022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 2017-2022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调查
- 6.4.1 调查背景
- 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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022年空气净化器区域市场分析

8.1 东北地区

8.1.1 长春空气净化器市场

8.1.2 哈尔滨空气净化器市场

8.1.3 沈阳空气净化器市场

8.2 华北地区

8.2.1 北京空气净化器市场

8.2.2 天津空气净化器市场

8.2.3 保定空气净化器市场

8.3 华东地区

- 8.3.1 青岛空气净化器市场
- 8.3.2 南京空气净化器市场
- 8.3.3 杭州空气净化器市场
- 8.3.4 合肥空气净化器市场
- 8.3.5 南昌空气净化器市场
- 8.4 中南地区
 - 8.4.1 郑州空气净化器市场
 - 8.4.2 武汉空气净化器市场
 - 8.4.3 广州空气净化器市场
 - 8.4.4 南宁空气净化器市场
 - 8.4.5 海口空气净化器市场
- 8.5 西南地区
 - 8.5.1 成都空气净化器市场
 - 8.5.2 重庆空气净化器市场
 - 8.5.3 昆明空气净化器市场
- 8.6 西北地区
 - 8.6.1 西安空气净化器市场
 - 8.6.2 兰州空气净化器市场
 - 8.6.3 西宁空气净化器市场

第九章 2017-2022年空气净化器原材料及设备供应分析

- 9.1 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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
- 10.1.4 空气净化器业务状况
- 10.1.5 企业发展战略

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
- 10.2.4 空气净化器业务状况
- 10.2.5 企业发展战略

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
- 10.3.4 空气净化器业务状况
- 10.3.5 企业发展战略

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
- 10.4.4 空气净化器业务状况
- 10.4.5 企业发展战略

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
- 10.5.4 空气净化器业务状况
- 10.5.5 企业发展战略

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
- 11.1.4 空气净化器业务状况
- 11.1.5 空气净化器技术成果
- 11.1.6 企业发展战略

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
- 11.2.4 空气净化器业务状况
- 11.2.5 企业发展战略

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
- 11.3.4 空气净化器业务状况
- 11.3.5 企业发展战略

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
- 11.4.4 空气净化器业务状况
- 11.4.5 企业发展战略

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
- 11.5.4 空气净化器业务状况
- 11.5.5 企业发展战略
- 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
 - 11.6.4 空气净化器业务状况
 - 11.6.5 企业发展战略
- 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
 - 11.7.4 空气净化器业务状况
 - 11.7.5 企业发展战略

第十二章 2017-2022年空气净化器市场竞争分析

- 12.1 2017-2022年空气净化器市场竞争态势解析
 - 12.1.1 国外品牌主导市场
 - 12.1.2 新军进入加剧竞争
 - 12.1.3 日系产品份额提升
- 12.2 2017-2022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 2017-2022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
 - 12.5.1 2000元以下：品牌扎堆
 - 12.5.2 2000-5000元：外资战场
 - 12.5.3 5000-10000元：品牌集中
 - 12.5.4 万元以上：平分秋色
- 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 2023-2029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 2023-2029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 2023-2029年空气净化器行业产品产量预测分析

15.2.3 2023-2029年空气净化器市场销量规模预测分析

15.2.4 2023-2029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

附录：

附录一：空气净化器GB/T18801-2008

附录二：空气净化器环保认证规则

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 空气净化器滤网清洁说明

图表 2017-2022年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表 2017-2022年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表 2017-2022年固定资产投资（不含农户）增速（累计同比）

图表 2017-2022年居民消费价格上涨情况（月度同比）
图表 2017-2022年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）
图表 2017-2022年农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）
图表 2017-2022年城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比）
图表 2017-2022年国内生产总值增长速度（累计同比）
图表 2017-2022年规模以上增加值增速（月度同比）
图表 2017-2022年固定资产投资（不含农户）增速（累计同比）
图表 2017-2022年房地产开发投资增速（累计同比）
图表 2017-2022年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）
图表 2017-2022年节能环保行业政策体系
图表 空气质量新标准中污染物基本项目浓度限值
图表 空气质量指数级相关信息
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：<http://www.cction.com/report/202211/325466.html>