

2021-2027年中国商用空气 净化器产业发展现状与发展前景报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国商用空气净化器产业发展现状与发展前景报告》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.cction.com/report/202101/203389.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

商用空气净化器系列产品，因其强有力的除尘、除菌以及除味功能，适用于面积较大的办公、营业厅、机房、机场、火车站、医院、学校、餐厅、酒吧等人员较多，空间较大的公共场所，现已在全国众多地区均有应用。

随着行业的快速发展，生产空气净化器的企业越来越多，如今在品牌关注榜单中有了更多国产品牌的身影。新国标发行后，国产产品的产品力有了飞速的增长，甚至有超越外来品牌的架势。从2017年空气净化器品牌关注度排行来看，小米占据了26.7%的较大份额，排名第一；除小米外，排名第四的352占有4.9%占比，除这两个品牌有明显互联网基因除外，其余品牌都是以线下渠道铺设为主的。飞利浦、三星、霍尼韦尔、Blueair、亚都，品牌和产品都经历了市场洗礼，排名分列2、3、7、8、9位，占比较大，这也说明了用户在进行关注或者选购时，对于品牌仍有较强依赖。艾吉森、贝克艾尔等品牌，在近期宣传手笔较大，也引起了消费者足够重视，纷纷进入榜单。2017年中国空气净化器品牌关注度占比情况

中企顾问网发布的《2021-2027年中国商用空气净化器产业发展现状与发展前景报告》共十三章。首先介绍了中国商用空气净化器行业市场发展环境、商用空气净化器整体运行态势等，接着分析了中国商用空气净化器行业市场运行的现状，然后介绍了商用空气净化器市场竞争格局。随后，报告对商用空气净化器做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国商用空气净化器行业发展趋势与投资预测。您若想对商用空气净化器产业有个系统的了解或者想投资中国商用空气净化器行业，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 商用空气净化器行业概述

1.1 商用空气净化器定义

静电除尘净化技术是通过高压产生电离，让尘埃带上电荷，当带电尘埃经过高压静电电场时，根据“正负相吸”的原理，尘埃将吸附在反极性的铝片上，起着高效吸尘的作用。同时有害微生物如细菌、病毒、霉菌等在高压电离和高压静电压下也会因细胞膜扩大而死亡。商用空气净化器工作原理

预过滤器去除空气中的较大颗粒物，以延长静电吸附装置的清洗时间。

2

静电吸附装置可以吸附空气中的微小颗粒物，当空气中的微小颗粒物通过静电吸附装置时，带上正电荷后牢固地吸附到静电吸附装置的负极集尘片上。HEPA高效过滤器可以吸附空气中的微小颗粒物，当空气中的微小颗粒物通过HEPA高效过滤器时，被吸附到HEPA高效过滤器上。

3

活性炭过滤器去除空气中的有害气体，有害气体包括氨气、甲醛等。

4

紫外线杀灭空气中的各种微生物(病菌)。

5

当紫外线照射其周围的光触媒时，激活光触媒过滤器从而有效分解有害气体。

6

负离子发生器释放负离子，使空气更加清新。

1.2 商用空气净化器分类及应用

1.3 商用空气净化器产业链结构

1.4 商用空气净化器产业概述

第二章 商用空气净化器所属行业国内外市场分析

2.1 商用空气净化器行业国际市场分析

2.1.1 商用空气净化器国际市场发展历程

2.1.2 商用空气净化器国际市场需求环境

2.1.3 商用空气净化器国家市场供给分析

2.1.4 商用空气净化器国际主要国家发展分析

2.2 全球主要商用空气净化器企业产能产量分析

2.2.1 全球商用空气净化器企业产能分析

(1) 全球主要商用空气净化器企业生产布局

(2) 全球商用空气净化器企业产能及扩产计划

2.2.2 全球主要商用空气净化器企业产量分析

2.2.3 全球主要商用空气净化器企业销量分析

2.2.4 全球主要商用空气净化器企业市场占有率

2.3 商用空气净化器行业国内市场分析

- 2.3.1 商用空气净化器国内市场发展概况
- 2.3.2 商用空气净化器产品功率结构分析
- 2.3.3 商用空气净化器市场竞争格局分析
- 2.3.4 商用空气净化器国内地区格局分析
- 2.3.5 商用空气净化器市场产品格局分析
- 2.3.6 商用空气净化器市场品牌格局分析
- 2.4 商用空气净化器产品关注度分析
 - 2.4.1 商用空气净化器品牌关注度分析
 - 2.4.2 商用空气净化器产品关注度分析
 - 2.4.3 商用空气净化器价格关注度分析
- 2.5 商用空气净化器行业主流厂商对比分析
 - 2.5.1 主流厂商市售产品数量对比
 - 2.5.2 主流厂商产品的关注度对比

第三章 中国商用空气净化器行业发展现状分析

- 3.1 商用空气净化器行业发展概况
 - 3.1.1 商用空气净化器行业发展历程
 - 3.1.2 商用空气净化器市场发展分析
- 1、国际市场发展分析
 - (1) 全球商用空气净化器市场分析
 - (2) 欧美商用空气净化器市场分析
 - (3) 日韩商用空气净化器市场分析
 - (4) 香港商用空气净化器市场分析
- 2、国内市场发展分析
 - (1) 商用空气净化器所属行业发展现状
 - (2) 商用空气净化器所属行业市场规模分析
 - (3) 商用空气净化器所属行业市场产销分析
 - (4) 商用空气净化器所属行业品牌发展分析
- 3.2 商用空气净化器所属行业供需状况分析
 - 3.2.1 商用空气净化器所属行业供给状况分析
 - 3.2.2 商用空气净化器所属行业需求状况分析
 - 3.2.3 商用空气净化器所属行业整体供需平衡分析

3.2.4 主要省市供需平衡分析

3.3 商用空气净化器所属行业经济指标分析

3.3.1 商用空气净化器所属行业产销状况分析

- 1、行业工业总产值
- 2、行业工业销售产值
- 3、行业产销率

3.3.2 商用空气净化器所属行业盈利能力分析

- 1、行业销售利润率
- 2、行业成本费用利润率
- 3、行业亏损面

3.3.3 商用空气净化器所属行业运营能力分析

- 1、行业应收帐款周转率
- 2、行业总资产周转率
- 3、行业流动资产周转率

3.3.4 商用空气净化器所属行业偿债能力分析

- 1、行业资产负债比率
- 2、行业利息保障倍数

3.3.5 商用空气净化器所属行业发展能力分析

- 1、行业总资产增长率
- 2、行业利润总额增长率
- 3、行业主营业务收入增长率
- 4、行业资本保值增值率

3.4 商用空气净化器所属行业进出口市场分析

3.4.1 商用空气净化器所属行业进出口市场分析

- 1、商用空气净化器行业进出口综述
 - (1) 中国商用空气净化器进出口的特点分析
 - (2) 中国商用空气净化器进出口地区分布状况
 - (3) 中国商用空气净化器进出口的贸易方式及经营企业分析
 - (4) 中国商用空气净化器进出口政策与国际化经营
- 2、商用空气净化器行业出口市场分析
 - (1) 2014-2019年行业出口整体情况
 - (2) 2014-2019年行业出口总额分析

(3) 2014-2019年行业出口结构分析

3、商用空气净化器所属行业进口市场分析

(1) 2014-2019年行业进口整体情况

(2) 2014-2019年行业进口总额分析

(3) 2014-2019年行业进口结构分析

3.4.2 中国商用空气净化器进出口面临的挑战及对策

1、商用空气净化器进出口面临的挑战及对策

(1) 商用空气净化器进出口面临的挑战

(2) 商用空气净化器进出口策略分析

2、商用空气净化器行业进出口前景及建议

(1) 商用空气净化器进口前景及建议

(2) 商用空气净化器出口前景及建议

第四章 商用空气净化器行业运行环境分析

4.1 商用空气净化器行业政治法律环境分析

4.1.1 行业管理体制分析

4.1.2 行业主要法律法规

4.1.3 行业相关发展规划

4.2 商用空气净化器行业经济环境分析

4.2.1 国际宏观经济形势分析

4.2.2 国内宏观经济形势分析

4.2.3 产业宏观经济环境分析

4.3 商用空气净化器行业社会环境分析

4.3.1 商用空气净化器产业社会环境

4.3.2 社会环境对行业的影响

4.3.3 商用空气净化器产业发展对社会发展的影响

4.4 商用空气净化器行业技术环境分析

4.4.1 商用空气净化器技术分析

4.4.2 商用空气净化器技术发展水平

4.4.3 行业主要技术发展趋势

第五章 商用空气净化器市场分析

5.1 商用空气净化器市场分析

5.1.1 商用空气净化器概况

- 1、商用空气净化器主要分类
- 2、商用空气净化器适用场所

5.1.2 商用空气净化器市场分析

- 1、商用空气净化器发展现状
- 2、商用空气净化器市场规模

5.1.3 商用空气净化器需求分析

- 1、商用空气净化器需求分析
- 2、商用空气净化器产销规模

5.1.4 商用空气净化器投资前景

- 1、商用空气净化器投资前景分析
- 2、商用空气净化器市场规模预测

5.2 中国商用空气净化器市场供需分析

5.2.1 中国空气净化器市场需求旺盛

5.2.2 中国商用空气净化器供需分析

5.3 商用空气净化器目标市场分析

5.3.1 商用办公行业需求分析预测

5.3.2 酒店行业需求分析预测

5.3.3 医疗医院需求分析预测

5.3.4 银行客户需求分析预测

5.3.5 政府部门需求分析预测

第六章 商用空气净化器核心企业研究

6.1 亚都

6.1.1 企业发展概况

6.1.2 企业产品结构

6.1.3 企业经营情况

6.1.4 企业发展战略

6.2 夏普

6.2.1 企业发展概况

6.2.2 企业产品结构

6.2.3 企业经营情况

6.2.4 企业发展战略

6.3 美的

6.3.1 企业发展概况

6.3.2 企业产品结构

6.3.3 企业经营情况

6.3.4 企业发展战略

6.4 万利达

6.4.1 企业发展概况

6.4.2 企业产品结构

6.4.3 企业经营情况

6.4.4 企业发展战略

6.5 远大

6.5.1 企业发展概况

6.5.2 企业产品结构

6.5.3 企业经营情况

6.5.4 企业发展战略

6.6 海尔

6.6.1 企业发展概况

6.6.2 企业产品结构

6.6.3 企业经营情况

6.6.4 企业发展战略

6.7 莱克

6.7.1 企业发展概况

6.7.2 企业产品结构

6.7.3 企业经营情况

6.7.4 企业发展战略

6.8 合肥三洋

6.8.1 企业发展概况

6.8.2 企业产品结构

6.8.3 企业经营情况

6.8.4 企业发展战略

6.9 中脉生态家

6.9.1 企业发展概况

6.9.2 企业产品结构

6.9.3 企业经营情况

6.9.4 企业发展战略

6.10 TCL

6.10.1 企业发展概况

6.10.2 企业产品结构

6.10.3 企业经营情况

6.10.4 企业发展战略

第七章 关联产业分析及影响

7.1 上游原料市场分析

7.1.1 钢材

7.1.2 塑料

7.1.3 活性炭

7.2 上游市场发展分析

7.2.1 风机

7.2.2 负离子发生器

7.2.3 空气过滤器

7.3 下游领域发展分析

7.3.1 房地产投资建设分析

7.3.2 居民住宅投资建设分析

第八章 商用空气净化器营销渠道分析

8.1 商用空气净化器营销渠道现状分析

8.2 商用空气净化器电商渠道分析

8.3 商用空气净化器自建渠道策略

8.4 商用空气净化器营销渠道体系效率

第九章 商用空气净化器行业发展趋势

9.1 商用空气净化器行业发展趋势

9.2 商用空气净化器市场潜力预测

9.3 销售渠道和销售方法变化趋势

9.4 竞争格局发展趋势

9.5 进出口趋势

第十章 2021-2027年商用空气净化器行业投资前景

10.1 2021-2027年商用空气净化器市场发展前景

10.1.1 2021-2027年商用空气净化器市场发展潜力

10.1.2 2021-2027年商用空气净化器市场发展前景展望

10.1.3 2021-2027年商用空气净化器细分行业发展前景分析

10.2 2021-2027年商用空气净化器市场发展趋势预测

10.2.1 2021-2027年商用空气净化器行业发展趋势

10.2.2 2021-2027年商用空气净化器市场规模预测

10.2.3 2021-2027年商用空气净化器行业应用趋势预测

10.2.4 2021-2027年细分市场发展趋势预测

10.3 2021-2027年中国商用空气净化器行业供需预测

10.3.1 2021-2027年中国商用空气净化器行业供给预测

10.3.2 2021-2027年中国商用空气净化器行业需求预测

10.3.3 2021-2027年中国商用空气净化器供需平衡预测

10.4 影响企业生产与经营的关键趋势

10.4.1 市场整合成长趋势

10.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

10.4.3 企业区域市场拓展的趋势

10.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

10.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十一章 2021-2027年商用空气净化器行业投资机会与风险

11.1 商用空气净化器行业投融资情况

11.1.1 行业资金渠道分析

11.1.2 固定资产投资分析

11.1.3 兼并重组情况分析

11.2 2021-2027年商用空气净化器行业投资机会

- 11.2.1 产业链投资机会
- 11.2.2 细分市场投资机会
- 11.2.3 重点区域投资机会
- 11.3 2021-2027年商用空气净化器行业投资风险及防范
 - 11.3.1 政策风险及防范
 - 11.3.2 技术风险及防范
 - 11.3.3 供求风险及防范
 - 11.3.4 宏观经济波动风险及防范
 - 11.3.5 关联产业风险及防范
 - 11.3.6 产品结构风险及防范
 - 11.3.7 其他风险及防范

第十二章 商用空气净化器行业投资战略研究

- 12.1 商用空气净化器行业发展战略研究
 - 12.1.1 战略综合规划
 - 12.1.2 技术开发战略
 - 12.1.3 业务组合战略
 - 12.1.4 区域战略规划
 - 12.1.5 产业战略规划
 - 12.1.6 营销品牌战略
 - 12.1.7 竞争战略规划
- 12.2 对我国商用空气净化器品牌的战略思考
 - 12.2.1 商用空气净化器品牌的重要性
 - 12.2.2 商用空气净化器实施品牌战略的意义
 - 12.2.3 商用空气净化器企业品牌的现状分析
 - 12.2.4 我国商用空气净化器企业的品牌战略
 - 12.2.5 商用空气净化器品牌战略管理的策略
- 12.3 商用空气净化器经营策略分析
 - 12.3.1 商用空气净化器市场细分策略
 - 12.3.2 商用空气净化器市场创新策略
 - 12.3.3 品牌定位与品类规划
 - 12.3.4 商用空气净化器新产品差异化战略

12.4 商用空气净化器行业投资战略研究

12.4.1 2019年商用空气净化器行业投资战略

12.4.2 2021-2027年商用空气净化器行业投资战略

12.4.3 2021-2027年细分行业投资战略

第十三章研究结论及投资建议()

13.1 商用空气净化器行业研究结论

13.2 商用空气净化器行业投资价值评估

13.3 商用空气净化器行业投资建议

13.3.1 行业发展策略建议

13.3.2 行业投资方向建议

13.3.3 行业投资方式建议()

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202101/203389.html>