



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007-2008年中国空气净化器行业研究及市场预测报告

## 一、调研说明

《2007-2008年中国空气净化器行业研究及市场预测报告》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/52960.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](mailto: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

### 【目录】

第一章 小家电市场简述	1
第一节 小家电市场综述	1
第二节 小家电市场特点	5
第二章 空气净化器市场调研	6
第一节 空气净化器产品概述	6
一、空气净化器产品发展概况	6
二、空气净化器的类型分类	7
三、市场上空气净化器产品分类	9
第二节 国内外空气净化器发展状况	10
一、空气净化器国外市场发展状况	10
二、中国大陆空气净化器市场发展状况	11
三、中国大陆空气净化器的市场规模	12
四、中国大陆空气净化器市场竞争状况	12
第三节 国际空气净化技术发展走势	14
第四节 中国大陆空气净化器市场特点分析	15
一、中国大陆空气净化器产品的市场结构	15
二、中国大陆空气净化器产品的价格结构	16
三、中国大陆空气净化器产品的品牌结构	17
四、中国大陆空气净化器产品的销售渠道结构	17
第五节 中国大陆空气净化器市场消费者研究	18
一、品牌认知情况	19
二、拥有和最近一次购买空气净化器情况	19
三、购买时间分布情况	21
四、功能使用情况及评价	22
五、空气净化器现实消费者特征	23
六、产品购买提出者人群特征	24
七、产品信息认知渠道	27

八、产品购买原因及考虑因素	28
九、产品购买渠道	29
十、产品购买价格及价格期望	30
十一、需要改进的功能	30
第六节 中国大陆空气净化器产品主要厂商分析	32
一、亚都	32
二、同方	40
三、松下	44
四、艾美特	47
五、康特	54
六、美的	54
七、森井	59
八、夏普	62
第七节 中国大陆空气净化器市场主要影响因素分析	66
一、市场有利因素	66
二、市场不利因素	70
第八节 中国大陆空气净化器市场发展趋势分析	71
一、多功能取代单功能将成为空气净化器主流。	71
二、新技术的不断应用将进一步促进市场的发展	72
三、中低档空气净化器市场占有率将逐步提升	72
四、品牌集中度将提高	72
五、用户对产品外观和售后服务的需求愿望较为强烈	73
六、家电连锁店仍是主要渠道，并将呈现垄断趋势	74
七、产品服务趋势	75

## 图表目录

2006年中国环境及水温调节类小家电市场规模	12
2006年中国环境及水温调节类小家电市场销售额及同比增长情况	13
2006年中国大陆空气净化器产品市场结构	15
2006年中国大陆空气净化器产品价格结构	16
2006年中国大陆空气净化器产品品牌结构	17

2006年中国大陆空气净化器产品市场渠道结构	17
2006年消费者对空气净化器产品的了解情况	18
2006年消费者对空气净化器产品的感兴趣程度	19
2006年消费者空气净化器品牌认知情况	19
2006年消费者空气净化器品牌拥有情况	20
2006年消费者一年内购买空气净化器情况	20
2006年消费者购买空气净化器时间分布	21
2006年购买空气净化器产品男性消费者特征	23
2006年购买空气净化器产品女性消费者特征	23
2006年购买空气净化器产品男性提出者年龄特征	24
2006年购买空气净化器产品女性提出者年龄特征	24
2006年不同性别购买空气净化器提出者年龄特征比较	24
2006年购买空气净化器产品男性提出者收入特征	25
2006年购买空气净化器产品女性提出者收入特征	25
2006年不同性别购买空气净化器提出者收入特征比较	26
2006年消费者空气净化器产品认知渠道	27
2006年消费者购买空气净化器的考虑因素	28
2006年消费者空气净化器产品购买渠道	29
2006年消费者空气净化器产品购买价格分布	30
2006年消费者空气净化器产品购买价格期望	30
2006年北京亚都科技股份有限公司基本情况分析	33
2006年北京同方洁净技术有限公司基本情况分析	42
2006年艾美特电器（深圳）有限公司基本情况分析	48
康特空气净化器净化效能及适用面积	54
2006年广东美的集团（芜湖）制冷设备有限公司基本情况分析	57
森井空气净化器中国室内环境监测中心检测数据	60
森井空气净化器中国预防医学科学院检测数据	61
2006年上海夏普电器有限公司基本情况分析	63
夏普空气净化器净化效能及适用面积	65

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/52960.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。