

2021-2027年中国全屋净水 机行业分析与市场前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国全屋净水机行业分析与市场前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202109/237895.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

全屋净水器是安装在家庭总进水口，为家庭提供全屋净水的净水器，其核心技术主要有超滤膜和RO反渗透膜净水器，超滤膜净水器能够有效的去除市政自来水在管道输送过程中被二次污染后的铁锈、泥沙、病毒、大分子有机物及重金属等有害物质，保留对人体有益的矿物质和微量元素。并且提供大流量的供水。而RO膜型则需要储水桶来储水，以供家庭用。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国全屋净水机行业分析与市场前景预测报告》共七章。首先介绍了中国全屋净水机行业市场发展环境、全屋净水机整体运行态势等，接着分析了中国全屋净水机行业市场运行的现状，然后介绍了全屋净水机市场竞争格局。随后，报告对全屋净水机做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国全屋净水机行业发展趋势与投资预测。您若想对全屋净水机产业有个系统的了解或者想投资中国全屋净水机行业，本报告是您不可或缺的重要工具。 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 全屋净水机市场发展概况

第一节 全屋净水机市场及产品介绍

一、2019年全球净水机行业发展概况

- 1、国外进口品牌分析
- 2、国外品牌数量及所占份额
- 3、全球净水机品牌排名
- 4、主要品牌在华发展历程及成功失败经验教训分析
- 5、全球净水机市场分布情况
- 6、全球净水机发展趋势分析
- 7、全球净水机行业重点国家和地区分析

二、国内全屋净水机市场现状

三、国内全屋净水机产品品牌介绍

第二节 我国全屋净水机所属行业发展现状

一、2019年我国净水机市场发展状况

1、2019年中国净水机行业发展回顾

- 2、2019年净水机行业发展情况分析
- 3、2019年我国净水机市场特点分析
- 4、2019年我国净水机市场发展分析
- 5、中国净水器市场存在的主要问题

二、净水机所属市场销量分析

- 1、2019年净水机市场销量分析

三、净水机所属市场价格分析

- 1、净水机市场价格影响因素
- 2、2019年净水机市场价格走势
- 3、2015-2019年净水机市场价格走势
- 4、制约净水器价格的四个因素

四、中国净水机所属行业供需分析

- 1、2019年中国净水机市场供给总量分析
- 2、2019年中国净水机市场供给结构分析
- 3、2019年中国净水机市场需求总量分析
- 4、2019年中国净水机市场需求结构分析
- 5、2019年中国净水机市场供需平衡分析

第三节 国内经济环境

- 一、2019年中国宏观经济环境分析
- 二、2021-2027年中国宏观经济趋势预测

第四节 全屋净水机市场相关政策法规

一、净水机标准制定及执行情况

- 1、净水器标准
- 2、净水器出水水质标准
- 3、净水器标准的制定原则

二、净水机标准制定的必要性

三、净水机标准的制定过程

四、主要净水机标准解读

- 1、《家用和类似用途饮用水处理装置通用要求》
- 2、《家用和类似用途饮用水处理内芯通用要求》
- 3、《家用和类似用途反渗透净水机》
- 4、《饮水机专用净水机》标准

第五节 2021-2027年全屋净水机市场发展前景预测

第六节 行业技术水平

一、净水技术分析

- 1、活性炭
- 2、超滤机
- 3、纯水机
- 4、医药级别的打褶微滤膜
- 5、kdf

二、净水机的技术组合分析

第七节 行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

第八节 市场推广在全屋净水机行业的重要性

一、中国水资源分布

- 1、中国水资源概况
- 2、中国水资源及其分布
- 3、中国水资源状况

二、中国水资源利用现状

- 1、我国水资源现状
- 2、水资源的供需矛盾
- 3、水利与洪涝
- 4、造成洪涝灾害的主要原因

三、中国水污染状况

- 1、中国水污染现状
- 2、治理水污染具体措施

四、水污染对人类健康的影响

- 1、水污染概述
- 2、水体污染类型

五、水污染对行业需求的影响

第九节 营销渠道建设是全屋净水机市场竞争的关键

- 一、销售渠道是市场经济商品流通的主要桥梁
- 二、企业销售渠道建设中存在的难题
- 三、加强企业销售渠道建设的建议

第二章 全屋净水机所属行业市场容量/市场规模分析

第一节 2015-2019年全屋净水机市场容量/市场规模统计

第二节 全屋净水机下游应用市场结构

- 一、全屋净水机下游应用市场
- 二、家装市场发展状况
 - 1、国内家装产业发展现状
 - 2、国内家装产业发展趋势
 - 3、国内家装产业面临的形势
 - 4、中国建筑装饰行业“十三五”发展规划

第三节 影响全屋净水机市场容量/市场规模增长的因素

第四节 2021-2027年我国全屋净水机市场容量/市场规模预测

- 一、2021-2027年中国净水机供给预测
- 二、2021-2027年中国净水机需求预测
- 三、2021-2027年中国净水机价格预测

第三章 全屋净水机市场推广策略研究

第一节 全屋净水机行业新品推广模式研究

- 一、净水机推广方式分析
 - 1、经销商销售
 - 2、直销
 - 3、会销（开会销售）
 - 4、网销（网络销售）
 - 5、展销
 - 6、电视销售
 - 7、广告销售
 - 8、租赁
 - 9、外销出口

10、大型超市、家电连锁超市、装修建材超市、百货商场

11、家电连锁超市

12、批发市场（小商品市场）

13、为其他企业贴牌生产

14、与房地产开发商或装潢公司合作

15、企业、事业单位机关、学校、部队等发福利

16、政府采购、军用采购、企事业单位采购

17、加盟连锁

18、体验营销

二、净水器新品推广策略

第二节 全屋净水器市场网络推广策略研究

一、网络推广方法

二、企业推广步骤

第三节 全屋净水器市场广告宣传策略

一、内部定位策略

二、外部定位策略

第四节 全屋净水器市场推广与配套供货渠道建立

一、多渠道少批量策略

二、集中于少数供货商的策略

三、供货商数量的决策

第五节 全屋净水器新产品推广常见问题

一、新产品推广常见问题

二、新产品推广对策

第六节 直销模式在全屋净水器推广过程中的应用

一、选用直销模式的原则

二、直销模式的应用

第七节 国外全屋净水器市场推广经验介绍（欧美、韩日市场）

一、国外企业推广经验

二、对国内企业的启示

第四章 全屋净水器盈利模式研究

第一节 全屋净水器市场盈利模式的分类

第二节 全屋净水机生产企业的盈利模式研究

一、分工协作经营模式

二、特许权经营模式

三、利基经营模式

四、虚拟经营模式

第三节 全屋净水机经销代理商盈利模式研究

一、告别传统高利润模式走向社会平均利润

二、大类经销赢利模式

三、结构优化增强赢利

四、整合营销新渠道增强赢利

五、经销商品牌运营增值

第四节 第三方经销网络优化管理研究

一、整合多元化渠道，实现网点布局总量控制

二、建立合理的网点选址方案

三、优化网点组织架构

第五章 全屋净水机营销渠道建立策略

第一节 全屋净水机市场营销渠道结构

一、主力型渠道

二、紧凑型渠道

三、伙伴型渠道

四、松散型渠道

第二节 全屋净水机市场伙伴型渠道研究

一、伙伴型渠道关系的构成要素

二、伙伴型营销渠道的优势

三、伙伴型渠道建立策略

第三节 全屋净水机市场直接分销渠道与间接分销渠道管理

一、直接分销渠道

二、间接分销渠道

三、长短渠道

四、宽渠道与窄渠道

五、单渠道和多渠道

第四节 大客户直供销售渠道建立策略

一、全国性大客户

二、区域性大客户

第五节 网络经销渠道优化

一、网络经销渠道的含义

二、网络经销渠道的功能

第六节 渠道经销管理问题

一、现金流管理

二、货品进出物流管理

三、渠道价格管理

第六章 全屋净水机市场客户群研究与渠道匹配分析

第一节 全屋净水机主要客户群消费特征分析

一、净水机行业消费特点

二、净水机消费者分析

三、净水机消费结构分析

四、净水机消费的市场变化

五、净水机市场的消费方向

第二节 全屋净水机主要销售渠道客户群稳定性分析

一、主要销售渠道客户群分析

二、主要销售渠道客户群稳定策略

第三节 大客户经销渠道构建问题研究

一、大客户竞争日趋激烈

二、服务能力要求高

三、销售管理更系统

四、销售团队能力要求高

第四节 渠道经销商维护策略研究

一、渠道维护的几个维度

二、渠道维护的三个原则

三、渠道维护的策略

第五节 全屋净水机市场客户群消费趋势与营销渠道发展方向

一、净水机市场的消费需求变化

二、净水器行业的需求分析

三、2019年净水器品牌市场消费需求分析

第七章 重点企业市场推广策略与营销渠道规划案例

第一节 北京碧水源科技股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业成长能力分析

六、企业运营能力分析

第二节 上海开能环保设备股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业成长能力分析

六、企业运营能力分析

第三节 澳柯玛股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业成长能力分析

六、企业运营能力分析

第四节 上海巴安水务股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业成长能力分析

六、企业运营能力分析

第五节 广东美的电器股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业成长能力分析
- 六、企业运营能力分析

第六节 珠海格力电器股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业成长能力分析
- 六、企业运营能力分析

第七节 中山公用事业集团股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业成长能力分析
- 六、企业运营能力分析

第八节 福建漳州发展股份公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业成长能力分析
- 六、企业运营能力分析

第九节 甘肃大禹节水股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业成长能力分析

六、企业运营能力分析

第十节 宁波沁园集团有限公司

一、公司基本情况

二、公司发展历程

三、公司经营业绩

四、公司发展经验

图表目录：

图表 2019年全屋净水机产品品牌排名

图表 2015-2019年国内生产总值增长速度

图表 2019年规模以上工业增加值增长速度

图表 2015-2019年固定资产投资（不含农户）增长速度

图表 2019年房地产开发投资增长速度

图表 2019年社会消费品零售总额名义增长速度

图表 2015-2019年居民消费价格上涨情况

图表 2019年工业生产者出厂价格涨跌情况

图表 2019年农村居民人均收入实际增长速度

图表 2015-2019年城镇居民人均收入实际增长速度

图表 2015-2019年我国各层次货币量供应量增速变化趋势

图表 我国水资源总量统计

图表 2015-2019年全屋净水机市场容量

图表 2021-2027年我国城市化水平趋势

图表 2015-2019年家居行业规模以上企业主营业务收入对比

图表 2019年我国家居产量主要地区占比

图表 2015-2019年我国家居产量趋势分析

图表 2021-2027年我国净水器市场供给预测

图表 2021-2027年我国净水器市场需求预测

图表 2021-2027年中国净水机价格预测

图表 消费者目前使用净水器满意度调查分析

图表 中国净水器购买主体构成

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202109/237895.html>