

中国空气净化器行业现状深度研究与发展前景分析报告（2024-2031年）

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《中国空气净化器行业现状深度研究与发展前景分析报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202411/733317.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

近年随着人们对健康问题的关注度日益提高，空气净化器作为保障室内空气质量的重要工具，受到了越来越多消费者的青睐。特别是在雾霾天气频发和室内装修污染严重的背景下，空气净化器的需求更加旺盛。进入2024年以来，受季节性因素与产品创新的双重加持，使得空气净化器市场景气度上升其一季度、二季度以及三季度的空气净化器线上零售量同比增速依次为24%、33%、51%，增速持续攀升，全年有望超20%。与此同时，空气净化器厂商针对产品功能不断创新研发，推出智能化、绿色化的新质家电，这些产品既贴合消费者的选购需求，又能提升企业的核心竞争力，带领行业走向高端转型。

一、市场景气度上升，行业增速持续攀升

空气净化器又称“空气清洁器”、空气清新机、净化器，是指能够吸附、分解或转化各种空气污染物（一般包括PM2.5、粉尘、花粉、异味、甲醛之类的装修污染、细菌、过敏原等），有效提高空气清洁度的产品，主要分为家用、商用、工业、楼宇。根据不同的工作原理和技术，空气净化器可以分为机械过滤式、光触媒式、负离子式、臭氧式、复合式。

资料来源：观研天下整理

空气净化器产业作为现代家电领域的一个重要分支，近年随着人们健康意识的提升和对室内空气质量的关注，已逐渐成为了许多家庭和商业场所的必备设备。进入2024年受产品创新、宠物净化器的兴起以及国家补贴政策的助力，使得空气净化器市场景气度上升。根据奥维云网等权威机构数据显示，2024年上半年空气净化器市场零售额达到了25.1亿元，同比增长22.9%，零售量更是攀升至149.1万台，同比增长26.9%。另外2024年一季度、二季度、三季度的空气净化器线上零售量同比增速依次为24%、33%、51%，增速持续攀升。

数据来源：奥维云网（AVC），观研天下整理

展望2024年全年，有相关预测分析，结合前三季度的高增长，且考虑到在国补环境下已经提前透支的部分需求，预计24年全年空气净化器零售额及零售量整体增速将会有所回调，最终保持在24%、29%左右。对此对2024年全年预测，预计该年空气净化器零售额及零售量将达到58.2亿元，341.7万台。

数据来源：奥维云网（AVC），观研天下整理

数据来源：奥维云网（AVC），观研天下整理

二、线上市场表现突出，消费者购物习惯正逐渐向线上转移

从渠道来看，线上市场表现突出。数据显示，2024年三季度我国线上空气净化器零售额11.3亿元，同比增长51%；零售量73.8万台，同比提升

55.6%，零售额与零售量增长双双突破 50%。

相对于之下，线下市场则表现不佳，零售额与零售量均下滑。数据显示，2024年三季度我国线下空气净化器零售额1.4亿元，同比下降8.9%；零售量4.5万台，同比下降9.6%。

数据来源：奥维云网（AVC），观研天下整理

综上所述，目前我国消费者的购物习惯正逐渐向线上转移。特别是抖音这一新兴渠道，自2023年第二季度以来，其市场占比持续上升，至第三季度已接近14%。这一变化不仅标志着线上零售的崛起，也意味着传统品牌之间的竞争正向新兴平台倾斜。

数据来源：奥维云网（AVC），观研天下整理

三、高端化趋势显现，5K+和7K+市占率提升

我国空气净化器高端化趋势显现。近年来，科技进步日新月异，在家电创新方面不断影响着大家的生活，空气净化器厂商也针对产品功能不断创新研发，推出智能化、绿色化的新质家电，如智能控制、自动开关机、静音模式以及深度除醛等，这些产品既贴合消费者的选购需求，又能提升企业的核心竞争力，带领行业走向高端转型。目前空气净化器已经不仅仅是简单的除霾设备，而是具备了除甲醛、除异味、杀菌等多种功能。

从价格段来看，从低端(1000元以下)到高端(7000元以上)均有产品覆盖，满足了不同消费群体的需求。其中2024年第三季度，除了宠物净化器、大参数净化器、加湿净化一体机共同推动了1-3K价位段的快速增长外，新产品带来的参数和产品力的大幅提升也拉动了5K+和7K+价位的增长。数据显示，2024年三季度1-3K价位段销售额占比65%，较2023年三季度增长了10.1个百分点；5K以上销售额占比20.3%，较2023年三季度增长了1.2个百分点；7K-8K价位段销售额占比5.8%，较2023年三季度增长了0.6个百分点。

数据来源：奥维云网（AVC），观研天下整理（WW）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国空气净化器行业现状深度研究与发展前景分析报告（2024-2031年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国空气净化器行业发展概述

第一节空气净化器行业发展情况概述

一、空气净化器行业相关定义

二、空气净化器特点分析

三、空气净化器行业基本情况介绍

四、空气净化器行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、空气净化器行业需求主体分析

第二节中国空气净化器行业生命周期分析

一、空气净化器行业生命周期理论概述

二、空气净化器行业所属的生命周期分析

第三节空气净化器行业经济指标分析

一、空气净化器行业的赢利性分析

二、空气净化器行业的经济周期分析

三、空气净化器行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球空气净化器行业市场发展现状分析

第一节全球空气净化器行业发展历程回顾

第二节全球空气净化器行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲空气净化器行业地区市场分析

一、亚洲空气净化器行业市场现状分析

二、亚洲空气净化器行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲空气净化器行业市场前景分析

第四节北美空气净化器行业地区市场分析

- 一、北美空气净化器行业市场现状分析
- 二、北美空气净化器行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美空气净化器行业市场前景分析

第五节欧洲空气净化器行业地区市场分析

- 一、欧洲空气净化器行业市场现状分析
- 二、欧洲空气净化器行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲空气净化器行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界空气净化器行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球空气净化器行业市场规模预测

第三章 中国空气净化器行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对空气净化器行业的影响分析

第三节中国空气净化器行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规
- 三、主要行业标准

第四节政策环境对空气净化器行业的影响分析

第五节中国空气净化器行业产业社会环境分析

第四章 中国空气净化器行业运行情况

第一节中国空气净化器行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节中国空气净化器行业市场规模分析

- 一、影响中国空气净化器行业市场规模的因素
- 二、中国空气净化器行业市场规模
- 三、中国空气净化器行业市场规模解析

第三节中国空气净化器行业供应情况分析

- 一、中国空气净化器行业供应规模
- 二、中国空气净化器行业供应特点

第四节中国空气净化器行业需求情况分析

- 一、中国空气净化器行业需求规模

二、中国空气净化器行业需求特点

第五节中国空气净化器行业供需平衡分析

第五章 中国空气净化器行业产业链和细分市场分析

第一节中国空气净化器行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、空气净化器行业产业链图解

第二节中国空气净化器行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对空气净化器行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对空气净化器行业的影响分析

第三节我国空气净化器行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国空气净化器行业市场竞争分析

第一节中国空气净化器行业竞争现状分析

一、中国空气净化器行业竞争格局分析

二、中国空气净化器行业主要品牌分析

第二节中国空气净化器行业集中度分析

一、中国空气净化器行业市场集中度影响因素分析

二、中国空气净化器行业市场集中度分析

第三节中国空气净化器行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国空气净化器行业模型分析

第一节中国空气净化器行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国空气净化器行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国空气净化器行业SWOT分析结论

第三节中国空气净化器行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国空气净化器行业需求特点与动态分析

第一节中国空气净化器行业市场动态情况

第二节中国空气净化器行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节空气净化器行业成本结构分析

第四节空气净化器行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国空气净化器行业价格现状分析

第六节中国空气净化器行业平均价格走势预测

一、中国空气净化器行业平均价格趋势分析

二、中国空气净化器行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国空气净化器行业所属行业运行数据监测

第一节 中国空气净化器行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国空气净化器行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国空气净化器行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国空气净化器行业区域市场现状分析

第一节 中国空气净化器行业区域市场规模分析

一、影响空气净化器行业区域市场分布的因素

二、中国空气净化器行业区域市场分布

第二节 中国华东地区空气净化器行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区空气净化器行业市场分析

(1) 华东地区空气净化器行业市场规模

(2) 华东地区空气净化器行业市场现状

(3) 华东地区空气净化器行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区空气净化器行业市场分析

(1) 华中地区空气净化器行业市场规模

(2) 华中地区空气净化器行业市场现状

(3) 华中地区空气净化器行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区空气净化器行业市场分析

(1) 华南地区空气净化器行业市场规模

(2) 华南地区空气净化器行业市场现状

(3) 华南地区空气净化器行业市场规模预测

第五节华北地区空气净化器行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区空气净化器行业市场分析

(1) 华北地区空气净化器行业市场规模

(2) 华北地区空气净化器行业市场现状

(3) 华北地区空气净化器行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区空气净化器行业市场分析

(1) 东北地区空气净化器行业市场规模

(2) 东北地区空气净化器行业市场现状

(3) 东北地区空气净化器行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区空气净化器行业市场分析

(1) 西南地区空气净化器行业市场规模

(2) 西南地区空气净化器行业市场现状

(3) 西南地区空气净化器行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区空气净化器行业市场分析

(1) 西北地区空气净化器行业市场规模

(2) 西北地区空气净化器行业市场现状

(3) 西北地区空气净化器行业市场规模预测

第十一章 空气净化器行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国空气净化器行业发展前景分析与预测

第一节中国空气净化器行业未来发展前景分析

一、空气净化器行业国内投资环境分析

二、中国空气净化器行业市场机会分析

三、中国空气净化器行业投资增速预测

第二节中国空气净化器行业未来发展趋势预测

第三节中国空气净化器行业规模发展预测

一、中国空气净化器行业市场规模预测

二、中国空气净化器行业市场规模增速预测

三、中国空气净化器行业产值规模预测

四、中国空气净化器行业产值增速预测

五、中国空气净化器行业供需情况预测

第四节中国空气净化器行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国空气净化器行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国空气净化器行业进入壁垒分析

- 一、空气净化器行业资金壁垒分析
- 二、空气净化器行业技术壁垒分析
- 三、空气净化器行业人才壁垒分析
- 四、空气净化器行业品牌壁垒分析
- 五、空气净化器行业其他壁垒分析

第二节空气净化器行业风险分析

- 一、空气净化器行业宏观环境风险
- 二、空气净化器行业技术风险
- 三、空气净化器行业竞争风险
- 四、空气净化器行业其他风险

第三节中国空气净化器行业存在的问题

第四节中国空气净化器行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国空气净化器行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国空气净化器行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国空气净化器行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节空气净化器行业营销策略分析

- 一、空气净化器行业产品策略
- 二、空气净化器行业定价策略
- 三、空气净化器行业渠道策略
- 四、空气净化器行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文