



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国智能空气净化器产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2016-2022年中国智能空气净化器产业发展现状及市场监测报告》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/277502.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

传统空气净化器

空气净化器的外形构成主要是机箱外壳、过滤段、风道设计、电机、电源、液晶显示屏等。决定寿命的是电机，决定净化效能的是过滤段，决定是否安静的是风道设计、机箱外壳、过滤段、电机。

空气净化器主要由马达、风扇、空气过滤网、智能监测系统组成，部分型号的机器配有加湿功能的水箱，或是辅助净化装置，如负离子发生器、高压电路等。空气过滤网是其中的核心部件。其他的净化装置实际上起到的仅是辅助功能，所以空气过滤网的好坏是直接影响是空气净化器效果的最关键因素。

马达风扇作为空气净化器最核心也是必不可少的配件，主要作用是控制空气进行循环流动。将带有污染物的空气吸入后经过过滤后再将清洁的空气吹出。

对空气净化起着至关重要的作用的是空气过滤器(滤网)。市面上大多数空气净化器都主要通过滤网的过滤来实现净化空气的目的，而滤网主要分为：颗粒物滤网和有机物滤网。颗粒物滤网又分为粗效滤网、和细颗粒物滤网;有机物滤网分为除甲醛滤网、除臭滤网、活性炭滤网等。每一种滤网主要针对的污染源都不相同，过滤的原理也不相同。

消毒装置静电式空气净化装置就其结构而言，市场上大体有三种产品：平板式结构空气净化装置、蜂窝状六边形通道空气净化装置、圆孔通道空气净化消毒装置。

为了能够更直观地了解、监测空气质量，空气净化器配有智能监控系统，可以简单理解为空气质量的监督员，通过内置的监测设备可以实时对空气的质量做出优良中差的判断，消费者可以根据空气质量情况选择使用空气净化器。

居家领域以单机类的家用空气净化器为市场的主流产品。最主要的功能是去除空气中的颗粒物，包括过敏原、室内的PM2.5等，同时还可以解决由于装修或者其他原因导致的室内、地下空间、车内挥发性有机物空气污染问题。主要特点是定点净化，可以有效改善区域空气质量。

智能空气净化器

智能移动空气净化机器人，能够自主移动，寻找空气污染源，净化空气。结合了传统空气净化器和机器人的特点，突破了传统空气净化器只能定点净化的局限性，给每个房间都带来洁净空气，实现全屋无梯度净化。

空气净化机器人一般备有LDS激光扫描系统，能够实时监测空气变化的环境识别系统，能够灵敏避障的行走识别系统，和3M专业净化滤材，匹配进风面，能够层层净化空气，过滤、杀

菌一步到位。

首先，智能移动空气净化机器人能够移动巡航净化。智能移动空气净化机器人将传统的空气净化器与智慧的机器人相结合，自动巡航，净化全屋。创新的LDS激光扫描系统，可以360度平行扫描家居环境，实时更新电子地图，指导机器行进。用户只要在每个房间设定净化点，智能移动空气净化机器人会自主移动到不同的净化点，自动感应周围环境的空气质量情况，并进行净化工作。在一个净化点的空气质量达到优质的时候，会依据设定的顺序进入另一个净化点进行优化。为每一个空间都带来洁净空气，快速实现全屋无梯度净化。

其次，智能移动空气净化机器人能够用手机APP实时互联。通过手机APP可随时查看室内空气质量及净化效果，同步记录数据，实现远程掌控。同时可以进行七天定时预约，选择净化模式，并查看历史记录，分享至朋友圈等。

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。

报告目录：

第一章 中国智能空气净化器产品品牌市场实地调研

第一节 中国智能空气净化器产品品牌市场价格走势

一、价格形成机制分析

二、智能空气净化器产品品牌平均价格趋势分析

三、中国智能空气净化器产品品牌价格走势预测

第二节 影响中国智能空气净化器产品品牌价格因素分析

一、消费税调整对智能空气净化器产品品牌价格的影响

二、零售环境的变化对智能空气净化器产品品牌价格的影响

第三节 中国智能空气净化器产品品牌市场消费状况分析

一、中国智能空气净化器产品品牌市场消费结构

二、中国智能空气净化器产品品牌市场消费特点

三、影响中国智能空气净化器产品品牌市场消费因素

第二章 中国智能空气净化器产品品牌市场结构调研

第一节 中国智能空气净化器市场主要品牌发展分析

一、中国智能空气净化器市场主要品牌所占市场份额

二、中国智能空气净化器市场各品牌新动向监测

第二节 中国智能空气净化器市场品牌排名调查

一、按照销售额排名

二、按市场份额排名

三、按品牌知名度排名

四、按消费者认可度排名

第三节 中国智能空气净化器市场品牌发展新特色分析

第三章 中国智能空气净化器行业供需预测与发展趋势

第二节 2012-2015年中国智能空气净化器行业未来发展趋势研究

第二节 2012-2015年智能空气净化器行业市场供需状况分析

一、供给能力分析

二、市场需求分析

三、进出口形势分析

第三节 2012-2015年智能空气净化器行业总资产分析

第四节 2012-2015年智能空气净化器行业工业总产值分析

第五节 2016-2022年智能空气净化器行业销售收入预测

第六节 2016-2022年中国智能空气净化器行业盈利能力预测

第四章 中国智能空气净化器行业区域市场需求状况预测

第一节 华北地区智能空气净化器市场需求分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况

四、发展前景预测

第二节 东北地区智能空气净化器市场需求分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况

四、发展前景预测

第三节 华东地区智能空气净化器市场需求分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况

四、发展前景预测

第四节华南地区智能空气净化器市场需求分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况

四、发展前景预测

第五节华中地区智能空气净化器市场需求分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况

四、发展前景预测

第六节西南地区智能空气净化器市场需求分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况

四、发展前景预测

第七节西北地区智能空气净化器市场需求分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况

四、发展前景预测

第五章 中国智能空气净化器行业需求用户调研结果

第一节智能空气净化器行业用户认知程度分析

一、不同收入用户认知程度分析

二、不同年龄用户认知程度分析

三、不同地区用户认知程度分析

四、不同学历用户认知程度分析

第二节中国智能空气净化器行业用户需求特点

- 一、不同收入用户需求特点分析
- 二、不同年龄用户需求特点分析
- 三、不同地区用户需求特点分析
- 四、不同学历用户需求特点分析

第六章 中国智能空气净化器产品品牌上游市场调查情况

- 第一节 中国智能空气净化器产品原材料生产情况调查
- 第二节 中国智能空气净化器产品原材料价格走势调查
- 第三节 上游行业对智能空气净化器产业行业的影

第七章 中国智能空气净化器产品品牌下游经销商调查

第一节 代理商

- 一、畅销产品品牌调查分析
- 二、不同品牌产品市场占有率分析
- 三、营销渠道分析研究
- 四、营销策略探讨

第二节 加盟店

- 一、畅销产品品牌调查分析
- 二、不同品牌产品市场占有率分析
- 三、营销渠道分析研究
- 四、营销策略探讨

第三节 连锁店

- 一、畅销产品品牌调查分析
- 二、不同品牌产品市场占有率分析
- 三、营销渠道分析研究
- 四、营销策略探讨

第四节 经销商

第八章 中国智能空气净化器产品品牌销售渠道与营销策略解析

第一节 中国智能空气净化器产品品牌销售渠道模式研究

- 一、中国智能空气净化器产品品牌渠道销售现状调查
- 二、中国智能空气净化器产品品牌营销渠道调研

三、中国智能空气净化器产品品牌渠道发展机遇

四、中国智能空气净化器产品品牌发展策略

五、渠道策略及营销策略运作案例讲解

六、品牌新品研发多元化趋势探析

第二节 中国智能空气净化器产品品牌市场策略点评

一、价格策略专家点评

二、渠道策略专家点评

第三节 中国智能空气净化器产品品牌销售策略研究

一、媒介选择策略

二、产品定位策略

三、企业宣传策略

第四节 中国智能空气净化器产品品牌营销渠道探讨

一、市场营销战术及管理

二、智能空气净化器产品品牌营销的发展之道

三、中国智能空气净化器品牌市场营销渠道探讨

第九章 中国智能空气净化器行业竞争力与发展态势研究

第一节 中国智能空气净化器行业集中度分析

一、企业数量及地区分布

二、行业集中度分析

三、地域分布情况

第二节 中国智能空气净化器企业竞争状况

一、领导企业的市场力量

二、品牌竞争格局分析

三、企业竞争组群分析

四、各竞争组群的SWOT分析

五、各竞争组群竞争成功的关键因素分析

第三节 中国智能空气净化器行业竞争力分析

一、智能空气净化器行业竞争分析

二、中外智能空气净化器产品竞争力比较分析

三、中国智能空气净化器市场竞争格局分析

四、2016-2022年国内主要智能空气净化器企业动向研究

第三节 2016-2022年中国智能空气净化器行业竞争态势展望

第十章 中国智能空气净化器行业重点品牌企业经营策略

第一节 品牌A

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业销售网络布局
- 五、企业发展战略分析

第二节 品牌B

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业销售网络布局
- 五、企业发展战略分析

第三节 品牌C

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业销售网络布局
- 五、企业发展战略分析

第四节 品牌D

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业销售网络布局
- 五、企业发展战略分析

第五节 品牌E

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第十一章 2016-2022年中国智能空气净化器行业投资价值与投资策略研究

第一节 中国智能空气净化器行业SWOT模型分析

第二节 中国智能空气净化器行业投资价值分析

一、行业盈利能力

二、行业偿债能力

三、行业发展能力

第三节 2016-2022年中国智能空气净化器行业投资风险预警

一、金融危机风险预警

二、行业竞争风险预警

三、技术风险预警

四、经营管理风险预警

第四节 中国智能空气净化器行业投资策略研究

一、重点投资品牌研究

二、重点投资地区分析

第五节 专家投资观点及建议

图表目录：

图表 2012-2015年中国智能空气净化器市场主要品牌所占市场份额统计

图表 2012-2015年中国智能空气净化器市场各品牌新动向监测数据

图表 2012-2015年中国智能空气净化器市场品牌排名调查情况

图表 2012-2015年中国智能空气净化器品牌按照销售额排名

图表 2012-2015年中国智能空气净化器品牌按市场份额排名

图表 2012-2015年中国智能空气净化器品牌按品牌知名度排名

图表 2012-2015年中国智能空气净化器品牌按消费者认可度排名

图表：2012-2015年中国智能空气净化器行业市场规模调研

图表：2012-2015年全球智能空气净化器行业市场规模调研

图表：2012-2015年中国智能空气净化器重要数据指标比较

图表：2012-2015年中国智能空气净化器行业销售数据统计

图表：2012-2015年中国智能空气净化器行业利润走势表

图表：2012-2015年中国智能空气净化器行业资产数据情况

图表：2012-2015年中国智能空气净化器行业进口数据统计

图表：2012-2015年中国智能空气净化器行业出口数据统计

图表：2012-2015年中国智能空气净化器品牌竞争力前十名排名

图表：2012-2015年中国智能空气净化器品牌发展潜力前十名排名

图表：中国消费者收入水平调查

图表：2012-2015年中国消费者信心指数数据

图表：2012-2015年中国智能空气净化器市场的消费需求变化

图表：2012-2015年中国智能空气净化器行业的需求情况分析

图表：2012-2015年智能空气净化器品牌市场消费需求分析

图表：2012-2015年中国智能空气净化器产品行业消费特点

图表：2012-2015年中国智能空气净化器产品消费者实地调查数据

图表：2012-2015年中国智能空气净化器产品消费结构表

图表：2012-2015年中国智能空气净化器产品消费的市场变化图

图表：2012-2015年中国智能空气净化器产品市场的消费方向走势图

图表：2012-2015年中国智能空气净化器行业品牌市场占有率调查数据

图表：2012-2015年中国华南区域产品供应与销售数据

图表：2012-2015年中国华东区域产品供应与销售数据

图表：2012-2015年中国东北区域产品供应与销售数据

图表：2012-2015年中国中南区域产品供应与销售数据

图表：2012-2015年中国华北区域产品供应与销售数据

图表：2012-2015年中国西南区域产品供应与销售数据

图表：2012-2015年中国西北区域产品供应与销售数据

图表：中国十大智能空气净化器产品品牌排行榜

图表：中国智能空气净化器产品品牌行业生命周期趋势图

图表：2016-2022年中国智能空气净化器行业市场需求状况预测

图表：2016-2022年中国智能空气净化器行业市场供给状况预测

图表：2016-2022年中国智能空气净化器行业市场价格走势预测

图表：2016-2022年中国智能空气净化器行业产能状况预测

图表：2016-2022年中国智能空气净化器行业消费量预测

图表：2016-2022年中国智能空气净化器行业发展趋势图

图表：略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/277502.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。