

2017-2023年中国家用空气 净化器市场调查与发展前景报告

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

《2017-2023年中国家用空气净化器市场调查与发展前景报告》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/xiaojiadian/B88477SY7D.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

目前，全球家用空气净化器生产主要集中在亚洲地区，亚洲地区产量超过全球产量的三分之一，2015年全球家用空气净化器产量为2507万台。

2011-2015年全球家用空气净化器产量：万台资料来源：公开资料、智研数据研究中心整理

智研数据研究中心发布的《2017-2023年中国家用空气净化器市场调查与发展前景报告》共十四章。首先介绍了家用空气净化器行业市场发展环境、家用空气净化器整体运行态势等，接着分析了家用空气净化器行业市场运行的现状，然后介绍了家用空气净化器市场竞争格局。随后，报告对家用空气净化器做了重点企业经营状况分析，最后分析了家用空气净化器行业发展趋势与投资预测。您若想对家用空气净化器产业有个系统的了解或者想投资家用空气净化器行业，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家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 家用空气净化器产业概述 1

1.1 家用空气净化器定义 1

1.2 家用空气净化器分类及应用 1

1.3 家用空气净化器产业链结构 3

1.4 家用空气净化器产业概述 3

第二章 家用空气净化器行业国内外市场分析 5

2.1 家用空气净化器行业国际市场分析 5

2.1.1 家用空气净化器国际市场发展历程 5

2.1.2 家用空气净化器国际市场需求环境 6

2.1.3 家用空气净化器国家市场供给分析 7

2.1.4 家用空气净化器国际主要国家发展分析 9

2.2 全球主要家用空气净化器企业产能产量分析 9

2.2.1 全球空气净化器企业产能分析 9

- 1、全球主要空气净化器企业生产布局 9
- 2、全球空气净化器企业产能及扩产计划 10
 - 2.2.2 全球主要空气净化器企业产量分析 11
 - 2.2.3 全球主要空气净化器企业销量分析 13
 - 2.2.4 全球主要空气净化器企业市场占有率 14
- 2.3 家用空气净化器行业国内市场分析 20
 - 2.3.1 家用空气净化器国内市场发展概况 20
 - 2.3.2 家用空气净化器产品功率结构分析 20
 - 2.3.3 家用空气净化器市场竞争格局分析 23
 - 2.3.4 家用空气净化器国内地区格局分析 24
 - 2.3.5 家用空气净化器市场产品格局分析 25
 - 2.3.6 家用空气净化器市场品牌格局分析 26
- 2.4 家用空气净化器产品关注度分析 27
 - 2.4.1 家用空气净化器品牌关注度分析 27
 - 2.4.2 家用空气净化器产品关注度分析 29
 - 2.4.3 家用空气净化器价格关注度分析 30
- 2.5 家用空气净化器行业主流厂商对比分析 31
 - 2.5.1 主流厂商市售产品数量对比 31
 - 2.5.2 主流厂商产品的关注率对比 32

第三章 中国空气净化器行业发展现状分析 33

- 3.1 空气净化器行业发展概况 33
 - 3.1.1 空气净化器行业发展历程 33
 - 3.1.2 空气净化器市场发展分析 34
- 1、国际市场发展分析 34
 - (1) 全球空气净化器市场分析 34
 - (2) 欧美空气净化器市场分析 35
 - (3) 日韩空气净化器市场分析 35
 - (4) 香港空气净化器市场分析 36
- 2、国内市场发展分析 36
 - (1) 空气净化器行业发展现状 36
 - (2) 空气净化器市场规模分析 37

2006-2015年我国家用空气净化器市场规模及增速走势图资料来源：公开资料、智研数据研究中心整理

- (3) 空气净化器市场产销分析 38
- (4) 空气净化器品牌发展分析 39
- 3.2 空气净化器行业供需状况分析 41
 - 3.2.1 空气净化器行业供给状况分析 41
 - 3.2.2 空气净化器行业需求状况分析 42
 - 3.2.3 空气净化器整体供需平衡分析 42
 - 3.2.4 主要省市供需平衡分析 43
- 3.3 空气净化器行业经济指标分析 43
 - 3.3.1 空气净化器行业产销状况分析 43
 - 1、行业工业总产值 43
 - 2、行业工业销售产值 44
 - 3、行业产销率 44
 - 3.3.2 空气净化器行业盈利能力分析 45
 - 1、行业销售利润率 45
 - 2、行业成本费用利润率 45
 - 3、行业亏损面 46
 - 3.3.3 空气净化器行业运营能力分析 46
 - 1、行业应收帐款周转率 46
 - 2、行业总资产周转率 47
 - 3、行业流动资产周转率 47
 - 3.3.4 空气净化器行业偿债能力分析 48
 - 1、行业资产负债比率 48
 - 2、行业利息保障倍数 48
 - 3.3.5 空气净化器行业发展能力分析 49
 - 1、行业总资产增长率 49
 - 2、行业利润总额增长率 49
 - 3、行业主营业务收入增长率 50
- 3.4 空气净化器行业进出口市场分析 50
 - 3.4.1 空气净化器行业进出口市场分析 50

- 1、空气净化器行业进出口综述 50
 - (1) 中国空气净化器进出口的特点分析 50
 - (2) 中国空气净化器进出口地区分布状况 50
 - (3) 中国空气净化器进出口的贸易方式及经营企业分析 51
 - (4) 中国空气净化器进出口政策与国际化经营 51
- 2、空气净化器行业出口市场分析 53
 - (1) 2014-2017年行业出口整体情况 53
 - (2) 2014-2017年行业出口总额分析 54
 - (3) 2014-2017年行业出口结构分析 54
- 3、空气净化器行业进口市场分析 56
 - (1) 2014-2017年行业进口整体情况 56
 - (2) 2014-2017年行业进口总额分析 56
 - (3) 2014-2017年行业进口结构分析 57
- 3.4.2 中国空气净化器进出口面临的挑战及对策 58
 - 1、空气净化器进出口面临的挑战及对策 58
 - (1) 空气净化器进出口面临的挑战 58
 - (2) 空气净化器进出口策略分析 59
 - 2、空气净化器行业进出口前景及建议 59
 - (1) 空气净化器进口前景及建议 59
 - (2) 空气净化器出口前景及建议 59

第四章 家用空气净化器行业运行环境分析 60

- 4.1 家用空气净化器行业政治法律环境分析 60
 - 4.1.1 行业管理体制分析 60
 - 4.1.2 行业主要法律法规 60
 - 4.1.3 行业相关发展规划 61
- 4.2 家用空气净化器行业经济环境分析 61
 - 4.2.1 国际宏观经济形势分析 61
 - 4.2.2 国内宏观经济形势分析 63
 - 4.2.3 产业宏观经济环境分析 65
- 4.3 家用空气净化器行业社会环境分析 68
 - 4.3.1 家用空气净化器产业社会环境 68

- 4.3.2 社会环境对行业的影响 71
- 4.3.3 家用空气净化器产业发展对社会发展的影响 74
- 4.4 家用空气净化器行业技术环境分析 75
 - 4.4.1 家用空气净化器技术分析 75
 - 4.4.2 家用空气净化器技术发展水平 78
 - 4.4.3 行业主要技术发展趋势 79

第五章 家用空气净化器市场分析 82

- 5.1 家用空气净化器概况 82
 - 5.1.1 家用空气净化器主要分类 82
 - 5.1.2 家用空气净化器适用场所 83
- 5.2 家用空气净化器市场分析 84
 - 5.2.1 家用空气净化器发展现状 84
 - 5.2.2 家用空气净化器市场规模 84
- 5.3 家用空气净化器需求分析 85
 - 5.3.1 家用空气净化器需求分析 85
 - 5.3.2 家用空气净化器产销规模 86
- 5.4 家用空气净化器投资前景 86
 - 5.4.1 家用空气净化器投资前景分析 86
 - 5.4.2 家用空气净化器市场规模预测 87

第六章 家用空气净化器核心企业研究 88

- 6.1 亚都 88
 - 6.1.1 企业发展概况 88
 - 2、企业产品结构 88
 - 3、企业经营情况 88
 - 4、企业发展战略 89
 - 5、企业最新动态 89
- 6.2 夏普 89
 - 6.2.1 企业发展概况 89
 - 2、企业产品结构 90
 - 3、企业经营情况 90

- 4、企业发展战略 90
- 5、企业最新动态 91
- 6.3 美的 91
 - 6.3.1 企业发展概况 91
- 2、企业产品结构 92
- 3、企业经营情况 92
- 4、企业发展战略 92
- 5、企业最新动态 92
- 6.4 万利达 93
 - 6.4.1 企业发展概况 93
- 2、企业产品结构 93
- 3、企业经营情况 94
- 4、企业发展战略 94
- 5、企业最新动态 94
- 6.5 远大 94
 - 6.5.1 企业发展概况 94
- 2、企业产品结构 95
- 3、企业经营情况 96
- 4、企业发展战略 96
- 5、企业最新动态 97
- 6.6 海尔 97
 - 6.6.1 企业发展概况 97
- 2、企业产品结构 98
- 3、企业经营情况 98
- 4、企业发展战略 98
- 5、企业最新动态 99
- 6.7 莱克 99
 - 6.7.1 企业发展概况 99
- 2、企业产品结构 100
- 3、企业经营情况 100
- 4、企业发展战略 101
- 5、企业最新动态 101

6.8 合肥三洋 101

6.8.1 企业发展概况 101

2、企业产品结构 102

3、企业经营情况 102

4、企业发展战略 103

5、企业最新动态 103

6.9 中脉生态家 103

6.9.1 企业发展概况 103

2、企业产品结构 103

3、企业经营情况 103

4、企业发展战略 104

5、企业最新动态 104

6.10 TCL 104

6.10.1 企业发展概况 104

2、企业产品结构 105

3、企业经营情况 106

4、企业发展战略 106

5、企业最新动态 107

第七章 关联产业分析及影响 108

7.1 上游原料市场分析 108

7.1.1 钢材 108

7.1.2 塑料 110

7.1.3 活性炭 110

7.2 上游市场发展分析 112

7.2.1 风机 112

7.2.2 负离子发生器 113

7.2.3 空气过滤器 114

7.3 下游领域发展分析 115

7.3.1 房地产投资建设分析 115

7.3.2 居民住宅投资建设分析 116

第八章 家用空气净化器行业线下渠道策略	118
8.1 家用空气净化器行业线下渠道管理现状	118
8.1.1 由批发商主导的分销	118
8.1.2 向大终端的直达供货	118
8.1.3 制造商建立属于自己的分销渠道	118
8.1.4 家电大代理与多重渠道的整合	118
8.1.5 零售终端的业态变化带来的渠道变革	119
8.2 目前家用空气净化器行业线下渠道模式分析	119
8.2.1 区域多家经销商模式	119
1、渠道结构分析	119
2、经销商负责分销	119
3、生产企业负责促销	120
4、共同承担售后服务	120
8.2.2 直供分销模式	120
1、经销商负责分销管理促销及售后服务	120
2、生产企业负责制造产品及制定销售目标	120
8.2.3 厂商股份合作模式	121
8.2.4 生产企业主导的连锁模式	122
8.2.5 家用空气净化器连锁模式	122
8.3 家用空气净化器行业线下渠道存在的问题分析	122
8.3.1 问题综述	122
8.3.2 渠道成本重，分销效率低	123
8.3.3 渠道模式适应性差	123
8.3.4 物流、信息管理水平低	124
8.3.5 道资源配置没有得到优化	124
8.4 家用空气净化器行业线下渠道发展对策分析	125
8.4.1 选择合适的渠道分销模式	125
8.4.2 完善现有的分销渠道管理体制	125
8.4.3 扩展经营规模并继续拓展经营范围	125
8.4.4 建立合理的仓储及物流配送中心	126
第九章 家用空气净化器行业线上渠道策略	127

- 9.1 家用空气净化器企业电商发展机会分析 127
 - 9.1.1 实体家用空气净化器企业进军电商的优势 127
 - 9.1.2 实体家用空气净化器企业进军电商的不足 127
 - 9.1.3 实体家用空气净化器企业电商发展机会与潜力 127
- 9.2 家用空气净化器企业电商实践及效果分析 128
 - 9.2.1 家用空气净化器企业上线情况及电商投资规模 128
 - 9.2.2 家用空气净化器企业电商布局模式与路径 128
 - 9.2.3 家用空气净化器企业电商经营效果 129
 - 9.2.4 家用空气净化器企业电商运营存在的问题 130
- 9.3 家用空气净化器企业线上入口布局模式与路径 131
 - 9.3.1 家用空气净化器企业线上入口布局模式 131
 - 9.3.2 不同类型家用空气净化器企业线上布局最佳路径 134
 - 9.3.3 家用空气净化器企业电子商务如何定位 135
 - 9.3.4 家用空气净化器企业线上产品规划与选择 136
 - 9.3.5 企业如何弱化和规避线上线下渠道冲突 137
- 9.4 家用空气净化器企业线上入口布局——自建商城 138
 - 9.4.1 哪些家用空气净化器企业适合自建网上商城 138
 - 9.4.2 家用空气净化器企业自建网上商城投资成本与效益 138
 - 9.4.3 家用空气净化器企业网上商城定位区别于纯电商平台 138
 - 9.4.4 家用空气净化器企业网上商城的产品设计与规划 139
 - 9.4.5 家用空气净化器企业网上商城提升流量运营策略 139
- 9.5 家用空气净化器企业线上入口布局——利用第三方平台 140
 - 9.5.1 国内第三方电商平台竞争格局 140
 - 9.5.2 第三方电商平台关键指标比较 140
 - 9.5.3 家用空气净化器企业如何选择第三方电商平台 141
 - 9.5.4 搭载第三方平台的不利因素及规避措施 142
- 9.6 家用空气净化器企业线上入口布局——并购电商网站 147
 - 9.6.1 家用空气净化器企业并购电商网站的机会 147
 - 9.6.2 家用空气净化器企业并购电商网站的风险 147
 - 9.6.3 家用空气净化器企业并购电商网站战略规划 148
 - 9.6.4 家用空气净化器企业并购电商网站后的成功整合 149
 - 9.6.5 家用空气净化器企业并购电商网站案例借鉴 150

9.7 家用空气净化器企业线上入口布局——移动端 152

9.7.1 手机端APP布局策略及案例借鉴 152

9.7.2 微信端入口布局策略及案例借鉴 153

第十章 家用空气净化器行业发展趋势 154

10.1 家用空气净化器行业发展趋势 154

10.2 空气净化器市场潜力预测 155

10.3 销售渠道和销售方法变化趋势 156

10.4 竞争格局发展趋势 158

10.5 进出口趋势 159

第十一章 2017-2023年家用空气净化器行业投资前景 161

11.1 2017-2023年家用空气净化器市场发展前景 161

11.1.1 2017-2023年家用空气净化器市场发展潜力 161

11.1.2 2017-2023年家用空气净化器市场发展前景展望 161

11.1.3 2017-2023年家用空气净化器细分行业发展前景分析 162

11.2 2017-2023年家用空气净化器市场发展趋势预测 162

11.2.1 2017-2023年家用空气净化器行业发展趋势 162

11.2.2 2017-2023年家用空气净化器市场规模预测 163

11.2.3 2017-2023年家用空气净化器行业应用趋势预测 163

11.2.4 2017-2023年细分市场发展趋势预测 164

11.3 2017-2023年中国家用空气净化器行业供需预测 165

11.3.1 2017-2023年中国家用空气净化器行业供给预测 165

11.3.2 2017-2023年中国家用空气净化器行业需求预测 166

11.3.3 2017-2023年中国家用空气净化器供需平衡预测 166

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势 167

11.4.1 市场整合成长趋势 167

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测 167

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势 167

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展 168

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势 168

第十二章 2017-2023年家用空气净化器行业投资机会与风险 170

12.1 家用空气净化器行业投融资情况 170

12.1.1 行业资金渠道分析 170

12.1.2 固定资产投资分析 170

12.1.3 兼并重组情况分析 171

12.2 2017-2023年家用空气净化器行业投资机会 171

12.2.1 产业链投资机会 171

12.2.2 细分市场投资机会 173

12.2.3 重点区域投资机会 174

12.3 2017-2023年家用空气净化器行业投资风险及防范 175

12.3.1 政策风险及防范 175

12.3.2 技术风险及防范 175

12.3.3 供求风险及防范 176

12.3.4 宏观经济波动风险及防范 176

12.3.5 关联产业风险及防范 178

12.3.6 产品结构风险及防范 178

12.3.7 其他风险及防范 179

第十三章 家用空气净化器行业投资战略研究 180

13.1 家用空气净化器行业发展战略研究 180

13.1.1 战略综合规划 180

13.1.2 技术开发战略 180

13.1.3 业务组合战略 181

13.1.4 区域战略规划 182

13.1.5 产业战略规划 182

13.1.6 营销品牌战略 183

13.1.7 竞争战略规划 183

13.2 对我国家用空气净化器品牌的战略思考 184

13.2.1 家用空气净化器品牌的重要性 184

13.2.2 家用空气净化器实施品牌战略的意义 185

13.2.3 家用空气净化器企业品牌的现状分析 186

13.2.4 我国家用空气净化器企业的品牌战略 186

13.2.5 家用空气净化器品牌战略管理的策略	188
13.3 家用空气净化器经营策略分析	191
13.3.1 家用空气净化器市场细分策略	191
13.3.2 家用空气净化器市场创新策略	192
13.3.3 品牌定位与品类规划	192
13.3.4 家用空气净化器新产品差异化战略	193
13.4 家用空气净化器行业投资战略研究	194
13.4.1 2017年家用空气净化器行业投资战略	194
13.4.2 2017-2023年家用空气净化器行业投资战略	195
13.4.3 2017-2023年细分行业投资战略	195

第十四章 研究结论及投资建议 196 (ZY LII)

14.1 家用空气净化器行业研究结论	196
14.2 家用空气净化器行业投资价值评估	197
14.3 家用空气净化器行业投资建议	197
14.3.1 行业发展策略建议	197
14.3.2 行业投资方向建议	198
14.3.3 行业投资方式建议	198 (ZY LII)

图表目录：

图表：空气净化器上下游关系链	3
图表：2013-2017年全球家用空气净化器市场需求	7
图表：2013-2017年全球家用空气净化器市场销量	8
图表：2013-2017年全球家用空气净化器市场产量	8
图表：2017年我国空气净化器行业产值分布情况	10
图表：2013-2017年全球家用空气净化器市场产量	11
图表：2013-2017年全球商用空气净化器市场产量	12
图表：2013-2017年全球工业空气净化器市场产量	12
图表：2013-2017年全球家用空气净化器市场销量	13
图表：2013-2017年全球商用空气净化器市场销量	13
图表：2013-2017年全球工业空气净化器市场销量	14
图表：2017年中国空气净化器市场品牌占有率 (TOP15)	20

图表：家用空气净化器等离子催化净化技术结构 22

图表：家用空气净化器高能离子净化技术结构 22

图表：家用空气净化器静电除尘净化技术结构 23

图表：2017年空气净化器价格关注调查 24

图表：家用空气净化器网民关注地域分布 24

图表：家用空气净化器企业媒体报道类别分布 25

图表：2017年空气净化器品牌关注格局 26

图表：淘宝销量前十的空气净化器网民好评度排行 27

图表：京东商城销量前十的空气净化器网民好评度排行 28

图表：2017年家用空气净化器加湿功能关注情况 29

图表：淘宝、京东家用空气净化器网民价格关注分布 30

图表：主流厂商主流产品市售数量 31

图表：主流厂商产品的关注对比 32

略……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/B88477SY7D.html>