

2016-2022年中国空气净化 器行业深度调研与前景趋势报告

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年中国空气净化器行业深度调研与前景趋势报告》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/D04382ZF8V.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

因为看好空气净化器市场未来前景，国内空气净化器市场目前可谓是群雄割据，外资品牌在圈点高端市场之余还纷纷贴上技术创新的标签。在欧美，安利公司早在20世纪80年代就开始研发并生产销售空气净化器及净水器，近几年中国空气净化器销售状况呈直线上升趋势。民众对于食品安全、空气质量及饮用水安全等问题的关注，使得一些高品质的高科技小家电产品被越来越多人接受。空气净化器等家电针对性地满足了消费者追求呼吸健康的需求，其市场未来前景看好。

智妍数据研究中心发布的《2016-2022年中国空气净化器行业深度调研与前景趋势报告》共十五章。首先介绍了中国空气净化器行业市场发展环境、中国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，然后介绍了中国空气净化器市场竞争格局。随后，报告对中国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：

第一部分 行业发展现状 1

第一章 空气净化器相关基础概述 1

第一节 空气净化器的结构及工作原理 1

一、空气净化器结构 1

二、空气净化器的工作原理 2

第二节 空气净化器的分类 3

一、按净化需求分类 3

二、按应用领域分类 4

三、按净化方式分类 4

四、负离子香薰空气净化器 5

第三节 空气净化器产业链分析 6

一、行业经济特性 6

二、主要细分行业	7
三、产业链结构分析	7
第四节 空气净化器主要技术介绍	8
一、静电除尘灭菌技术	8
二、低温非对称等离子体空气净化技术	8
三、HEPA过滤技术	8
四、离子风技术	9
五、负离子	9
六、分子络合技术	10
第五节 空气净化器的选购及保养	10
第二章 2014-2015年世界空气净化器行业整体运营状况分析	13
第一节 2014-2015年世界空气净化器行业发展分析	13
第二节 2014-2015年世界空气净化器行业市场发展格局	14
一、世界空气净化器市场特征分析	14
二、世界空气净化器技术发展现状分析	15
三、世界空气净化器行业发展动态分析	17
第三节 2014-2015年世界主要国家及地区空气净化器行业运行态势剖析	19
一、美国	19
二、欧洲	19
三、日韩	20
第四节 2016-2022年世界空气净化器行业发展趋势分析	21
第三章 2014-2015年中国空气净化器行业市场发展环境解析	22
第一节 2014-2015年中国宏观经济环境分析	22
一、国内GDP分析	22
二、固定资产投资	25
三、社会消费品零售和城乡居民收入对比	32
四、CPI和PPI分析	36
五、进出口分析	48
六、中国城镇化率	52
七、外汇市场分析	53

第二节 2014-2015年中国空气净化器市场政策环境分析	54
一、空气净化器“十三五”规划解读	54
二、空气净化器国家标准	55
三、环境空气质量标准	56
四、其家电下乡政策分析	61
第三节 2014-2015年中国空气净化器市场社会环境分析	64
一、人口规模分析	64
二、教育程度分析	65
三、生态环境分析	67
四、室内装修市场分析	68
第四节 中国家用电器工业“十二五”发展规划的建议	69
一、“十一五”时期家电工业回顾	69
二、“十三五”时期面临的形势	74
三、指导思想，基本原则，主要目标	77
四、主要任务	79
五、主要措施	87
第五节 2014-2015年中国空气净化器市场技术环境分析	90
第四章 2014-2015年中国空气净化器行业市场运行态势剖析	93
第一节 2014-2015年中国空气净化器行业发展动态分析	93
第二节 2014年中国空气净化器市场发展现状分析	100
一、中国空气净化器市场供需现状分析	100
二、中国空气净化器市场价格现状及走势分析	103
三、中国空气净化器市场品牌渗透度分析	106
第三节 2014年中国空气净化器行业发展问题分析	110
一、中国空气净化器行业发展问题	110
二、空气净化器进入品牌竞争时代	111
三、空气净化机如何从边缘走向流行	113
第四节 我国空气净化器行业发展现状	114
一、空气净化器行业品牌发展现状	114
二、空气净化器行业发展现状分析	115
三、空气净化器市场消费层次分析	117

四、我国空气净化器市场走向分析	119
第五节 对中国空气净化器市场的分析及思考	119
一、空气净化器市场特点	119
二、空气净化市场驱动因素	121
三、空气净化器争论焦点分析	122
四、对空气净化器行业的思考和探讨	123
五、对中国空气净化器品牌发展的思考	124
第五章 2014-2015年中国空气净化器重点市场动态解析	127
第一节 室内空气污染源分析	127
一、建筑本身造成的污染	127
二、室内装饰装修材料和过程带来的污染	128
三、家具和家电带来的污染	130
第二节 2014-2015年空气净化器重点需求市场分析	131
一、高档医院、病房，尤其是传染病医院	131
二、高级疗养院	131
三、高档写字楼、办公室	131
四、经过装修的室内	132
第三节 2014-2015年中国空气净化器重点省市市场分析	132
一、北京空气净化器市场现状分析	132
二、上海空气净化器市场动态解析	133
三、西安空气净化器市场概况分析	133
第四节 2014-2015年中国农村市场空气净化器市场分析	134
一、农村空气空气净化器市场现状	134
二、农场家电渠道经营新模式	138
第二部分 市场格局分析	140
第六章 2014-2015年中国空气净化器市场十一大优势品牌运营态势解析	140
第一节 亚都YADU	140
一、产品特性	140
二、2014-2015年市场销售情况	142
三、品牌竞争力分析	142

四、市场营销战略分析	144
第二节 松下PANASONIC	144
一、产品特性	144
二、2014-2015年在华市场销售情况	146
三、品牌竞争力分析	148
四、市场营销战略分析	150
第三节 飞利浦PHILIPS	151
一、产品特性	151
二、2014-2015年在华市场销售情况	153
三、品牌竞争力分析	156
四、市场营销战略分析	159
第四节 夏普SHARP	160
一、产品特性	160
二、2014-2015年在华市场销售情况	162
三、品牌竞争力分析	163
四、市场营销战略分析	164
第五节 BLUEAIR瑞宝-布鲁雅尔	165
一、产品特性	165
二、品牌竞争力分析	168
三、市场营销战略分析	168
第六节 三洋SANYO	169
一、产品特性	169
二、2014-2015年在华市场销售情况	170
三、品牌竞争力分析	172
第七节 远大	172
一、产品特性	172
二、2014-2015年市场销售情况	173
三、品牌竞争力分析	174
四、市场营销战略分析	174
第八节 美的MIDEA	175
一、产品特性	175
二、2014-2015年市场销售情况	175

三、品牌竞争力分析	181
四、市场战略分析	184
第九节 万利达MALATA	184
一、产品特性	184
二、品牌竞争力分析	185
三、市场营销战略分析	187
第十节 日立HITACHI	188
一、产品特性	188
二、品牌竞争力分析	189
三、市场营销战略分析	190
第十一节 安利AMWAY	191
一、产品特性	191
二、品牌竞争力分析	192
三、市场营销战略分析	193
第七章 2013-2015年中国家用空气调节器制造行业主要数据监测分析	195
第一节 2013-2015年中国家用空气调节器制造行业规模分析	195
一、中国家用空气调节器制造行业企业数量增长分析	195
二、中国家用空气调节器制造行业从业人数增长分析	195
三、中国家用空气调节器制造行业资产规模增长分析	196
第二节 2015年中国家用空气调节器制造行业结构分析	196
一、企业数量结构分析	196
二、销售收入结构分析	197
第三节 2013-2015年中国家用空气调节器制造行业产值分析	197
一、中国家用空气调节器制造行业产成品增长分析	197
二、中国家用空气调节器制造行业工业销售产值分析	198
三、中国家用空气调节器制造行业出货值分析	198
第四节 2013-2015年中国家用空气调节器制造行业成本费用分析	199
一、中国家用空气调节器制造行业销售成本分析	199
二、中国家用空气调节器制造行业费用分析	199
第五节 2013-2015年中国家用空气调节器制造行业盈利能力分析	200
一、中国家用空气调节器制造行业负债分析	200

二、中国家用空气调节器制造行业盈利分析 200

第八章 2008-2015年中国房间空气调节器产量数据统计分析 202

第一节 2011-2015年中国房间空气调节器产量数据分析 202

一、2011-2015年房间空气调节器产量数据分析 202

二、2011-2015年房间空气调节器重点省市数据分析 202

第二节 2015年中国房间空气调节器产量数据分析 208

一、2015年全国房间空气调节器产量数据分析 208

二、2015年房间空气调节器重点省市数据分析 209

第三节 2015年中国房间空气调节器产量增长性分析 210

一、产量增长 210

二、集中度变化 210

第九章 2013-2015年中国离心机；液体或气体的过滤、净化机器及装置进出口数据监测分析 211

第一节 2013-2015年中国离心机；液体或气体的过滤、净化机器及装置进口数据分析 211

一、进口数量分析 211

二、进口金额分析 211

第二节 2013-2015年中国离心机；液体或气体的过滤、净化机器及装置出口数据分析 212

一、出口数量分析 212

二、出口金额分析 212

第十章 2014-2015年中国空气净化器行业消费者调查 214

第一节 空气净化器消费群体偏好调查 214

一、不同性别分析 214

二、不同年龄消费者偏好调查 216

三、使用情况 217

四、影响购买因素 217

五、购买途径 219

六、价格集中度 220

七、不同收入者分析 220

第二节 空气净化器的品牌市场调查 221

一、消费者对空气净化器品牌认知度宏观调查	221
二、消费者对空气净化器的品牌偏好调查	223
三、消费者对空气净化器品牌的首要认知渠道	223
四、空气净化器品牌忠诚度调查	224
第三节 空气净化器调研分析	226
一、促成消费者购买要素分析	226
二、消费者对家电产品的购买地点分析	226
三、品质调查品牌排名分析	227
第十一章 2014-2015年中国空气净化器市场竞争格局透析	228
第一节 行业竞争结构分析	228
一、现有企业间竞争	228
二、潜在进入者分析	228
三、替代品威胁分析	228
四、供应商议价能力	229
五、客户议价能力	229
第二节 2014-2015年中国空气净化器行业竞争现状	229
一、品牌竞争分析	229
二、价格竞争分析	231
三、中国日益竞争激烈的空气净化器市场	231
第三节 2014-2015年中国空气净化器行业集中度分析	232
一、市场集中度分析	232
二、生产企业的集中分布	233
第四节 2014-2015年中国空气净化器行业竞争中存的问题	234
第五节 2016-2022年中国空气净化器行业竞争趋势分析	234
一、竞争趋势	234
二、现有空气净化器产品竞争策略分析	239
三、潜力空气净化器品种竞争策略选择	240
四、典型企业产品竞争策略分析	240
五、未来空气净化器行业竞争策略分析	241
第十二章 2014-2015年中国重点空气净化器生产企业竞争力分析	243

第一节 广东美的电器股份有限公司 (000527)	243
一、企业概况	243
二、企业经营分析	243
三、企业盈利能力分析	244
四、企业偿债能力分析	245
五、企业运营能力分析	246
六、企业成长能力分析	246
第二节 漳州万利达光催化科技有限公司	247
一、企业概况	247
二、企业经营分析	248
三、企业运营能力分析	248
第三节 友隆电器工业 (深圳) 有限公司	249
一、企业概况	249
二、企业经营分析	249
三、企业能力分析	250
第四节 北京亚都空气污染治理技术有限公司	251
一、企业概况	251
二、企业经营分析	251
三、企业能力分析	252
第五节 厦门爱美克科技有限公司	253
一、企业概况	253
二、企业经营分析	253
三、企业能力分析	254
第六节 宁波市镇海远大机电制造有限公司	255
一、企业概况	255
二、企业经营分析	255
三、企业能力分析	256
第七节 深圳市鼎信科技有限公司	257
一、企业概况	257
二、企业经营分析	257
三、企业能力分析	257
第八节 奥得奥科技 (厦门) 有限公司	258

一、企业概况	258
二、企业经营分析	259
三、企业能力分析	259
第九节 上海新华舒普净化技术有限公司	260
一、企业概况	260
二、企业经营分析	260
三、企业盈利能力分析	261
四、企业偿债能力分析	261
五、企业运营能力分析	261
六、企业成长能力分析	262
第十节 格力电器股份有限公司（000651）	262
一、企业概况	262
二、企业经营分析	263
三、企业盈利能力分析	264
四、企业偿债能力分析	265
五、企业运营能力分析	266
六、企业成长能力分析	266
第三部分 行业投资前景预测	267
第十三章 2016-2022年中国空气净化器行业发展前景及趋势预测分析	267
第一节 2016-2022年中国空气净化器行业发展前景分析	267
一、中国空气净化器行业阶段分析	267
二、中国市场潜力分析	269
三、空气净化器行业前景分析	270
第二节 2016-2022年中国空气净化器行业发展趋势分析	271
一、空气净化器行业发展趋势分析	271
二、空气净化器市场发展趋势分析	274
三、空气净化器产品自身趋势分析	275
四、空气净化器技术发展趋势分析	276
第三节 2016-2022年中国空气净化器行业市场预测分析	277
一、空气净化器行业市场产量预测分析	277
二、空气净化器行业市场销量预测分析	277

第四节 2016-2022年中国空气净化器市场盈利预测分析 278

第四部分 行业投资战略分析 279

第十四章 2016-2022年中国空气净化器行业投资机会与风险规避指引 279

第一节 2014-2015年中国空气净化器行业投资周期分析 279

一、经济周期 279

二、增长性与波动性 279

三、成熟度分析 280

第二节 2016-2022年中国空气净化器行业投资机会分析 280

一、投资吸引力分析 280

二、投资潜力分析 281

第三节 2016-2022年中国空气净化器行业投资风险预警 283

一、政策风险及防范 283

二、技术风险及防范 284

三、金融风险及防范 284

四、贸易风险及防范 285

五、财务分析及防范 285

第十五章 空气净化器行业投资战略研究 286

第一节 空气净化器行业发展战略研究 286

一、战略综合规划 286

二、技术开发战略 286

三、业务组合战略 288

四、区域战略规划 288

五、产业战略规划 289

六、营销品牌战略 289

七、竞争战略规划 290

八、信息化战略规划 290

第二节 我国空气净化器品牌战略 293

一、企业品牌的重要性 293

二、空气净化器实施品牌战略的意义 294

三、我国空气净化器企业的品牌战略 295

四、我国空气净化器品牌的竞争趋势	297
五、空气净化器品牌战略管理的策略	297
第三节ZY LZG空气净化器行业投资建议	299

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2016-2022年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2016-2022年中国GDP增速预测

图表：空气净化器行业产业链

图表：2011-2015年我国空气净化器行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国空气净化器行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国空气净化器行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国空气净化器行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国空气净化器行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国空气净化器行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国空气净化器行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国空气净化器行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国空气净化器行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国空气净化器行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：企业6
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：其他企业……
图表：主要经济指标走势图
图表：2011-2015年空气净化器行业市场供给
图表：2011-2015年空气净化器行业市场需求
图表：2011-2015年空气净化器行业市场规模
图表：空气净化器所属行业生命周期判断
图表：空气净化器所属行业区域市场分布情况
图表：2016-2022年中国空气净化器行业市场规模预测
图表：2016-2022年中国空气净化器行业供给预测
图表：2016-2022年中国空气净化器行业需求预测
图表：2016-2022年中国空气净化器行业价格指数预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/D04382ZF8V.html>