2015-2020年中国空气净化 器市场监测及投资规划建议研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制 www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国空气净化器市场监测及投资规划建议研究报告》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.bosidata.com/dianqi1502/B338274CCP.html

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2024-11-25

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线:400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告目录:

- 第一部分 行业发展现状
- 第一章 空气净化器相关基础概述1
- 第一节 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 2014年世界空气净化器行业整体发展现状分析16
- 第一节 2014年世界空气净化器行业发展分析16
- 第二节 2014年世界空气净化器行业市场发展格局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 2014年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 2015-2020年世界空气净化器行业发展趋势分析24

- 第三章 2012-2014年中国空气净化器行业市场发展环境解析25
- 第一节 2012-2014年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 2014年中国空气净化器市场政策环境分析35
- 一、空气净化器"十二五"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 2012-2014年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"十二五"发展规划的建议54
- 一、"十一五"时期家电工业回顾54
- 二、"十二五"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 2014年中国空气净化器市场技术环境分析77

第四章 2014年中国空气净化器行业市场供需分析剖析79

- 第一节 2014年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 2014年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 2014年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 2014年中国空气净化器重点市场动态解析105

第一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 2014年空气净化器重点需求市场分析112
- 一、高档医院、病房,尤其是传染病医院112
- 二、高级疗养院113
- 三、高档写字楼、办公室113
- 四、经过装修的室内114
- 第三节 2014年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 2014年中国农村市场空气净化器市场分析116
- 一、农村空气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 2014年中国空气净化器市场十一大优势品牌现状分析解析119

- 第一节亚都yadu119
- 一、产品特性119
- 二、2014年市场销售情况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panasonic124
- 一、产品特性124
- 二、2014年在华市场销售情况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philips128
- 一、产品特性128
- 二、2014年在华市场销售情况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sharp131

- 一、产品特性131
- 二、2014年在华市场销售情况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sanyo137

- 一、产品特性137
- 二、2014年在华市场销售情况138
- 三、品牌竞争力分析138

第七节 远大139

- 一、产品特性139
- 二、2014年市场销售情况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midea142

- 一、产品特性142
- 二、2014年市场销售情况143
- 三、品牌竞争力分析143
- 四、市场战略分析143

第九节 万利达malata144

- 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hitachi146

- 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amway149

- 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 2009-2014年中国家用空气调节 器制造行业主要数据监测分析153

第一节 2009-2014年中国家用空气调节 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 2014年中国家用空气调节 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 2009-2014年中国家用空气调节 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---货值分析156

第四节 2009-2014年中国家用空气调节 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 2009-2014年中国家用空气调节 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 2008-2014年中国房间空气调节 器产量数据统计分析160

第一节 2008-2014年中国房间空气调节 器产量数据分析160

- 一、2008-2014年房间空气调节器产量数据分析160
- 二、2008-2014年房间空气调节 器重点省市数据分析161

第二节 2014年中国房间空气调节 器产量数据分析168

- 一、2014年全国房间空气调节器产量数据分析168
- 二、2014年房间空气调节器重点省市数据分析169

第三节 2014年中国房间空气调节 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 2006-2014年中国离心机;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

第一节 2006-2014年中国离心机;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 2006-2014年中国离心机;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

第一节 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运营状况分析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 2012-2014年中国空气净化器市场竞争格局透析188

第一节 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 2012-2014年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的空气净化器市场194
- 第三节 2012-2014年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 2012-2014年中国空气净化器行业竞争中存的问题196

第五节 2015-2020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 2012-2014年中国重点空气净化器生产企业竞争力分析209

- 第一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 行业行业前景调研分析

第十三章 2015-2020年中国空气净化器行业趋势预测及趋势预测分析245

第一节 2015-2020年中国空气净化器行业趋势预测分析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 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020年中国空气净化器市场盈利预测分析253

第四部分 行业投资规划建议分析

第十四章 2015-2020年中国空气净化器行业投资机会与风险规避指引254

第一节 2012-2014年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 2015-2020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 2015-2020年中国空气净化器行业投资前景预警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规划建议研究271

第一节 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:2014年美国空气净化器市场规模23

图表:2014年欧洲空气净化器市场规模23

图表:2014年日本空气净化器市场规模24

图表:2014年韩国空气净化器市场规模24

图表:2012-2014年国内生产总值增长速度25

图表:2014年固定资产投资(不含农户)增长速度26

图表:2012-2014年我国社会消费品零售总额27

图表:2014年我国城镇与农村社会消费品销售总额27

图表:2014年社会消费品零售总额名义增长速度27

图表:2014年农村居民人均收入实际增长速度28

图表:2014年城镇居民人均可支配收入实际增长速度28

图表: 2014年1月国内ppi指数29

图表:2014年2月国内ppi指数29

图表: 2014年3月国内ppi指数29

图表:2014年4月国内ppi指数29

图表: 2014年5月国内ppi指数29

图表: 2014年6月国内ppi指数29

图表: 2014年7月国内ppi指数30

图表: 2014年8月国内ppi指数30

图表: 2014年9月国内ppi指数30

图表:2014年10月国内ppi指数30

图表:2014年11月国内ppi指数30

图表: 2014年12月国内ppi指数30

图表:2014年1月国内cpi同比增幅30

图表:2014年2月国内cpi同比增幅30

图表:2014年3月国内cpi同比增幅31

图表:2014年4月国内cpi同比增幅31

图表: 2014年5月国内cpi同比增幅31

图表:2014年6月国内cpi同比增幅31

图表:2014年7月国内cpi同比增幅31

图表:2014年8月国内cpi同比增幅31

图表: 2014年9月国内cpi同比增幅31

图表:2014年10月国内cpi同比增幅31

图表:2014年11月国内cpi同比增幅32

图表:2014年12月国内cpi同比增幅32

图表:2012-2014年我国出口贸易总额32

图表: 2012-2014年我国进口贸易总额33

图表:2012-2014年我国对外贸易总额及其变化33

图表: 2009-2014年我国城镇化水平34

图表: 2012-2014年我国人口规模43

图表: 2012-2014年我国人口规模43

图表:2012-2014年我国净增人口及增长率43

图表:2014年我国人口年龄结构比例44

图表:2014年我国城镇常与农村常住人口45

图表:2012-2014年我国空气净化器的销量86

图表:2012-2014年我国空气净化器零售额86

图表: 2009-2014年我国家用空气调节制造企业数量153

图表:2009-2014年我国家用空气调节制造行业从业人员数量153

图表: 2009-2014年我国家用空气调节制造行业资产规模154

图表:2014年我国家用空气调节器制造行业企业规模结构154

图表:2014年我国家用空气调节器制造行业企业收入结构155

图表:2009-2014年我国家用空气调节器行业产成品数量155

图表:2009-2014年我国家用空气调节器行业工业生产销售产值156

图表:2009-2014年我国家用空气调节器行业出---货值156

图表: 2009-2014年我国家用空气调节器行业销售成本157

图表:2009-2014年我国家用空气调节器行业费用157

图表: 2009-2014年我国家用空气调节器行业管理费用158

图表: 2009-2014年我国家用空气调节器行业负债规模158

图表: 2009-2014年我国家用空气调节器行业负债规模159

图表: 2008-2014年房间空气调节器产量规模及增速160

图表:2008-2014年上海房间空气调节器产量规模及增速161

图表:2008-2014年辽宁房间空气调节 器产量规模及增速161

图表:2008-2014年天津房间空气调节器产量规模及增速162

图表:2008-2014年江苏房间空气调节器产量规模及增速162

图表: 2008-2014年浙江房间空气调节器产量规模及增速163

图表: 2008-2014年安徽房间空气调节器产量规模及增速163

图表: 2008-2014年江西房间空气调节器产量规模及增速164

图表: 2008-2014年山东房间空气调节器产量规模及增速164

图表:2008-2014年河南房间空气调节器产量规模及增速165

图表: 2008-2014年湖北房间空气调节器产量规模及增速165

图表:2008-2012年湖南房间空气调节器产量规模及增速166

图表: 2008-2014年广东房间空气调节器产量规模及增速166

图表: 2008-2014年重庆房间空气调节器产量规模及增速167

图表: 2008-2014年四川房间空气调节器产量规模及增速167

图表:2014年我国房间空气调节器行业产量月度增长统计168

图表:2014年房间空气调节器重点省市数据统计169

图表:2012年各省市房间空气调节器产量增长速度分析170

图表:2014年各省市房间空气调节器产量增长速度分析170

图表:2012年房间空气调节器各省市产量分布结构171

图表:2014年房间空气调节器各省市产量分布结构171

图表:2006-2014年离心机;液体或气体的过滤、净化机器及装置进口数量统计172

图表:2006-2014年离心机;液体或气体的过滤、净化机器及装置进口数量统计173

图表:2006-2014年离心机;液体或气体的过滤、净化机器及装置出口数量统计173

图表:2006-2014年离心机;液体或气体的过滤、净化机器及装置出口金额统计174

图表:2014年气体、液体分离及纯净设备制造出---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

详细请访问:http://www.bosidata.com/dianqi1502/B338274CCP.html