

2017-2022年中国家用空气 净化器市场监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2017-2022年中国家用空气净化器市场监测及投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/U2510411UF.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2017-01-13

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2017-2022年中国家用空气净化器市场监测及投资前景研究报告》介绍了家用空气净化器行业相关概述、中国家用空气净化器产业运行环境、分析了中国家用空气净化器行业的现状、中国家用空气净化器行业竞争格局、对中国家用空气净化器行业做了重点企业经营状况分析及中国家用空气净化器产业发展前景与投资预测。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。

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

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，主要分为家用、商用、工业、楼宇。

空气净化器中有多种不同的技术和介质，使它能够向用户提供清洁和安全的空气。常用的空气净化技术有：吸附技术、负（正）离子技术、催化技术、光触媒技术、超结构光矿化技术、HEPA高效过滤技术、静电集尘技术等；材料技术主要有：光触媒、活性炭、合成纤维、HEPA高效材料、负离子发生器等。现有的空气净化器多采为复合型，即同时采用了多种净化技术和材料介质。

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调研 5

2.1 家用空气净化器行业国际市场调研 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

北美是最大空气净化器市场，年销量近450万台，欧洲市场销售量约为460万台，亚洲市场以中国和日本为主，日本2015年销量在234万台左右，中国空气净化器市场虽然普及率相当低，但在全国雾霾笼罩的大环境下，2015年销售量达到650万台。发达国家对室内空气质量的重视

与严格监测是推动市场发展的主要力量。全球空气净化器市场消费格局

资料来源：资料整理

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调研 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调研34

(2) 欧美空气净化器市场调研35

(3) 日韩空气净化器市场调研35

(4) 香港空气净化器市场调研	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
(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调研	50

3.4.1 空气净化器行业进出口市场调研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调研53

(1) 2014-2016年行业出口整体情况53

(2) 2014-2016年行业出口总额分析54

(3) 2014-2016年行业出口结构分析54

3、空气净化器行业进口市场调研56

(1) 2014-2016年行业进口整体情况56

(2) 2014-2016年行业进口总额分析56

(3) 2014-2016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调研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调研 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 家用空气净化器行业前景调研 86
- 5.4.1家用空气净化器行业前景调研分析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、企业投资前景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、企业投资前景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、企业投资前景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、企业投资前景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、企业投资前景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、企业投资前景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、企业投资前景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、企业投资前景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、企业投资前景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、企业投资前景106
- 5、企业最新动态107

第七章 关联产业分析及影响108

- 7.1 上游原料市场调研 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 2017-2022年家用空气净化器行业行业前景调研161

- 11.1 2017-2022年家用空气净化器市场趋势预测161
 - 11.1.1 2017-2022年家用空气净化器市场发展潜力161
 - 11.1.2 2017-2022年家用空气净化器市场趋势预测展望161
 - 11.1.3 2017-2022年家用空气净化器细分行业趋势预测分析162
- 11.2 2017-2022年家用空气净化器市场发展趋势预测162
 - 11.2.1 2017-2022年家用空气净化器行业发展趋势162
 - 11.2.2 2017-2022年家用空气净化器市场规模预测163
 - 11.2.3 2017-2022年家用空气净化器行业应用趋势预测163
 - 11.2.4 2017-2022年细分市场发展趋势预测164
- 11.3 2017-2022年中国家用空气净化器行业供需预测165
 - 11.3.1 2017-2022年中国家用空气净化器行业供给预测165
 - 11.3.2 2017-2022年中国家用空气净化器行业需求预测166
 - 11.3.3 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022年家用空气净化器行业投资前景及防范 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规划建设研究 180

13.1 家用空气净化器行业投资前景研究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规划建议研究	194
13.4.1 2016年家用空气净化器行业投资规划建议	194
13.4.2 2017-2022年家用空气净化器行业投资规划建议	195
13.4.3 2017-2022年细分行业投资规划建议	195

第十四章 研究结论及投资建议196

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 行业投资策略建议	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

图表目录

图表：空气净化器上下游关系链	3
图表：2013-2016年全球家用空气净化器市场需求	7
图表：2013-2016年全球家用空气净化器市场销量	8
图表：2013-2016年全球家用空气净化器市场产量	8
图表：2016年我国空气净化器行业产值分布情况	10
图表：2013-2016年全球家用空气净化器市场产量	11
图表：2013-2016年全球商用空气净化器市场产量	12
图表：2013-2016年全球工业空气净化器市场产量	12
图表：2013-2016年全球家用空气净化器市场销量	13
图表：2013-2016年全球商用空气净化器市场销量	13
图表：2013-2016年全球工业空气净化器市场销量	14

图表：2016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：2016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：2016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：2016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

图表：2014-2016年全球空气净化器销量情况35

图表：2014-2016年中国空气净化器行业市场规模分析38

图表：2014-2016年国内空气净化器市场产销分析39

图表：2016年中国空气净化器市场品牌占有率（TOP15）40

图表：2016年中国空气净化器不同净化类型产品零售量占比41

图表：2014-2016年中国空气净化器行业供给分析41

图表：2014-2016年中国空气净化器行业需求分析42

图表：2014-2016年空气净化器整体供需平衡分析42

图表：2014-2016年中国空气净化器行业工业总产值分析43

图表：2014-2016年中国空气净化器行业工业销售产值分析44

图表：2014-2016年中国空气净化器行业产销率分析44

图表：2014-2016年中国空气净化器行业销售率分析45

图表：2014-2016年中国空气净化器行业成本费用利润率分析45

图表：2014-2016年中国空气净化器行业亏损面分析46

图表：2014-2016年中国空气净化器行业应收帐款周转率分析46

略……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/U2510411UF.html>