

# 2022-2027年中国空气净化器行业市场运行现状及 投资规划建设报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国空气净化器行业市场运行现状及投资规划建议报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/xiaojiadian/758415.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

从市场情况来看，2019年HEPA技术领域占有最大的市场份额，因为HEPA过滤器非常有效地捕获空气中的颗粒，例如灰尘，花粉，烟雾和生物污染物。离子过滤器技术以26.5%的市场份额占比第二，空气离子发生器主要通过产生负离子，攻击有害的空气传播颗粒并将其锁定达到净化空气效果。

2019年全球空气净化器技术市场份额占比情况

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 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 2017-2021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 市场运行分析

### 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 2017-2021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（PM<sub>2.5</sub>）分析

#### 3.3.5 中国可吸入颗粒物（PM<sub>10</sub>）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 2017-2021年中国空气净化器市场分析

### 4.1 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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

就我国空气净化器价格结构而言，2020年，线上低端和高端空气净化器的销售出现增长，3000元以上产品的销售增长1.4%，1000元以下的产品的销售额上升4.6%；中端产品(1000-3000元)下降6.1%。整体来看我国3000元以上占比情况有所上升，同时1000元以下也有所提升，主要目前国内空气净化器销售渠道正在由线下逐步转为线上趋势，高端产品渗透仍有待提高，消费者习惯仍需持续培育。

#### 2020年中国空气净化器线上价格结构占比情况

#### 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 2017-2021年空气净化器电商市场发展状况

### 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

### 4.7 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 2019-2021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 2021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 2017-2021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分析

#### 6.4.1 背景分析

#### 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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021年空气净化器区域市场分析

#### 8.1 东北地区

#### 8.2 华北地区

#### 8.3 华东地区

#### 8.4 中南地区

#### 8.5 西南地区

#### 8.6 西北地区

### 第九章 2017-2021年空气净化器原材料及设备供应分析

#### 9.1 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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

10.2 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

10.3 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

10.4 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

10.5 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

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

11.2 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

11.3 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

11.4 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

11.5 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

11.6 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

11.7 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

第十二章 2017-2021年空气净化器市场竞争分析

12.1 2017-2021年空气净化器市场竞争态势解析

12.2 2017-2021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 2017-2021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
- 12.6 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 2022-2027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(HJ PZW)

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 2022-2027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 2022-2027年空气净化器行业产品产量预测分析

15.2.3 2022-2027年空气净化器市场销量规模预测分析

15.2.4 2022-2027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

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 2017-2021年节能环保行业政策体系

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：<https://www.huaon.com/channel/xiaojiadian/758415.html>