

# 2023-2029年中国净水器市场深度评估与投资可行性报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2023-2029年中国净水器市场深度评估与投资可行性报告》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/202302/340957.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国净水器市场深度评估与投资可行性报告》共十五章。首先介绍了净水器行业市场发展环境、净水器整体运行态势等，接着分析了净水器行业市场运行的现状，然后介绍了净水器市场竞争格局。随后，报告对净水器做了重点企业经营状况分析，最后分析了净水器行业发展趋势与投资预测。您若想对净水器产业有个系统的了解或者想投资净水器行业，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 净水器相关概述

#### 1.1 净水器概念及功用

##### 1.1.1 定义简析

##### 1.1.2 主要功能

##### 1.1.3 工作原理

##### 1.1.4 应用场合

#### 1.2 净水器的分类情况

##### 1.2.1 按水质处理方式

##### 1.2.2 按分离技术划分

##### 1.2.3 按过滤层级划分

##### 1.2.4 按安装位置划分

##### 1.2.5 按附加功能划分

#### 1.3 净水器主要细分产品

##### 1.3.1 纯水机

##### 1.3.2 超滤机

##### 1.3.3 直饮机

##### 1.3.4 能量机

##### 1.3.5 软水机

## 第二章 2018-2022年净水器行业发展环境分析

### 2.1 政策环境

#### 2.1.1 饮用水卫生标准分析

#### 2.1.2 净水器行业标准分析

#### 2.1.3 净水器出水水质标准

#### 2.1.4 净水器行业利好政策

### 2.2 经济环境

#### 2.2.1 宏观经济概况

#### 2.2.2 居民收入水平

#### 2.2.3 经济转型升级

#### 2.2.4 宏观经济展望

### 2.3 需求环境

#### 2.3.1 中国人口发展规模

#### 2.3.2 中国水资源使用情况

#### 2.3.3 中国自来水水质现状

#### 2.3.4 中国城市水污染状况

#### 2.3.5 饮用水安全面临的挑战

### 2.4 技术环境

#### 2.4.1 各类技术的优劣势

#### 2.4.2 关键技术研发方向

#### 2.4.3 关键技术发展成果

#### 2.4.4 技术发展趋势分析

## 第三章 2018-2022年净水器市场发展分析

### 3.1 国际净水器行业发展概述

#### 3.1.1 国外净水器行业综况

#### 3.1.2 美国净水器行业分析

#### 3.1.3 日本净水器行业经验

### 3.2 2018-2022年中国净水器行业运行分析

#### 3.2.1 行业演进阶段

#### 3.2.2 行业阶段特征

- 3.2.3 市场规模分析
- 3.2.4 终端市场状况
- 3.2.5 行业发展契机
- 3.2.6 市场发展态势
- 3.3 2018-2022年全国净水器产量分析
  - 3.3.1 2018-2022年全国净水器产量趋势
  - 3.3.2 2020年全国净水器产量情况
  - 3.3.3 2021年全国净水器产量情况
  - 3.3.4 2022年全国净水器产量情况
- 3.4 2018-2022年全国净水器销量分析
  - 3.4.1 2018-2022年全国净水器销量趋势
  - 3.4.2 2020年全国净水器销量情况
  - 3.4.3 2021年全国净水器销量情况
  - 3.4.4 2022年全国净水器销量情况
- 3.5 中国净水器行业专利技术分析
  - 3.5.1 专利申请数量
  - 3.5.2 专利技术构成
  - 3.5.3 专利申请人分析
  - 3.5.4 法律及运营分析
- 3.6 中国净水器行业知识产权诉讼研究
  - 3.6.1 检索步骤及结果
  - 3.6.2 总体情况分析
  - 3.6.3 典型案例分析

## 第四章 2018-2022年净水器消费市场分析

- 4.1 中国净水器市场消费群体调查
  - 4.1.1 消费认知程度
  - 4.1.2 消费人群分布
  - 4.1.3 消费动机分析
  - 4.1.4 消费价位分布
- 4.2 中国净水器消费者购买心理剖析
  - 4.2.1 面子消费

- 4.2.2 从众消费
- 4.2.3 推崇权威心理
- 4.2.4 贪小便宜心理
- 4.2.5 后悔心理
- 4.2.6 炫耀心理
- 4.2.7 攀比心理
- 4.2.8 健康消费心理
- 4.3 中国净水器消费影响因素分析
  - 4.3.1 质量功能
  - 4.3.2 售后渠道
  - 4.3.3 品牌因素
  - 4.3.4 技术创新
- 4.4 中国净水器行业消费市场概况
  - 4.4.1 消费市场特征
  - 4.4.2 消费机遇分析
  - 4.4.3 消费趋势分析

## 第五章 2018-2022年净水器细分市场分析

- 5.1 纯水机
  - 5.1.1 纯水机基本概述
  - 5.1.2 纯水机应用领域
  - 5.1.3 纯水机市场份额分析
  - 5.1.4 复合滤芯纯水机市场
  - 5.1.5 超纯水机的市场规模
  - 5.1.6 纯水机市场品牌格局
  - 5.1.7 纯水机市场销售渠道
  - 5.1.8 纯水机市场前景展望
  - 5.1.9 纯水机产品发展趋势
- 5.2 超滤机
  - 5.2.1 超滤技术分析
  - 5.2.2 超滤机基本概述
  - 5.2.3 超滤机市场销售分析

#### 5.2.4 超滤机市场品牌格局

### 5.3 直饮机

#### 5.3.1 直饮机基本概述

#### 5.3.2 直饮水产品优势

#### 5.3.3 直饮水发展阶段

#### 5.3.4 直饮机零售规模

#### 5.3.5 直饮机市场价格

#### 5.3.6 直饮机品牌格局

#### 5.3.7 直饮机发展趋势

### 5.4 软水机

#### 5.4.1 饮水机的分类

#### 5.4.2 饮水机的工作原理

#### 5.4.3 饮水机的社会价值

#### 5.4.4 饮水机的市场需求

#### 5.4.5 饮水机的发展问题

## 第六章 2018-2022年净水器所属行业进出口数据分析

### 6.1 2018-2022年中国水的过滤、净化机器及装置所属行业进出口数据分析

#### 6.1.1 进出口总量数据分析

#### 6.1.2 主要贸易国进出口情况分析

#### 6.1.3 主要省市进出口情况分析

### 6.2 2018-2022年中国家用型水的过滤、净化机器及装置所属行业进出口数据分析

#### 6.2.1 进出口总量数据分析

#### 6.2.2 主要贸易国进出口情况分析

#### 6.2.3 主要省市进出口情况分析

### 6.3 2018-2022年中国其他非家用型水的过滤、净化机器及装置所属行业进出口数据分析

#### 6.3.1 进出口总量数据分析

#### 6.3.2 主要贸易国进出口情况分析

#### 6.3.3 主要省市进出口情况分析

## 第七章 2018-2022年净水器原材料及设备供应分析

### 7.1 2018-2022年净水器上游原材料市场分析

- 7.1.1 不锈钢市场运行状况
- 7.1.2 工程塑料市场运行状况
- 7.1.3 铝材市场运行状况
- 7.1.4 铜材市场运行状况
- 7.1.5 电子元器件市场运行状况
- 7.2 2018-2022年净水器核心材料——膜市场分析
  - 7.2.1 净水器用膜市场回顾
  - 7.2.2 反渗透膜的制备技术
  - 7.2.3 超滤膜的制备及发展
  - 7.2.4 国内膜产业发展状况
  - 7.2.5 反渗透制膜发展方向
  - 7.2.6 膜应用技术研发动态
- 7.3 2018-2022年净水器核心部件——滤芯市场分析
  - 7.3.1 滤芯基本概述
  - 7.3.2 常用滤芯产品分析
  - 7.3.3 滤芯市场需求分析
  - 7.3.4 滤芯市场问题分析

## 第八章 国外净水器行业领先品牌分析

- 8.1 A.O.史密斯（A.O. Smith）
  - 8.1.1 企业发展概况
  - 8.1.2 在华发展情况
  - 8.1.3 企业经营状况分析
- 8.2 3M Company
  - 8.2.1 企业发展概况
  - 8.2.2 在华发展情况
  - 8.2.3 企业经营状况分析
- 8.3 霍尼韦尔（Honeywell）
  - 8.3.1 企业发展概况
  - 8.3.2 在华发展情况
  - 8.3.3 企业经营状况分析
- 8.4 飞利浦（Philips）



- 8.4.1 企业发展概况
- 8.4.2 在华发展情况
- 8.4.3 企业经营状况分析
- 8.5 惠而浦（Whirlpool）
- 8.5.1 企业发展概况
- 8.5.2 在华发展情况
- 8.5.3 企业经营状况分析

## 第九章 国内净水器行业标杆企业分析

- 9.1 美的集团股份有限公司
- 9.1.1 企业发展概况
- 9.1.2 经营效益分析
- 9.1.3 业务经营分析
- 9.1.4 财务状况分析
- 9.1.5 核心竞争力分析
- 9.1.6 公司发展战略
- 9.2 青岛海尔股份有限公司
- 9.2.1 企业发展概况
- 9.2.2 经营效益分析
- 9.2.3 业务经营分析
- 9.2.4 财务状况分析
- 9.2.5 核心竞争力分析
- 9.2.6 公司发展战略
- 9.3 九阳股份有限公司
- 9.3.1 企业发展概况
- 9.3.2 经营效益分析
- 9.3.3 业务经营分析
- 9.3.4 财务状况分析
- 9.3.5 核心竞争力分析
- 9.3.6 未来前景展望
- 9.4 珠海格力电器股份有限公司
- 9.4.1 企业发展概况

- 9.4.2 经营效益分析
- 9.4.3 业务经营分析
- 9.4.4 财务状况分析
- 9.4.5 核心竞争力分析
- 9.4.6 公司发展战略
- 9.5 杭州老板电器股份有限公司
  - 9.5.1 企业发展概况
  - 9.5.2 经营效益分析
  - 9.5.3 业务经营分析
  - 9.5.4 财务状况分析
  - 9.5.5 核心竞争力分析
  - 9.5.6 公司发展战略
- 9.6 开能健康科技集团股份有限公司
  - 9.6.1 企业发展概况
  - 9.6.2 经营效益分析
  - 9.6.3 业务经营分析
  - 9.6.4 财务状况分析
  - 9.6.5 核心竞争力分析
  - 9.6.6 公司发展战略
- 9.7 华帝股份有限公司
  - 9.7.1 企业发展概况
  - 9.7.2 经营效益分析
  - 9.7.3 业务经营分析
  - 9.7.4 财务状况分析
  - 9.7.5 核心竞争力分析
  - 9.7.6 公司发展战略

## 第十章 2018-2022年净水器市场竞争分析

- 10.1 净水器行业五力竞争模型分析
  - 10.1.1 上游供应商的议价能力
  - 10.1.2 下游消费者的议价能力
  - 10.1.3 新进入者的威胁

- 10.1.4 替代品的威胁
- 10.1.5 现有竞争者的竞争程度
- 10.2 2018-2022年净水器市场竞争格局分析
  - 10.2.1 品牌竞争格局分析
  - 10.2.2 市场主要品牌介绍
  - 10.2.3 生产厂商竞争现状
  - 10.2.4 渠道厂商竞争分析
- 10.3 2018-2022年净水器品牌产品竞争分析
  - 10.3.1 产品数量排名
  - 10.3.2 品牌销售排名
  - 10.3.3 产品销售数量
- 10.4 净水器厂家竞争力提升建议
  - 10.4.1 解决用户的痛点
  - 10.4.2 解决渠道商痛点
  - 10.4.3 降低产品的成本
  - 10.4.4 提升用户的认知
- 10.5 净水器经销商营销竞争力策略
  - 10.5.1 基于市场认真调研
  - 10.5.2 注重核心打破壁垒
  - 10.5.3 制定差异化的战略
  - 10.5.4 重视产品营销策略

## 第十一章 净水器终端市场参与主体分析

- 11.1 净水器代理商分析
  - 11.1.1 厂家代理商选择要素
  - 11.1.2 代理商品牌选择误区
  - 11.1.3 代理商厂家选择要点
  - 11.1.4 代理商与厂商合作要点
  - 11.1.5 代理商经营发展的策略
  - 11.1.6 代理商优质服务的提供
  - 11.1.7 代理商的盈利路径分析
- 11.2 净水器加盟商分析

- 11.2.1 加盟商的投资选择
- 11.2.2 加盟商区域市场布局
- 11.2.3 加盟商主要营销渠道
- 11.2.4 加盟商营销渠道建设
- 11.2.5 加盟商市场运作战略
- 11.2.6 加盟商消费迎合手段
- 11.2.7 加盟商导入新零售模式
- 11.3 净水器经销商分析
  - 11.3.1 厂家选择经销商的标准
  - 11.3.2 行业经销商行为综述
  - 11.3.3 经销商发展阶段分析
  - 11.3.4 经销商市场运作步骤
  - 11.3.5 经销商服务营销方法
  - 11.3.6 经销商与装修公司合作
  - 11.3.7 提升客流量的主要方法
  - 11.3.8 经销商进军电商的要点
  - 11.3.9 经销商网络团购销售策略
  - 11.3.10 经销商市场开拓路径

## 第十二章 净水器市场营销分析

- 12.1 净水器主要销售渠道分析
  - 12.1.1 专卖店渠道
  - 12.1.2 建材类渠道
  - 12.1.3 太阳能经销门店
  - 12.1.4 线上渠道
  - 12.1.5 工程销售渠道
  - 12.1.6 其他销售渠道
- 12.2 净水器销售渠道的发展分析
  - 12.2.1 渠道现状分析
  - 12.2.2 目标客户类型
  - 12.2.3 目标市场定位
  - 12.2.4 渠道建设问题

- 12.2.5 代理品牌促销策略
- 12.3 净水器市场营销模式分析
  - 12.3.1 代理商模式
  - 12.3.2 B2C模式
  - 12.3.3 成本对比分析
- 12.4 净水器经销店O2O营销思路分析
  - 12.4.1 O2O营销优势分析
  - 12.4.2 O2O营销存在的问题
  - 12.4.3 O2O营销问题的解决策略
- 12.5 中小净水器企业营销组合策略分析
  - 12.5.1 产品策略
  - 12.5.2 价格策略
  - 12.5.3 促销策略
  - 12.5.4 渠道策略
  - 12.5.5 权力营销策略
- 12.6 净水器市场营销案例借鉴
  - 12.6.1 泉来净水器4C营销
  - 12.6.2 欧惠浦“聚合营销”;
  - 12.6.3 美的净水器营销策略
- 12.7 净水器企业渠道拓展方向分析
  - 12.7.1 以消费者为中心
  - 12.7.2 确定目标消费群体
  - 12.7.3 招商和营销并重
  - 12.7.4 合作推广求双赢

## 第十三章 净水器市场面临的挑战及应对建议

- 13.1 中国净水器市场的主要问题分析
  - 13.1.1 普及率低下原因浅析
  - 13.1.2 行业进入同质化期
  - 13.1.3 企业战略问题分析
  - 13.1.4 市场发展病症分析
  - 13.1.5 市场不规范现象

## 13.2 中国净水器市场关键问题解析

### 13.2.1 假冒伪劣

### 13.2.2 概念炒作

### 13.2.3 准入监管问题

### 13.2.4 二次污染风险

### 13.2.5 核心技术问题

## 13.3 中国净水器市场发展建议

### 13.3.1 行业提升思路

### 13.3.2 厂商发展建议

### 13.3.3 企业赢利策略

## 13.4 净水器产品市场挤占策略

### 13.4.1 以产品为主导的挤占策略

### 13.4.2 以价格为主导的挤占策略

## 第十四章 净水器行业投资价值分析

### 14.1 行业投资价值

#### 14.1.1 行业投资机会

#### 14.1.2 市场空间巨大

#### 14.1.3 消费升级驱动

#### 14.1.4 政策支持发展

#### 14.1.5 行业投资效益

### 14.2 行业投资壁垒

#### 14.2.1 行业技术壁垒

#### 14.2.2 行业人才壁垒

#### 14.2.3 国际认证壁垒

#### 14.2.4 终端服务壁垒

### 14.3 行业投资建议

#### 14.3.1 行业加盟策略建议

#### 14.3.2 区域市场投资建议

#### 14.3.3 企业类型投资建议

#### 14.3.4 智能净水器的潜力

## 第十五章 2023-2029年中国净水器市场前景分析

### 15.1 中国净水器行业发展前景展望

#### 15.1.1 行业发展机遇分析

#### 15.1.2 商用市场发展潜力

#### 15.1.3 品牌格局变化分析

#### 15.1.4 全屋净水产品扩容

### 15.2 中国净水器行业发展趋势分析

#### 15.2.1 行业消费方向

#### 15.2.2 产品发展方向

#### 15.2.3 行业发展趋势

#### 15.2.4 行业发展前景

### 15.3 2023-2029年中国净水器市场预测分析

#### 15.3.1 2023-2029年中国净水器市场影响因素分析

#### 15.3.2 2023-2029年中国净水器产量规模预测

#### 15.3.3 2023-2029年中国净水器销量规模预测

#### 15.3.4 2023-2029年中国净水器市场规模预测

### 部分图表目录：

图表1 中国国家标准化管理委员会有关饮用水方面的规范

图表2 净水器出水水质标准

图表3 2018-2022年国内生产总值及其增长速度

图表4 2018-2022年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表5 2022年居民人均可支配收入平均数与中位数对比

图表6 2022年居民人均可支配收入平均数与中位数

图表7 净水器发展方向

图表8 净水器市场价格

图表9 2022年净水器技术产品销售额占比

图表10 乡村消费品与城镇消费品增速对比

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202302/340957.html>