

2024-2030年中国空气净化 机行业分析与市场需求预测报告

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

《2024-2030年中国空气净化器行业分析与市场需求预测报告》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/202312/427786.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，在国家《空气净化器》相关标准中把空气净化器定义为“从空气中分离和去除一种或多种污染物的设备。对空气中的污染物有一定去除能力的装置。主要分为家用、商用、工业、楼宇。随着空气品质气体传感器下游应用终端种类拓展、已覆盖终端种类自身产销量增长、气体传感器搭载率的逐步提高以及所搭载气体传感器本身种类的丰富，预计未来期间气体传感器在空气品质监测领域的市场需求将保持稳定增长。

空气净化家电作为舒适化、智能化、高端化的健康家电品类，将继续向多品类、多维度、多层次发展。

从全球空气净化器区域消费格局来看，2022年北美和欧洲的市场份额占比较大，分别为22.70%和20.60%，亚太地区市场份额占比为24.20%，已经超过北美洲和欧洲，其他区域占比之和为32.50%。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国空气净化机行业分析与市场需求预测报告》共十章。首先介绍了中国空气净化机行业市场发展环境、空气净化机整体运行态势等，接着分析了中国空气净化机行业市场运行的现状，然后介绍了空气净化机市场竞争格局。随后，报告对空气净化机做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国空气净化机行业发展趋势与投资预测。您若想对空气净化机产业有个系统的了解或者想投资中国空气净化机行业，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1章：中国空气净化机行业发展综述

1.1 空气净化机行业定义及分类

1.1.1 空气净化机行业概念及定义

1.1.2 空气净化机行业主要产品分类

1.2 空气净化机行业产业环境分析

- 1.2.1 空气净化器行业产业链简介
- 1.2.2 空气净化器行业上游分析
 - (1) 钢材行业运营现状与价格趋势
 - 1) 钢材行业运营现状
 - 2) 钢材行业价格趋势
 - 3) 钢材行业运行趋势及对空气净化器行业影响
 - (2) 铝材行业运营现状与价格趋势
 - 1) 铝材行业运营现状
 - 2) 铝材行业价格趋势
 - 3) 铝材行业运行趋势及对空气净化器行业影响
- 1.3 空气净化器行业统计标准
 - 1.3.1 空气净化器行业统计部门和口径
 - 1.3.2 空气净化器行业统计方法

第2章：中国空气净化器行业发展环境分析

- 2.1 空气净化器行业政策环境分析
 - 2.1.1 空气净化器行业监管体系
 - (1) 空气净化器行业监管部门
 - (2) 空气净化器行业监管重点
 - 2.1.2 空气净化器行业相关标准
 - 2.1.3 空气净化器行业政策规划
 - (1) 产品结构规划
 - (2) 产业标准规划
- 2.2 空气净化器行业经济环境分析
 - 2.2.1 宏观经济对行业的影响
 - 2.2.2 国内宏观经济环境分析
 - (1) 国内生产总值分析
 - (2) 工业增加值分析
 - (3) 制造业发展分析
 - (4) 城镇居民收入情况
 - 2.2.3 国内宏观经济走势预测
- 2.3 空气净化器行业技术环境分析

- 2.3.1 空气净化技术专利申请数分析
- 2.3.2 空气净化技术专利申请人分析
- 2.3.3 空气净化技术热门专利技术分析
- 2.4 空气净化器行业环保环境分析
 - 2.4.1 中国环境保护“十三五”规划解读
 - 2.4.2 中国空气质量指数（AQI）分析
 - 2.4.3 中国可入肺微粒（PM2.5）分析
 - 2.4.4 中国空气污染指数（API）分析

第3章：中国空气净化器行业发展现状分析

- 3.1 空气净化器行业市场发展概况
 - 3.1.1 空气净化器行业发展历程
 - 3.1.2 空气净化器行业发展规模
 - 3.1.3 空气净化器行业区域分布
- 3.2 空气净化器行业供需状况分析
 - 3.2.1 空气净化器行业供给状况分析
 - 3.2.2 空气净化器行业需求状况分析
 - 3.2.3 空气净化器整体供需平衡分析
 - 3.2.4 主要省市供需平衡分析
- 3.3 空气净化器所属行业经济指标分析
 - 3.3.1 空气净化器所属行业产销能力分析
 - 3.3.2 空气净化器所属行业盈利能力分析
 - 3.3.3 空气净化器所属行业运营能力分析
 - 3.3.4 空气净化器所属行业偿债能力分析
 - 3.3.5 空气净化器所属行业发展能力分析

第4章：中国空气净化器行业竞争格局分析

- 4.1 空气净化器市场竞争格局分析
 - 4.1.1 行业竞争层次分析
 - 4.1.2 行业区域分布格局
 - 4.1.3 行业企业规模格局
 - 4.1.4 行业企业性质格局

4.2 空气净化器品牌竞争格局分析

4.2.1 大品牌关注度分析

4.2.2 大品牌竞争力分析

4.3 空气净化器产品竞争格局分析

4.3.1 大产品竞争格局分析

4.3.2 产品价格需求分析

4.3.3 产品功能需求分析

4.4 空气净化器厂商竞争格局分析

4.4.1 主要厂商产品销量对比

4.4.2 厂商单品关注率对比

第5章：中国PM2.5空气净化器市场需求分析

5.1 PM2.5空气净化需求概况

5.1.1 PM2.5相关概念和定义

5.1.2 PM2.5的污染分布情况

5.1.3 PM2.5对人体的危害

5.2 PM2.5空气净化器需求规模分析

5.2.1 PM2.5空气净化器发展历程

5.2.2 PM2.5空气净化器工作原理

5.2.3 PM2.5空气净化器竞争格局

5.2.4 PM2.5空气净化器价格分析

5.3 PM2.5空气净化器投资前景分析

5.3.1 PM2.5空气净化器投资前景分析

5.3.2 PM2.5空气净化器市场规模预测

第6章：中国车载空气净化器市场需求分析

6.1 车载空气净化器需求概况

6.1.1 车内空气污染来源

6.1.2 车内空气污染现状

6.1.3 车内空气污染危害

6.2 车载空气净化器需求规模分析

6.2.1 车载空气净化器产品概况

6.2.2 车载空气净化器市场规模

6.2.3 车载空气净化器竞争格局

6.2.4 车载空气净化器技术原理

(1) UFCO技术

(2) 滤网吸附技术

(3) 静电集尘技术

(4) 臭氧杀菌技术

(5) 负离子技术

6.3 车载空气净化器购买决策因素分析

6.3.1 车载空气净化器的净化效果

6.3.2 车载空气净化器的安装位置

6.3.3 车载空气净化器的装饰效果

6.3.4 车载空气净化器的额外功能

6.4 车载空气净化器投资前景分析

6.4.1 车载空气净化器投资前景分析

6.4.2 车载空气净化器市场规模预测

第7章：中国重点城市空气净化器市场竞争分析

7.1 中国空气净化器行业区域市场概况

7.1.1 空气净化器行业产值分布情况

7.1.2 空气净化器行业消费规模分布

7.2 空气质量极差城市的空气净化器市场竞争分析

7.2.1 北京市空气净化器市场竞争分析

(1) 北京市空气质量发展现状

(2) 北京市空气质量发展规划

(3) 北京市空气净化器竞争格局

(4) 北京市空气净化器发展前景

7.2.2 天津市空气净化器市场竞争分析

(1) 天津市空气质量发展现状

(2) 天津市空气质量发展规划

(3) 天津市空气净化器竞争格局

(4) 天津市空气净化器发展前景

7.2.3 石家庄空气净化器市场竞争分析

- (1) 石家庄空气质量发展现状
- (2) 石家庄空气质量发展规划
- (3) 石家庄空气净化器竞争格局
- (4) 石家庄空气净化器发展前景

7.2.4 武汉市空气净化器市场竞争分析

- (1) 武汉市空气质量发展现状
- (2) 武汉市空气质量发展规划
- (3) 武汉市空气净化器竞争格局
- (4) 武汉市空气净化器发展前景

7.2.5 哈尔滨市空气净化器市场竞争分析

- (1) 哈尔滨市空气质量发展现状
- (2) 哈尔滨市空气质量发展规划
- (3) 哈尔滨市空气净化器竞争格局
- (4) 哈尔滨市空气净化器发展前景

7.2.6 西安市空气净化器市场竞争分析

- (1) 西安市空气质量发展现状
- (2) 西安市空气质量发展规划
- (3) 西安市空气净化器竞争格局
- (4) 西安市空气净化器发展前景

7.3 空气质量较好城市的空气净化器市场竞争分析

7.3.1 南京市空气净化器市场竞争分析

- (1) 南京市空气质量发展现状
- (2) 南京市空气质量发展规划
- (3) 南京市空气净化器竞争格局
- (4) 南京市空气净化器发展前景

7.3.2 长沙市空气净化器市场竞争分析

- (1) 长沙市空气质量发展现状
- (2) 长沙市空气质量发展规划
- (3) 长沙市空气净化器竞争格局
- (4) 长沙市空气净化器发展前景

7.3.3 长春市空气净化器市场竞争分析

- (1) 长春市空气质量发展现状
- (2) 长春市空气质量发展规划
- (3) 长春市空气净化器竞争格局
- (4) 长春市空气净化器发展前景

7.3.4 成都市空气净化器市场竞争分析

- (1) 成都市空气质量发展现状
- (2) 成都市空气质量发展规划
- (3) 成都市空气净化器竞争格局
- (4) 成都市空气净化器发展前景

7.4 空气质量一般城市的空气净化器市场竞争分析

7.4.1 上海市空气净化器市场竞争分析

- (1) 上海市空气质量发展现状
- (2) 上海市空气质量发展规划
- (3) 上海市空气净化器竞争格局
- (4) 上海市空气净化器发展前景

7.4.2 广州市空气净化器市场竞争分析

- (1) 广州市空气质量发展现状
- (2) 广州市空气质量发展规划
- (3) 广州市空气净化器竞争格局
- (4) 广州市空气净化器发展前景

7.4.3 深圳市空气净化器市场竞争分析

- (1) 深圳市空气质量发展现状
- (2) 深圳市空气质量发展规划
- (3) 深圳市空气净化器竞争格局
- (4) 深圳市空气净化器发展前景

7.4.4 沈阳市空气净化器市场竞争分析

- (1) 沈阳市空气质量发展现状
- (2) 沈阳市空气质量发展规划
- (3) 沈阳市空气净化器竞争格局
- (4) 沈阳市空气净化器发展前景

第8章：中国空气净化器行业渠道开发策略分析

- 8.1 空气净化器行业渠道营销策略
 - 8.1.1 空气净化器市场定位策略
 - 8.1.2 空气净化器产品定价策略
 - 8.1.3 空气净化器渠道组合策略
 - 8.1.4 空气净化器渠道建设策略
 - 8.1.5 空气净化器广告投放策略
- 8.2 空气净化器二三级市场开发策略
 - 8.2.1 级市场进入时机选择
 - 8.2.2 级市场进入渠道选择
 - 8.2.3 级市场分销网络建设
 - 8.2.4 级市场促销推广策略
 - 8.2.5 级市场经销商合作模式
- 8.3 空气净化器行业网购市场开发空间
 - 8.3.1 网购市场销售规模分析
 - (1) 空气净化器网购市场规模
 - (2) 空气净化器网购功能需求
 - (3) 空气净化器网购价格需求
 - (4) 空气净化器网购品牌需求
 - 8.3.2 网购市场品牌份额分析
 - 8.3.3 网购市场区域份额分析
 - 8.3.4 网购市场城市线分布分析
 - 8.3.5 网购市场省份分布分析
 - 8.3.6 网购市场城市分布分析

第9章：中国空气净化器行业竞争对手经营状况分析

- 9.1 领袖企业剖析：北京亚都科技股份有限公司分析
 - 9.1.1 北京亚都发展简况分析
 - (1) 亚都发展概况
 - (2) 亚都发展历程
 - (3) 亚都核心产品分析
 - (4) 亚都核心技术分析
 - 9.1.2 北京亚都经营能力分析

9.1.3 北京亚都战略战术观察

- (1) 亚都行业地位分析
- (2) 亚都发展战略分析
- (3) 亚都渠道模式分析
- (4) 亚都渠道建设分析
- (5) 亚都最新市场动向

9.2 其他企业分析：行业竞争力领先企业经营分析

9.2.1 广东松下环境系统有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络

9.2.2 青岛三进电子有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络

9.2.3 远大空品科技有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络

9.2.4 夏普商贸（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络

9.2.5 安利（中国）日用品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络

9.2.6 艾美特电器（深圳）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络

9.2.7 霍尼韦尔（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络

9.2.8 珠海格力电器股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

9.2.9 大金（中国）投资有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络

9.2.10 奥得奥科技（厦门）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络

第10章：中国空气净化器行业发展前景预测和投融资分析

10.1 空气净化器行业投资风险与壁垒（）

10.1.1 空气净化器行业进入壁垒分析

- (1) 认证壁垒
- (2) 商誉壁垒
- (3) 技术壁垒

(4) 管理壁垒

10.1.2 空气净化器行业投资风险分析

(1) 政策风险

(2) 供求风险

(3) 技术风险

(4) 产品结构风险

(5) 其他风险

10.2 中国空气净化器发展趋势与前景

10.2.1 空气净化器行业市场规模预测

(1) 销量规模预测

(2) 金额规模预测

10.2.2 空气净化器行业产品结构预测

(1) 按净化技术预测——活性炭过滤技术成主流，触媒过滤技术逐步淘汰

(2) 按净化系统层数——多重过滤向二、三重过滤系统转变

(3) 按产品价格预测——中高端产品受青睐，2000-4000元是首选

10.2.3 空气净化器行业企业数量预测

10.3 空气净化器行业投资潜力与建议

10.3.1 空气净化器行业投资潜力剖析

10.3.2 空气净化器行业投资建议 ()

(1) 发展电子商务渠道

(2) 多渠道共同推进市场

图表目录：

图表1：空气净化器行业代码表

图表2：空气净化器行业产品分类列表

图表3：空气净化器上下游关系链

图表4：2017-2022年中国钢材生产情况（单位：万吨，%）

图表5：2017-2022年我国钢材销量及同比增速（单位：万吨，%）

图表6：2017-2022年中国钢材进出口走势图（单位：万吨，%）

图表7：2017-2022年我国钢材综合价格指数走势图（单位：1994年4月=100）

图表8：2017-2022年我国原铝产量及增长情况（单位：万吨，%）

图表9：2017-2022年中国原铝消费量及增长情况（单位：万吨，%）

图表10：2017-2022年国内铝价格指数走势

图表11：中国空气净化器行业监管体系示意图

图表12：空气净化器行业监管重点——净化及除菌性能指标（单位：%）

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/427786.html>