2023-2029年中国空气净化器市场评估与投资前景评估报告

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

《2023-2029年中国空气净化器市场评估与投资前景评估报告》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/202305/362976.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国空气净化器市场评估与投资前景评估报告》共十五章。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 空气净化器相关概述
1.1 空气净化器定义及分类
1.1.1 概念界定
1.1.2 产品功用
1.1.3 产品种类
1.1.4 工作原理
1.1.5 硬性指标
1.1.6 发展历程
1.2 空气净化器构成及生产成本
1.2.1 主要构成部件
1.2.2 各部件价格分析
1.2.3 成本分析总结
1.3 空气净化器保养及维护
1.3.1 产品选择原则
1.3.2 保养维护
1.3.3 滤网清洁

第二章 2019-2022年国际空气净化器市场分析

2.1 全球空气净化器市场概况
2.1.1 产品更替进程
2.1.2 市场格局分析
2.1.3 市场驱动因素
2.1.4 销售规模预测
2.2 欧美空气净化器市场分析
2.2.1 美国空气净化器市场
2.2.2 加拿大空气净化器市场
2.2.3 德国空气净化器市场
2.3 日本空气净化器市场分析
2.3.1 市场运行综况
2.3.2 市场销售规模
2.3.3 厂商竞争态势
2.3.4 产品格局分析
2.3.5 技术成果分析
2.3.6 产品研发动态

第三章 2019-2022年中国空气净化器行业发展环境
3.1 经济环境分析
3.1.1 国际经济形势分析
3.1.2 中国经济运行现状
3.1.3 中国经济发展趋势
3.1.4 居民消费支出结构
3.2 政策环境分析
3.2.1 中国环保政策制定实施概况
3.2.2 《环境空气质量标准》解读
3.2.3 中国现行空气净化器国家标准
3.2.4 中国空气净化器国标修订进展
3.2.5 空气净化器环保认证规则
3.2.6 空气净化器性能测定与评价
3.3 生态环境分析
3.3.1 室内空气污染物及主要危害

3.3.2 中国城市空气污染态势分析
3.3.3 中国空气质量指数（AQI）分析
3.3.4 中国细颗粒物（PM2.5）分析
3.3.5 中国可吸入颗粒物（PM10）分析
3.4 技术环境分析
3.4.1 主流空气净化技术介绍
3.4.2 空气净化器专利技术状况
3.4.3 中国空气净化器技术成就
3.4.4 空气净化器生产企业核心技术
3.4.5 空气净化器个性化技术发展

第四章 2019-2022年中国空气净化器市场分析
4.1 2019-2022年中国空气净化器行业基本概况
4.1.1 行业总体态势
4.1.2 行业运行现状
4.1.3 行业运行特征
4.1.4 厂商格局分析
4.1.5 区域布局状况
4.1.6 产品开发情况
4.2 2019-2022年中国空气净化器市场供需现状
4.2.1 市场供给状况
4.2.2 市场需求规模
4.2.3 市场销售格局
4.3 2019-2022年中国空气净化器市场价格行情分析
4.3.1 市场价格行情
4.3.2 价格增长态势
4.3.3 价格影响因素
4.3.4 价格走势预测
4.4 2019-2022年空气净化器电商市场发展状况
4.4.1 网购市场发展综述
4.4.2 网购市场规模分析
4.4.3 网购市场特点分析

4.4.4 网购市场产品格局
4.4.5 网购产品价格分布
4.4.6 网购产品技术类型
4.4.7 主流电商数据对比
4.5 中国空气净化器政府采购市场发展分析
4.5.1 政府采购市场规模
4.5.2 政策形势分析
4.5.3 市场开发关键
4.6 中国空气净化器市场面临的问题
4.6.1 行业存在四大突出问题
4.6.2 产品价格混乱及暴利
4.6.3 标准认证面临诸多问题
4.6.4 产品存在二次污染隐忧
4.6.5 市场虚假宣传现象严重
4.7 中国空气净化器市场发展建议
4.7.1 行业发展建议
4.7.2 企业运作策略

第五章 2019-2022年中国空气净化器市场关注度分析
5.1 2019年空气净化器市场关注度状况
5.1.1 品牌关注格局
5.1.2 产品关注格局
5.1.3 厂商关注格局
5.2 2020年空气净化器市场关注度状况
5.2.1 品牌关注格局
5.2.2 产品关注格局
5.2.3 厂商关注格局
5.3 2022年空气净化器市场关注度状况
5.3.1 品牌关注格局
5.3.2 产品关注格局
5.3.3 厂商关注格局

第六章 2019-2022年中国空气净化器用户行为分析
6.1 空气净化器用户基本特性
6.1.1 性别结构
6.1.2 年龄分布
6.1.3 所在城市空气质量状况
6.2 空气净化器用户认可度
6.2.1 产品保有量
6.2.2 技术认知度
6.3 空气净化器用户购买行为
6.3.1 主导购买原因
6.3.2 预购品牌状况
6.3.3 可接受价位
6.3.4 影响购买因素
6.3.5 选购产品看重的指标
6.3.6 后期维护态度
6.4 空气净化器用户行为调查
6.4.1 调查背景
6.4.2 用户空气污染认知情况
6.4.3 用户空气净化器认可度
6.4.4 用户空气净化器品牌倾向
6.4.5 用户空气净化器使用行为
6.4.6 用户空气净化器后期维护
6.4.7 用户空气净化器关注焦点
6.4.8 用户空气净化器需求延伸

第七章 2019-2022年车载空气净化器市场分析
7.1 车载空气净化器基本概述
7.1.1 概念界定
7.1.2 产品类型
7.1.3 消费群体
7.2 车载空气净化器需求空间
7.2.1 车内空气污染来源

7.2.2 车内空气污染现状
7.2.3 车内空气净化方式
7.3 2019-2022年车载空气净化器市场发展概况
7.3.1 行业环境分析
7.3.2 行业发展阶段
7.3.3 市场运行状况
7.3.4 销售规模分析
7.3.5 价格行情分析
7.3.6 竞争格局分析
7.4 车载空气净化器市场发展前景分析
7.4.1 行业机遇分析
7.4.2 未来增长前景
7.4.3 投资潜力分析

第八章 2019-2022年空气净化器区域市场分析
8.1 东北地区
8.1.1 长春空气净化器市场
8.1.2 哈尔滨空气净化器市场
8.1.3 沈阳空气净化器市场
8.2 华北地区
8.2.1 北京空气净化器市场
8.2.2 天津空气净化器市场
8.2.3 保定空气净化器市场
8.3 华东地区
8.3.1 青岛空气净化器市场
8.3.2 南京空气净化器市场
8.3.3 杭州空气净化器市场
8.3.4 合肥空气净化器市场
8.3.5 南昌空气净化器市场
8.4 中南地区
8.4.1 郑州空气净化器市场
8.4.2 武汉空气净化器市场

8.4.3 广州空气净化器市场
8.4.4 南宁空气净化器市场
8.4.5 海口空气净化器市场
8.5 西南地区
8.5.1 成都空气净化器市场
8.5.2 重庆空气净化器市场
8.5.3 昆明空气净化器市场
8.6 西北地区
8.6.1 西安空气净化器市场
8.6.2 兰州空气净化器市场
8.6.3 西宁空气净化器市场

第九章 2019-2022年空气净化器原材料及设备供应分析
9.1 2019-2022年空气净化器上游原材料市场分析
9.1.1 钢材市场运行状况
9.1.2 铜材市场运行状况
9.1.3 铝材市场运行状况
9.2 2019-2022年空气净化器关键部件——空气过滤器（滤网）
9.2.1 行业供需概况
9.2.2 市场格局分析
9.2.3 价格行情分析
9.2.4 未来前景分析
9.3 2019-2022年空气净化器其他构成部件
9.3.1 微风扇
9.3.2 水箱
9.3.3 智能监测系统
9.3.4 负离子发生器

第十章 国外空气净化器行业领先企业运营分析
10.1 飞利浦
10.1.1 企业发展概况
10.1.2 主营业务分析

10.1.3 经营状况分析
10.1.4 空气净化器业务状况
10.1.5 企业发展战略
10.2 伊莱克斯
10.2.1 企业发展概况
10.2.2 主营业务分析
10.2.3 经营状况分析
10.2.4 空气净化器业务状况
10.2.5 企业发展战略
10.3 霍尼韦尔
10.3.1 企业发展概况
10.3.2 主营业务分析
10.3.3 经营状况分析
10.3.4 空气净化器业务状况
10.3.5 企业发展战略
10.4 夏普
10.4.1 企业发展概况
10.4.2 主营业务分析
10.4.3 经营状况分析
10.4.4 空气净化器业务状况
10.4.5 企业发展战略
10.5 松下
10.5.1 企业发展概况
10.5.2 主营业务分析
10.5.3 经营状况分析
10.5.4 空气净化器业务状况
10.5.5 企业发展战略

第十一章 国内空气净化器行业标杆企业运营分析
11.1 亚都
11.1.1 企业发展概况
11.1.2 主营业务分析

11.1.3 经营状况分析
11.1.4 空气净化器业务状况
11.1.5 空气净化器技术成果
11.1.6 企业发展战略
11.2 美的
11.2.1 企业发展概况
11.2.2 主营业务分析
11.2.3 经营状况分析
11.2.4 空气净化器业务状况
11.2.5 企业发展战略
11.3 远大
11.3.1 企业发展概况
11.3.2 主营业务分析
11.3.3 经营状况分析
11.3.4 空气净化器业务状况
11.3.5 企业发展战略
11.4 格力
11.4.1 企业发展概况
11.4.2 主营业务分析
11.4.3 经营状况分析
11.4.4 空气净化器业务状况
11.4.5 企业发展战略
11.5 艾美特
11.5.1 企业发展概况
11.5.2 主营业务分析
11.5.3 经营状况分析
11.5.4 空气净化器业务状况
11.5.5 企业发展战略
11.6 万利达
11.6.1 企业发展概况
11.6.2 主营业务分析
11.6.3 经营状况分析

11.6.4 空气净化器业务状况
11.6.5 企业发展战略
11.7 SKG
11.7.1 企业发展概况
11.7.2 主营业务分析
11.7.3 经营状况分析
11.7.4 空气净化器业务状况
11.7.5 企业发展战略

第十二章 2019-2022年空气净化器市场竞争分析
12.1 2019-2022年空气净化器市场竞争态势解析
12.1.1 国外品牌主导市场
12.1.2 新军进入加剧竞争
12.1.3 日系产品份额提升
12.2 2019-2022年空气净化器品牌竞争格局分析
12.2.1 品牌阵营划分
12.2.2 品牌竞争格局
12.2.3 品牌排行情况
12.2.4 品牌渠道竞争力
12.3 空气净化器品牌竞争核心要素
12.3.1 系统培训的竞争
12.3.2 盈利模式的竞争
12.3.3 服务体系的建立
12.3.4 人才的竞争
12.3.5 渠道资源的竞争
12.3.6 质量技术保证
12.4 2019-2022年空气净化器产品竞争格局分析
12.4.1 产品美誉度评级
12.4.2 产品综合性能评比
12.4.3 不同价格区间产品比较
12.4.4 国外代表产品优劣评价
12.5 空气净化器价格分层竞争特征分析

12.5.1 2000元以下：品牌扎堆
12.5.2 2000-5000元：外资战场
12.5.3 5000-10000元：品牌集中
12.5.4 万元以上：平分秋色
12.6 空气净化器替代品竞争威胁分析
12.6.1 空调净化除菌效果分析
12.6.2 净化功能空调市场发展态势
12.6.3 净化功能空调消费者认知情况

第十三章 空气净化器市场营销分析
13.1 空气净化器目标市场定位
13.1.1 适用场所
13.1.2 适用人群
13.1.3 目标客户界定
13.1.4 目标客户需求特征
13.2 空气净化器市场销售渠道分析
13.2.1 主流销售渠道
13.2.2 推广渠道分析
13.2.3 线上渠道分析
13.2.4 社区渠道分析
13.3 空气净化器市场营销策略
13.3.1 空气净化器市场渠道选择策略
13.3.2 空气净化器消费群体定位策略
13.3.3 空气净化器市场通路开拓策略
13.3.4 空气净化器市场营销组合方案
13.4 空气净化器二三级市场开发策略
13.4.1 二三级市场进入时机选择
13.4.2 二三级市场进入渠道选择
13.4.3 二三级市场分销网络建设
13.5 空气净化器区域市场推广方案
13.5.1 广告方案
13.5.2 合作推广

13.5.3 人员直销
13.5.4 公关推广主题
13.5.5 形象展示与免费试用
13.5.6 社区推广

第十四章 空气净化器市场投资分析
14.1 投资壁垒分析
14.1.1 认证壁垒
14.1.2 商誉壁垒
14.1.3 技术壁垒
14.1.4 管理壁垒
14.2 投资风险分析
14.2.1 竞争风险
14.2.2 政策风险
14.2.3 技术风险
14.2.4 其他风险
14.3 投资机会分析
14.3.1 投资门槛低
14.3.2 投资价值高
14.3.3 投资商机分析
14.4 投资建议
14.4.1 经销商投资方向建议
14.4.2 经销商经营策略建议
14.4.3 代理商投资运营建议
14.4.4 车载市场投资经营思路

第十五章 2023-2029年中国空气净化器市场前景分析
15.1 中国空气净化器行业前景剖析
15.1.1 行业成长空间分析
15.1.2 市场需求潜力分析
15.1.3 行业发展趋势分析
15.1.4 产品发展趋势分析

15.2 2023-2029年中国空气净化器市场规模预测
15.2.1 影响中国空气净化器市场发展因素分析
15.2.2 2023-2029年空气净化器行业产品产量预测分析
15.2.3 2023-2029年空气净化器市场销量规模预测分析
15.2.4 2023-2029年空气净化器市场销售金额预测分析
15.3 未来空气净化器研发方向分析
15.3.1 降低净化器生成臭氧浓度
15.3.2 提高空气净化效果
15.3.3 提高控制技术
15.3.4 提高使用寿命
附录：
附录一：空气净化器GB/T18801-2008
附录二：空气净化器环保认证规则

部分图表目录

图表 空气净化器构成部件
图表 空气过滤器（滤网）
图表 水箱
图表 负离子发生器与高压电路
图表 空气净化器滤网清洁说明
图表 2019-2022年国内生产总值增长速度（累计同比）
图表 2019-2022年规模以上工业增加值增速（月度同比）
图表 2019-2022年固定资产投资（不含农户）增速（累计同比）
图表 2019-2022年居民消费价格上涨情况（月度同比）
图表 2019-2022年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）
图表 2019-2022年农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）
图表 2019-2022年城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比）
图表 2019-2022年国内生产总值增长速度（累计同比）
图表 2019-2022年规模以上增加值增速（月度同比）
图表 2019-2022年固定资产投资（不含农户）增速（累计同比）
图表 2019-2022年房地产开发投资增速（累计同比）
图表 2019-2022年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

图表 2019-2022年节能环保行业政策体系
图表 空气质量新标准中污染物基本项目浓度限值
图表 空气质量指数级相关信息
图表 WHO发布的全球空气质量标准颗粒物限值
图表 我国空气质量标准中颗粒物浓度限值演变历程
图表 我国空气净化器产品产量
图表 中国空气净化器市场销售量及其增长速度
图表 空气净化器市场销售情况
图表 空气净化器市场零售量排名前十品牌竞争格局
图表 分过滤种类零售量市场格局变化
更多图表见正文.....

详细请访问：http://www.cction.com/report/202305/362976.html