

# 2015-2020年中国空气净化器市场现状研究及未来前景趋势预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2015-2020年中国空气净化器市场现状研究及未来前景趋势预测报告》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.abaogao.com/b/xiaojiadian/U72719W2IG.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

报告目录：

第一部分 行业发展现状

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6

第三节 空气净化器产业链分析7

一、行业经济特性7

二、主要细分行业8

三、产业链结构分析9

第四节 空气净化器主要技术介绍9

一、静电除尘灭菌技术9

二、低温非对称等离子体空气净化技术9

三、hepa过滤技术9

四、离子风技术10

五、负离子11

六、分子络合技术11

第五节 空气净化器的选购及保养11

第二章 2014年世界空气净化器行业整体运营状况分析16

第一节 2014年世界空气净化器行业发展分析16

第二节 2014年世界空气净化器行业市场发展格局20

一、世界空气净化器市场特征分析20

二、世界空气净化器技术发展现状分析21

三、世界空气净化器行业发展动态分析21

### 第三节 2014年世界主要国家及地区空气净化器行业运行态势剖析22

#### 一、美国22

#### 二、欧洲23

#### 三、日韩23

### 第四节 2015-2020年世界空气净化器行业发展趋势分析24

## 第三章 2012-2014年中国空气净化器行业市场发展环境解析25

### 第一节 2012-2014年中国宏观经济环境分析25

#### 一、国内gdp分析25

#### 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26

#### 四、cpi和ppi分析29

#### 五、进出口分析32

#### 六、中国城镇化率34

#### 七、外汇市场分析34

### 第二节 2014年中国空气净化器市场政策环境分析35

#### 一、空气净化器“十二五”规划解读35

#### 二、空气净化器国家标准37

#### 三、环境空气质量标准39

#### 四、其家电下乡政策分析40

### 第三节 2012-2014年中国空气净化器市场社会环境分析42

#### 一、人口规模分析42

#### 二、教育程度分析45

#### 三、生态环境分析45

#### 四、室内装修市场分析50

### 第四节 中国家用电器工业“十二五”发展规划的建议54

#### 一、“十一五”时期家电工业回顾54

#### 二、“十二五”时期面临的形势59

#### 三、指导思想，基本原则，主要目标62

#### 四、主要任务65

#### 五、主要措施75

### 第五节 2014年中国空气净化器市场技术环境分析77

## 第四章 2014年中国空气净化器行业市场运行态势剖析79

### 第一节 2014年中国空气净化器行业发展动态分析79

一、三星空气净化器获“中国家电研究院”好产品称号79

二、奥丽思进军净水器空气净化器内销市场81

三、广交会格力空气净化器成明星展品82

四、伊莱克斯为中国空气净化器市场带来欧洲风83

五、tcl推出空气净化器新品84

六、松下增设马达工厂抢食空气净化器蛋糕85

### 第二节 2014年中国空气净化器市场发展现状分析85

一、中国空气净化器市场供需现状分析85

二、中国空气净化器市场价格现状及走势分析87

三、中国空气净化器市场品牌渗透度分析89

### 第三节 2014年中国空气净化器行业发展问题分析89

一、中国空气净化器行业发展问题89

二、空气净化器进入品牌竞争时代91

三、空气净化机如何从边缘走向流行92

### 第四节 我国空气净化器行业发展现状97

一、空气净化器行业品牌发展现状97

二、空气净化器行业发展现状分析97

三、空气净化器市场消费层次分析98

四、我国空气净化器市场走向分析98

### 第五节 对中国空气净化器市场的分析及思考100

一、空气净化器市场特点100

二、空气净化市场驱动因素101

三、空气净化器争论焦点分析102

四、对空气净化器行业的思考和探讨103

五、对中国空气净化器品牌发展的思考103

## 第五章 2014年中国空气净化器重点市场动态解析105

### 第一节 室内空气污染源分析105

一、建筑本身造成的污染105

二、室内装饰装修材料和过程带来的污染107

三、家具和家电带来的污染111

第二节 2014年空气净化器重点需求市场分析112

一、高档医院、病房，尤其是传染病医院112

二、高级疗养院113

三、高档写字楼、办公室113

四、经过装修的室内114

第三节 2014年中国空气净化器重点省市市场分析115

一、北京空气净化器市场现状分析115

二、上海空气净化器市场动态解析115

三、西安空气净化器市场概况分析116

第四节 2014年中国农村市场空气净化器市场分析116

一、农村空气净化器市场现状116

二、农场家电渠道经营新模式117

第二部分 市场格局分析

第六章 2014年中国空气净化器市场十一大优势品牌运营态势解析119

第一节 亚都yadu119

一、产品特性119

二、2014年市场销售情况119

三、品牌竞争力分析120

四、市场营销战略分析123

第二节 松下panasonic124

一、产品特性124

二、2014年在华市场销售情况125

三、品牌竞争力分析125

四、市场营销战略分析126

第三节 飞利浦philips128

一、产品特性128

二、2014年在华市场销售情况129

三、品牌竞争力分析130

四、市场营销战略分析130

#### 第四节 夏普sharp131

##### 一、产品特性131

##### 二、2014年在华市场销售情况134

##### 三、品牌竞争力分析134

##### 四、市场营销战略分析134

#### 第五节 blueair瑞宝-布鲁雅尔136

##### 一、产品特性136

##### 二、品牌竞争力分析136

##### 三、市场营销战略分析137

#### 第六节 三洋sanyo137

##### 一、产品特性137

##### 二、2014年在华市场销售情况138

##### 三、品牌竞争力分析138

#### 第七节 远大139

##### 一、产品特性139

##### 二、2014年市场销售情况139

##### 三、品牌竞争力分析139

##### 四、市场营销战略分析141

#### 第八节 美的midea142

##### 一、产品特性142

##### 二、2014年市场销售情况143

##### 三、品牌竞争力分析143

##### 四、市场战略分析143

#### 第九节 万利达malata144

##### 一、产品特性144

##### 二、品牌竞争力分析145

##### 三、市场营销战略分析145

#### 第十节 日立hitachi146

##### 一、产品特性146

##### 二、品牌竞争力分析146

##### 三、市场营销战略分析147

#### 第十一节 安利amway149

- 一、产品特性149
- 二、品牌竞争力分析150
- 三、市场营销战略分析151

## 第七章 2009-2014年中国家用空气调节器制造行业主要数据监测分析153

### 第一节 2009-2014年中国家用空气调节器制造行业规模分析153

- 一、中国家用空气调节器制造行业企业数量增长分析153
- 二、中国家用空气调节器制造行业从业人数增长分析153
- 三、中国家用空气调节器制造行业资产规模增长分析154

### 第二节 2014年中国家用空气调节器制造行业结构分析154

- 一、企业数量结构分析154
- 二、销售收入结构分析155

### 第三节 2009-2014年中国家用空气调节器制造行业产值分析155

- 一、中国家用空气调节器制造行业产成品增长分析155
- 二、中国家用空气调节器制造行业工业销售产值分析156
- 三、中国家用空气调节器制造行业出---货值分析156

### 第四节 2009-2014年中国家用空气调节器制造行业成本费用分析157

- 一、中国家用空气调节器制造行业销售成本分析157
- 二、中国家用空气调节器制造行业费用分析157

### 第五节 2009-2014年中国家用空气调节器制造行业盈利能力分析158

- 一、中国家用空气调节器制造行业负债分析158
- 二、中国家用空气调节器制造行业盈利分析159

## 第八章 2008-2014年中国房间空气调节器产量数据统计分析160

### 第一节 2008-2014年中国房间空气调节器产量数据分析160

- 一、2008-2014年房间空气调节器产量数据分析160
- 二、2008-2014年房间空气调节器重点省市数据分析161

### 第二节 2014年中国房间空气调节器产量数据分析168

- 一、2014年全国房间空气调节器产量数据分析168
- 二、2014年房间空气调节器重点省市数据分析169

### 第三节 2014年中国房间空气调节器产量增长性分析170

- 一、产量增长170



## 二、集中度变化171

### 第九章 2006-2014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172

#### 第一节 2006-2014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172

##### 一、进口数量分析172

##### 二、进口金额分析173

#### 第二节 2006-2014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173

##### 一、出口数量分析173

##### 二、出口金额分析174

### 第十章 中国空气净化器行业消费者调查175

#### 第一节 空气净化器消费群体偏好调查175

##### 一、不同性别分析175

##### 二、不同年龄消费者偏好调查175

##### 三、使用情况176

##### 四、影响购买因素177

##### 五、购买途径178

##### 六、价格集中度179

##### 七、不同收入者分析179

#### 第二节 空气净化器的品牌市场调查181

##### 一、消费者对空气净化器品牌认知度宏观调查181

##### 二、消费者对空气净化器的品牌偏好调查181

##### 三、消费者对空气净化器品牌的首要认知渠道182

##### 四、空气净化器品牌忠诚度调查182

#### 第三节 空气净化器调研分析183

##### 一、促成消费者购买要素分析183

##### 二、消费者对家电产品的购买地点分析185

##### 三、品质调查品牌排名分析186

### 第十一章 2012-2014年中国空气净化器市场竞争格局透析188

#### 第一节 行业竞争结构分析188

- 一、现有企业间竞争188
- 二、潜在进入者分析189
- 三、替代品威胁分析190
- 四、供应商议价能力190
- 五、客户议价能力191
- 第二节 2012-2014年中国空气净化器行业竞争现状191
  - 一、品牌竞争分析191
  - 二、价格竞争分析193
  - 三、中国日益竞争激烈的空气净化器市场194
- 第三节 2012-2014年中国空气净化器行业集中度分析195
  - 一、市场集中度分析195
  - 二、生产企业的集中分布195
- 第四节 2012-2014年中国空气净化器行业竞争中存的问题196
- 第五节 2015-2020年中国空气净化器行业竞争趋势分析197
  - 一、竞争趋势197
  - 二、现有空气净化器产品竞争策略分析198
  - 三、潜力空气净化器品种竞争策略选择201
  - 四、典型企业产品竞争策略分析206
  - 五、未来空气净化器行业竞争策略分析208
  
- 第十二章 2012-2014年中国重点空气净化器生产企业竞争力分析209
  - 第一节 广东美的电器股份有限公司209
    - 一、企业概况209
    - 二、企业经营分析210
    - 三、企业盈利能力分析214
    - 四、企业偿债能力分析215
    - 五、企业运营能力分析215
    - 六、企业成长能力分析216
  - 第二节 漳州万利达光催化科技有限公司216
    - 一、企业概况216
    - 二、企业经营分析217
    - 三、企业运营能力分析218

### 第三节 友隆电器工业(深圳)有限公司218

#### 一、企业概况218

#### 二、企业经营分析219

### 第四节 北京亚都空气污染治理技术有限公司219

#### 一、企业概况219

#### 二、企业经营分析220

#### 三、企业能力分析221

### 第五节 厦门爱美克科技有限公司222

#### 一、企业概况222

#### 二、企业经营分析223

#### 三、企业能力分析223

### 第六节 宁波市镇海远大机电制造有限公司224

#### 一、企业概况224

#### 二、企业经营分析224

#### 三、企业能力分析224

### 第七节 深圳市鼎信科技有限公司225

#### 一、企业概况225

#### 二、企业经营分析225

#### 三、企业能力分析226

### 第八节 奥得奥科技(厦门)有限公司226

#### 一、企业概况226

#### 二、企业经营分析227

#### 三、企业能力分析227

### 第九节 上海新华舒普净化技术有限公司229

#### 一、企业概况229

#### 二、企业经营分析230

#### 三、企业盈利能力分析235

#### 四、企业偿债能力分析236

#### 五、企业运营能力分析236

#### 六、企业成长能力分析237

### 第十节 格力电器股份有限公司237

#### 一、企业概况237

- 二、企业经营分析238
- 三、企业盈利能力分析242
- 四、企业偿债能力分析243
- 五、企业运营能力分析243
- 六、企业成长能力分析244

### 第三部分 行业投资前景预测

#### 第十三章 2015-2020年中国空气净化器行业发展前景及趋势预测分析245

##### 第一节 2015-2020年中国空气净化器行业发展前景分析245

- 一、中国空气净化器行业阶段分析245
- 二、中国市场潜力分析245
- 三、空气净化器行业前景分析247

##### 第二节 2015-2020年中国空气净化器行业发展趋势分析247

- 一、空气净化器行业发展趋势分析247
- 二、空气净化器市场发展趋势分析248
- 三、空气净化器产品自身趋势分析248
- 四、空气净化器技术发展趋势分析250

##### 第三节 2015-2020年中国空气净化器行业市场预测分析252

- 一、空气净化器行业市场产量预测分析252
- 二、空气净化器行业市场销量预测分析252

##### 第四节 2015-2020年中国空气净化器市场盈利预测分析253

### 第四部分 行业投资战略分析

#### 第十四章 2015-2020年中国空气净化器行业投资机会与风险规避指引254

##### 第一节 2012-2014年中国空气净化器行业投资周期分析254

- 一、经济周期254
- 二、增长性与波动性254
- 三、成熟度分析255

##### 第二节 2015-2020年中国空气净化器行业投资机会分析255

- 一、投资吸引力分析255
- 二、投资潜力分析256

##### 第三节 2015-2020年中国空气净化器行业投资风险预警257

- 一、政策风险及防范257
- 二、技术风险及防范258
- 三、金融风险及防范260
- 四、贸易风险及防范263
- 五、财务分析及防范266

## 第十五章 空气净化器行业投资战略研究271

### 第一节 空气净化器行业发展战略研究271

- 一、战略综合规划271
- 二、技术开发战略271
- 三、业务组合战略276
- 四、区域战略规划278
- 五、产业战略规划288
- 六、营销品牌战略289
- 七、竞争战略规划291
- 八、信息化战略规划292

### 第二节 我国空气净化器品牌战略294

- 一、企业品牌的重要性294
- 二、空气净化器实施品牌战略的意义295
- 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296
- 五、空气净化器品牌战略管理的策略296

### 第三节 空气净化器行业投资建议298

#### 图表目录：

图表：空气净化器工作原理3

图表：2014年美国空气净化器市场规模23

图表：2014年欧洲空气净化器市场规模23

图表：2014年日本空气净化器市场规模24

图表：2014年韩国空气净化器市场规模24

图表：2012-2014年国内生产总值增长速度25

图表：2014年固定资产投资（不含农户）增长速度26

图表：2012-2014年我国社会消费品零售总额27

图表：2014年我国城镇与农村社会消费品销售总额27

图表：2014年社会消费品零售总额名义增长速度27

图表：2014年农村居民人均收入实际增长速度28

图表：2014年城镇居民人均可支配收入实际增长速度28

图表：2014年1月国内ppi指数29

图表：2014年2月国内ppi指数29

图表：2014年3月国内ppi指数29

图表：2014年4月国内ppi指数29

图表：2014年5月国内ppi指数29

图表：2014年6月国内ppi指数29

图表：2014年7月国内ppi指数30

图表：2014年8月国内ppi指数30

图表：2014年9月国内ppi指数30

图表：2014年10月国内ppi指数30

图表：2014年11月国内ppi指数30

图表：2014年12月国内ppi指数30

图表：2014年1月国内cpi同比增幅30

图表：2014年2月国内cpi同比增幅30

图表：2014年3月国内cpi同比增幅31

图表：2014年4月国内cpi同比增幅31

图表：2014年5月国内cpi同比增幅31

图表：2014年6月国内cpi同比增幅31

图表：2014年7月国内cpi同比增幅31

图表：2014年8月国内cpi同比增幅31

图表：2014年9月国内cpi同比增幅31

图表：2014年10月国内cpi同比增幅31

图表：2014年11月国内cpi同比增幅32

图表：2014年12月国内cpi同比增幅32

图表：2012-2014年我国出口贸易总额32

图表：2012-2014年我国进口贸易总额33

图表：2012-2014年我国对外贸易总额及其变化33

图表：2009-2014年我国城镇化水平34

图表：2012-2014年我国人口规模43

图表：2012-2014年我国人口规模43

图表：2012-2014年我国净增人口及增长率43

图表：2014年我国人口年龄结构比例44

图表：2014年我国城镇常与农村常住人口45

图表：2012-2014年我国空气净化器的销量86

图表：2012-2014年我国空气净化器零售额86

图表：2009-2014年我国家用空气调节 制造企业数量153

图表：2009-2014年我国家用空气调节 制造行业从业人员数量153

图表：2009-2014年我国家用空气调节 制造行业资产规模154

图表：2014年我国家用空气调节 器制造行业企业规模结构154

图表：2014年我国家用空气调节 器制造行业企业收入结构155

图表：2009-2014年我国家用空气调节 器行业产成品数量155

图表：2009-2014年我国家用空气调节 器行业工业生产销售产值156

图表：2009-2014年我国家用空气调节 器行业出---货值156

图表：2009-2014年我国家用空气调节 器行业销售成本157

图表：2009-2014年我国家用空气调节 器行业费用157

图表：2009-2014年我国家用空气调节 器行业管理费用158

图表：2009-2014年我国家用空气调节 器行业负债规模158

图表：2009-2014年我国家用空气调节 器行业负债规模159

图表：2008-2014年房间空气调节 器产量规模及增速160

图表：2008-2014年上海房间空气调节 器产量规模及增速161

图表：2008-2014年辽宁房间空气调节 器产量规模及增速161

图表：2008-2014年天津房间空气调节 器产量规模及增速162

图表：2008-2014年江苏房间空气调节 器产量规模及增速162

图表：2008-2014年浙江房间空气调节 器产量规模及增速163

图表：2008-2014年安徽房间空气调节 器产量规模及增速163

图表：2008-2014年江西房间空气调节 器产量规模及增速164

图表：2008-2014年山东房间空气调节 器产量规模及增速164

图表：2008-2014年河南房间空气调节 器产量规模及增速165

图表：2008-2014年湖北房间空气调节 器产量规模及增速165

图表：2008-2012年湖南房间空气调节器产量规模及增速166

图表：2008-2014年广东房间空气调节器产量规模及增速166

图表：2008-2014年重庆房间空气调节器产量规模及增速167

图表：2008-2014年四川房间空气调节器产量规模及增速167

图表：2014年我国房间空气调节器行业产量月度增长统计168

图表：2014年房间空气调节器重点省市数据统计169

图表：2012年各省市房间空气调节器产量增长速度分析170

图表：2014年各省市房间空气调节器产量增长速度分析170

图表：2012年房间空气调节器各省市产量分布结构171

图表：2014年房间空气调节器各省市产量分布结构171

图表：2006-2014年离心机；液体或气体的过滤、净化机器及装置进口数量统计172

图表：2006-2014年离心机；液体或气体的过滤、净化机器及装置进口数量统计173

图表：2006-2014年离心机；液体或气体的过滤、净化机器及装置出口数量统计173

图表：2006-2014年离心机；液体或气体的过滤、净化机器及装置出口金额统计174

图表：2014年气体、液体分离及纯净设备制造出---货值统计174

图表：不同性别消费者比例分析175

图表：不同年龄消费者比例分析175

图表：使用情况比例分析176

图表：对产品了解情况分析176

图表：受访者对产品的重视程度177

图表：消费者选择影响因素分析177

图表：设计风格选择比例分析178

图表：购买途径分析178

图表：消费者价格选择分析179

图表：低收入者影响因素分析179

图表：中等收入者影响因素分析180

图表：高收入者影响因素分析180

图表：空气净化器市场品牌阶级占有率181

图表：各品牌受关注度181

图表：市场品牌认识渠道分析182

图表：市场品牌忠诚度分析182



详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/U72719W2IG.html>