

# 中国空气净化器市场发展格局及投资前景规划分析报告2022-2028年

产品名称	中国空气净化器市场发展格局及投资前景规划分析报告2022-2028年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号中国铁建大厦
联系电话	010-56231698 18766830652

## 产品详情

中国空气净化器市场发展格局及投资前景规划分析报告2022-2028年\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*【报告编号】 350541【出版机构】 中研华泰研究院【出版日期】  
2022年8月【交付方式】 EMIL电子版或特快专递【报告价格】 纸质版:6500元 电子版:6800元  
纸质版+电子版:7000元【联系人员】

刘亚 免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 部分行业发展现状章  
空气净化器相关基础概述 1节 空气净化器的结构及工作原理 1一、空气净化器结构  
1二、空气净化器的工作原理 2第二节 空气净化器的分类 3一、按净化需求分类  
3二、按应用领域分类 4三、按净化方式分类 4四、负离子香薰空气净化器 6第三节  
空气净化器产业链分析 7一、行业经济特性 7二、主要细分行业 8三、产业链结构分析  
9第四节 空气净化器主要技术介绍 9一、静电除尘灭菌技术  
9二、低温非对称等离子体空气净化技术 9三、HEPA过滤技术 9四、离子风技术  
10五、负离子 11六、分子络合技术 11第五节 空气净化器的选购及保养 11第二章  
世界空气净化器行业整体运营状况分析 16节 世界空气净化器行业发展分析 16第二节  
世界空气净化器行业市场格局 20一、世界空气净化器市场特征分析  
20二、世界空气净化器技术发展现状分析 21三、世界空气净化器行业发展动态分析 21第三节  
世界主要国家及地区空气净化器行业运行态势剖析 22一、美国 22二、欧洲  
23三、日韩 23第四节 2022-2028年世界空气净化器行业发展趋势分析 24第三章  
中国空气净化器行业市场发展环境解析 25节 中国宏观经济环境分析 25一、国内GDP分析  
25二、固定资产投资 25三、社会消费品零售和城乡居民收入对比 26四、CPI和PPI分析  
29五、进出口分析 32六、中国城镇化率 34七、外汇市场分析 34第二节  
中国空气净化器市场政策环境分析 35一、空气净化器“十三五”规划解读  
35二、空气净化器国家标准 37三、环境空气质量标准 39四、其家电下乡政策分析  
40第三节 中国空气净化器市场社会环境分析 42一、人口规模分析 42二、教育程度分析  
45三、生态环境分析 45四、室内装修市场分析 50第四节  
中国家用电器工业“十三五”发展规划的建议 54一、“十三五”时期家电工业回顾  
54二、“十三五”时期面临的形势 59三、指导思想，基本原则，主要目标 62四、主要任务  
65五、主要措施 75第五节 中国空气净化器市场技术环境分析 77第四章  
中国空气净化器行业市场运行态势剖析 79节 中国空气净化器行业发展动态分析

79一、三星空气净化器获“中国家电研究院”好产品称号  
79二、奥丽思进军净水器空气净化器内销市场 81三、广交会格力空气净化器成明星展品  
82四、伊莱克斯为中国空气净化器市场带来欧洲风 83五、TCL推出空气净化器新品  
84六、松下增设马达工厂抢食空气净化器蛋糕 85第二节 中国空气净化器市场发展现状分析  
85一、中国空气净化器市场供需现状分析 85二、中国空气净化器市场价格现状及走势分析  
87三、中国空气净化器市场品牌渗透度分析 89第三节 中国空气净化器行业发展问题分析  
89一、中国空气净化器行业发展问题 89二、空气净化器进入品牌竞争时代  
91三、空气净化机如何从边缘走向流行 92第四节 我国空气净化器行业发展现状  
97一、空气净化器行业品牌发展现状 97二、空气净化器行业发展现状分析  
97三、空气净化器市场消费层次分析 98四、我国空气净化器市场走向分析 98第五节  
对中国空气净化器市场的分析及思考 100一、空气净化器市场特点 100二、空气净化市场驱动因素  
101三、空气净化器争论焦点分析 102四、对空气净化器行业的思考和探讨  
103五、对中国空气净化器品牌发展的思考 103第五章 中国空气净化器重点市场动态解析 105节  
室内空气污染源分析 105一、建筑本身造成的污染  
105二、室内装饰装修材料和过程带来的污染 107三、家具和家电带来的污染 111第二节  
空气净化器重点需求市场分析 112一、医院、病房，尤其是传染病医院 112二、疗养院  
113三、写字楼、办公室 113四、经过装修的室内 114第三节 中国空气净化器重点省市市场分析  
115一、北京空气净化器市场现状分析 115二、上海空气净化器市场动态解析  
115三、西安空气净化器市场概况分析 116第四节 中国农村市场空气净化器市场分析  
116一、农村空气净化器市场现状 116二、农场家电渠道经营新模式 117第二部分  
市场格局分析第六章 中国空气净化器市场十一大优势品牌运营态势解析 119节 亚都YADU  
119一、产品特性 119二、市场销售情况 119三、品牌竞争力分析  
120四、市场营销战略分析 123第二节 松下Panasonic 124一、产品特性  
124二、在华市场销售情况 125三、品牌竞争力分析 125四、市场营销战略分析 126第三节  
飞利浦PHILIPS 128一、产品特性 128二、在华市场销售情况 129三、品牌竞争力分析  
130四、市场营销战略分析 130第四节 夏普SHARP 131一、产品特性  
131二、在华市场销售情况 134三、品牌竞争力分析 134四、市场营销战略分析 134第五节  
Blueair瑞宝-布鲁雅尔 136一、产品特性 136二、品牌竞争力分析  
136三、市场营销战略分析 137第六节 三洋SANYO 137一、产品特性  
137二、在华市场销售情况 138三、品牌竞争力分析 138第七节 远大 139一、产品特性  
139二、市场销售情况 139三、品牌竞争力分析 139四、市场营销战略分析 141第八节  
美的Midea 142一、产品特性 142二、市场销售情况 143三、品牌竞争力分析  
143四、市场战略分析 143第九节 万利达Malata 144一、产品特性  
144二、品牌竞争力分析 145三、市场营销战略分析 145第十节 日立HITACHI  
146一、产品特性 146二、品牌竞争力分析 146三、市场营销战略分析 147第十一节  
安利Amway 149一、产品特性 149二、品牌竞争力分析 150三、市场营销战略分析  
151第七章 中国家用空气调节器制造行业主要数据监测分析 153节  
中国家用空气调节器制造行业规模分析 153一、中国家用空气调节器制造行业企业数量增长分析  
153二、中国家用空气调节器制造行业从业人数增长分析  
153三、中国家用空气调节器制造行业资产规模增长分析 154第二节  
中国家用空气调节器制造行业结构分析 154一、企业数量结构分析  
154二、销售收入结构分析 155第三节 中国家用空气调节器制造行业产值分析  
155一、中国家用空气调节器制造行业产成品增长分析  
155二、中国家用空气调节器制造行业工业销售产值分析  
156三、中国家用空气调节器制造行业出口交货值分析 156第四节  
中国家用空气调节器制造行业成本费用分析 157一、中国家用空气调节器制造行业销售成本分析  
157二、中国家用空气调节器制造行业费用分析 157第五节  
中国家用空气调节器制造行业盈利能力分析 158一、中国家用空气调节器制造行业负债分析  
158二、中国家用空气调节器制造行业盈利分析 159第八章 中国房间空气调节器产量数据统计分析  
160节 中国房间空气调节器产量数据分析 160一、房间空气调节器产量数据分析  
160二、房间空气调节器重点省市数据分析 161第二节 中国房间空气调节器产量数据分析

168一、全国房间空气调节器产量数据分析 168二、房间空气调节器重点省市数据分析  
169第三节 中国房间空气调节器产量增长性分析 170一、产量增长 170二、集中度变化  
171第九章 中国离心机；液体或气体的过滤、净化机器及装置进出口数据监测分析172节  
中国离心机；液体或气体的过滤、净化机器及装置进口数据分析 172一、进口数量分析  
172二、进口金额分析 173第二节  
中国离心机；液体或气体的过滤、净化机器及装置出口数据分析 173一、出口数量分析  
173二、出口金额分析 174第十章 中国空气净化器行业消费者调查 175节  
空气净化器消费群体偏好调查 175一、不同性别分析 175二、不同年龄消费者偏好调查  
175三、使用情况 176四、影响购买因素 177五、购买途径 178六、价格集中度  
179七、不同收入者分析 179第二节 空气净化器的品牌市场调查  
181一、消费者对空气净化器品牌认知度宏观调查 181二、消费者对空气净化器的品牌偏好调查  
181三、消费者对空气净化器品牌的首要认知渠道 182四、空气净化器品牌忠诚度调查  
182第三节 空气净化器调研分析 183一、促成消费者购买要素分析  
183二、消费者对家电产品的购买地点分析 185三、品质调查品牌排名分析 186第十一章  
中国空气净化器市场竞争格局透析 188节 行业竞争结构分析 188一、现有企业间竞争  
188二、潜在进入者分析 189三、替代品威胁分析 190四、供应商议价能力  
190五、客户议价能力 191第二节 中国空气净化器行业竞争现状 191一、品牌竞争分析  
191二、价格竞争分析 193三、中国日益竞争激烈的空气净化器市场 194第三节  
中国空气净化器行业集中度分析 195一、市场集中度分析 195二、生产企业的集中分布  
195第四节 中国空气净化器行业竞争中存的问题 196第五节 2022-2028年中国空气净化器行业竞争趋势分析  
197一、竞争趋势 197二、现有空气净化器产品竞争策略分析  
198三、潜力空气净化器品种竞争策略选择 201四、典型企业产品竞争策略分析  
206五、未来气净化器行业竞争策略分析 208第十二章 中国重点空气净化器生产企业竞争力分析  
209节 广东美的电器股份有限公司 209一、企业概况 209二、企业经营分析  
210三、企业盈利能力分析 214四、企业偿债能力分析 215五、企业运营能力分析  
215六、企业成长能力分析 216第二节 漳州万利达光催化科技有限公司 216一、企业概况  
216二、企业经营分析 217三、企业运营能力分析 218第三节  
友隆电器工业(深圳)有限公司 218一、企业概况 218二、企业经营分析 219第四节  
北京亚都空气污染治理技术有限公司 219一、企业概况 219二、企业经营分析  
220三、企业能力分析 221第五节 厦门爱美克科技有限公司 222一、企业概况  
222二、企业经营分析 223三、企业能力分析 223第六节  
宁波市镇海远大机电制造有限公司 224一、企业概况 224二、企业经营分析  
224三、企业能力分析 224第七节 深圳市鼎信科技有限公司 225一、企业概况  
225二、企业经营分析 225三、企业能力分析 226第八节 奥得奥科技(厦门)有限公司  
226一、企业概况 226二、企业经营分析 227三、企业能力分析 227第九节  
上海新华舒普净化技术有限公司 229一、企业概况 229二、企业经营分析  
230三、企业盈利能力分析 235四、企业偿债能力分析 236五、企业运营能力分析  
236六、企业成长能力分析 237第十节 格力电器股份有限公司 237一、企业概况  
237二、企业经营分析 238三、企业盈利能力分析 242四、企业偿债能力分析  
243五、企业运营能力分析 243六、企业成长能力分析 244第三部分  
行业投资前景预测第十三章 2022-2028年中国空气净化器行业发展前景及趋势预测分析 245节  
2022-2028年中国空气净化器行业发展前景分析 245一、中国空气净化器行业阶段分析  
245二、中国市场潜力分析 245三、空气净化器行业前景分析 247第二节  
2022-2028年中国空气净化器行业发展趋势分析 247一、空气净化器行业发展趋势分析  
247二、空气净化器市场发展趋势分析 248三、空气净化器产品自身趋势分析  
248四、空气净化器技术发展趋势分析 250第三节 2022-2028年中国空气净化器行业市场预测分析  
252一、空气净化器行业市场产量预测分析 252二、空气净化器行业市场销量预测分析  
252第四节 2022-2028年中国空气净化器市场盈利预测分析 253第四部分 行业投资战略分析第十四章  
2022-2028年中国空气净化器行业投资机会与风险规避指引 254节  
中国空气净化器行业投资周期分析 254一、经济周期 254二、增长性与波动性  
254三、成熟度分析 255第二节 2022-2028年中国空气净化器行业投资机会分析

255一、投资吸引力分析 255二、投资潜力分析 256第三节  
2022-2028年中国空气净化器行业投资风险预警 257一、政策风险及防范  
257二、技术风险及防范 258三、金融风险及防范 260四、贸易风险及防范  
263五、财务分析及防范 266第十五章 空气净化器行业投资战略研究 271节  
空气净化器行业发展战略研究 271一、战略综合规划 271二、技术开发战略  
271三、业务组合战略 276四、区域战略规划 278五、产业战略规划  
288六、营销品牌战略 289七、竞争战略规划 291八、信息化战略规划 292第二节  
我国空气净化器品牌战略 294一、企业品牌的重要性  
294二、空气净化器实施品牌战略的意义 295三、我国空气净化器企业的品牌战略  
295四、我国空气净化器品牌的竞争趋势 296五、空气净化器品牌战略管理的策略  
296第三节 空气净化器行业投资建议 298 图表目录  
图表：空气净化器工作原理  
3图表：美国空气净化器市场规模 23图表：欧洲空气净化器市场规模  
23图表：日本空气净化器市场规模 24图表：韩国空气净化器市场规模  
24图表：国内生产总值增长速度 25图表：固定资产投资（不含农户）增长速度  
26图表：我国社会消费品零售总额 27图表：我国城镇与农村社会消费品销售总额  
27图表：社会消费品零售总额名义增长速度 27图表：农村居民人均收入实际增长速度  
28图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度 28图表：国内PPI指数 29图表：国内PPI指数  
29图表：国内PPI指数 29图表：国内PPI指数 29图表：国内PPI指数  
29图表：国内PPI指数 30图表：国内PPI指数 30图表：国内PPI指数 30图表：国内PPI指数  
30图表：国内PPI指数 30图表：国内PPI指数 30图表：国内CPI同比增幅  
30图表：国内CPI同比增幅 30图表：国内CPI同比增幅 31图表：国内CPI同比增幅  
31图表：国内CPI同比增幅 31图表：国内CPI同比增幅 31图表：国内CPI同比增幅  
31图表：国内CPI同比增幅 31图表：国内CPI同比增幅 31图表：国内CPI同比增幅  
31图表：国内CPI同比增幅 32图表：国内CPI同比增幅 32图表：我国出口贸易总额  
32图表：我国进口贸易总额 33图表：我国对外贸易总额及其变化 33图表：我国城镇化水平  
34图表：我国人口规模 43图表：我国人口规模 43图表：我国净增人口及增长率  
43图表：我国人口年龄结构比例 44图表：我国城镇常与农村常住人口  
45图表：我国空气净化器的销量 86图表：我国空气净化器零售额  
86图表：我国家用空气调节制造企业数量 153图表：我国家用空气调节制造行业从业人员数量  
153图表：我国家用空气调节制造行业资产规模 154图表：我国家用空气调节器制造行业企业规模结构  
154图表：我国家用空气调节器制造行业企业收入结构 155图表：我国家用空气调节器行业产成品数量  
155图表：我国家用空气调节器行业工业生产销售产值  
156图表：我国家用空气调节器行业出口交货值 156图表：我国家用空气调节器行业销售成本  
157图表：我国家用空气调节器行业费用 157图表：我国家用空气调节器行业管理费用  
158图表：我国家用空气调节器行业负债规模 158图表：我国家用空气调节器行业负债规模  
159图表：房间空气调节器产量规模及增速 160图表：上海房间空气调节器产量规模及增速  
161图表：辽宁房间空气调节器产量规模及增速 161图表：天津房间空气调节器产量规模及增速  
162图表：江苏房间空气调节器产量规模及增速 162图表：浙江房间空气调节器产量规模及增速  
163图表：安徽房间空气调节器产量规模及增速 163图表：江西房间空气调节器产量规模及增速  
164图表：山东房间空气调节器产量规模及增速 164图表：河南房间空气调节器产量规模及增速  
165图表：湖北房间空气调节器产量规模及增速 165图表：湖南房间空气调节器产量规模及增速  
166图表：广东房间空气调节器产量规模及增速 166图表：重庆房间空气调节器产量规模及增速  
167图表：四川房间空气调节器产量规模及增速 167图表：我国房间空气调节器行业产量月度增长统计  
168图表：房间空气调节器重点省市数据统计 169图表：各省市房间空气调节器产量增长速度分析  
170图表：各省市房间空气调节器产量增长速度分析 170图表：房间空气调节器各省市产量分布结构  
171图表：房间空气调节器各省市产量分布结构  
171图表：离心机；液体或气体的过滤、净化机器及装置进口数量统计  
172图表：离心机；液体或气体的过滤、净化机器及装置进口数量统计  
173图表：离心机；液体或气体的过滤、净化机器及装置出口数量统计  
173图表：离心机；液体或气体的过滤、净化机器及装置出口金额统计  
174图表：气体、液体分离及纯净设备制造出口交货值统计 174图表：不同性别消费者比例分析

175图表：不同年龄消费者比例分析 175图表：使用情况比例分析  
176图表：对产品了解情况分析 176图表：受访者对产品的重视程度  
177图表：消费者选择影响因素分析 177图表：设计风格选择比例分析  
178图表：购买途径分析 178图表：消费者价格选择分析 179图表：低收入者影响因素分析  
179图表：中等收入者影响因素分析 180图表：高收入者影响因素分析  
180图表：空气净化器市场品牌阶级占有率 181图表：各品牌受关注度  
181图表：市场品牌认识渠道分析 182图表：市场品牌忠诚度分析  
182图表：中国空气净化器市场选购产品考虑因素分布  
183图表：中国空气净化器市场主导购买因素分布 184图表：广东美的电器股份有限公司主营业务收入  
211图表：广东美的电器股份有限公司净利润 212图表：广东美的电器股份有限公司每股收益  
212图表：广东美的电器股份有限公司净资产收益率  
213图表：广东美的电器股份有限公司主营业务利润率  
213图表：广东美的电器股份有限公司净利润增长率  
213图表：广东美的电器股份有限公司主要经济指标  
214图表：广东美的电器股份有限公司盈利能力分析  
214图表：广东美的电器股份有限公司偿债能力分析  
215图表：广东美的电器股份有限公司运营能力分析  
215图表：广东美的电器股份有限公司成长能力分析 216图表：广东美的电器股份有限公司现金流分析  
216图表：厦门爱美克科技有限公司经营分析 223图表：深圳市鼎信科技有限公司经营分析  
225图表：奥得奥科技（厦门）有限公司经营分析  
227图表：山东新华医疗器械股份有限公司主营业务收入 232