

2015- 2020年中国空气净化器行业市场前景及投 资战略研究报告

ASKCI CONSULTING CO.,LTD

一、调研说明

中商情报网全新发布的《2015-2020年中国空气净化器行业市场前景及投资战略研究报告》主要依据国家统计局、国家发改委、商务部、中国海关、国务院发展研究中心、行业协会、工商、税务、海关、国内外相关刊物的基础信息以及行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调研资料，由中商情报网的资深专家和研究人员的分析。首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述，其次，对本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局等进行了细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，并分析相关经营财务数据。最后，对该行业未来的发展前景，投资风险及投资策略给出科学的建议。本报告是行业生产、

一、空气净化器定义	19
二、空气净化器用途	19
三、空气净化器具体分类	19
四、空气净化器主要构成	20
（一）微风扇	20
（二）滤网	20
（三）水箱	21
（四）智能监测系统	22
（五）高压电路与负离子发生器	23
第二节 空气净化器原理及构成	23
一、空气净化器工作原理	23
（一）被动式工作原理	24
（二）主动式工作原理	24
（三）混合式工作原理	24
二、空气净化器构成分析	25
三、空气净化器性能指标	25
四、空气净化器选购标准	25
第三节 空气净化器发展技术分析	26
一、空气净化器技术发展现状	26
二、空气净化器技术应用结构	26
三、主要空气净化器技术分析	27
（一）植物源	27
（二）NCCO技术	27
（三）HEPA过滤技术	28
（四）离子风技术	28
（五）臭氧技术	29
（六）紫外线技术	29
（七）光触媒技术	30

（八）玛雅蓝净化技术	30
（九）活性炭技术	30
（十）静电技术	31
第二章 中国空气净化器行业环境分析	32
第一节 2013年宏观经济环境分析	32
一、中国GDP增长情况分析	32
二、工业经济发展形势分析	33
三、社会固定资产投资分析	34
四、全社会消费品零售总额	35
五、对外贸易发展形势分析	37
第二节 空气净化器政策环境分析	38
一、行业质量标准分析	38
二、行业政策规划分析	40
三、国家环境友好汽车实施方案	40
四、空气净化器净化性能评价要求	41
第三节 空气净化器消费环境分析	42
一、城乡居民收入增长分析	42
二、居民消费价格变化分析	43
三、城乡居民消费需求分析	44
四、居民消费人群特征分析	44
第四节 空气净化器社会环境分析	45
一、大气污染物排放情况	45
（一）大气二氧化硫排放情况	45
（二）大气氮氧化物排放情况	45
二、城市大气环境质量情况	46
（一）环境空气质量总体情况	46
（二）重点城市空气质量状况	49
三、室内空气污染情况分析	50

四、 房地产 投资建设情况分析	51
五、雾霾催热空气净化器市场	52
第三章 中国空气净化器 产业 链市场分析	53
第一节 空气净化器行业上下游产业链结构	53
第二节 空气净化器行业上游原料市场分析	54
一、滤材市场发展分析	54
（一）滤材产品现状	54
（二）滤材价格分析	54
二、 塑料 市场发展分析	55
（一）塑料产量分析	55
（二）塑料价格分析	55
三、 钢材 市场发展分析	56
（一）钢材产量分析	56
（二）钢材价格分析	57
四、铜材市场发展分析	58
（一）铜材产量分析	58
（二）铜材价格分析	59
五、铝材市场发展分析	59
（一）铝材产量分析	59
（二）铝材价格分析	60
第三节 空气净化器行业下游应用市场分析	60
一、住宅地产发展分析	60
二、商业市场发展分析	62
三、 工程 行业发展分析	63
四、医疗行业发展分析	63
五、汽车行业发展分析	64
第二篇 发展现状篇	66
第四章 全球空气净化器行业市场走势分析	66

第一节 全球空气净化器市场分析	66
一、世界空气净化器的产生与发展	66
二、全球空气净化器市场普及情况	67
三、全球空气净化器销量规模分析	67
四、全球主要净化器生产厂商分析	67
五、全球空气净化器技术发展分析	69
第二节 美国空气净化器市场分析	71
一、空气净化器行业发展概况	71
二、空气净化器行业销售规模	71
三、空气净化器企业竞争情况	72
四、空气净化器市场发展前景	72
第三节 英国空气净化器市场分析	73
一、空气净化器行业发展概况	73
二、空气净化器行业销售规模	73
三、空气净化器企业竞争情况	73
四、空气净化器市场发展前景	74
第四节 日本空气净化器市场分析	74
一、空气净化器行业发展概况	74
二、空气净化器行业销售规模	75
三、空气净化器企业竞争情况	75
四、空气净化器市场发展前景	76
第五节 韩国空气净化器市场分析	76
一、空气净化器行业发展概况	76
二、空气净化器行业销售规模	77
三、空气净化器企业竞争情况	77
四、空气净化器市场发展前景	78
第五章 中国空气净化器市场发展状况分析	79
第一节 空气净化器市场乱象分析	79

一、产品乱	79
二、宣传乱	79
三、认证乱	79
四、价格乱	79
第二节 空气净化器产业发展综述	80
一、空气净化器行业发展现状	80
二、空气净化器发展驱动因素	81
（一）PM 2.5催热空气净化器	81
（二） 电子商务 催热空气净化器	82
三、空气净化器发展制约因素	82
（一）消费者意识	82
（二）产品生产技术	82
（三）产品定位问题	83
四、空气净化器行业标准亟待解决	83
第三节 空气净化器市场供需分析	84
一、空气净化器生产情况分析	84
（一）空气净化器生产规模分析	84
（二）空气净化器主要厂商分析	84
（三）空气净化器主要品牌分析	85
二、空气净化器销售市场分析	85
（一）空气净化器销售规模分析	85
（二）空气净化器市场占有率分析	86
三、空气净化器产销平衡分析	87
第四节 空气净化器进出口市场分析	87
一、空气净化器出口市场分析	88
（一）进口数量情况	88
（二）进口金额情况	88
（三）进口来源分析	88

（四）进口均价分析	90
二、空气净化器出口市场分析	90
（一）出口数量情况	90
（二）出口金额情况	90
（三）出口流向分析	91
（四）出口均价分析	92
第三篇 消费需求篇	93
第六章 中国空气净化器行业下游应用需求分析	93
第一节 家用市场应用需求分析	93
一、家用空气净化器产品分析	93
二、家用空气净化器市场规模	93
三、家用空气净化器需求前景	94
第二节 商务市场应用需求分析	94
一、商务空气净化器产品分析	94
二、商务空气净化器市场规模	94
三、商务空气净化器需求前景	95
第三节 工程行业应用需求分析	95
一、工程类空气净化器产品分析	95
二、工程类空气净化器市场规模	96
三、工程类空气净化器需求前景	96
第四节 医疗行业应用需求分析	96
一、医用空气净化器产品分析	96
二、医用空气净化器市场规模	97
三、医用空气净化器需求前景	97
第五节 汽车行业应用需求分析	98
一、车载空气净化器产品分析	98
二、车载空气净化器市场规模	98
三、车载空气净化器需求前景	98

第六节 工业车间应用需求分析	99
一、车间专用空气净化器产品分析	99
二、车间专用空气净化器市场规模	100
三、车间专用空气净化器需求前景	100
第七章 中国空气净化器行业区域市场需求分析	101
第一节 空气净化器区域市场需求分布情况	101
第二节 东北地区空气净化器市场需求分析	101
一、东北地区空气质量发展分析	101
二、东北地区空气净化器需求规模	101
三、东北地区空气净化器发展前景	102
第三节 华北地区空气净化器市场需求分析	102
一、华北地区空气质量发展分析	102
二、华北地区空气净化器发展现状	102
三、华北地区空气净化器发展前景	103
第四节 华东地区空气净化器市场需求分析	103
一、华东地区空气质量发展分析	103
二、华东地区空气净化器需求规模	104
三、华东地区空气净化器发展前景	104
第五节 华中地区空气净化器市场需求分析	105
一、华中地区空气质量发展分析	105
二、华中地区空气净化器需求规模	105
三、华中地区空气净化器发展前景	105
第六节 华南地区空气净化器市场需求分析	106
一、华南地区空气质量发展分析	106
二、华南地区空气净化器需求规模	106
三、华南地区空气净化器发展前景	107
第七节 西北部地区空气净化器市场需求分析	107
一、西北部地区空气质量发展分析	107

二、西北部地区空气净化器需求规模	108
三、西北部地区空气净化器发展前景	108
第八节 西南部地区空气净化器市场需求分析	108
一、西南部地区空气质量发展分析	108
二、西南部地区空气净化器需求规模	109
三、西南部地区空气净化器发展前景	109
第八章 中国空气净化器市场消费调研分析	110
第一节 消费者购买态度及影响分析	110
一、价格敏感程度	110
二、品牌的影响	110
三、广告的影响程度	110
四、包装的影响程度	111
第二节 空气净化器市场关注度调研分析	111
一、产品关注指数分析	111
二、产品关注格局分析	112
（一）产品关注型号排名	112
（二）产品功率关注结构	114
（三）产品价格段关注结构	115
第三节 空气净化器产品主流厂商分析	116
一、品牌关注格局	116
二、品牌市售产品量对比	117
三、品牌单品关注率对比	118
第九章 中国空气净化器行业营销策略分析	120
第一节 空气净化器行业渠道营销策略	120
一、空气净化器营销渠道分析	120
二、空气净化器渠道定位策略	122
三、空气净化器渠道建设策略	122
四、空气净化器渠道发展策略	125

五、空气净化器电商渠道策略	127
第二节 空气净化器二三级市场开发策略	128
一、二三级市场开发存在问题	128
二、二三级市场进入时机选择	129
三、二三级市场进入渠道选择	129
四、二三级市场分销网络建设	130
五、二三级市场促销推广策略	130
六、二三级市场经销商合作模式	130
七、二三级市场经销售后服务策略	131
第三节 空气净化器行业网购市场开发空间	131
一、网购市场销售规模分析	131
二、网购市场受欢迎品牌分析	132
三、网购三大电商平台热销产品	132
四、网购网购产品技术类型分析	134
五、网购主流电商数据对比分析	135
第四篇 企业竞争篇	137
第十章 中国空气净化器行业竞争格局分析	137
第一节 空气净化器行业竞争结构分析	137
一、行业内现有企业的竞争	137
二、行业新进入者威胁分析	137
三、替代产品或服务的威胁	137
四、供应商的讨价还价能力	138
五、购买者的讨价还价能力	138
第二节 行业国际竞争力影响因素分析	139
一、生产要素分析	139
二、需求条件分析	139
三、相关和支持性产业	140
四、企业的战略、结构和竞争对手	140

第三节 空气净化器行业竞争格局分析	141
一、空气净化器行业竞争现状	141
二、空气净化器企业竞争格局	141
(一) 空气净化器企业格局	141
(二) 空气净化器企业分布	142
三、空气净化器品牌竞争格局	142
第四节 空气净化器行业竞争力提升策略	143
第十一章 中国空气净化器行业企业竞争力分析	144
第一节 国外知名空气净化器企业分析	144
一、夏普	144
(一) 企业基本情况	144
(二) 企业主要产品分析	144
(三) 企业经营情况分析	146
(四) 企业在华情况分析	146
二、大金	147
(一) 企业基本情况	147
(二) 企业主要产品分析	147
(三) 企业经营情况分析	148
(四) 企业在华情况分析	148
三、飞利浦	149
(一) 企业基本情况	149
(二) 企业主要产品分析	149
(三) 企业经营情况分析	152
(四) 企业在华情况分析	152
四、松下	153
(一) 企业基本情况	153
(二) 企业主要产品分析	153
(三) 企业经营情况分析	155

(四) 企业在华情况分析	155
五、Blueair	155
(一) 企业基本情况	155
(二) 企业主要产品分析	156
(三) 企业产能产量分析	156
(四) 企业在华情况分析	156
六、伊莱克斯	157
(一) 企业基本情况	157
(二) 企业主要产品分析	157
(三) 企业经营情况分析	158
(四) 企业在华情况分析	158
七、霍尼韦尔	159
(一) 企业基本情况	159
(二) 企业主要产品分析	159
(三) 企业经营情况分析	159
(四) 企业在华情况分析	160
第二节 国内领先空气净化器企业分析	160
一、 北京 亚都空气污染治理技术有限公司	160
(一) 企业基本情况	160
(二) 企业主要产品分析	161
1、产品生产规模	161
2、产品销售规模	161
3、产品价格分析	162
(三) 企业经营情况分析	162
(四) 企业竞争优势分析	163
(五) 企业发展动态分析	163
二、奥得奥科技(厦门)有限公司	163
(一) 企业基本情况	163

(二) 企业主要产品分析	164
1、产品生产规模	164
2、产品销售规模	164
3、产品价格分析	164
(三) 企业经营情况分析	165
(四) 企业竞争优势分析	165
(五) 企业合作伙伴分析	166
三、美的集团股份有限公司	166
(一) 企业基本情况	166
(二) 企业主要产品分析	167
1、产品生产规模	167
2、产品销售规模	167
3、产品价格分析	167
(三) 企业经营情况分析	168
(四) 企业竞争优势分析	168
(五) 企业发展战略分析	169
四、远大科技集团	170
(一) 企业基本情况	170
(二) 企业主要产品分析	170
1、产品生产规模	170
2、产品销售规模	171
3、产品价格分析	172
(三) 企业经营情况分析	172
(四) 企业竞争优势分析	172
(五) 企业发展动态分析	173
五、珠海格力电器股份有限公司	173
(一) 企业基本情况	173
(二) 企业主要产品分析	174

1、产品生产规模	174
2、产品销售规模	174
3、产品价格分析	174
(三) 企业经营情况分析	175
(四) 企业竞争优势分析	175
(五) 企业发展战略分析	176
六、万利达集团有限公司	176
(一) 企业基本情况	176
(二) 企业主要产品分析	176
1、产品生产规模	176
2、产品销售规模	177
3、产品价格分析	177
(三) 企业经营情况分析	178
(四) 企业竞争优势分析	178
(五) 企业近期动态分析	179
七、 上海 新技电子有限公司	179
(一) 企业基本情况	179
(二) 企业主要产品分析	179
1、产品产销规模	179
2、产品价格分析	180
(三) 企业经营情况分析	180
(四) 企业竞争优势分析	180
(五) 企业营销网络分析	181
八、舒尔 环保 科技(合肥)有限公司	182
(一) 企业基本情况	182
(二) 企业主要产品分析	182
1、产品产销规模	182
2、产品价格分析	182

(三) 企业经营情况分析	183
(四) 企业竞争优势分析	183
(五) 企业近期动态分析	183
九、厦门美时美克空气净化有限公司	184
(一) 企业基本情况	184
(二) 企业主要产品分析	184
1、产品产销规模	184
2、产品价格分析	184
(三) 企业经营情况分析	185
(四) 企业竞争优势分析	185
(五) 企业营销网络分析	186
十、合肥荣事达三洋电器股份有限公司	186
(一) 企业基本情况	186
(二) 企业主要产品分析	186
(三) 企业经营情况分析	187
(四) 企业竞争优势分析	188
(五) 企业近期动态分析	189
十一、迪美国际集团环保科技有限公司	189
(一) 企业基本情况	189
(二) 企业主要产品分析	190
(三) 企业竞争优势分析	191
(四) 企业营销网络分析	192
(五) 企业发展战略分析	192
十二、深圳市格瑞卫康环保科技有限公司	193
(一) 企业基本情况	193
(二) 企业主要产品分析	193
(三) 企业经营情况分析	195
(四) 企业竞争优势分析	195

（五）企业发展战略分析	196
十三、艾美特电器（深圳）有限公司	197
（一）企业基本情况	197
（二）企业主要产品分析	197
（三）企业经营情况分析	198
（四）企业竞争优势分析	198
（五）企业营销渠道分析	199
十四、深圳市鼎信科技有限公司	199
（一）企业基本情况	199
（二）企业主要产品分析	200
（三）企业经营情况分析	200
（四）企业竞争优势分析	201
（五）企业营销网络分析	201
十五、深圳市沃泰克环保设备有限公司	201
（一）企业基本情况	201
（二）企业主要产品分析	201
（三）企业生产能力分析	202
（四）企业竞争优势分析	202
（五）企业营销网络分析	203
十六、莱克电器股份有限公司	203
（一）企业基本情况	203
（二）企业主要产品分析	203
（三）企业经营情况分析	204
（四）企业竞争优势分析	204
（五）企业发展战略分析	206
十七、苏州贝昂科技有限公司	207
（一）企业基本情况	207
（二）企业主要产品分析	207

(三) 企业竞争优势分析	208
(四) 企业成功案例分析	208
(五) 企业营销网络分析	209
第五篇 投资前景篇	210
第十二章 2015-2020年中国空气净化器行业发展前景与趋势分析	210
第一节 空气净化器行业前景分析	210
一、空气净化器行业驱动因素	210
二、空气净化器行业发展前景	211
三、空气净化器发展机遇分析	211
第二节 空气净化器市场发展预测	212
一、空气净化器市场供给预测分析	212
二、空气净化器市场需求预测分析	212
三、空气净化器进出口预测分析	213
第三节 空气净化器市场盈利预测	213
第十三章 2015-2020年中国空气净化器行业投资机会与风险分析	215
第一节 空气净化器行业投资特性分析	215
一、空气净化器行业投资环境分析	215
二、空气净化器行业投资壁垒分析	217
三、空气净化器行业投资区域分析	217
第二节 空气净化器行业投资机会分析	218
一、空气净化器行业投资潜力分析	218
二、空气净化器细分产品投资机会	218
(一) 活性炭过滤技术产品	218
(二) 二、三重过滤系统产品	219
(三) 中高端产品投资机会	219
第三节 空气净化器行业投资风险分析	220
一、产业政策风险	220
二、市场竞争风险	220

三、原料风险分析	221
四、技术风险分析	221
第四节 空气净化器行业投资策略分析	221
第六篇 战略咨询篇	223
第十四章 2015-2020年中国空气净化器行业发展战略研究	223
第一节 空气净化器行业发展战略研究	223
一、技术开发战略	223
二、产业战略规划	223
三、业务组合战略	224
四、营销战略规划	224
五、区域战略规划	225
六、企业信息化战略规划	225
第二节 空气净化器行业品牌战略分析	226
一、品牌的基本含义	226
二、品牌战略在企业发展中的重要性	227
三、空气净化器品牌的特性和作用	228
四、空气净化器品牌的价值战略	230
五、中国空气净化器品牌竞争趋势	230
六、空气净化器企业品牌发展战略	230
七、空气净化器行业品牌竞争策略	231
第三节 空气净化器企业经营管理策略	232
一、企业经营策略综述	232
二、企业产品经营策略	235
三、企业渠道经营策略	236
四、企业并购策略分析	236
五、企业经营管理策略	237
第十五章 2015-2020年中国空气净化器行业投资战略研究	238
第一节 新经济形势下 家电 行业投资策略	238

第二节 空气净化器行业投资战略研究	238
一、空气净化器投资形势分析	238
二、空气净化器行业投资战略	239
第三节 空气净化器发展与投资策略分析	240
一、对症下药	240
二、程序科学	240
三、控制成本	240
四、以市场为中心	241
五、讲求效益	241
六、可持续发展	241
七、遵守法律	242

图表目录

图表 1空气净化器微风扇示意图	20
图表 2空气净化器滤网示意图	21
图表 3空气净化器水箱示意图	22
图表 4空气净化器智能监控系统示意图	23
图表 5空气净化器根据工作原理分类情况	24
图表 6国内外空气净化器技术应用结构	26
图表 72008-2013年中国国内生产总值及增长变化趋势图	33
图表 82013年国内生产总值构成及增长速度统计	33
图表 92013年规模以上工业增加值及增长速度趋势图	34
图表 102008-2013年中国全社会固定资产投资增长趋势图	35
图表 112008-2013年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图	36
图表 122013年中国主要消费品零售额及增长速度统计	37
图表 132008-2013年中国进出口总额增长趋势图	38

图表 14空气净化器行业相关质量标准分析	38
图表 15汽车车内空气污染物浓度限制标准	41
图表 162008-2013年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图	42
图表 172008-2013年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图	43
图表 182013年中国居民消费价格月度变化趋势图	44
图表 192009-2013年中国二氧化硫排放量情况统计	45
图表 20中国二氧化硫排放量结构统计	45
图表 212011-2013年中国氮氧化物排放量情况统计	46
图表 22中国主要行业氮氧化物排放量统计	46
图表 23地级以上城市环境空气质量级别比较	47
图表 24中国地级以上城市二氧化硫年均浓度分布示意图	47
图表 25中国地级以上城市二氧化氮年均浓度分布示意图	48
图表 26中国地级以上城市可吸入颗粒物年均浓度分布示意图	48
图表 27中国环保重点城市空气质量级别比较	49
图表 28中国环保重点城市污染物浓度年际变化图	49
图表 292008-2014年中国房地产投资额的增长情况	51
图表 302008-2014年中国房地产房屋施工及竣工面积统计	52
图表 31空气净化器产业链示意图	53
图表 322008-2014年中国初级形态的塑料产量统计	55
图表 332008-2014年中国塑料制品产量统计	55
图表 342006-2013年中国塑料产品价格情况	56
图表 352008-2014年中国钢材产量统计	56
图表 362012-2013年中国钢材价格指数走势图	57
图表 372012-2013年中国主要品种钢材价格指数走势图	58
图表 382008-2014年中国铜材产量统计	58
图表 392014年中国各地铜材市场价格情况	59
图表 402008-2014年中国铝材产量统计	60
图表 41中国广东省铝材主要产品市场价格参考	60

图表 422006-2014年房地产开发企业住宅开发完成投资情况	61
图表 432006-2013年中国全社会商品住宅施工及竣工面积情况	61
图表 442009-2013年中国商品房销售面积情况	61
图表 452007-2013年中国房地产开发企业办公楼投资完成额变化趋势图	62
图表 462008-2013年中国办公楼施工及竣工面积统计	62
图表 472008-2014年中国医疗卫生机构数量变化趋势图	63
图表 482013-2014年中国医疗卫生机构分布情况	64
图表 492008-2013年中国民用汽车保有量统计	65
图表 50全球部分国家空气净化器普及率情况	67
图表 512008-2013年美国空气净化器销售情况	72
图表 52美国主要空气净化器厂商排名	72
图表 532007-2013年英国空气净化器销售情况	73
图表 54英国主要空气净化器厂商排名	74
图表 552007-2013年日本空气净化器销售情况	75
图表 56日本主要空气净化器厂商排名	76
图表 572007-2013年韩国空气净化器数量及金额情况	77
图表 58韩国主要空气净化器厂商排名	77
图表 592008-2013年中国空气净化器产量变化趋势图	84
图表 60中国空气净化器市场空气净化器主要品牌一览	85
图表 612008-2013年中国空气净化器零售量与零售额统计	86
图表 622013年中国空气净化器市场品牌关注比例分布图	87
图表 632009-2013年中国空气净化器进口数量统计	88
图表 642009-2013年中国空气净化器进口金额统计	88
图表 652013年中国家用型气体的过滤、净化机器及装置进口来源地情况	89
图表 662013年中国其他非家用型气体的过滤、净化机器及装置进口来源地情况	89
图表 672009-2013年中国空气净化器进口均价统计	90
图表 682009-2013年中国空气净化器出口数量统计	90
图表 692009-2013年中国空气净化器出口金额统计	91

图表 702013年中国家用型气体的过滤、净化机器及装置出口流向情况	91
图表 712013年中国其他非家用型气体的过滤、净化机器及装置出口流向情况	92
图表 722009-2013年中国空气净化器出口均价统计	92
图表 73主要空气净化器品牌产品参数汇总	93
图表 742009-2013年家用空气净化器市场规模统计	93
图表 752015-2020年家用空气净化器市场规模统计	94
图表 76主要商务用空气净化器产品参数汇总	94
图表 772009-2013年商用空气净化器市场规模统计	95
图表 782015-2020年商用空气净化器市场规模统计	95
图表 792009-2013年工程用空气净化器市场规模统计	96
图表 802015-2020年商用空气净化器市场规模统计	96
图表 81主要医疗用空气净化器产品参数汇总	97
图表 822009-2013年医疗用空气净化器市场规模统计	97
图表 832015-2020年医疗用空气净化器市场规模统计	97
图表 84主要车载空气净化器产品参数汇总	98
图表 852009-2013年车载用空气净化器市场规模统计	98
图表 862015-2020年车载用空气净化器市场规模统计	99
图表 87车间专用空气净化器产品参数分析	99
图表 882009-2013年车间用空气净化器市场规模统计	100
图表 892015-2020年车间用空气净化器市场规模统计	100
图表 902007-2013年东北地区空气净化器需求量分析	101
图表 912015-2020年东北地区空气净化器需求量预测	102
图表 922007-2013年华北地区空气净化器需求量分析	103
图表 932015-2020华北地区空气净化器需求量预测	103
图表 942007-2013年华东地区空气净化器需求量分析	104
图表 952015-2020华东地区空气净化器需求量预测	104
图表 962007-2013年华中地区空气净化器需求量分析	105
图表 972015-2020华中地区空气净化器需求量预测	106

图表 982009-2013年华南地区空气净化器需求量分析	106
图表 992015-2020华南地区空气净化器需求量预测	107
图表 1002007-2013年西北部地区空气净化器需求量分析	108
图表 1012015-2020西北部地区空气净化器需求量预测	108
图表 1022007-2013年西南部地区空气净化器需求量分析	109
图表 1032015-2020西南部地区空气净化器需求量预测	109
图表 1042014年中国空气净化器市场关注指数走势图	112
图表 1052013年中国空气净化器市场产品关注排名	113
图表 1062014年中国空气净化器市场最受关注的十款产品及主要参数	113
图表 1072013年中国空气净化器市场不同产品功率关注比例分布	114
图表 1082014年中国空气净化器市场不同功率产品关注比例分布	115
图表 1092013年中国空气净化器市场不同价格段产品关注比例分布	115
图表 1102014年中国空气净化器市场不同价格段产品关注比例分布	116
图表 1112014年中国空气净化器市场品牌关注比例	116
图表 1122013年中国空气净化器市场主流品牌市售产品数量对比	117
图表 1132014年中国空气净化器市场主流品牌市售产品数量对比	118
图表 1142013年中国空气净化器市场主流品牌单品关注率对比	118
图表 1152014年中国空气净化器市场主流品牌单品关注率对比	119
图表 116空气净化器渠道商的类别	120
图表 117家电渠道长短层级情况	121
图表 118典型家电制造企业自建渠道模式图	123
图表 119家电制造商自建渠道模式——格力销售公司	124
图表 120家电制造商自建渠道模式——海尔日日顺采购联盟	124
图表 121四种家电电商模式特点分析	127
图表 1222013年中国空气净化器线上与线下市场零售额情况	131
图表 1232013年度网购最受欢迎的空气净化器产品	132
图表 1242013年京东商城热销空气净化器排行榜	132
图表 1252013年天猫商城热销空气净化器排行榜	133

图表 1262013苏宁易购热销空气净化器排行榜	134
图表 1272013年中国空气净化器不同净化类型产品零售量占比分布	135
图表 1282013年中国各大电商3C家电网购市场份额对比	135
图表 1292013年四大电商PM2.5与空气净化器搜索次数对比	136
图表 130夏普公司部分空气净化器产品信息汇总	144
图表 131夏普公司资产及收入统计	146
图表 132夏普公司在华分布图	147
图表 133大金公司流光能空气清洁器产品图示	148
图表 134大金公司资产及收入统计	148
图表 135大金公司在华服务分布图	149
图表 136飞利浦部分空气净化器产品信息汇总	150
图表 137飞利浦公司资产及收入统计	152
图表 138松下部分空气净化器产品信息汇总	153
图表 139松下集团资产及收入统计	155
图表 140Blueair空气净化器产品统计	156
图表 141伊莱克斯空气净化器产品统计	157
图表 142伊莱克斯资产及收入统计	158
图表 143霍尼韦尔空气净化机情况统计	159
图表 144霍尼韦尔公司资产及收入统计	160
图表 145北京亚都空气污染治理技术有限公司产品列表	161
图表 1462008-2013年亚都空气净化器销售情况	161
图表 147亚都空气净化器热销产品价格统计	162
图表 148北京亚都空气污染治理技术有限公司资产及收入统计	162
图表 1492007-2013年奥得奥空气净化器销售情况	164
图表 150奥得奥空气净化器热销产品价格统计	165
图表 151奥得奥科技（厦门）有限公司资产及收入统计	165
图表 152奥得奥科技（厦门）有限公司部分合作伙伴	166
图表 1532008-2013年美的空气净化器销售情况	167

图表 154美的空气净化器热销产品价格统计	168
图表 155美的集团股份有限公司资产收入及利润统计	168
图表 156远大科技集团全国营销网络分布图	171
图表 1572008-2013年远大空气净化器销售情况	171
图表 158远大空气净化器产品价格统计	172
图表 159远大科技集团资产及收入统计	172
图表 160远大科技集团远大空气净化机	173
图表 1612010-2013年格力空气净化器销售额与销量情况	174
图表 162格力空气净化器热销产品价格统计	175
图表 163珠海格力电器股份有限公司收入及利润统计	175
图表 1642007-2013年万利达空气净化器销售情况	177
图表 165万利达空气净化器热销产品价格统计	177
图表 166万利达集团有限公司资产及收入统计	178
图表 167Neo.Tec新技空气净化器产品价格统计	180
图表 168上海新技电子有限公司资产及收入统计	180
图表 169上海新技电子有限公司全球营销网络分布图	181
图表 170舒尔空气净化器产品价格统计	182
图表 171舒尔环保科技（合肥）有限公司资产及收入统计	183
图表 172沃讯空气净化器热销产品价格统计	185
图表 173厦门美时美克空气净化有限公司资产及收入统计	185
图表 174合肥三洋帝度空气净化器产品图示	187
图表 1752009-2013合肥荣事达三洋电器股份有限公司资产及收入统计	187
图表 176迪美国际集团环保科技有限公司空气净化器产品统计	190
图表 177迪美国际集团环保科技有限公司空气净化器产品图示	191
图表 178迪美国际集团环保科技有限公司全国营销网络分布图	192
图表 179深圳市格瑞卫康环保科技有限公司空气净化器产品统计	194
图表 180深圳市格瑞卫康环保科技有限公司空气净化器产品图示	194
图表 181深圳市格瑞卫康环保科技有限公司资产及收入统计	195

图表 182深圳市格瑞卫康环保科技有限公司服务中心统计	196
图表 183艾美特电器（深圳）有限公司空气净化器产品图示	197
图表 184艾美特电器（深圳）有限公司资产及收入统计	198
图表 185深圳市鼎信科技有限公司代理空气净化器产品	200
图表 186深圳市鼎信科技有限公司资产及收入统计	200
图表 187深圳市沃泰克环保科技有限公司空气净化器产品统计	202
图表 188莱克电气股份有限公司空气净化器产品图示	204
图表 189莱克电气股份有限公司资产及收入统计	204
图表 190苏州贝昂科技有限公司空气净化器产品图示	207
图表 191苏州贝昂科技有限公司成功案例统计	208
图表 192苏州贝昂科技有限公司全国营销网络统计	209
图表 1932015-2020年中国空气净化器产量预测趋势图	212
图表 1942015-2020年中国空气净化器零售量预测趋势图	213
图表 195 “十二五”时期中国经济社会发展主要指标	216
图表 196企业品牌化过程	229

访问中商情报网：<http://www.askci.com>

报告在线阅读：<http://www.askci.com/reports/2014/09/18/105451hrrf.shtml>

□□□□□□□□

□□□□□ □□□□□ □□□□□□ □□□□□ □□□□□

□□□□□□□□

IPO□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□□□

□□□□

中商情报网产品与服务

□□□□□□

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□
□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□ □□□□□□
□□□□□□□/□□□□□/□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□/□□□□□□□□ □□□□□□□□

□□□□□□□□

□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□

□□□□□□

□□□□□□ □□□□□□
□□□□□□ □□
□□□□□□

市场调研

□□□□□□ □□□□□□ □□□□□□
□□□□□□ □□□□□□ □□□□□□
□□□□□□ □□□□□□
□□□□□□ □□□□□□

□□□□□□□□□□

□□□□ □□□□□□
□□□□ □□□□□□
□□□□ □□□□□□□□

IPO□□□□

□□□□□□□□ □□□□□□
□□□□□□□□ □□□□□□

联系人: _____ 联系电话: _____

地址/邮编: _____ 手机: _____

E-mail: _____ 传真: _____

报告名称: _____

报告格式: _____

付款方式: 银行 邮局 支票 其他 订购数量: _____ 份

请选择报告版本: _____

1 PDF电子版9000元/份 2 印刷版9000元/份 3 PDF电子版+印刷版9000元/份

总计金额: _____ 万 _____ 仟 _____ 佰 _____ 拾 _____ 元 (小写: _____ 元)

预计付款日期: _____ 年 _____ 月 _____ 日

指定账号:

开户行: 中国建设银行深圳市城建支行

开户名: 深圳中商智业投资顾问有限公司

帐号: 4420 1532 7000 5254 3607

备注: 此帐户可开具增值税专用发票

款到后, 发票随后寄发。此账号为唯一指定账号。

联系方式:

研究报告: 400-666-1917

可研报告¥商业计划书: 400-788-9700

IPO咨询专线: 400-788-9689

市场调研: 400-666-1917

产业园区咨询专线: 400-788-9700

政府投资规划咨询热线: 400-788-9700

北京: 北京市右安门外大街99号国内贸易工程设计研究院5层501室

深圳: 深圳市福田区红荔路1001号银盛大厦7层(团市委办公大楼)

香港: 香港皇后大道中183号中远大厦19楼

传真: 0755-25407715/010-83525881

网址: <http://www.askci.com>

电邮: service@askci.com

备注: 请将订阅信息填好后, 传真至我中心客服部, 款到后发票随后寄发。