



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国空气净化器行业投资分析及深度研究咨询报告

一、调研说明

《2010-2015年中国空气净化器行业投资分析及深度研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，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，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/156943.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

→内容简介

空气净化器是指能够吸附、分解或转化各种空气污染物，有效提高空气清洁度的产品，目前以清除室内空气污染的家用和商用空气净化器为主。随着环境污染的日益严重和人们环境意识的加强,空气质量已成为全世界关注的焦点。随着建筑标准的日益严格,消费者对室内空气质量越来越重视。尤其是患有过敏症、哮喘病或呼吸道疾病的人,因为空气污染影响了他们的正常生活。人们在室内度过90%的时间,而室内空气污染水平可能是室外的2—5倍。恶劣的空气质量使得哮喘和过敏症更加严重。用空气净化器除去室内空气污染物是一种有效的方法。过去一年,在全球防控甲型流感疫情和环保节能低碳行动中,我国室内环保行业的室内环境净化产品企业抓住了商机,仅北京市民家庭中的空气净化器家庭普及率达到了16%,预计在今后五年中,特别是在我国国民经济的十二五计划发展中,我国的室内空气产品市场将面临‘井喷’局面。

室内环保行业,关系到人民身体健康和安居乐业。2009年是我国室内环境保护行业的发展10周年,经历了2008年北京奥运会的检验,我国室内环境保护技术和产品已基本成熟。近年来,环境电器在中国的市场规模实现惊人的发展,但相比欧美国家,还不及其百分之一,因此潜力巨大。2009年有97.4%的被访者认为室内环境对人体造成的主要危害是导致呼吸系统疾病,而2002年仅仅有39.3%;有65.8%的被访者认为会导致白血病等血液病,而2002年仅仅有4.7%;有41%的被访者认为会致癌,而2002年仅仅有6%。消费者开始重视提高室内环境的质量。在剧烈的市场竞争中,我国传统的产品和行业的市场竞争愈加剧烈,发展和生存空间逐步缩小。而新兴的室内环保产业却具有良好的发展条件和广阔的市场前景,成为有些具有敏锐目光的投资人、创业人的发展新天地。目前,中国市场上生产空气净化器的企业有200余家,产量在800~1000万台,绝大部分供应出口,中小企业数量约占总数的64%。国内的空气净化行业仍处于品牌众多、规模偏小、秩序混乱的过程。亚都和美的是业内最有影响力的品牌。亚都在行业内深耕多年。而美的从2008年起全面杀入国内的空气净化器市场,并且最近动作频频。美的进入环境电器行业的大举动似乎已经预示了这个行业正面临着一场血雨腥风的搏杀。挟着资本的实力,有着强大的研发和创新实力,品牌作为强大的后盾,欲做整体环境电器提供商的美的,极有可能搅动目前的行业格局。有数据表明,环境电器是未来家电行业的"黑马",而美的环境电器也极可能是环境电器行业的"黑马",异军突起,一朝图谋霸业,亦未可知。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上,主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家经济信息中心、全国商业信息中心、中国家电协会、中国轻工业协会、国

内外相关报刊杂志的基础信息，对我国空气净化器行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区空气净化器市场的发展状况、空气净化器消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国空气净化器市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，是空气净化器生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前空气净化器行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

→报告目录

目 录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 空气净化器概述 1

第一节 空气净化器的定义 1

一、空气净化器的构成 1

二、空气净化器的分类 1

三、空气净化器的发展历程 3

四、空气净化器产品认证 3

第二节 空气净化器主要技术介绍 4

一、低温非对称等离子体空气净化技术 4

二、HEPA过滤技术 4

三、离子风技术 5

四、静电除尘技术 5

五、负离子 5

六、活性炭 6

七、光触媒 6

八、甲醛清除剂 7

九、分子络合技术 7

十、甲醛、苯有毒气体专用高分子吸附剂 7

十一、臭氧（活性氧技术） 8

十二、紫外线 8

十三、中草药杀菌 9

第三节 室内空气污染概述 9

一、室内空气污染分类 9

二、空气中的主要污染物及危害 10

第二章 全球空气净化器市场发展分析 13

第一节 2009-2010年全球空气净化器市场分析 13

一、2009-2010年全球家电产业发展格局分析 13

二、世界空气净化产业发展分析 16

三、2010年国际空气净化器企业在中国市场布局分析 19

第二节 主要国家地区空气净化器市场分析 21

一、2009年日本空气净化器市场分析 21

二、2010年韩国空气净化器市场分析 21

第三章 中国空气净化器行业发展现状 23

第一节 中国空气净化器产业发展现状 23

一、我国空气净化器产业发展现状 23

二、2009-2010年我国小家电行业发展分析 23

三、2009年我国空气净化器技术发展情况分析 25

四、2010年我国空气净化器行业发展环境分析 26

五、2010-2015年我国空气净化器发展前景分析 29

第二节 我国空气净化器市场分析 30

一、我国空气净化器市场现状 30

二、2009-2010年我国空气净化器市场发展分析 31

三、2009-2010年车载空气净化器市场发展分析 35

四、2010年中国空气净化器北方市场发展分析 37

五、2010-2015年空气净化器市场走向分析 38

第四章 中国空气净化器市场调查分析 40

第一节 中国消费市场环境分析 40

一、2009-2010年我国人口状况分析 40

二、2010-2015的我国汽车行业发展分析 53

三、2009-2010年我国房地产行业发展分析 74

第二节 2010年中国小家电市场消费者心理分析 87

一、小家电消费者的消费动机分析 88

二、小家电消费者的消费决策分析 89

第三节 2010年中国空气净化器市场环境分析 90

一、市场需求环境分析 90

二、市场潜量分析 91

三、竞争者分析 91

四、消费者需求分析 92

五、行业前景分析 92

第四节 2010年中国空气净化器产品调查分析 92

一、被动净化类产品分析 92

二、主动净化类产品分析 93

三、双重净化类产品分析 93

第五章 空气净化器相关行业经济运行分析 96

第一节 2009年我国空气净化器相关行业主要经济指标分析 96

一、华北地区 96

二、东北地区 99

三、华东地区 100

四、中南地区 105

五、华南地区 107

六、西南地区 108

第二节 2010年我国空气净化器相关行业主要经济指标分析 109

一、2010年上半年我国空气净化器相关行业主要经济指标分析 109

二、2010年6月我国空气净化器相关行业主要经济指标分析 124

第二部分 行业竞争格局

第六章 空气净化器行业竞争格局分析 133

第一节 2010年空气净化器生产厂商分析 133

一、2010年空气净化器国内主要生产厂商分析 133

二、2010年空气净化器国外主要生产厂商分析 134

三、2010年我国空气净化器十大品牌分析 134

第二节 2010年中国空气净化器市场占有率分析 135

- 一、2010年我国空气净化企业竞争力分析 135
- 二、2010年我国空气净化器产品畅销指数分析 136
- 三、2010年我国空气净化器市场占有率分析 137

第三节 空气净化器产业发展"波特五力模型"分析 138

- 一、"波特五力模型"介绍 138
- 二、空气净化器市场"波特五力模型"分析 143

第四节 空气净化器行业提升竞争力策略分析 144

- 一、我国小家电行业现状分析 144
- 二、提升我国空气净化器行业竞争力策略分析 145

第七章 重点空气净化器品牌竞争分析 149

第一节 亚都 149

- 一、企业概况 149
- 二、竞争优势分析 150
- 三、公司发展状况分析 151

第二节 美的 153

- 一、企业概况 153
- 二、2009-2010年财务分析 154
- 三、2009-2010年企业经营状况 159
- 四、2010年公司动态 161

第三节 松下 163

- 一、公司简介 163
- 二、企业竞争力分析 165
- 三、2009-2010年经营状况 180
- 四、2010-2015年经营战略分析 182

第四节 同方 188

- 一、企业概况 188
- 二、2009-2010年财务分析 190
- 三、2009-2010年公司经营情况 195
- 四、2010-2015年经营战略 196

第五节 艾美特 197

- 一、企业概况 197
- 二、2010年企业战略分析 198
- 三、近期经营动态 200
- 第六节 夏普 201
 - 一、企业概况 201
 - 二、2009-2010年财务报告分析 203
 - 三、2010年发展动向分析 204
- 第七节 曼胡默尔 205
 - 一、企业概况 205
 - 二、2009-2010年企业新产品分析 206
 - 三、近期经营动态 208
- 第八节 飞利浦 209
 - 一、企业概况 209
 - 二、2009-2010年财报分析 210
 - 三、飞利浦低碳战略分析 212
- 第九节 安利 216
 - 一、企业概况 216
 - 二、竞争力分析 217
 - 三、企业在中国发展情况分析 221
 - 四、2010年企业空气净化器业务分析 227

第三部分 行业投资形势

第八章 空气净化器行业投资环境分析 229

第一节 2009-2010年经济发展环境分析 229

- 一、2009-2010年国际经济环境发展分析 229
- 二、2009-2010年国内经济环境发展分析 237
- 三、2010年我国宏观经济政策取向分析 260
- 四、2010年投资趋势预测 264

第二节 政策环境分析 269

- 一、《室内空气质量标准》 269
- 二、《民用建筑工程室内环境污染控制规范》 269
- 三、《室内装饰装修材料有害物质限量》 271

- 四、《车内空气污染物浓度限值及其测量方法》 272
- 五、《国家环保友好汽车实施方案》 272
- 六、《公共场所集中空调通风系统卫生管理办法》 273
- 七、《家用和类似用途电器的抗菌、除菌、净化功能》 274

第三节 社会发展环境分析 274

- 一、我国社会发展环境现状分析 274
- 二、2009年社会发展状况分析 276

第九章 空气净化器行业投资现状分析 278

第一节 2009-2010年我国小家电行业投资状况分析 278

- 一、2009年我国小家电行业投资状况分析 278
- 二、2010年我国小家电行业投资状况分析 279

第二节 2009-2010年我国空气净化器行业投资状况分析 282

- 一、2009-2010年我国空气净化器行业投资形势分析 282
- 二、2010年我国车载净化器行业投资形势分析 283

第十章 空气净化器行业投资机会与风险 287

第一节 空气净化器行业投资机会分析 287

- 一、空气净化器行业投资前景分析 287
- 二、2010-2015年空气净化器行业投资机会分析 288

第二节 空气净化器行业投资风险分析 289

- 一、2010-2015年空气净化器行业替代品风险分析 289
- 二、2010-2015年空气净化器行业经营风险分析 291
- 三、人民币升值风险分析 292

第十一章 空气净化器行业发展前景与趋势 294

第一节 我国空气净化器行业前景分析 294

- 一、2010-2015年我国小家电行业农村市场前景与开拓策略分析 294
- 二、2010-2015年我国空气净化器行业发展前景 299

第二节 我国空气净化器行业发展趋势分析 300

- 一、2010-2015年空气净化器技术发展趋势 300
- 二、2010-2015年空气净化器产品发展趋势 302

第十二章 空气净化器行业经营战略分析 304

第一节 空气净化器行业发展战略研究 304

一、战略综合规划 304

二、技术开发战略 306

三、业务组合战略 308

四、区域战略规划 310

五、企业网络营销品牌化战略 320

六、竞争战略规划 323

第二节 对我国空气净化器品牌的战略思考 327

一、空气净化器行业品牌的特性和作用 327

二、空气净化器行业品牌价值战略研究 327

三、我国空气净化器行业品牌竞争趋势 328

四、空气净化器行业企业品牌发展战略 329

图表目录

图表：2009年我国房地产开发景气指数其实图 77

图表：2010年全国房地产开发景气指数趋势图 79

图表：2009年1-11月家用空气调节器制造主要经济指标全国合计 96

图表：2009年1-11月家用空气调节器制造主要经济指标北京合计 96

图表：2009年1-11月家用空气调节器制造主要经济指标天津合计 97

图表：2009年1-11月家用空气调节器制造主要经济指标河北合计 98

图表：2009年1-11月家用空气调节器制造主要经济指标辽宁合计 99

图表：2009年1-11月家用空气调节器制造主要经济指标黑龙江合计 99

图表：2009年1-11月家用空气调节器制造主要经济指标上海合计 100

图表：2009年1-11月家用空气调节器制造主要经济指标江苏合计 101

图表：2009年1-11月家用空气调节器制造主要经济指标浙江合计 101

图表：2009年1-11月家用空气调节器制造主要经济指标安徽合计 102

图表：2009年1-11月家用空气调节器制造主要经济指标福建合计 103

图表：2009年1-11月家用空气调节器制造主要经济指标江西合计 104

图表：2009年1-11月家用空气调节器制造主要经济指标山东合计 104

图表：2009年1-11月家用空气调节器制造主要经济指标河南合计 105

图表：2009年1-11月家用空气调节器制造主要经济指标湖北合计 106

图表：2009年1-11月家用空气调节器制造主要经济指标湖南合计 106

图表：2009年1-11月家用空气调节器制造主要经济指标广东合计 107

图表：2009年1-11月家用空气调节器制造主要经济指标重庆合计 108

图表：2009年1-11月家用空气调节器制造主要经济指标四川合计 109

图表：2010年1-5月家用空气调节器制造主要经济指标全国合计 109

图表：2010年1-5月家用空气调节器制造主要经济指标北京合计 110

图表：2010年1-5月家用空气调节器制造主要经济指标天津合计 111

图表：2010年1-5月家用空气调节器制造主要经济指标河北合计 112

图表：2010年1-5月家用空气调节器制造主要经济指标辽宁合计 112

图表：2010年1-5月家用空气调节器制造主要经济指标上海合计 113

图表：2010年1-5月家用空气调节器制造主要经济指标江苏合计 114

图表：2010年1-5月家用空气调节器制造主要经济指标浙江合计 115

图表：2010年1-5月家用空气调节器制造主要经济指标安徽合计 115

图表：2010年1-5月家用空气调节器制造主要经济指标福建合计 116

图表：2010年1-5月家用空气调节器制造主要经济指标江西合计 117

图表：2010年1-5月家用空气调节器制造主要经济指标山东合计 118

图表：2010年1-5月家用空气调节器制造主要经济指标河南合计 118

图表：2010年1-5月家用空气调节器制造主要经济指标湖北合计 119

图表：2010年1-5月家用空气调节器制造主要经济指标湖南合计 120

图表：2010年1-5月家用空气调节器制造主要经济指标广东合计 121

图表：2010年1-5月家用空气调节器制造主要经济指标广西合计 121

图表：2010年1-5月家用空气调节器制造主要经济指标重庆合计 122

图表：2010年1-5月家用空气调节器制造主要经济指标四川合计 123

图表：2010年6月家用空气调节器制造主要经济指标全国合计 124

图表：2010年6月家用空气调节器制造主要经济指标北京合计 124

图表：2010年6月家用空气调节器制造主要经济指标天津合计 124

图表：2010年6月家用空气调节器制造主要经济指标河北合计 125

图表：2010年6月家用空气调节器制造主要经济指标辽宁合计 125

图表：2010年6月家用空气调节器制造主要经济指标上海合计 126

图表：2010年6月家用空气调节器制造主要经济指标江苏合计 126

图表：2010年6月家用空气调节器制造主要经济指标浙江合计 126

图表：2010年6月家用空气调节器制造主要经济指标安徽合计 127

| | |
|---------------------------------|-----|
| 图表：2010年6月家用空气调节器制造主要经济指标福建合计 | 127 |
| 图表：2010年6月家用空气调节器制造主要经济指标江西合计 | 128 |
| 图表：2010年6月家用空气调节器制造主要经济指标山东合计 | 128 |
| 图表：2010年6月家用空气调节器制造主要经济指标河南合计 | 129 |
| 图表：2010年6月家用空气调节器制造主要经济指标湖北合计 | 129 |
| 图表：2010年6月家用空气调节器制造主要经济指标湖南合计 | 129 |
| 图表：2010年6月家用空气调节器制造主要经济指标广东合计 | 130 |
| 图表：2010年6月家用空气调节器制造主要经济指标广西合计 | 130 |
| 图表：2010年6月家用空气调节器制造主要经济指标重庆合计 | 131 |
| 图表：2010年6月家用空气调节器制造主要经济指标四川合计 | 131 |
| 图表：2010年我国十大空气净化器品牌排名 | 134 |
| 图表：2010年我国空气净化企业竞争力排名图 | 135 |
| 图表：2010年我国空气净化企业竞争力排名表 | 135 |
| 图表：2010年我国空气净化器产品畅销指数排名图 | 136 |
| 图表：2010年我国空气净化器产品畅销指数排名表 | 136 |
| 图表：2010年我国空气净化器市场占有份额统计图 | 137 |
| 图表：2010年我国空气净化器市场占有份额统计表 | 137 |
| 图表：2009年广东美的电器股份有限公司主营构成 | 154 |
| 图表：2009-2010年广东美的电器股份有限公司每股指标 | 155 |
| 图表：2009-2010年广东美的电器股份有限公司获利能力 | 156 |
| 图表：2009-2010年广东美的电器股份有限公司经营能力 | 156 |
| 图表：2009-2010年广东美的电器股份有限公司偿债能力 | 156 |
| 图表：2009-2010年广东美的电器股份有限公司资本结构 | 157 |
| 图表：2009-2010年广东美的电器股份有限公司发展能力 | 157 |
| 图表：2009-2010年广东美的电器股份有限公司现金流量 | 157 |
| 图表：2009-2010年广东美的电器股份有限公司主营业务收入 | 157 |

图表：2009-2010年广东美的电器股份有限公司主营业务利润 158 艾凯数据研究中心发布的《2010-2015年中国空气净化器行业投资分析及深度研究咨询报告》，内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行

业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

图表：2009-2010年广东美的电器股份有限公司营业利润 158

图表：2009-2010年广东美的电器股份有限公司利润总额 158

图表：2009-2010年广东美的电器股份有限公司净利润 159

图表：2009年同方股份有限公司主营构成 190

图表：2009-2010年同方股份有限公司每股指标 191

图表：2009-2010年同方股份有限公司获利能力 191

图表：2009-2010年同方股份有限公司经营能力 192

图表：2009-2010年同方股份有限公司偿债能力 192

图表：2009-2010年同方股份有限公司资本结构 192

图表：2009-2010年同方股份有限公司发展能力 192

图表：2009-2010年同方股份有限公司现金流量 193

图表：2009-2010年同方股份有限公司主营业务收入 193

图表：2009-2010年同方股份有限公司主营业务利润 193

图表：2009-2010年同方股份有限公司营业利润 193

图表：2009-2010年同方股份有限公司利润总额 194

图表：2009-2010年同方股份有限公司净利润 194

图表：2006-2009年我国季度GDP增长率 238

图表：2008-2009年我国三产业增加值季度增长率 239

图表：2008-2009年我国工业增加值走势图 240

图表：2008-2009年固定资产投资走势图 241

图表：2009年我国各地区城镇固定资产投资累计同比增长率 242

图表：2008-2009年我国社会消费品零售总额走势图 243

图表：2008-2009年我国社会消费品零售总额构成走势图 243

图表：2008-2009年我国CPI、PPI运行趋势 244

图表：2008-2009年企业商品价格指数走势 244

图表：2008-2009年进出口走势图 245

图表：2008-2009年我国货币供应量 246

图表：2008-2009年我国存贷款同比增速走势图 247

图表：GDP同比、环比增长 248

图表：5000户企业宏观经济热度指数走势 248

图表：工业增加值（不变价）增长趋势 249

图表：工业产出缺口趋势图 249

图表：消费名义增速稳定，实际增速回落 250

图表：城镇固定资产投资增长情况 251

图表：进出口恢复至危机前水平 252

图表：季节调整后，出口趋缓，进口仍较快 253

图表：CPI同比及季调后环比 254

图表：PPI及CGPI同比、环比 254

图表：财政同比增速 255

图表：M1、M2增长变化趋势图 256

图表：人民币贷款月度变化情况 257

图表：新增人民币贷款与名义GDP的比值 257

图表：区域发展战略咨询流程图 317

图表：区域SWOT战略分析图 318

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/156943.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的

一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰

富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。