

# 2017-2023年中国空气净化器 器市场监测及投资方向研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2017-2023年中国空气净化器市场监测及投资方向研究报告》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.cction.com/report/201709/142012.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

2014年市场规模为119.4亿元，2015年为110.5亿元，2016年达到约132亿元。

### 2014-2016年中国空气净化器行业市场规模走势

2014年国内空气净化器市场品牌数达556个，较2013年的151个增长18.21%。2015年我国空气净化器市场品牌数达到了668个。2016年行业内品牌数量达到约819个。

### 2014-2016年中国空气净化器行业品牌数量走势

中企顾问网发布的《2017-2023年中国空气净化器市场监测及投资方向研究报告》共十四章。首先介绍了空气净化器行业市场发展环境、空气净化器整体运行态势等，接着分析了空气净化器行业市场运行的现状，然后介绍了空气净化器市场竞争格局。随后，报告对空气净化器做了重点企业经营状况分析，最后分析了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 产业环境透视

#### 第一章 空气净化器行业发展综述 1

##### 第一节 空气净化器行业定义及分类 1

###### 一、行业定义 1

###### 二、行业主要产品分类 1

###### 三、行业特性及在国民经济中的地位 2

##### 第二节 最近3-5年中国空气净化器行业经济指标分析 3

###### 一、赢利性 3

###### 二、成长速度 3

###### 三、附加值的提升空间 3

###### 四、进入壁垒 / 退出机制 3

五、风险性 4

六、行业周期 4

七、竞争激烈程度指标 4

## 第二章 空气净化器行业市场环境及影响分析（PEST） 5

### 第一节 空气净化器行业政治法律环境（P） 5

一、行业管理体制分析 5

二、行业主要法律法规 5

1、《第三方治理的意见》 5

2、《中华人民共和国环境保护法》 7

3、行业主要政策动向 10

三、空气净化器行业标准 14

1、GB/T18801-2015《空气净化器》 14

2、2015-1759T-QB《空气净化器用静电式除尘过滤器》 17

3、2015-1760T-QB《空气净化器用滤网式集尘过滤器》 18

4、《乘用车内空气质量评价指南》GB/T27630 19

四、行业相关发展规划 20

1、《中国家电工业“十三五”发展指导意见》 20

2、《中国制造2025规划》 20

3、家电节能补贴政策 21

五、政策环境对行业的影响 24

### 第二节 行业经济环境分析（E） 25

一、宏观经济形势分析 25

1、GDP增长情况分析 25

2、工业经济增长分析 26

3、固定资产投资情况 26

4、工业制造业分析 27

二、宏观经济环境对行业的影响分析 29

### 第三节 行业社会环境分析（S） 29

一、空气净化器产业社会环境 29

二、社会环境对行业的影响 34

三、空气净化器产业发展对社会发展的影响 35

|                        |    |
|------------------------|----|
| 第四节 行业技术环境分析 (T)       | 35 |
| 一、空气净化器技术分析            | 35 |
| 二、空气净化器主要技术发展现状        | 39 |
| 1、滤网技术发展水平分析           | 39 |
| 2、集尘技术发展水平分析           | 40 |
| 3、光触媒技术发展水平分析          | 41 |
| 三、空气净化器技术专利分析          | 41 |
| 1、2011-2015年申请专利数量     | 41 |
| 2、空气净化技术专利申请人分析        | 41 |
| 3、空气净化技术热门专利技术分析       | 41 |
| 四、行业主要技术发展趋势           | 43 |
| 五、技术环境对行业的影响           | 44 |
| <br>                   |    |
| 第三章 国际空气净化器行业发展分析及经验借鉴 | 45 |
| 第一节 全球空气净化器市场总体情况分析    | 45 |
| 一、全球空气净化器行业的发展概况及特点    | 45 |
| 二、全球空气净化器产品市场结构        | 45 |
| 三、全球空气净化器行业竞争格局        | 46 |
| 四、全球空气净化器市场区域分布        | 46 |
| 第二节 全球主要国家(地区)市场分析     | 46 |
| 一、欧洲                   | 46 |
| 1、欧洲空气净化器行业发展概况        | 46 |
| 2、欧洲空气净化器市场结构及产销情况     | 46 |
| 3、欧洲空气净化器主要国家产品技术分析    | 47 |
| 二、美国                   | 47 |
| 1、美国空气净化器行业发展概况        | 47 |
| 2、美国空气净化器市场结构及产销情况     | 47 |
| 3、美国空气净化器行业发展前景        | 47 |
| 三、日本                   | 47 |
| 1、日本空气净化器行业发展概况        | 47 |
| 2、日本空气净化器市场结构及产销情况     | 47 |
| 3、日本空气净化器主要品牌分析        | 48 |

#### 四、韩国 48

##### 1、韩国空气净化器行业发展概况 48

##### 2、韩国空气净化器市场结构及产销情况 48

##### 3、韩国空气净化器行业发展趋势 48

#### 五、其他国家地区 49

### 第四章 中国空气净化器行业的国际比较分析 50

#### 第一节 中国空气净化器行业的国际比较分析 50

##### 一、中国空气净化器行业竞争力指标分析 50

###### 1、品牌竞争力比较 50

###### 2、产品竞争力比较 50

###### 3、技术竞争力比较 52

##### 二、空气净化器行业国际竞争力比较 53

###### 1、生产要素 53

###### 2、需求条件 53

###### 3、支援与相关产业 53

###### 4、企业战略、结构与竞争状态 54

###### 5、政府的作用 54

#### 第二节 全球空气净化器行业市场需求分析 55

##### 一、市场规模现状 55

##### 二、需求结构分析 55

##### 三、重点需求客户 55

##### 四、市场前景展望 55

#### 第三节 全球空气净化器行业市场供给分析 56

##### 一、生产规模现状 56

##### 二、市场价格走势 56

##### 三、重点厂商分布 56

### 第二部分 行业深度分析

## 第五章 我国空气净化器行业运行现状分析 57

### 第一节 我国空气净化器行业发展状况分析 57

#### 一、我国空气净化器行业发展阶段分析 57

|   |    |
|---|----|
| 二、我国空气净化器行业发展特点分析                                   | 58 |
| 三、我国空气净化器行业发展存在的问题                                  | 59 |
| 四、我国空气净化器行业发展面临的挑战                                  | 59 |
| 五、我国空气净化器行业商业模式分析                                   | 59 |
| 第二节 空气净化器行业发展现状分析                                   | 60 |
| 一、我国空气净化器行业市场规模                                     | 60 |
| 二、我国空气净化器行业发展分析                                     | 61 |
| 1、我国空气净化器行业品牌数量分析                                   | 61 |
| 2、我国空气净化器市场普及率分析                                    | 62 |
| 3、我国空气净化器行业竞争激烈程度分析                                 | 62 |
| 三、中国空气净化器企业规模分析                                     | 63 |
| 2014年我国仅有320家空气净化器企业，到2016年增长到403家企业。市场产品数量也呈现飞速增长。 |    |
| 2014-2016年中国空气净化器行业企业数量走势                           |    |
| 第三节 空气净化器市场情况分析                                     | 63 |
| 一、中国空气净化器市场总体概况                                     | 63 |
| 1、中国空气净化器市场增速放缓                                     | 63 |
| 2、中国空气净化器市场由外资主导                                    | 64 |
| 3、中国空气净化器市场面临洗牌                                     | 64 |
| 二、中国空气净化器产品市场发展分析                                   | 65 |
| 1、产品市场发展现状分析  | 65 |
| 2、产品市场销售结构分析  | 65 |
| 3、产品市场特点分析  | 66 |
| 第四节 我国空气净化器市场价格走势分析                                 | 67 |
| 一、空气净化器市场定价机制组成                                     | 67 |
| 二、空气净化器市场价格影响因素                                     | 67 |
| 三、空气净化器产品价格走势分析                                     | 68 |
| 四、2017-2023年空气净化器产品价格走势预测                           | 69 |
| 第五节 我国空气净化器行业运行指标分析                                 | 69 |
| 一、我国空气净化器行业产销分析                                     | 69 |
| 1、我国空气净化器产量及增长率分析                                   | 70 |

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 2、我国空气净化器销量及增长率分析             | 71 |
| 3、我国空气净化器行业销售额分析              | 72 |
| 4、我国空气净化器行业利润总额               | 72 |
| 二、我国空气净化器行业财务指标分析             | 73 |
| 1、行业盈利能力分析                    | 73 |
| 2、行业营运能力分析                    | 73 |
| 3、行业偿债能力分析                    | 74 |
| 4、行业成长能力分析                    | 74 |
| <br>                          |    |
| 第六章 2017-2023年我国空气净化器市场供需形势分析 | 75 |
| 第一节 空气净化器行业生产分析               | 75 |
| 一、产品及原材料进口、自有比例               | 75 |
| 二、国内产品及原材料生产基地分布              | 75 |
| 三、产品及原材料产业集群发展分析              | 75 |
| 四、原材料产能情况分析                   | 76 |
| 第二节 我国空气净化器市场供需分析             | 76 |
| 一、我国空气净化器行业供给情况               | 76 |
| 1、我国空气净化器行业供给分析               | 76 |
| 2、我国空气净化器行业产品产量分析             | 76 |
| 3、重点企业产能及占有份额                 | 77 |
| 二、我国空气净化器行业需求情况               | 78 |
| 1、2017-2023年空气净化器行业需求量预测      | 78 |
| 2、空气净化器行业产品需求结构               | 78 |
| 3、空气净化器行业需求地区差异               | 79 |
| 4、空气净化器产品功能需求预测               | 80 |
| 三、我国空气净化器行业供需平衡分析             | 80 |
| 第三节 我国空气净化器主要细分产品市场需求分析       | 80 |
| 一、车载型空气净化器市场需求分析              | 80 |
| 1、车载型空气净化器需求概况                | 80 |
| 2、车载型空气净化器需求规模分析              | 81 |
| 3、车载型空气净化器需功能需求预测             | 81 |
| 二、大中型空气净化器市场需求分析              | 83 |



- 1、大中型空气净化器需求概况 83
- 2、大中型空气净化器需求规模分析 83
- 3、大中型空气净化器功能需求预测 83
- 三、中央空调系统型空气净化器市场需求分析 84
- 1、中央空调系统型空气净化器需求概况 84
- 2、中央空调系统型空气净化器需求规模分析 84
- 3、中央空调系统型空气净化器功能需求预测 84

## 第七章 空气净化器行业进出口分析 85

### 第一节 空气净化器行业进出口市场分析 85

- 一、空气净化器行业进出口综述 85
- 1、中国空气净化器进出口的特点分析 85
- 2、中国空气净化器进出口地区分布状况 85
- 3、中国空气净化器进出口的贸易方式及经营企业分析 85
- 二、空气净化器行业进口市场分析 85
- 1、行业进口整体情况 85
- 2、行业进口总额分析 86
- 三、空气净化器行业出口市场分析 86
- 1、行业出口整体情况 86
- 2、行业出口总额分析 86
- 第二节 中国空气净化器出口面临的挑战及对策 86
- 一、中国空气净化器出口面临的挑战 86
- 二、中国空气净化器进口压力 87
- 三、中国空气净化器产品出口对策 87
- 四、空气净化器行业进出口前景及建议 87

## 第三部分 市场全景调研

### 第八章 我国空气净化器行业产业结构分析 88

#### 第一节 空气净化器行业产业链分析 88

- 一、产业链结构分析 88
- 二、主要环节的增值空间 88
- 三、产业链竞争优势 88

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 第二节 空气净化器上游行业分析       | 89  |
| 一、钢材行业发展分析            | 89  |
| 1、钢材行业运行现状分析          | 89  |
| 2、钢材行业价格趋势分析          | 90  |
| 3、钢材行业对空气净化器行业的影响     | 91  |
| 二、铜行业发展分析             | 91  |
| 1、铜行业运行现状分析           | 91  |
| 2、铜行业价格趋势分析           | 91  |
| 3、铜行业对空气净化器行业的影响      | 91  |
| 三、塑料行业发展分析            | 92  |
| 1、塑料行业运行现状分析          | 92  |
| 2、塑料行业价格趋势分析          | 93  |
| 3、塑料行业对空气净化器行业的影响     | 93  |
| 四、电子元器件行业发展分析         | 94  |
| 1、电子元器件行业运行现状分析       | 94  |
| 2、电子元器件行业价格趋势分析       | 95  |
| 3、电子元器件行业对空气净化器行业的影响  | 95  |
| 第三节 空气净化器下游产业分析       | 95  |
| 一、下游产业发展现状分析          | 95  |
| 二、下游产业市场规模分析          | 96  |
| 三、下游产业发展前景分析          | 96  |
| 四、下游产业对行业的影响          | 99  |
| 第四节 产业结构发展预测          | 99  |
| 一、产业结构调整指导政策分析        | 99  |
| 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素   | 100 |
| 三、行业参与国际竞争的战略市场定位     | 101 |
| <br>                  |     |
| 第九章 我国空气净化器细分市场分析及预测  | 103 |
| 第一节 中国空气净化器行业细分市场结构分析 | 103 |
| 一、空气净化器行业市场结构现状分析     | 103 |
| 二、空气净化器行业细分结构特征分析     | 103 |
| 三、空气净化器行业细分市场发展概况     | 104 |

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 第二节 家用空气净化器市场分析        | 105 |
| 一、家用空气净化器市场规模分析        | 105 |
| 二、家用空气净化器产销量分析         | 105 |
| 三、家用空气净化器市场需求分析        | 105 |
| 四、家用空气净化器市场发展前景        | 106 |
| 第三节 商用空气净化器市场分析        | 106 |
| 一、商用空气净化器市场规模分析        | 106 |
| 二、商用空气净化器产销量分析         | 107 |
| 三、商用空气净化器市场需求分析        | 109 |
| 四、商用空气净化器市场发展前景        | 110 |
| 第四节 工业空气净化器市场分析        | 111 |
| 一、工业空气净化器市场规模分析        | 111 |
| 二、工业空气净化器产销量分析         | 111 |
| 三、工业空气净化器市场需求分析        | 111 |
| 四、工业空气净化器市场发展前景        | 112 |
| 第五节 楼宇空气净化器市场分析        | 112 |
| 一、楼宇空气净化器市场规模分析        | 112 |
| 二、楼宇空气净化器产销量分析         | 112 |
| 三、楼宇空气净化器市场需求分析        | 113 |
| 四、楼宇空气净化器市场发展前景        | 113 |
| <br>                   |     |
| 第十章 我国空气净化器行业营销渠道及策略分析 | 114 |
| 第一节 空气净化器行业销售渠道分析      | 114 |
| 一、空气净化器线上营销渠道分析        | 114 |
| 1、线上销售额及销售量的分析         | 114 |
| 2、线上销售产品特点分析           | 114 |
| 3、线上销售发展趋势分析           | 114 |
| 二、空气净化器线下营销渠道分析        | 115 |
| 1、线下销售额及销售量的分析         | 115 |
| 2、线下销售产品特点分析           | 115 |
| 3、线下销售发展趋势分析           | 115 |
| 第二节 空气净化器行业营销策略分析      | 115 |

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| 一、网络营销策略                   | 115 |
| 二、绿色营销策略                   | 116 |
| 三、整合营销策略                   | 116 |
| 第三节 “互联网+”背景下空气净化器行业发展分析   | 117 |
| 一、中国互联网+空气净化器行业发展环境分析      | 117 |
| 1、中国电子商务发展状况分析             | 117 |
| 2、中国大数据产业发展状况分析            | 117 |
| 3、中国互联网产业发展状况分析            | 117 |
| 二、互联网+空气净化器行业技术背景分析        | 117 |
| 1、云计算技术发展现状及未来趋势分析         | 117 |
| 2、物联网技术发展现状及未来趋势分析         | 118 |
| 3、通信技术的发展现状及未来趋势分析         | 118 |
| 4、互联网相关技术对行业的影响总结          | 119 |
| 三、中国互联网+空气净化器行业商业模式创新策略    | 119 |
| 1、关于商业模式研究的基本思想介绍          | 119 |
| 2、商业模式的定义及与其他模式的比较         | 119 |
| 3、商业模式的核心构成要素及构建流程         | 119 |
| 四、中国互联网+空气净化器行业市场定位创新分析    | 120 |
| 1、中国空气净化器行业消费者特征分析         | 120 |
| 2、中国空气净化器行业企业主流的市场定位分析     | 120 |
| 3、互联网对空气净化器行业市场定位的变革分析     | 120 |
| 五、中国互联网+空气净化器行业价值主张创新分析    | 121 |
| 1、中国空气净化器行业主要的客户价值主张要素分析   | 121 |
| 2、互联网+空气净化器行业价值主张创新策略分析    | 121 |
| 3、互联网+空气净化器行业电商渠道构建策略分析    | 121 |
| 六、中国互联网+空气净化器行业客户关系创新分析    | 122 |
| 七、中国互联网+空气净化器行业收入来源创新分析    | 122 |
| 八、中国互联网+空气净化器行业合作伙伴创新分析    | 122 |
| 第四节 “互联网+”背景下空气净化器行业发展前景分析 | 123 |
| 一、“互联网+”背景下空气净化器行业面临的机遇和挑战 | 123 |
| 1、互联网+给空气净化器行业带来的突破机遇分析    | 123 |
| 2、互联网+给空气净化器行业带来的挑战分析      | 123 |

## 二、中国空气净化器行业电商发展现状及前景预测 123

- 1、中国空气净化器行业电商交易规模分析 123
- 2、中国空气净化器行业电商盈利情况分析 123
- 3、中国空气净化器行业电商市场现存问题 123
- 4、中国空气净化器行业电商市场趋势分析 124
- 5、中国空气净化器行业电商市场规模预测 124

## 第十一章 空气净化器消费者行为分析 125

### 第一节 消费者属性特征 125

- 一、消费者年龄分析 125
- 二、消费者性别分析 125
- 三、消费者学历分析 125
- 四、消费者收入水平分析 126
- 五、消费者区域分析 126

### 第二节 消费者获知渠道分析 126

- 一、广告推荐 126
- 二、朋友推荐 126
- 三、销售员推荐 126
- 四、自己了解 127

### 第三节 消费者购买行为分析 127

- 一、消费者需求特征 127
- 二、消费者购买目的 127
- 三、消费者购买驱动因素 128
- 四、消费者购买渠道分析 129

### 第四节 影响消费者购买的因素分析 130

- 一、产品价格 130
- 二、产品功能 130
- 三、产品外观 130
- 四、产品品牌 130

## 第四部分 竞争格局分析

## 第十二章 空气净化器重点省市市场分析 131

## 第一节 中国空气质量最差的省市净化器市场需求分析 131

### 一、河北省 131

1、主要污染城市空气质量发展现状 131

2、空气净化器需求规模分析 131

3、空气净化器市场发展现状 131

### 二、河南省 131

1、主要污染城市空气质量发展现状 131

2、空气净化器需求规模分析 132

3、空气净化器市场发展现状 132

### 三、长春 133

1、主要污染城市空气质量发展现状 133

2、空气净化器需求规模分析 133

3、空气净化器市场发展现状 133

### 四、哈尔滨 133

1、主要污染城市空气质量发展现状 133

2、空气净化器需求规模分析 134

3、空气净化器市场发展现状 134

### 五、沈阳 134

1、主要污染城市空气质量发展现状 134

2、空气净化器需求规模分析 134

3、空气净化器市场发展现状 135

### 六、济南 135

1、主要污染城市空气质量发展现状 135

2、空气净化器需求规模分析 135

3、空气净化器市场发展现状 135

## 第二节 空气质量最好的省市空气净化器市场销售分析 136

### 一、海南省 136

1、空气净化器市场销量分析 136

2、空气净化器市场结构特点分析 136

3、空气净化器市场发展潜力 136

### 二、福建省 136

1、空气净化器市场销量分析 136

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 2、空气净化器市场结构特点分析        | 136 |
| 3、空气净化器市场发展潜力          | 136 |
| 三、广东省                  | 137 |
| 1、空气净化器市场销量分析          | 137 |
| 2、空气净化器市场结构特点分析        | 137 |
| 3、空气净化器市场发展潜力          | 137 |
| 四、西藏                   | 137 |
| 1、空气净化器市场销量分析          | 137 |
| 2、空气净化器市场结构特点分析        | 137 |
| 3、空气净化器市场发展潜力          | 137 |
| 五、云南省                  | 138 |
| 1、空气净化器市场销量分析          | 138 |
| 2、空气净化器市场结构特点分析        | 138 |
| 3、空气净化器市场发展潜力          | 138 |
| 六、贵州                   | 138 |
| 1、空气净化器市场销量分析          | 138 |
| 2、空气净化器市场结构特点分析        | 138 |
| 3、空气净化器市场发展潜力          | 138 |
| 第三节 空气质量一般的省市空气净化器市场分析 | 139 |
| 一、北京                   | 139 |
| 1、空气净化器市场发展现状          | 139 |
| 2、空气净化器功能需求分析          | 139 |
| 3、畅销的空气净化器品牌分析         | 139 |
| 4、空气净化器市场发展前景          | 139 |
| 二、天津                   | 139 |
| 1、空气净化器市场发展现状          | 139 |
| 2、空气净化器功能需求分析          | 140 |
| 3、畅销的空气净化器品牌分析         | 140 |
| 4、空气净化器市场发展前景          | 140 |
| 三、武汉                   | 140 |
| 1、空气净化器市场发展现状          | 140 |
| 2、空气净化器功能需求分析          | 140 |

- 3、畅销的空气净化器品牌分析 140
- 4、空气净化器市场发展前景 141
- 四、西安 141
  - 1、空气净化器市场发展现状 141
  - 2、空气净化器功能需求分析 141
  - 3、畅销的空气净化器品牌分析 141
  - 4、空气净化器市场发展前景 141
- 五、太原 141
  - 1、空气净化器市场发展现状 141
  - 2、空气净化器功能需求分析 142
  - 3、畅销的空气净化器品牌分析 142
  - 4、空气净化器市场发展前景 142

### 第十三章 2017-2023年空气净化器行业竞争形势及策略 143

#### 第一节 行业总体市场竞争格局分析 143

##### 一、空气净化器行业竞争结构分析 143

- 1、现有企业间竞争 143
- 2、潜在进入者分析 144
- 3、替代品威胁分析 144
- 4、供应商议价能力 145
- 5、客户议价能力 145

##### 二、空气净化器行业企业竞争格局分析 146

- 1、不同地域企业竞争格局 146
- 2、不同规模企业竞争格局 146
- 3、不同所有制企业竞争格局 147

##### 三、空气净化器行业产品竞争格局分析 147

- 1、外资产品占市场份额分析 147
- 2、产品价格竞争分析 148
- 3、产品竞争格局变化趋势 148

##### 四、空气净化器行业品牌竞争格局分析 148

- 1、行业品牌发展现状 148
- 2、行业品牌结构分析 149



|                        |     |
|------------------------|-----|
| 3、我国市场十大品牌占市场份额分析      | 149 |
| 五、空气净化器行业厂商竞争格局分析      | 149 |
| 1、主要厂商销量分析             | 149 |
| 2、主要厂商单品关注率分析          | 150 |
| 六、空气净化器行业区域消费格局分析      | 150 |
| 第二节 中国空气净化器行业竞争格局      | 150 |
| 一、空气净化器行业集中度分析         | 150 |
| 1、市场集中度分析              | 150 |
| 2、企业集中度分析              | 150 |
| 3、区域集中度分析              | 151 |
| 4、各子行业集中度              | 152 |
| 5、集中度变化趋势              | 152 |
| 二、空气净化器行业SWOT分析        | 152 |
| 1、空气净化器行业优势分析          | 152 |
| 2、空气净化器行业劣势分析          | 153 |
| 3、空气净化器行业机会分析          | 153 |
| 4、空气净化器行业威胁分析          | 154 |
| 三、中国空气净化器行业竞争格局变化趋势    | 154 |
| <br>                   |     |
| 第十四章 空气净化器行业领先企业经营形势分析 | 155 |
| 第一节 荷兰皇家飞利浦电子公司        | 155 |
| 一、企业发展概况               | 155 |
| 二、企业经营分析               | 155 |
| 三、企业产品结构               | 155 |
| 四、企业网络分布               | 156 |
| 五、企业技术优势               | 156 |
| 六、企业主要市场分析             | 157 |
| 七、企业经营策略               | 158 |
| 八、企业发展动态               | 158 |
| 第二节 夏普商贸(中国)有限公司       | 158 |
| 一、企业发展概况               | 158 |
| 二、企业产品结构               | 160 |

|                  |     |
|------------------|-----|
| 三、企业技术水平         | 160 |
| 四、企业品牌及消费群       | 161 |
| 五、企业运营能力         | 161 |
| 六、企业销售渠道与网络      | 161 |
| 七、企业竞争优势劣势       | 162 |
| 八、企业最新发展动向       | 163 |
| 第三节 广东松下环境系统有限公司 | 163 |
| 一、企业发展概况分析       | 163 |
| 二、企业产品结构分析       | 164 |
| 三、企业技术水平分析       | 166 |
| 四、企业品牌及消费群分析     | 166 |
| 五、企业运营能力分析       | 166 |
| 六、企业销售渠道与网络      | 167 |
| 七、企业竞争优势劣势分析     | 167 |
| 八、企业最新发展动向       | 168 |
| 第四节 大金(中国)投资有限公司 | 168 |
| 一、企业发展概况分析       | 168 |
| 二、企业产品结构分析       | 169 |
| 三、企业技术水平分析       | 169 |
| 四、企业品牌及消费群分析     | 170 |
| 五、企业运营能力分析       | 170 |
| 六、企业销售渠道与网络      | 171 |
| 七、企业竞争优势劣势分析     | 171 |
| 八、企业最新发展动向       | 172 |
| 第五节 美的集团股份有限公司   | 172 |
| 一、企业发展概况         | 172 |
| 二、企业经营分析         | 173 |
| 三、企业产品结构         | 173 |
| 四、企业网络分布         | 175 |
| 五、企业技术优势         | 175 |
| 六、企业主要市场分析       | 175 |
| 七、企业经营策略         | 175 |

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 八、企业发展动态           | 176 |
| 第六节 博露雅迩（上海）商贸有限公司 | 176 |
| 一、企业发展概况           | 176 |
| 二、企业经营分析           | 176 |
| 三、企业产品结构           | 176 |
| 四、企业网络分布           | 177 |
| 五、企业技术优势           | 177 |
| 六、企业主要市场分析         | 177 |
| 七、企业经营策略           | 177 |
| 八、企业发展动态           | 178 |
| 第七节 远大空品科技有限公司     | 178 |
| 一、企业发展概况分析         | 178 |
| 二、企业产品结构分析         | 179 |
| 三、企业技术水平分析         | 180 |
| 四、企业品牌及消费群分析       | 180 |
| 五、企业运营能力分析         | 180 |
| 六、企业销售渠道与网络        | 181 |
| 七、企业竞争优劣势分析        | 181 |
| 八、企业最新发展动向         | 182 |
| 第八节 三星（中国）投资有限公司   | 183 |
| 一、企业发展概况           | 183 |
| 二、企业经营分析           | 183 |
| 三、企业产品结构           | 183 |
| 四、企业网络分布           | 183 |
| 五、企业技术优势           | 184 |
| 六、企业主要市场分析         | 186 |
| 七、企业经营策略           | 187 |
| 八、企业发展动态           | 187 |
| 第九节 霍尼韦尔（中国）有限公司   | 187 |
| 一、企业发展概况分析         | 187 |
| 二、企业产品结构分析         | 188 |
| 三、企业技术水平分析         | 189 |

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 四、企业品牌及消费群分析        | 190 |
| 五、企业运营能力分析          | 191 |
| 六、企业销售渠道与网络         | 191 |
| 七、企业竞争优势劣势分析        | 192 |
| 八、企业最新发展动向          | 192 |
| 第十节 深圳市艾吉森环保科技有限公司  | 193 |
| 一、企业发展概况            | 193 |
| 二、企业团队分析            | 193 |
| 三、企业产品结构            | 194 |
| 四、企业网络分布            | 194 |
| 五、企业技术优势            | 194 |
| 六、企业经营策略            | 194 |
| 第十一节 奥得奥科技(厦门)有限公司  | 195 |
| 一、企业发展概况            | 195 |
| 二、企业产品结构            | 195 |
| 三、企业网络分布            | 195 |
| 四、企业技术优势            | 196 |
| 五、企业主要市场分析          | 197 |
| 六、企业目标分析            | 197 |
| 七、企业理念分析            | 197 |
| 第十二节 艾美特电器(深圳)有限公司  | 197 |
| 一、企业发展概况分析          | 197 |
| 二、企业产品结构分析          | 199 |
| 三、企业技术水平分析          | 199 |
| 四、企业品牌及消费群分析        | 200 |
| 五、企业运营能力分析          | 200 |
| 六、企业销售渠道与网络         | 201 |
| 七、企业竞争优势劣势分析        | 201 |
| 八、企业最新发展动向          | 201 |
| 第十三节 上海康特环保科技发展有限公司 | 202 |
| 一、企业发展概况            | 202 |
| 二、企业经营分析            | 202 |

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 三、企业产品结构            | 202 |
| 四、企业技术优势            | 202 |
| 五、企业经营策略            | 203 |
| 六、企业发展动态            | 203 |
| 第十四节 欧乐经典（北京）科技有限公司 | 205 |
| 一、企业发展概况            | 205 |
| 二、企业产品结构            | 206 |
| 三、企业网络分布            | 206 |
| 第十五节 昆山康姆森环保科技有限公司  | 207 |
| 一、企业发展概况            | 207 |
| 二、企业经营分析            | 207 |
| 三、企业经营策略            | 207 |
| 四、企业发展动态            | 207 |
| 第十六节 青岛海尔股份有限公司     | 208 |
| 一、企业发展概况分析          | 208 |
| 二、企业产品结构分析          | 208 |
| 三、企业技术水平分析          | 209 |
| 四、企业品牌及消费群分析        | 209 |
| 五、企业运营能力分析          | 210 |
| 六、企业销售渠道与网络         | 212 |
| 七、企业竞争优势分析          | 215 |
| 八、企业最新发展动向          | 216 |
| 第十七节 上海日立家用电器有限公司   | 217 |
| 一、企业发展概况            | 217 |
| 二、企业经营分析            | 218 |
| 三、企业产品结构            | 218 |
| 四、企业主要市场分析          | 218 |
| 五、企业经营策略            | 218 |
| 第十八节 莱克电气股份有限公司     | 219 |
| 一、企业发展概况            | 219 |
| 二、企业经营分析            | 219 |
| 三、企业产品结构            | 220 |

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 四、企业网络分布              | 220 |
| 五、企业技术优势              | 220 |
| 六、企业经营策略              | 221 |
| 第十九节 安利(中国)日用品有限公司    | 221 |
| 一、企业发展概况分析            | 221 |
| 二、企业产品结构分析            | 222 |
| 三、企业技术水平分析            | 222 |
| 四、企业品牌及消费群分析          | 223 |
| 五、企业运营能力分析            | 223 |
| 六、企业销售渠道与网络           | 225 |
| 七、企业竞争优劣势分析           | 227 |
| 八、企业最新发展动向            | 229 |
| 第二十节 TCL集团股份有限公司      | 230 |
| 一、企业发展概况              | 230 |
| 二、企业经营分析              | 230 |
| 三、企业产品结构              | 231 |
| 四、企业网络分布              | 231 |
| 五、企业技术优势              | 231 |
| 六、企业经营策略              | 231 |
| 七、企业发展动态              | 232 |
| 第二十一节 北京亚都环保科技有限公司    | 232 |
| 一、企业发展概况分析            | 232 |
| 二、企业产品结构分析            | 233 |
| 三、企业技术水平分析            | 233 |
| 四、企业品牌及消费群分析          | 233 |
| 五、企业运营能力分析            | 234 |
| 六、企业销售渠道与网络           | 234 |
| 七、企业竞争优劣势分析           | 235 |
| 八、企业最新发展动向            | 236 |
| 第二十二节 江苏保丽洁环境科技股份有限公司 | 237 |
| 一、企业发展概况              | 237 |
| 二、企业经营分析              | 237 |

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 三、企业产品结构             | 237 |
| 四、企业网络分布             | 239 |
| 五、企业技术优势             | 240 |
| 六、企业经营策略             | 240 |
| 七、企业发展动态             | 241 |
| 第二十三节 富士通将军(上海)有限公司  | 241 |
| 一、企业发展概况             | 241 |
| 二、企业产品结构             | 241 |
| 三、企业技术优势             | 241 |
| 四、企业基本方针             | 242 |
| 五、企业发展动态             | 242 |
| 第二十四节 北京小米科技有限责任公司   | 242 |
| 一、企业发展概况             | 242 |
| 二、企业经营分析             | 243 |
| 三、企业产品结构             | 243 |
| 四、企业网络分布             | 244 |
| 五、企业技术优势             | 255 |
| 六、企业经营策略             | 256 |
| 七、企业发展动态             | 258 |
| 第二十五节 北京力天新园科技发展有限公司 | 259 |
| 一、企业发展概况             | 259 |
| 二、企业产品结构             | 259 |
| 三、企业网络分布             | 259 |
| 四、企业合作伙伴分析           | 260 |
| 五、企业经营策略             | 260 |
| 六、企业发展动态             | 260 |
| 第二十六节 海信集团有限公司       | 260 |
| 一、企业发展概况             | 260 |
| 二、企业经营分析             | 261 |
| 三、企业产品结构             | 261 |
| 四、企业网络分布             | 261 |
| 五、企业技术优势             | 268 |

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 六、企业主要市场分析          | 268 |
| 七、企业经营策略            | 268 |
| 八、企业发展动态            | 269 |
| 第二十七节 北京净美仕环境科技有限公司 | 270 |
| 一、企业发展概况            | 270 |
| 二、企业产品结构            | 270 |
| 三、企业网络分布            | 271 |
| 四、企业技术优势            | 271 |
| 五、企业经营策略            | 271 |
| 六、企业发展动态            | 271 |
| 第二十八节 深圳市玖木科技发展有限公司 | 272 |
| 一、企业发展概况            | 272 |
| 二、企业产品结构            | 272 |
| 三、企业技术优势            | 273 |
| 四、企业经营策略            | 273 |
| 第二十九节 珠海格力电器股份有限公司  | 274 |
| 一、企业发展概况分析          | 274 |
| 二、企业产品结构分析          | 275 |
| 三、企业技术水平分析          | 275 |
| 四、企业品牌及消费群分析        | 276 |
| 五、企业运营能力分析          | 276 |
| 六、企业销售渠道与网络         | 278 |
| 七、企业竞争优势分析          | 278 |
| 八、企业最新发展动向          | 282 |
| 第三十节 伊莱克斯(中国)电器有限公司 | 282 |
| 一、企业发展概况            | 282 |
| 二、企业经营分析            | 282 |
| 三、企业产品结构            | 282 |
| 四、企业网络分布            | 283 |
| 五、企业营销变革            | 283 |
| 六、企业营销策略            | 286 |
| 七、企业发展动态            | 288 |



## 第十五章 中国“十三五”规划前期重大课题研究分析 291

### 第一节 “十三五”宏观经济形势研究 291

- 一、 “十三五”国际环境变化及对我国经济影响 291
- 二、 “十三五”中国经济转型升级动力机制研究 292
- 三、 “十三五”经济结构调整的方向和战略举措 298
- 四、 “十三五”创新驱动战略与创新型国家建设 314
- 五、 “十三五”完善金融市场体系和风险防范研究 319

### 第二节 “十三五”产业发展形势研究 324

- 一、 “十三五”工业结构升级与布局优化研究 324
- 二、 “十三五”现代农业发展与粮食安全战略 325
- 三、 “十三五”住房保障体系与房地产发展研究 329
- 四、 “十三五”促进服务业发展重点机制研究 335
- 五、 “十三五”战略性新兴产业发展战略研究 340

### 第三节 “十三五”生态文明与环境研究 341

- 一、 “十三五”生态文明建设及制度研究 341
- 二、 “十三五”环境治理及模式创新研究 343
- 三、 “十三五”低碳经济绿色低碳发展研究 347
- 四、 “十三五”大气污染治理战略研究 350

### 第四节 “十三五”社会环境发展研究 351

- 一、 “十三五”人口发展战略政策研究 351
- 二、 “十三五”扩大消费需求增长研究 354
- 三、 “十三五”健康保障发展问题研究 355
- 四、 “十三五”公共服务和民生保障研究 357

## 第五部分 发展前景展望

## 第十六章 2017-2023年空气净化器行业前景及趋势预测 359

### 第一节 2017-2023年空气净化器市场发展前景 359

- 一、 2017-2023年空气净化器市场发展潜力 359
- 二、 2017-2023年空气净化器市场发展前景展望 360
- 三、 2017-2023年空气净化器细分行业发展前景分析 361
- 1、 家用空气净化器行业前景广阔 361

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| 2、商用空气净化器行业发展前景分析              | 361 |
| 3、工业空气净化器市场普及率提高               | 361 |
| 4、楼宇空气净化器成为楼宇开发的新趋势            | 362 |
| 第二节 2017-2023年空气净化器市场发展趋势预测    | 362 |
| 一、2017-2023年空气净化器行业发展趋势        | 362 |
| 1、技术发展趋势分析                     | 362 |
| 2、产品发展趋势分析                     | 364 |
| 二、2017-2023年空气净化器市场规模预测        | 365 |
| 1、空气净化器行业市场容量预测                | 365 |
| 2、空气净化器行业销售额预测                 | 366 |
| 三、2017-2023年空气净化器行业应用趋势预测      | 366 |
| 第三节 2017-2023年中国空气净化器行业供需预测    | 367 |
| 一、2017-2023年中国空气净化器行业供给预测      | 367 |
| 二、2017-2023年中国空气净化器行业产量预测      | 367 |
| 三、2017-2023年中国空气净化器市场销量预测      | 368 |
| 四、2017-2023年中国空气净化器行业需求预测      | 368 |
| 五、2017-2023年中国空气净化器行业供需平衡预测    | 368 |
| 六、2017-2023年中国空气净化器行业产品功能预测    | 368 |
| <br>                           |     |
| 第十七章 2017-2023年空气净化器行业投资价值评估分析 | 370 |
| 第一节 空气净化器行业投资特性分析              | 370 |
| 一、空气净化器行业进入壁垒分析                | 370 |
| 二、空气净化器行业盈利因素分析                | 371 |
| 三、空气净化器行业盈利模式分析                | 372 |
| 第二节 2017-2023年空气净化器行业发展的影响因素   | 372 |
| 一、有利因素                         | 372 |
| 二、不利因素                         | 373 |
| 第三节 2017-2023年空气净化器行业投资价值评估分析  | 374 |
| 一、行业资金渠道分析                     | 374 |
| 1、大量使用商业信用方式融资                 | 374 |
| 2、积极进行上市融资                     | 374 |
| 3、积极进行兼并收购                     | 375 |

|                 |     |
|-----------------|-----|
| 二、固定资产投资分析      | 375 |
| 三、兼并重组情况分析      | 375 |
| 四、空气净化器行业投资现状分析 | 376 |

## 第十八章 2017-2023年空气净化器行业投资机会与风险防范 377

### 第一节 2017-2023年空气净化器行业投资机会 377

|               |     |
|---------------|-----|
| 一、产业链投资机会     | 377 |
| 二、细分市场投资机会    | 377 |
| 三、重点区域投资机会    | 378 |
| 四、空气净化器行业投资机遇 | 379 |

### 第二节 2017-2023年空气净化器行业投资风险及防范 380

|               |     |
|---------------|-----|
| 一、政策风险及防范     | 380 |
| 二、技术风险及防范     | 382 |
| 三、供求风险及防范     | 384 |
| 四、宏观经济波动风险及防范 | 384 |
| 五、原材料供给风险及防范  | 384 |
| 六、产品结构风险及防范   | 384 |
| 七、其他风险及防范     | 384 |

## 第十九章 研究结论及发展建议 391 (ZY GXH)

### 第一节 空气净化器行业研究结论及建议 391

### 第二节 空气净化器子行业研究结论及建议 391

### 第三节 空气净化器行业发展建议 392

|            |              |
|------------|--------------|
| 一、行业发展策略建议 | 392          |
| 二、行业投资方向建议 | 393          |
| 三、行业投资方式建议 | 394 (ZY GXH) |

## 图表目录：

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 图表：2014-2016年中国GDP及增长率统计     | 48 |
| 图表：2016年国内生产总值统计             | 48 |
| 图表：2015年12月-2016年12月工业经济增长情况 | 49 |
| 图表：2012-2015年中国全社会固定资产投资     | 49 |

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| 图表：2016年2-12月份全社会固定资产投资分析          | 50 |
| 图表：2015年年末人口数及其构成                  | 53 |
| 图表：2011-2015年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数 | 53 |
| 图表：2011-2015年研究与实验发展经费支出           | 54 |
| 图表：2015年专利申请受理、授权和有效专利情况           | 55 |
| 图表：2011-2015年卫生技术人员人数              | 56 |
| 图表：专利产品结构示意图                       | 65 |
| 图表：2014-2016年中国空气净化器行业市场规模         | 84 |
| 图表：2014-2016年中国空气净化器行业品牌数量         | 85 |
| 图表：2014-2016年中国空气净化器行业企业数量         | 86 |
| 图表：2015-2016年中国空气净化器国内外品牌销售量份额     | 88 |
| 图表：2015-2016年中国空气净化器国内外品牌销量额份额     | 89 |
| 图表：中国空气净化器行业产品关注比例（按产品价格统计）        | 90 |
| 图表：2012-2016年中国空气净化器行业产品市场均价       | 91 |
| 图表：2017-2023年中国空气净化器行业产品市场均价预测     | 92 |
| 图表：2014-2016年中国空气净化器行业产品产销率        | 93 |
| 图表：2014-2016年中国空气净化器产量统计           | 94 |
| 图表：2014-2016年中国空气净化器销量统计           | 94 |
| 图表：2014-2016年中国空气净化器销售收入           | 95 |
| 图表：2014-2016年中国空气净化器利润总额           | 95 |

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201709/142012.html>