

2016-2022年中国防雾霾口罩 市场深度研究与投资风险报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国防雾霾口罩市场深度研究与投资风险报告》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.abaogao.com/b/riyongpin/774128YXWP.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

防霾口罩是当前我国空气污染环境下应运而生的口罩新品类，主要用于防护日常生活中包括PM2.5在内的细颗粒物。目前我国各地雾霾频发，PM2.5等细颗粒物可进入肺泡、血液，造成不可逆的影响，人们的防护意识也逐渐加强，市面上各种品类的防霾口罩不断涌现，由于缺乏国家标准，绝大多数产品都是鱼目混珠，根本达不到防霾的要求，也造成了广大消费者的选择困难。专家指出，由专业医疗企业研发生产的产品值得信赖，可放心选择。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国防雾霾口罩市场深度研究与投资风险报告》共十二章。首先介绍了防雾霾口罩相关概念及发展环境，接着分析了中国防雾霾口罩规模及消费需求，然后对中国防雾霾口罩市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国防雾霾口罩面临的机遇及发展前景。您若想对中国防雾霾口罩有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一章消费者购买行为调查16

第一节购买行为研究16

一、品牌选择16

二、型号选择16

三、信息渠道选择17

四、价格选择17

四、购买场所选择18

五、购买的关注因素18

第二节品牌调查研究19

一、认知度分析19

二、美誉度分析20

三、特点及优先选择品牌21

四、地区影响力和品牌价值表现22

第三节用户价值评估调研22

- 一、价值持续性评估22
- 二、价值收益性评估23
- 三、用户心理价值评估23
- 四、总体用户价值评估23

第二章2016年防雾霾口罩消费者偏好深度调查25

第一节防雾霾口罩产品目标客户群体调查25

- 一、不同收入水平消费者偏好调查25
- 二、不同年龄的消费者偏好调查26
- 三、不同地区的消费者偏好调查26

第二节防雾霾口罩产品的品牌市场调查27

- 一、消费者对品牌消费意识形态调研27
- 二、消费者对防雾霾口罩产品偏好调查27
- 三、消费者对防雾霾口罩的首要认知渠道28
- 四、消费者经常购买的品牌调查28
- 五、防雾霾口罩忠诚度调查29
- 六、防雾霾口罩市场占有率调查29
- 七、消费者的消费理念调研29

第三节不同客户购买相关的态度及影响分析29

- 一、价格敏感程度29
- 二、品牌的影响30
- 三、购买方便的影响31
- 四、广告的影响程度33
- 五、包装的影响程度34

第三章消费者使用防雾霾口罩数据调查信息反馈36

第一节消费者使用防雾霾口罩产品基本情况调查36

- 一、消费者使用防雾霾口罩产品的比例分析36
- 二、消费者使用的防雾霾口罩产品的品牌排名分析36
- 三、消费者对其使用的防雾霾口罩产品的满意度分析37
- 四、消费者对其使用的防雾霾口罩产品的不满意的地方分析38

第二节消费者将来准备或者继续使用防雾霾口罩产品的情况分析38

- 一、没有或者曾经使用过防雾霾口罩产品的消费者准备重新使用比例分析38
- 二、现在正在使用的或者准备使用防雾霾口罩产品的消费者继续使用比例分析39
- 三、消费者认为可能成为购买防雾霾口罩产品契机的广告形式分析39
- 四、消费者在购买防雾霾口罩产品时将会做为参考的信息来源分析40
- 五、消费者在购买防雾霾口罩产品时所重视的要素分析40
- 六、消费者想要购买的防雾霾口罩产品的品牌排名分析41
- 七、消费者感兴趣的防雾霾口罩产品品牌排名分析41
- 第三节防雾霾口罩厂商的品牌推广情况研究42
 - 一、消费者眼里各大防雾霾口罩产品厂商的品牌形象情况42
 - 二、消费者认为最近强烈关注某防雾霾口罩产品品牌的五种媒体形式或信息途径情况42

第四章2016年防雾霾口罩产品品牌市场实地调查研究44

第一节2016年防雾霾口罩产品品牌市场价格走势44

- 一、价格形成机制分析44
- 二、防雾霾口罩产品品牌平均价格趋势分析45
- 三、2011-2016年防雾霾口罩产品品牌价格走势预测45

第二节影响防雾霾口罩产品品牌价格因素分析46

- 一、消费税调整对防雾霾口罩产品品牌价格的影响46
- 二、零售环境的变化对防雾霾口罩产品品牌价格的影响46

第三节2016年防雾霾口罩产品品牌市场消费状况分析47

- 一、2016年防雾霾口罩产品品牌市场消费结构47
- 二、2016年防雾霾口罩产品品牌市场消费特点47
- 三、2016年影响防雾霾口罩产品品牌市场消费因素47

第四节2016年防雾霾口罩主流品牌厂商48

- 一、主流品牌结构对比48
 - 1、整体市场主流品牌对比48
 - 2、防雾霾口罩市场主流品牌消费49
- 二、产品品牌结构对比49
 - 1、整体市场品牌对比49
 - 2、防雾霾口罩市场品牌消费50

第五章2016年防雾霾口罩产品市场消费状况统计情报50

第一节2016年防雾霾口罩市场运行走势分析	50
一、防雾霾口罩竞争对手商铺、商场监测数据	50
二、防雾霾口罩排名实地调研结果	51
三、防雾霾口罩产品相关联行业或产品情况	52
四、2016年防雾霾口罩市场主要品牌所占市场消费份额	54
五、2016年防雾霾口罩市场各品牌新动向监测	55
第二节2016年防雾霾口罩产品主要品牌动态关注	55
一、防雾霾口罩销售额前十名排名情况	55
二、防雾霾口罩竞争力前十名排名情况	56
三、防雾霾口罩市场份额前十名排名情况	58
四、防雾霾口罩发展潜力前十名排名情况	59
第三节2016-2022年防雾霾口罩产品市场销售策略探讨	60

第六章防雾霾口罩市场产销数据跟踪监测61

第一节2011-2016年防雾霾口罩产品产销状况监测	61
一、2011-2016年防雾霾口罩产品产量分析	61
二、2011-2016年防雾霾口罩产品产能分析	61
三、2011-2016年防雾霾口罩产品市场需求状况	62
第二节2011-2016年防雾霾口罩产品历年消费量数据分析	62
第三节2016年防雾霾口罩产品市场主要供给数据统计	63
第四节2016-2022年防雾霾口罩产品市场需求预测	63

第七章2016年防雾霾口罩市场经销模式及营销渠道考察65

第一节2016年防雾霾口罩产品主要经销方式深度探讨	65
一、2016年防雾霾口罩产品市场批发分析	65
二、2016年防雾霾口罩产品加盟商（代理）	65
三、2016年防雾霾口罩产品自主经营分析	65
第二节2016年防雾霾口罩产品销售渠道及盈利模式调研	65
一、2016年防雾霾口罩产品销售渠道特征分析	65
二、防雾霾口罩产品销售渠道管理基本要素分析	66
三、2016年防雾霾口罩产品营销渠道分析	66
1、紧密销售渠道	66

2、主体销售渠道67

3、松散型销售渠道68

4、辅助型销售渠道68

第四节2016年防雾霾口罩产品销售渠道控制五力模型研究68

一、报酬力68

二、强制力68

三、合法权力68

四、专业知识力69

五、参照力69

第八章同竞争对手产品对比分析研究70

第一节与竞争对手产品拥有度比较分析70

第二节与竞争对手品牌满意度比较分析70

一、竞争对手品牌关注度调查分析70

二、竞争对手品牌活跃度调查分析71

第三节竞争对手预购度比较分析71

第四节竞争对手预算范围构成比较分析72

第五节竞争对手品牌用户特征比较分析73

一、竞争对手用户基本特征比较分析73

二、竞争对手用户性别构成比较分析73

三、竞争对手用户年龄构成比较分析74

四、竞争对手用户婚姻状况构成比较分析74

第六节竞争对手用户结构分布75

一、竞争对手用户行业构成比较75

二、竞争对手用户地区构成比较76

第七节竞争对手用户消费能力76

一、竞争对手用户月收入构成比较研究76

二、竞争对手用户月支出构成比较研究77

三、竞争对手用户职位构成比较研究77

四、竞争对手用户教育程度构成比较研究78

第八节竞争对手品牌用户消费与生活形态比较79

一、竞争对手用户个人爱好比较79

二、竞争对手用户消费观点/行为比较79

第九章同竞争对手媒介与广告接触比较剖析80

第一节日常接触媒体分析80

第二节影响用户购买行为的媒体分析80

第三节用户接触的网络广告种类分析80

第四节影响用户购买行为的网络媒体比较分析81

第五节用户在上网过程中关注、浏览的广告形式比较分析81

第六节用户记忆最深的网络广告对应产品/服务比较分析82

第七节用户感兴趣、主动关注产品/服务广告比较分析82

第八节竞争对手产品渗透率比较分析83

第十章消费者使用行为研究85

第一节消费者防雾霾口罩拥有率分析85

第二节消费者防雾霾口罩品牌拥有率分析85

第三节消费者购买防雾霾口罩的主要用途分析86

第四节消费者对防雾霾口罩售后服务中免费质保年限的期望分析87

第五节细分消费群体消费研究87

一、潜在消费群体消费特征研究87

二、产品态度和利益追求细分消费群体研究88

第十一章防雾霾口罩销售渠道实地调研89

第一节专卖店实地调查89

一、渠道特点89

二、销售状况89

三、消费人群90

四、销售策略90

第二节购物中心----专柜90

一、渠道特点90

二、销售状况91

三、消费人群91

四、销售策略91

第三节连锁超市----专柜92

- 一、渠道特点92
- 二、销售状况92
- 三、消费人群93
- 四、销售策略93

第四节网络营销模式—网店93

- 一、渠道特点93
- 二、销售状况94
- 三、消费人群95
- 四、销售策略95

第五节专业线渠道95

- 一、渠道特点95
- 二、销售状况98
- 三、消费人群98
- 四、销售策略98

第十二章防雾霾口罩产品知名品牌竞争对手跟踪监测结果100(ZYWZY)

第一节3M100

- 一、品牌认知与形象100
- 二、品牌竞争力评价101
- 三、品牌市场占有率101
- 四、品牌铺货情况102
- 五、品牌营销渠道102
- 六、品牌定位102
- 七、品牌战略103
- 八、品牌价值103

第二节上海兴诺康纶纤维科技股份有限公司104

- 一、品牌认知与形象104
- 二、品牌竞争力评价104
- 三、品牌市场占有率104
- 四、品牌铺货情况105
- 五、品牌营销渠道105

六、品牌定位	105
七、品牌战略	106
八、品牌价值	106
第三节 霍尼韦尔	106
一、品牌认知与形象	106
二、品牌竞争力评价	107
三、品牌市场占有率	107
四、品牌铺货情况	107
五、品牌营销渠道	108
六、品牌定位	108
七、品牌战略	108
八、品牌价值	108
第四节 品牌D	109
一、品牌认知与形象	109
二、品牌竞争力评价	109
三、品牌市场占有率	109
四、品牌铺货情况	110
五、品牌营销渠道	110
六、品牌定位	110
七、品牌战略	111
八、品牌价值	111
第五节 白元家庭用品（深圳）有限公司	111

图表目录：

图表1 中国防雾霾口罩市场品牌偏好分析	16
图表2 中国防雾霾口罩市场品牌型号选择分析	16
图表3 中国防雾霾口罩市场信息渠道选择分析	17
图表4 中国防雾霾口罩市场价格选择分析	17
图表5 中国防雾霾口罩市场购买场所选择分析	18
图表6 中国防雾霾口罩市场购买关注因素分析	18
图表7 中国防雾霾口罩市场品牌认知度分析	19
图表8 中国防雾霾口罩市场品牌美誉度分析	20

图表9防雾霾口罩不同收入水平消费者偏好分布25

图表10中国防雾霾口罩市场不同收入消费者偏好分析25

图表11中国防雾霾口罩市场不同年龄消费者偏好分析26

图表12中国防雾霾口罩市场不同地区消费者偏好分析27

图表13消费者对防雾霾口罩的品牌偏好分析27

图表14消费者对防雾霾口罩的首要认知渠道分析28

图表15防雾霾口罩品牌市场占有率调查29

图表16防雾霾口罩消费者品牌的影响30

图表17防雾霾口罩消费者购买方便的影响32

图表18防雾霾口罩消费者广告的影响34

图表19消费者使用防雾霾口罩产品的比例分析36

图表20消费者使用防雾霾口罩产品的品牌排名分析36

图表21消费者使用防雾霾口罩产品的满意度分析37

图表22没有或者曾经使用过防雾霾口罩产品的消费者准备重新使用比例分析38

图表23现在正在使用的或者准备使用防雾霾口罩产品的消费者继续使用比例分析39

图表24消费者认为可能成为购买防雾霾口罩产品契机的广告形式分析39

图表25消费者在购买防雾霾口罩产品时将会做为参考的信息来源分析40

图表26消费者在购买防雾霾口罩产品时所重视的要素分析40

图表27消费者想要购买的防雾霾口罩产品的品牌排名分析41

图表28消费者感兴趣的防雾霾口罩产品品牌排名分析41

图表29消费者认为最近强烈关注某防雾霾口罩产品品牌的五种媒体形式或信息途径情况分析42

图表302016年防雾霾口罩产品品牌市场消费结构分析47

图表312016年影响防雾霾口罩产品品牌市场消费因素分析47

图表322016年影响防雾霾口罩产品品牌关注度分析48

图表332016年影响防雾霾口罩产品品牌整体市场关注度分析49

图表34我国防雾霾口罩行业排名分析51

图表35我国防雾霾口罩市场主要品牌所占市场消费份额分析54

图表36我国防雾霾口罩销售额前十名排名情况55

图表37我国防雾霾口罩销售额前十名排名情况56

图表38我国防雾霾口罩销售额前十名排名情况58

图表39我国防雾霾口罩销售额前十名排名情况59

图表402014-2016年5月我国防雾霾口罩行业产量分析61

图表412014-2016年5月我国防雾霾口罩行业产能分析61

图表422014-2016年5月我国防雾霾口罩行业需求分析62

图表432014-2016年5月我国防雾霾口罩行业消费量分析62

图表442014-2016年5月我国防雾霾口罩行业供给分析63

图表452016-2018年我国防雾霾口罩行业需求预测分析63

图表46防雾霾口罩行业渠道格局分析66

图表47我国防雾霾口罩市场与竞争对手产品拥有度比较分析70

图表48我国防雾霾口罩市场竞争对手品牌关注度调查分析70

图表49我国防雾霾口罩市场竞争对手品牌活跃度调查分析71

图表50我国防雾霾口罩市场竞争对手预购度比较分析71

图表51我国防雾霾口罩市场对手预算范围构成比较分析72

图表52我国防雾霾口罩市场用户基本特征比较分析73

图表53我国防雾霾口罩市场用户性别构成比较分析73

图表54我国防雾霾口罩市场用户年龄构成比较分析74

图表55我国防雾霾口罩市场用户婚姻构成比较分析74

图表56我国防雾霾口罩市场用户行业构成比较分析75

图表57我国防雾霾口罩市场用户地区构成比较分析76

图表58我国防雾霾口罩市场用户月收入构成比较分析76

图表59我国防雾霾口罩市场用户月支出构成比较分析77

图表60我国防雾霾口罩市场用户职位构成比较分析77

图表61我国防雾霾口罩市场用户教育程度构成比较分析78

图表62我国防雾霾口罩市场用户个人爱好比较分析79

图表63我国防雾霾口罩市场用户购买行为的媒体分析80

图表64我国防雾霾口罩市场用户接触的网络广告种类分析80

图表65我国防雾霾口罩市场用户购买行为的网络媒体比较分析81

图表66我国防雾霾口罩市场在用户上网过程中关注、浏览的广告形式比较分析81

图表67我国防雾霾口罩市场用户记忆最深的网络广告对应产品/服务比较分析82

图表68我国防雾霾口罩市场用户感兴趣、主动关注产品/服务广告比较分析82

图表69我国防雾霾口罩市场用户产品渗透率比较分析83

图表702014-2016年5月我国消费者防雾霾口罩拥有率分析85

图表712016年1-5月我国消费者防雾霾口罩品牌拥有率分析85

图表72消费者购买防雾霾口罩的主要用途分析86

图表73消费者对防雾霾口罩售后服务中免费质保年限的期望分析87

图表742014-2016年5月我国防雾霾口罩行业专卖店销售增长分析89

图表752014-2016年5月我国防雾霾口罩行业购物中心-专柜销售增长分析91

图表762014-2016年5月我国防雾霾口罩行业连锁超市-专柜销售增长分析92

图表772014-2016年5月我国防雾霾口罩行业网店销售增长分析94

图表782014-2016年5月我国防雾霾口罩行业专业线渠道销售增长分析98

图表793M公司防雾霾口罩市场占有率分析101

图表80绿盾防雾霾口罩市场占有率分析104

图表81霍尼韦尔防雾霾口罩市场占有率分析107

图表82威尼防雾霾口罩市场占有率分析109

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/774128YXWP.html>