

2016-2022年中国车载空气净化器市场发展态势及 未来前景分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国车载空气净化器市场发展态势及未来前景分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/zhuanongshebei/235798235798.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

国内空气净化器品牌，以亚都、远大、美的、沃讯等为代表，其中亚都、美的等品牌的知名度、普及度和美誉度虽然不错，但由于其品牌的产品重心及优势不在车载空气净化器上，在用户价值上做的还不够，因此也影响其品牌的竞争力。沃讯车载空气净化器，虽然在国际的知名度、美誉度等方面目前还无法与世界名牌松下、飞利浦等相比，但由于在空气净化器方面的专注性以及专业性，也凭借着这份专注与专业，在行业内获得极大品牌知名度、普及度以及美誉度，可以说是国内车载空气净化器的隐形冠军。目前全国有空气净化器企业200多家，以中小企业为主，产量成规模的大企业较少，主要集中在长三角及珠三角地区。随着空气净化器市场的发展，也出现了一些发展中的问题，目前反映比较突出的一是技术规范问题，一些净化材料难以达到有效的净化效果、市场宣传规范问题，一些产品的存在着夸大宣传和不实宣传问题，同时还有检测规范和售后服务规范问题等等。目前国内的车载净化器走的还是经销商销售和电商销售模式，由于网络的发展，电商模式的优越性更高。

2014年，全国汽车产销分别为2372万辆和2349万辆，同比增长7.3%和6.9%。其中，乘用车产销分别为1992万辆和1970万辆，同比增长10.2%和9.9%；商用车产销分别为380万辆和379万辆，同比下降分别为5.7%和6.5%。

据有关乘用车（新车）空气污染的调查，大约有1/3的乘用车内甲醛等其他细菌浓度超标，据此估算约有489万辆乘用车（新车）需要安装车载空气净化器。若保守估计只有1/3的新车购买者（或销售商）愿意购买（或赠送配置）车载空气净化器，则相对现实的车载空气净化器市场规模在163万台左右。如果按照平均价一台平均价格500元计算的话，保守估计一年的销售额最少为8亿多元人民币。

中国报告网发布的《2016-2022年中国车载空气净化器市场发展态势及未来前景分析报告》首先介绍了车载空气净化器行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

【报告大纲】

第一章 车载空气净化器行业发展综述

1.1 车载空气净化器行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 车载空气净化器行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 车载空气净化器行业在国民经济中的地位

1.2.3 车载空气净化器行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 车载空气净化器行业生命周期

1.3 最近3-5年中国车载空气净化器行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

第二章 车载空气净化器行业运行环境分析

2.1 车载空气净化器行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 车载空气净化器行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 车载空气净化器行业社会环境分析

2.3.1 车载空气净化器产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 车载空气净化器产业发展对社会发展的影响

2.4 车载空气净化器行业技术环境分析

2.4.1 车载空气净化器技术分析

2.4.2 车载空气净化器技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国车载空气净化器行业运行分析

3.1 我国车载空气净化器行业发展状况分析

3.1.1 我国车载空气净化器行业发展阶段

3.1.2 我国车载空气净化器行业发展总体概况

3.1.3 我国车载空气净化器行业发展特点分析

3.2 2013-2014年车载空气净化器行业发展现状

3.2.1 2013-2014年我国车载空气净化器行业市场规模

3.2.2 2013-2014年我国车载空气净化器行业发展分析

3.2.3 2013-2014年中国车载空气净化器企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2013-2014年重点省市市场分析

3.4 车载空气净化器细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2013-2014年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 车载空气净化器产品/服务价格分析

3.5.1 2013-2014年车载空气净化器价格走势

3.5.2 影响车载空气净化器价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.5.3 2016-2022年车载空气净化器产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要车载空气净化器企业价位及价格策略

第四章 我国车载空气净化器行业整体运行指标分析

4.1 2013-2014年中国车载空气净化器行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2013-2014年中国车载空气净化器行业产销情况分析

4.2.1 我国车载空气净化器行业工业总产值

4.2.2 我国车载空气净化器行业工业销售产值

4.2.3 我国车载空气净化器行业产销率

4.3 2013-2014年中国车载空气净化器行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国车载空气净化器行业供需形势分析

5.1 车载空气净化器行业供给分析

- 5.1.1 2013-2014年车载空气净化器行业供给分析
- 5.1.2 2016-2022年车载空气净化器行业供给变化趋势
- 5.1.3 车载空气净化器行业区域供给分析
- 5.2 2013-2014年我国车载空气净化器行业需求情况
 - 5.2.1 车载空气净化器行业需求市场
 - 5.2.2 车载空气净化器行业客户结构
 - 5.2.3 车载空气净化器行业需求的地区差异
- 5.3 车载空气净化器市场应用及需求预测
 - 5.3.1 车载空气净化器应用市场总体需求分析
 - (1) 车载空气净化器应用市场需求特征
 - (2) 车载空气净化器应用市场需求总规模
 - 5.3.2 2016-2022年车载空气净化器行业领域需求量预测
 - (1) 2016-2022年车载空气净化器行业领域需求产品/服务功能预测
 - (2) 2016-2022年车载空气净化器行业领域需求产品/服务市场格局预测
 - 5.3.3 重点行业车载空气净化器产品/服务需求分析预测
- 第六章 车载空气净化器行业产业结构分析
 - 6.1 车载空气净化器产业结构分析
 - 6.1.1 市场细分充分程度分析
 - 6.1.2 各细分市场领先企业排名
 - 6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例
 - 6.1.4 领先企业的结构分析(所有制结构)
 - 6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析
 - 6.2.1 产业价值链的构成
 - 6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析
 - 6.3 产业结构发展预测
 - 6.3.1 产业结构调整指导政策分析
 - 6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素
 - 6.3.3 产业结构调整方向分析
- 第七章 我国车载空气净化器行业产业链分析
 - 7.1 车载空气净化器行业产业链分析
 - 7.1.1 产业链结构分析
 - 7.1.2 主要环节的增值空间
 - 7.1.3 与上下游行业之间的关联性
 - 7.2 车载空气净化器上游行业分析
 - 7.2.1 车载空气净化器产品成本构成

7.2.2 2013-2014年上游行业发展现状

7.2.3 2016-2022年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对车载空气净化器行业的影响

7.3 车载空气净化器下游行业分析

7.3.1 车载空气净化器下游行业分布

7.3.2 2013-2014年下游行业发展现状

7.3.3 2016-2022年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对车载空气净化器行业的影响

第八章 我国车载空气净化器行业渠道分析及策略

8.1 车载空气净化器行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对车载空气净化器行业的影响

8.1.3 主要车载空气净化器企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 车载空气净化器行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 车载空气净化器行业营销策略分析

8.3.1 中国车载空气净化器营销概况

8.3.2 车载空气净化器营销策略探讨

8.3.3 车载空气净化器营销发展趋势

第九章 我国车载空气净化器行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 车载空气净化器行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

9.1.2 车载空气净化器行业企业间竞争格局分析

9.1.3 车载空气净化器行业集中度分析

9.1.4 车载空气净化器行业SWOT分析

9.2 中国车载空气净化器行业竞争格局综述

9.2.1 车载空气净化器行业竞争概况

9.2.2 中国车载空气净化器行业竞争力分析

- (1) 我国车载空气净化器行业竞争力剖析
- (2) 我国车载空气净化器企业市场竞争的优势
- (3) 国内车载空气净化器企业竞争能力提升途径

9.2.3 车载空气净化器市场竞争策略分析

第十章 车载空气净化器行业领先企业经营形势分析

10.1 摩瑞尔

10.1.1 企业发展概况

10.1.2 企业产品结构

10.1.3 企业经营情况

10.1.4 企业发展战略

10.1.5 企业最新动态

10.2 凯易欧

10.2.1 企业发展概况

10.2.2 企业产品结构

10.2.3 企业经营情况

10.2.4 企业发展战略

10.2.5 企业最新动态

10.3 伊莱克斯

10.3.1 企业发展概况

10.3.2 企业产品结构

10.3.3 企业经营情况

10.3.4 企业发展战略

10.3.5 企业最新动态

10.4 飞利浦

10.4.1 企业发展概况

10.4.2 企业产品结构

10.4.3 企业经营情况

10.4.4 企业发展战略

10.4.5 企业最新动态

10.5 夏普

10.5.1 企业发展概况

10.5.2 企业产品结构

10.5.3 企业经营情况

10.5.4 企业发展战略

10.5.5 企业最新动态

10.6 松下

10.6.1 企业发展概况

10.6.2 企业产品结构

10.6.3 企业经营情况

10.6.4 企业发展战略

10.6.5 企业最新动态

10.7 富士通

10.7.1 企业发展概况

10.7.2 企业产品结构

10.7.3 企业经营情况

10.7.4 企业发展战略

10.7.5 企业最新动态

10.8 安利

10.8.1 企业发展概况

10.8.2 企业产品结构

10.8.3 企业经营情况

10.8.4 企业发展战略

10.8.5 企业最新动态

10.9 莱克LEXY

10.9.1 企业发展概况

10.9.2 企业产品结构

10.9.3 企业经营情况

10.9.4 企业发展战略

10.9.5 企业最新动态

10.10 BluEAir

10.10.1 企业发展概况

10.10.2 企业产品结构

10.10.3 企业经营情况

10.10.4 企业发展战略

10.10.5 企业最新动态

第十一章 2016-2022年车载空气净化器行业投资前景

11.1 2016-2022年车载空气净化器市场发展前景

11.1.1 2016-2022年车载空气净化器市场发展潜力

11.1.2 2016-2022年车载空气净化器市场发展前景展望

11.1.3 2016-2022年车载空气净化器细分行业发展前景分析

11.2 2016-2022年车载空气净化器市场发展趋势预测

11.2.1 2016-2022年车载空气净化器行业发展趋势

11.2.2 2016-2022年车载空气净化器市场规模预测

11.2.3 2016-2022年车载空气净化器行业应用趋势预测

11.2.4 2016-2022年细分市场发展趋势预测

11.3 2016-2022年中国车载空气净化器行业供需预测

11.3.1 2016-2022年中国车载空气净化器行业供给预测

11.3.2 2016-2022年中国车载空气净化器行业需求预测

11.3.3 2016-2022年中国车载空气净化器供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2016-2022年车载空气净化器行业投资机会与风险

12.1 车载空气净化器行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2016-2022年车载空气净化器行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 细分市场投资机会

12.2.3 重点区域投资机会

12.3 2016-2022年车载空气净化器行业投资风险及防范

12.3.1 政策风险及防范

12.3.2 技术风险及防范

12.3.3 供求风险及防范

12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 产品结构风险及防范

12.3.6 其他风险及防范

第十三章 车载空气净化器行业投资战略研究

13.1 车载空气净化器行业发展战略研究

13.1.1 战略综合规划

- 13.1.2 技术开发战略
- 13.1.3 业务组合战略
- 13.1.4 区域战略规划
- 13.1.5 产业战略规划
- 13.1.6 营销品牌战略
- 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国车载空气净化器品牌的战略思考
 - 13.2.1 车载空气净化器品牌的重要性
 - 13.2.2 车载空气净化器实施品牌战略的意义
 - 13.2.3 车载空气净化器企业品牌的现状分析
 - 13.2.4 我国车载空气净化器企业的品牌战略
 - 13.2.5 车载空气净化器品牌战略管理的策略
- 13.3 车载空气净化器经营策略分析
 - 13.3.1 车载空气净化器市场细分策略
 - 13.3.2 车载空气净化器市场创新策略
 - 13.3.3 品牌定位与品类规划
 - 13.3.4 车载空气净化器新产品差异化战略
- 13.4 车载空气净化器行业投资战略研究
 - 13.4.1 2014年车载空气净化器行业投资战略
 - 13.4.2 2016-2022年车载空气净化器行业投资战略
- 第十四章 研究结论及投资建议
 - 14.1 车载空气净化器行业研究结论
 - 14.2 车载空气净化器行业投资价值评估
 - 14.3 车载空气净化器行业投资建议
 - 14.3.1 行业发展策略建议
 - 14.3.2 行业投资方向建议
 - 14.3.3 行业投资方式建议
- 图表目录
 - 图表 空气净化器上下游关系链
 - 图表 2012-2014年车载空气净化器市场规模分析
 - 图表 行业生命周期曲线
 - 图表 2012-2014年车载空气净化器产销分析
 - 图表 2012-2014年全球空气净化器销量情况
 - 图表 2010-2014年高等教育招生人数
 - 图表 2010-2014年研究与试验发展（R&D）经费支出

图表 2012-2014年车载空气净化器市场规模分析

图表 2014年10月中国车载空气净化器市场最受关注的十款产品及主要参数

特别说明：观研天下所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhuanyongshebei/235798235798.html>