



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年空气净化器市场专项调研与投资战略咨询研究报告

## 一、调研说明

《2012-2016年空气净化器市场专项调研与投资战略咨询研究报告》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/213795.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

随着人民生活水平的提高和环境保护意识的增强，空气净化技术的研究应运而生。第一层次的产品以物理为主的空气净化器，是利用过滤、吸附、磁化处理杂质、静电凝聚清除尘埃、负离子消除烟尘等单一技术或其综合。第二层次产品是以臭氧负离子为主要功能的空气净化器。臭氧具有消毒、杀菌、除臭去味和去颜料色素等功能，利用臭氧与负离子以及其他物理过滤方法结合可以达到一定的空气净化效果。但是臭氧仍然存在不能分解有机污染物的缺点。采用纳米光催化分解有害气体为核心，结合HEPA除尘技术、紫外杀菌技术、臭氧耦合技术和负离子清新技术于一体的空气净化技术将带来第三层次的全方位空气净化器。具有强力除尘、脱臭、消毒、灭菌、分解有害气体等净化空气的功能。

艾凯咨询集团发布的《2012-2016年空气净化器市场专项调研与投资战略咨询研究报告》共十四章。首先介绍了空气净化器行业发展概述、中国空气净化器行业发展环境等，接着分析了中国空气净化器行业运行的现状，然后介绍了中国空气净化器行业市场竞争格局。随后，报告对中国空气净化器做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国空气净化器行业发展前景与投资预测。您若想对空气净化器产业有个系统的了解或者想投资空气净化器行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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家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。

### 目录

#### 第一章 空气净化器行业发展概述 1

##### 第一节 空气净化器定义及分类 1

###### 一、空气净化器的定义 1

###### 二、空气净化器工作原理及种类 1

##### 第二节 空气净化器的其他概念 4

###### 一、空气净化器的作用 4

###### 二、空气净化器技术分类 4

###### 三、离子化便携式空气净化器 8

###### 四、关于猪流感和空气净化器的几个问题 9

## 第二章 全球空气净化器产业市场走势分析 11

### 第一节 2011年全球空气净化器市场分析 11

- 一、世界空气净化器的产生与发展 11
- 二、国外空气净化器市场发展分析 12
- 三、2011年国外新型室内空气净化器市场情况 12
- 四、2011年国外主要净化器生产厂商 13
- 五、全球空气净化器技术发展分析 14

### 第二节 2011年主要国家地区空气净化器市场分析 15

- 一、美国空气净化器市场分析 15
- 二、欧洲空气净化器市场分析 15
- 三、日本空气净化器市场分析 16
- 四、韩国空气净化器市场分析 16

## 第三章 中国空气净化器行业发展环境分析 18

### 第一节 国内空气净化器经济环境分析 18

- 一、GDP历史变动轨迹分析 18
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 25
- 三、2012年中国空气净化器经济发展预测分析 27

### 第二节 中国空气净化器行业政策环境分析 30

## 第四章 中国空气净化器行业运行动态分析 34

### 第一节 2011年中国空气净化器产业发展综述 34

- 一、中国空气净化器产业发展现状 34
- 二、中国空气净化器生产情况 35
- 三、中国市场主要净化器生产商 36

### 第二节 2011年中国空气净化器市场分析 37

- 一、空气净化器市场占有率分析 37
- 二、2011年中国空气净化器产品市场分析 41
- 三、空气净化器"家电下乡"市场模式探讨 42

### 第三节 2011年中国空气净化器行业发展存在问题分析 43

## 第五章 中国空气净化器行业市场运行态势分析 45

## 第一节 2011年中国空气净化器市场动态分析 45

### 一、空气净化器成时尚新宠 45

### 二、PM2.5报道火了空气净化器市场 47

### 三、空气净化器销量猛增 48

## 第二节 2011年中国空气净化器区域市场情况分析 48

### 一、北京市空气净化器市场情况 48

### 二、贵州省空气净化器市场情况 49

### 三、上海空气净化器新研制 50

### 四、深圳空气净化器销量大增 50

## 第三节 2011年中国空气净化器市场乱象分析 51

### 一、产品乱 51

### 二、宣传乱 51

### 三、认证乱 51

### 四、价格乱 52

## 第六章 中国空气净化器市场深度调查分析 53

### 第一节 2010年中国空气净化器市场价格情况 53

### 第二节 2011年中国空气净化器市场价格情况调查 54

### 第三节 2011年热门空气净化器市场调查 55

### 第四节 2011年热门车载空气净化器市场调查 56

## 第七章 2009-2011年中国空气净化器产量统计分析 58

### 第一节 2009年中国空气净化器产量数据分析 58

#### 一、2009年全国空气净化器产量数据分析 58

#### 二、2009年空气净化器重点省市数据分析 58

### 第二节 2010年中国空气净化器产量数据分析 59

#### 一、2010年全国空气净化器产量数据分析 59

#### 二、2010年空气净化器重点省市数据分析 59

### 第三节 2011年中国空气净化器产量数据分析 60

#### 一、2011年全国空气净化器产量数据分析 60

#### 二、2011年空气净化器重点省市数据分析 60

## 第八章 2009-2011年中国空气净化器制造行业数据监测分析 61

## 第一节 2009-2011年中国空气净化器行业总体数据分析 61

### 一、2009年中国空气净化器行业全部企业数据分析 61

### 二、2010年中国空气净化器行业全部企业数据分析 62

### 三、2011年中国空气净化器行业全部企业数据分析 64

## 第二节 2009-2011年中国空气净化器行业不同规模企业数据分析 66

### 一、2009年中国空气净化器行业不同规模企业数据分析 66

### 二、2010年中国空气净化器行业不同规模企业数据分析 66

### 三、2011年中国空气净化器行业不同规模企业数据分析 66

## 第三节 2009-2011年中国空气净化器行业不同所有制企业数据分析 67

### 一、2009年中国空气净化器行业不同所有制企业数据分析 67

### 二、2010年中国空气净化器行业不同所有制企业数据分析 67

### 三、2011年中国空气净化器行业不同所有制企业数据分析 68

## 第九章 中国空气净化器行业消费市场分析 69

### 第一节 中国空气净化器消费者分析 69

#### 一、人口规模与年龄结构分析 69

#### 二、学历结构分析 69

#### 三、2011年消费者信心指数分析 70

### 第二节 2011年不同客户购买相关的态度及影响分析 71

#### 一、价格敏感程度 71

#### 二、品牌的影响 72

#### 三、广告的影响程度 73

#### 四、包装的影响程度 74

### 第三节 2011年空气净化器产品的市场品牌调查 75

## 第十章 中国空气净化器行业市场竞争格局分析 79

### 第一节 2011年中国空气净化器行业竞争结构分析 79

#### 一、行业内现有企业的竞争 79

#### 二、新进入者的威胁 79

#### 三、替代品的威胁 80

#### 四、供应商的讨价还价能力 80

#### 五、购买者的讨价还价能力 80

## 第二节 2011年中国空气净化器行业国际竞争力影响因素分析 81

### 一、生产要素 81

### 二、需求条件 81

### 三、相关和支持性产业 81

### 四、企业的战略、结构和竞争对手 82

## 第三节 2011年中国空气净化器行业竞争格局分析 82

### 一、中国空气净化器行业竞争现状 82

### 二、2011年空气净化器市场竞争格局分析 83

## 第四节 2011年中国空气净化器行业提升竞争力策略分析 84

## 第十一章 中国重点空气净化器生产企业分析 86

### 第一节 广东美的电器股份有限公司 86

#### 一、企业概况 86

#### 二、企业主要经济指标分析 86

#### 三、企业盈利能力分析 88

#### 四、企业偿债能力分析 89

#### 五、企业运营能力分析 90

#### 六、企业成长能力分析 90

### 第二节 漳州万利达光催化科技有限公司 91

#### 一、企业概况 91

#### 二、企业主要经济指标分析 92

#### 三、企业盈利能力分析 92

#### 四、企业偿债能力分析 93

#### 五、企业运营能力分析 93

#### 六、企业成长能力分析 93

### 第三节 友隆电器工业(深圳)有限公司 94

#### 一、企业概况 94

#### 二、企业主要经济指标分析 94

#### 三、企业盈利能力分析 95

#### 四、企业偿债能力分析 95

#### 五、企业运营能力分析 95

#### 六、企业成长能力分析 96

#### 第四节 北京亚都空气污染治理技术有限公司 96

- 一、企业概况 96
- 二、企业主要经济指标分析 97
- 三、企业盈利能力分析 97
- 四、企业偿债能力分析 98
- 五、企业运营能力分析 98
- 六、企业成长能力分析 98

#### 第五节 厦门爱美克科技有限公司 99

- 一、企业概况 99
- 二、企业主要经济指标分析 99
- 三、企业盈利能力分析 100
- 四、企业偿债能力分析 100
- 五、企业运营能力分析 101
- 六、企业成长能力分析 101

#### 第六节 宁波市镇海远大机电制造有限公司 101

- 一、企业概况 101
- 二、企业主要经济指标分析 101
- 三、企业盈利能力分析 102
- 四、企业偿债能力分析 103
- 五、企业运营能力分析 103
- 六、企业成长能力分析 103

#### 第七节 深圳市鼎信科技有限公司 104

- 一、企业概况 104
- 二、企业主要经济指标分析 104
- 三、企业盈利能力分析 105
- 四、企业偿债能力分析 105
- 五、企业运营能力分析 105
- 六、企业成长能力分析 106

#### 第八节 奥得奥科技（厦门）有限公司 106

- 一、企业概况 106
- 二、企业主要经济指标分析 106
- 三、企业盈利能力分析 107



四、企业偿债能力分析 107

五、企业运营能力分析 108

六、企业成长能力分析 108

第九节 上海新华舒普净化技术有限公司 109

一、企业概况 109

二、企业主要经济指标分析 109

三、企业盈利能力分析 110

四、企业偿债能力分析 110

五、企业运营能力分析 110

六、企业成长能力分析 111

第十节 上虞舜盛电器有限公司 111

一、企业概况 111

二、企业主要经济指标分析 111

三、企业盈利能力分析 112

四、企业偿债能力分析 112

五、企业运营能力分析 113

六、企业成长能力分析 113

第十二章 2012-2016年中国空气净化器行业发展前景与趋势分析 114

第一节 2012-2016年中国空气净化器行业前景分析 114

一、中国空气净化器行业发展前景 114

二、中国空气净化器发展机遇分析 115

三、空气净化器的发展机遇分析 117

第二节 2012-2016年中国空气净化器市场发展预测分析 117

一、空气净化器市场供给预测分析 117

二、空气净化器产品市场需求预测分析 118

第三节 2012-2016年中国空气净化器市场盈利预测分析 119

第十三章 2012-2016年中国空气净化器行业投资机会与风险分析 120

第一节 2012-2016年中国空气净化器行业投资环境预测分析 120

第二节 2012-2016年中国空气净化器行业投资机会分析 127

一、空气净化器投资潜力分析 127

## 二、空气净化器投资吸引力分析 129

### 第三节 2012-2016年中国空气净化器行业投资风险分析 130

#### 一、市场竞争风险分析 130

#### 二、政策风险分析 130

#### 三、原材料风险分析 131

#### 四、技术风险分析 131

## 第十四章 2012-2016年中国空气净化器行业发展战略分析 132

### 第一节 2012-2016年中国空气净化器行业发展战略分析 132

#### 一、技术开发战略 132

#### 二、产业战略规划 132

#### 三、业务组合战略 133

#### 四、营销战略规划 133

#### 五、区域战略规划 133

#### 六、企业信息化战略规划 134

### 第二节 2012-2016年中国空气净化器行业品牌战略分析 134

#### 一、品牌的基本含义 134

#### 二、品牌战略在企业发展中的重要性 135

#### 三、空气净化器品牌的特性和作用 136

#### 四、空气净化器品牌的价值战略 137

#### 五、中国空气净化器品牌竞争趋势 138

#### 六、空气净化器企业品牌发展战略 138

#### 七、空气净化器行业品牌竞争策略 140

### 第三节 2012-2016年中国空气净化器企业经营管理策略 140

#### 一、企业经营策略综述 140

#### 二、企业产品经营策略 141

#### 三、企业渠道经营策略 142

#### 四、企业并购策略分析 142

#### 五、经济危机下企业经营管理策略 145

通过《2012-2016年空气净化器市场专项调研与投资战略咨询研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实

信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/213795.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](http://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提供专业投资咨询报告、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。