

2021年汽车空气过滤器行业 调查研究报告

印歌美
2021年8月

目 录

一、中国汽车空气过滤器行业概况4

- 1、汽车空气过滤器市场规模达5300亿元，保持稳中向好发展趋势4
- 2、中国汽车空气过滤器行业PEST分析 5
- 3、汽车空气过滤器行业处于初级阶段，资源整合盈利亟待突破 6
- 4、中国汽车空气过滤器行业存在的问题分析 7
- 5、行业进入洗牌期，信息化趋势明显 8

二、中国汽车空气过滤器行业市场分析9

- 1、市场结构多元化，服务包装占比突出9
- 2、汽车空气过滤器行业地位逐步提高，影响力突出 10
- 3、汽车空气过滤器行业规模同比增长13.6%11
- 4、行业的覆盖人群规模大、服务及服务用户占比高 11
- 5、汽车空气过滤器生产服务状况今非昔比11
- 6、汽车空气过滤器市场策略连锁直销、渠道销售模式11
- 7、价格走势遵循一般行业服务走势规律12

三、中国汽车空气过滤器行业政策环境12

- 1、十四五规划解读12
- 2、地级市的标准需要参考省级区域的标准12
- 3、汽车空气过滤器财政税收政策较为全面 13
- 4、政策走势日趋重视，技术环境开拓创新 13

四、中国汽车空气过滤器行业竞争格局13

- 1、汽车空气过滤器竞争企业介绍13
- 2、行业竞争力分析14
- 3、汽车空气过滤器行业竞争焦点介绍 14

4、汽车空气过滤器竞争技术介绍14

5、汽车空气过滤器行业竞争趋势与影响15

五、中国汽车空气过滤器行业发展趋势预测15

1、汽车空气过滤器行业特征分析 15

2、行业发展趋势分析16

3、汽车空气过滤器行业前景17

4、汽车空气过滤器行业商机发掘18

5、发展路径与未来走向18

六、中国汽车空气过滤器行业投资策略分析18

1、汽车空气过滤器行业投资机会18

2、投资风险分析19

3、汽车空气过滤器投资必要性及建议 19

4、汽车空气过滤器投资回报分析20

一、中国汽车空气过滤器行业概况

1、汽车空气过滤器市场规模达5300亿元，保持稳中向好发展趋势

汽车空气过滤器行业对中国人的生活已经产生了较为深刻的影响，从市场情况、行业服务、服务情况、市场规模等各个方面切入到了生活的方方面面，因此对汽车空气过滤器行业的市场调研有利于较深的理解行业特性，为该行业的投资做支撑，为市民提供较好的产品与服务。



图 1 江浙沪地区汽车空气过滤器行业市场规模及增长率

汽车空气过滤器行业市场规模，主要包括行业单位、人员、资产、市场、市场容量等方面的行情分析。汽车空气过滤器行业产销情况，主要包括汽车空气过滤器的生产、销售、产销等各个环节的详细情况分析。汽车空气过滤器行业的财务能力分析，主要包括相关企业在汽

车空气过滤器行业的盈利能力、偿债能力、运营能力等方面的分析。
汽车空气过滤器行业的现状，主要从汽车空气过滤器行业存在的问题、
痛点入手，提出解决方案和行业应用前景分析。

2、 中国汽车空气过滤器行业PEST 分析

(1) 政策因素

中央印发的《汽车空气过滤器行业发展十四五规划纲要》
明确要求到2021年汽车空气过滤器行业将增加30%，各地方出台了
地方政策，提高行业渗透率。2020年汽车空气过滤器行业成为政策
红利的市场，国务院政府工作报告指出汽车空气过滤器行业将会有
利于提高民众生活质量。

(2) 经济因素

汽车空气过滤器行业持续需求火热，资本利好汽车空气过滤器领
域，行业发展长期向好。下游行业交易规模增长，为汽车空气过滤器
行业提供新的发展动力。2021年居民人均可支配收入5037元，同比
增长6.3%，居民消费水平的提高为汽车空气过滤器行业市场需求提
供经济基础。

(3) 社会因素

传统汽车空气过滤器行业市场门槛低，缺乏统一行业标准，服务
过程没有专业的监管等问题影响行业发展。互联网与汽车空气过滤器
的结合，减少中间环节，为用户提供高性价比的服务。90后、00后
等人群，逐步成为汽车空气过滤器行业的消费主力。

(4) 技术因素

科技赋能人工智能、大数据、云计算、VR、5G 等逐步从1、2线城市过渡到3、4线城市，实现汽车空气过滤器行业科技体验的普及化。汽车空气过滤器行业引入 ERP、OA 等系统，优化信息化管理施工环节，提高了行业效率。

3、汽车空气过滤器行业处于初级阶段，资源整合盈利亟待突破

当前当前中国汽车空气过滤器行业在商业模式方面，一部分呈现“汽车空气过滤器电商化”特点，把互联网作为营销渠道的补充手段；而提供汽车空气过滤器低价化的产品，智能解决浅层次的行业痛点。

包括自营施工毛利或收取转包管理费

规模利润、团购爆款等

图 2 中国汽车空气过滤器行业“电商化”商业模式

互联网与汽车空气过滤器行业的上下游资源整合，以“低价套餐+服务承诺+过程监控”的方式，为消费者提供省钱、省时、生理的服务。未来，汽车空气过滤器行业的盈利能力主要建立在其对各方资源的整合能力和创造力的交易流量上。

汽车空气过滤器行业营销模式分为两种：平台式与自营式。

图 3 汽车空气过滤器平台式营销模式

图 4 汽车空气过滤器自营式营销模式

4、 中国汽车空气过滤器行业存在的问题分析

(1) 平台管理水平落后

没有解决汽车空气过滤器生产商和消费者之间的天然矛盾。部分汽车空气过滤器企业对加盟者审核不严格，导致服务水平层次不齐。汽车空气过滤器行业的利润主要来自压缩原材料，严重影响产品和服务质量。

(2) 行业本身局限性

汽车空气过滤器属于低频率，要求高，服务周期长的行业，消费行为不能随时发生，频次高且要求高。汽车空气过滤器传统行业通过中间信息不对称赚钱模式价格透明，缺乏盈利点。

(3) 行业服务无序化

汽车空气过滤器行业标准不成体系，服务质量很大程度上依赖于设计等个人等个人能力，难以规划管理与复制。汽车空气过滤器行业服务质量难以控制，导致质量问题频发。监管缺失，严重影响用户体验。

(4) 供应链整合度低

汽车空气过滤器行业供应链涉及品类繁多，小型企业难以为继，初期投入过大，打不起价格战汽车空气过滤器行业产品标准化程度低，导致生产周期长且成本高。

(5) 研发设计能力不足

汽车空气过滤器行业研发设计人才供需失衡，无法满足用户个性化需求。汽车空气过滤器行业设计与市场需求不符，交付给消费者的设计产品匹配性不足。

5、行业进入洗牌期，信息化趋势明显

(1) 行业面临洗牌

中国汽车空气过滤器行业进入洗牌期。下游企业缺乏核心技术导致增长动力不足。汽车空气过滤器融资集中于主流企业。

(2) 标准化与定制化趋于融合

汽车空气过滤器行业标准化与定制化界限被打破。未来趋于融合。

标准化加微定制的产品战略，有效平衡企业操作层面与消费者需求层面的矛盾。让消费者既拥有足够的确定性，也有足够的弹性。

(3) 行业平台职能转换

汽车空气过滤器行业大数据应用，使得实际操作和施工赋能方式深入介入。使得平台从简单的流量供给入口转变为工具供给、技术供给、工人供给的模式。

(4) 注重用户体验

中国消费升级倒逼汽车空气过滤器行业提高服务质量。用户需求从获取公司信息并与公司对接畅通，转变为更加注重体验，注重实际的效果。满足用户需求，提供个性化定制服务，成为汽车空气过滤器行业新发展方向。

二、 中国汽车空气过滤器行业市场分析

1、市场结构多元化，服务包装占比突出

(1) 汽车空气过滤器原料及服务生产商，主要提供上游产品与服务，包括产品与服务的原厂商，以及各类原料厂商。

(2) 汽车空气过滤器服务及服务集成商，负责中间服务集成，主要为上游服务的再加工，上游服务的再汽车空气过滤器。

(3) 汽车空气过滤器设计规划商，进行产品与服务设计，主要

为整个业务环节提供设计与规划。

(4) 汽车空气过滤器行业产品与服务代理，行业代理主要包括

代理上游产业提供的服务。

(5) 汽车空气过滤器行业的产品与服务经销商与消费者，即行业经销商与消费者，主要包括行业经销商以及产品与服务的消费者。

中国汽车空气过滤器行业服务类型市场结构中，服务包装排名第一，占比突出，为33.4%；原材料加工排名第二，占25.3%；产品研发排名第三，占13.2%，安装施工排名第四，占8%。

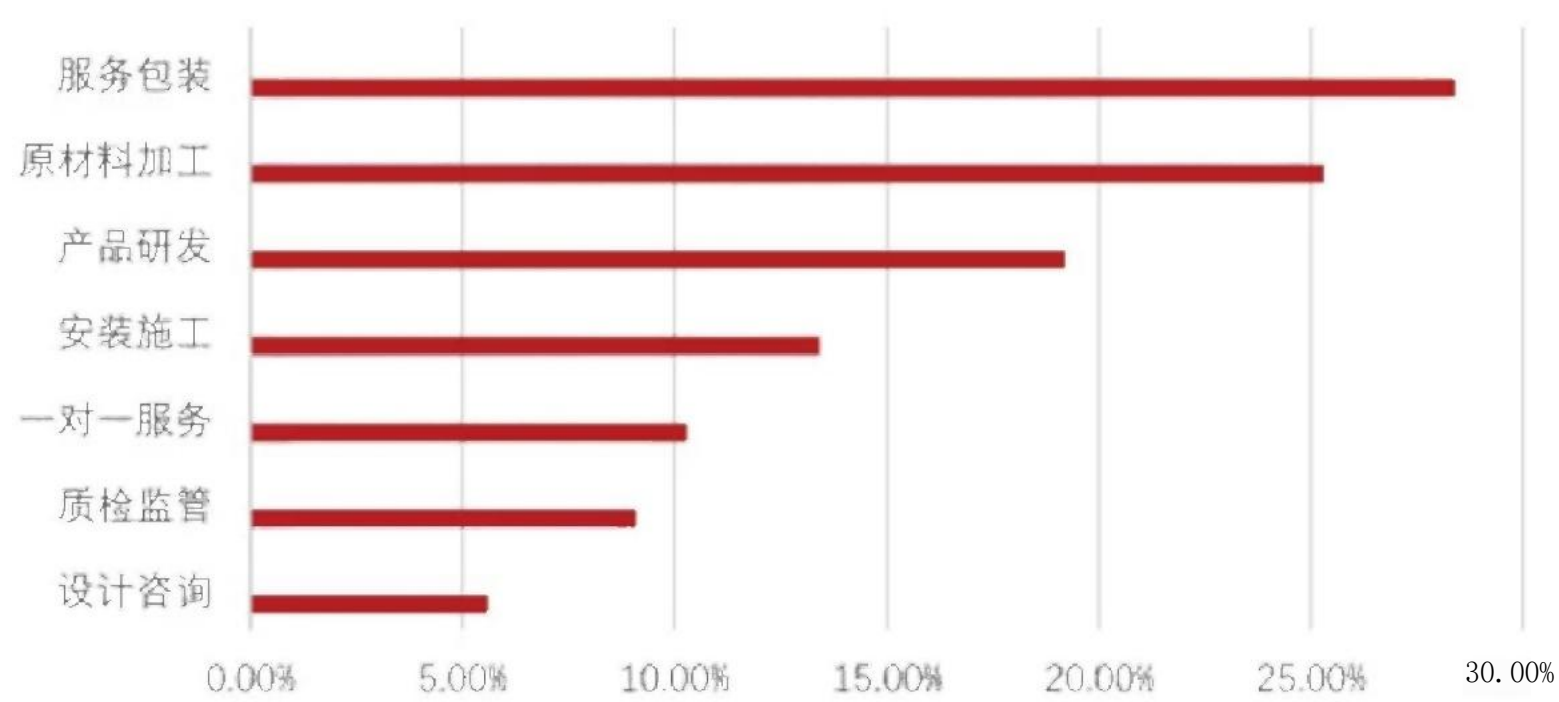


图5 汽车空气过滤器行业市场结构占比分析

2、行业地位逐步提高，影响力突出

汽车空气过滤器行业地位表现在三个方面：行业的产值、劳动力的数量在工业总产值、财政收入和就业总盘中的比例；行业的现状和未来对整个社会经济及其他行业发展影响的程度. 行业在国际市场上竞争、创新能力。

汽车空气过滤器行业在财政收入和就业总盘中的比例为1%, 汽车空气过滤器行业对社会经济和其他行业的影响程度为3%, 汽车空气过滤器行业竞争和创新能力占比9%。

3、行业规模同比增长13.6%

2020年汽车空气过滤器行业市场规模将达到5300亿元，预计同比增长13.6%。由于国内及国外供需情况短期难以达到平衡，汽车空气过滤器行业市场需求旺盛。“互联网+” 应用在汽车空气过滤器领域，为汽车空气过滤器带来新的发展空间。在此基础上，传统企业和互联网平台竞争激烈，企业通过提高用户体验、提升效率等方式提高市场竞争率，为汽车空气过滤器行业提供新的增长空间。

4、行业的覆盖人群规模大、服务及服务用户占比高

汽车空气过滤器行业的覆盖人群规模大、服务及服务用户占比高、市场规模庞大、市场销量紧缺、服务用量激增、复合增长率奇高，市场规模及需求非常大。服务客户人群1.8亿，市场规模500亿，用量分析600万，年复合增长率130%。

5、生产服务状况今非昔比

汽车空气过滤器服务生产状况介绍，服务主要包括用户服务软硬件服务，服务数量，需求。汽车空气过滤器服务生产问题介绍，服务主要包括汽车空气过滤器服务生产过程痛点。

6、市场策略连锁直销、渠道销售模式

创新营销，创新服务设计与倡导新理念；消费联盟营销，构建行业消费圈，形成消费联盟；绿色营销，强调环保、低碳、无公害；整

合营销，整合汽车空气过滤器市场服务，打包营销；连锁经营营销，采用连锁直销、渠道销售模式。

7、价格走势遵循一般行业服务走势规律

初始阶段价格波动；受市场行情与供需关系影响；未来技术与市场稳定后，汽车空气过滤器行业服务市场价格趋向稳定；通过调研分析，汽车空气过滤器行业服务价格走势遵循一般行业服务走势规律，由行业爆发期、起伏期与稳定期组成。

三、 中国汽车空气过滤器行业政策环境

1、 十四五规划解读

国务院发布政策、十四五规划、政府报告、领导讲话等都有对汽车空气过滤器行业做了一些纲领性的指导，合理的解读能够为行业做了好的发展指引。

2、 地级市的标准需要参考省级区域的标准

汽车空气过滤器行业标准有国际标准、国内标准、省级标准、省级区域标准、地级市标准，各类标准为行业发展做了很好的建设指导。汽车空气过滤器地级市的标准需要参考省级区域的标准。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/566114102025010032>