

# 2023-2029年中国净水器市场 评估与投资战略报告

## 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年中国净水器市场评估与投资战略报告》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/202302/340366.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年中国净水器市场评估与投资战略报告》共十七章。首先介绍了中国净水器行业市场发展环境、净水器整体运行态势等，接着分析了中国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，最后分析了中国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中国净水器行业，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定义简介

##### 1.1.2工作原理

##### 1.1.3主要功能及用途

##### 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

- 1.4净水器行业统计标准
  - 1.4.1净水器行业统计口径
  - 1.4.2净水器行业统计方法
  - 1.4.3净水器行业数据种类
  - 1.4.4净水器行业研究范围
- 1.5国内外净水器行业发展比较分析
  - 1.5.1国外净水器行业发展综述
  - 1.5.2国内净水器行业发展综述

## 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净水器行业标准分析
    - 1、国家标准
    - 2、行业标准
    - 3、企业标准
  - 2.1.2净水器出水水质标准
  - 2.1.3净水器行业利好政策
  - 2.1.4卫生部卫生规范
  - 2.1.5国家“水十条”
  - 2.1.6环保政策
- 2.2经济环境
  - 2.2.1中国GDP增长情况分析
  - 2.2.2工业经济发展形势分析
  - 2.2.3全社会固定资产投资分析
  - 2.2.4城乡居民收入与消费分析
  - 2.2.5社会消费品零售总额分析
  - 2.2.6对外贸易的发展形势分析
- 2.3需求环境
  - 2.3.1我国水资源污染状况
  - 2.3.2居民饮水现状及安全威胁
  - 2.3.3水质现状及提升方案比较分析
  - 2.3.4水污染事件频发推动净水器热销

2.3.5健康环保意识增强

2.3.6终端净化水消费

2.3.7新型城镇化给净水器带来巨大需求

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净水器技术发展水平

2.4.5技术发展趋势分析

### 第三章2018-2022年中国净水器所属行业市场发展分析

3.12018-2022年中国净水器所属行业运行概况

3.1.1行业演进阶段

3.1.2行业阶段特征

3.1.3行业运行概况

3.1.4行业有利因素

3.1.5行业特点分析

3.1.6市场发展态势

3.22018-2022年中国净水器市场供需现状

3.2.1市场供给规模

3.2.2市场需求规模

3.2.3零售市场格局

3.2.4线上销售规模

3.32018-2022年中国净水器行业格局分析

3.3.1区域布局分析

3.3.2企业格局分析

3.3.3品牌格局分析

3.42018-2022年中国净水器行业新趋向及变化

3.4.1行业运行趋势

3.4.2产品流行趋向

3.4.3行业变化分析

3.5中国净水器终端市场分析

- 3.5.1产品终端市场状况
- 3.5.2市场通路开拓情况
- 3.5.3农村市场发展分析
- 3.5.4电商领域发展状况

## 第四章全球净水器行业发展概述

- 4.12018-2022年全球净水器行业发展情况概述
  - 4.1.1全球净水器行业发展现状
  - 4.1.2全球净水器行业发展特征
  - 4.1.3全球净水器行业市场规模
- 4.22018-2022年全球主要地区净水器行业发展状况
  - 4.2.1欧洲净水器行业发展情况概述
  - 4.2.2美国净水器行业发展情况概述
  - 4.2.3日韩净水器行业发展情况概述
- 4.32023-2029年全球净水器行业发展前景预测
  - 4.3.1全球净水器行业市场规模预测
  - 4.3.2全球净水器行业发展前景分析
  - 4.3.3全球净水器行业发展趋势分析

## 第五章中国净水器行业发展概述

- 5.1中国净水器所属行业发展状况分析
    - 中国市场中净水器普及率还很低
    - 5.1.1中国净水器行业发展阶段
    - 5.1.2中国净水器行业发展总体概况
    - 5.1.3中国净水器行业发展特点分析
  - 5.22018-2022年净水器行业发展现状
    - 5.2.12018-2022年中国净水器行业市场规模
    - 5.2.22018-2022年中国净水器行业发展分析
    - 5.2.32018-2022年中国净水器企业发展分析
  - 5.32023-2029年中国净水器行业面临的困境及对策
    - 5.3.1中国净水器行业存在的主要问题分析
- 1、企业战略问题分析

- 2、市场不规范现象
- 3、行业监管门槛低
- 4、产品同质化

#### 5.3.2中国净水器行业发展策略建议

- 1、行业安全监管
- 2、规范市场秩序
- 3、产品创新研发
- 4、企业营销战略

### 第六章2018-2022年净水器消费市场分析

#### 6.1中国净水器市场消费群体调查

- 6.1.1认知度分析
- 6.1.2购买主体分析
- 6.1.3消费人群特征
- 6.1.4消费能力分析
- 6.1.5消费欲望分析
- 6.1.6消费行为分析

#### 6.2中国净水器消费者购买心理剖析

- 6.2.1面子消费
- 6.2.2从众消费
- 6.2.3推崇权威心理
- 6.2.4贪小便宜心理
- 6.2.5后悔心理
- 6.2.6炫耀心理
- 6.2.7攀比心理
- 6.2.8健康消费心理

#### 6.3中国净水器消费者关注度分析

- 6.3.1品牌关注格局
- 6.3.2产品关注格局
- 6.3.3厂商关注格局

#### 6.4中国净水器行业消费市场概况

- 6.4.1消费市场特征

## 6.4.2消费驱动因素

## 6.4.3消费态势分析

# 第七章2018-2022年净水器细分市场分析

## 7.1纯水机

### 7.1.1纯水机基本概述

### 7.1.2纯水机市场份额分析

### 7.1.3纯水机市场销售现状

### 7.1.4纯水机市场品牌格局

### 7.1.5纯水机市场销售渠道

### 7.1.6纯水机市场前景展望

## 7.2超滤机

### 7.2.1超滤机基本概述

### 7.2.2超滤机市场发展分析

### 7.2.3超滤机市场品牌格局

## 7.3直饮机

### 7.3.1直饮机基本概述

### 7.3.2直饮机市场份额分析

### 7.3.3直饮机市场品牌格局

### 7.3.4直饮机市场前景展望

## 7.4软水机

### 7.4.1软水机基本概述

### 7.4.2软水机市场发展分析

### 7.4.3软水机市场品牌格局

### 7.4.4软水机市场销售渠道

### 7.4.5软水机市场前景展望

# 第八章2018-2022年净水器进出口数据分析

## 8.1水的过滤、净化机器及装置

### 8.1.12018-2022年中国水的过滤、净化机器及装置进出口总量数据分析

### 8.1.22018-2022年主要贸易国水的过滤、净化机器及装置进出口情况分析

### 8.1.32018-2022年主要省市水的过滤、净化机器及装置进出口情况分析



## 8.2家用型水的过滤、净化机器及装置

### 8.2.12018-2022年中国家用型水的过滤、净化机器及装置进出口总量数据分析

### 8.2.22018-2022年主要贸易国家家用型水的过滤、净化机器及装置进出口情况分析

### 8.2.32018-2022年主要省市家用型水的过滤、净化机器及装置进出口情况分析

## 8.3其他非家用型水的过滤、净化机器及装置

### 8.3.12018-2022年中国其他非家用型水的过滤、净化机器及装置进出口总量数据分析

### 8.3.22018-2022年主要贸易国其他非家用型水的过滤、净化机器及装置进出口情况分析

### 8.3.32018-2022年主要省市其他非家用型水的过滤、净化机器及装置进出口情况分析

## 第九章2018-2022年净水器原材料及设备供应分析

### 9.12018-2022年净水器上游原材料市场分析

#### 9.1.1不锈钢市场运行状况

#### 9.1.2工程塑料市场运行状况

#### 9.1.3铝材市场运行状况

#### 9.1.4铜材市场运行状况

#### 9.1.5电子元器件市场运行状况

### 9.22018-2022年净水器核心材料——膜市场分析

#### 9.2.1净水器用膜市场综述

#### 9.2.2反渗透膜的制备及发展

#### 9.2.3超滤膜的制备及发展

#### 9.2.4膜产业发展前景分析

### 9.32018-2022年净水器核心部件——滤芯市场分析

#### 9.3.1滤芯基本概述

#### 9.3.2滤芯市场需求分析

#### 9.3.3滤芯市场问题分析

## 第十章2018-2022年国外净水器行业领先品牌分析

### 10.1威世顿

#### 10.1.1企业发展概况

#### 10.1.2主营产品介绍

#### 10.1.3企业竞争优势

#### 10.1.4企业发展战略

## 10.2A.O.史密斯

### 10.2.1企业发展概况

### 10.2.2主营产品介绍

### 10.2.3企业竞争优势

### 10.2.4企业发展战略

## 10.33M

### 10.3.1企业发展概况

### 10.3.2主营产品介绍

### 10.3.3企业竞争优势

### 10.3.4企业发展战略

## 10.4圣帝尼

### 10.4.1企业发展概况

### 10.4.2主营产品介绍

### 10.4.3企业竞争优势

### 10.4.4企业发展战略

## 10.5道尔顿

### 10.5.1企业发展概况

### 10.5.2主营产品介绍

### 10.5.3企业竞争优势

### 10.5.4企业发展战略

## 10.6汉斯顿

### 10.6.1企业发展概况

### 10.6.2主营产品介绍

### 10.6.3企业竞争优势

### 10.6.4企业发展战略

## 10.7法兰尼

### 10.7.1企业发展概况

### 10.7.2主营产品介绍

### 10.7.3企业竞争优势

### 10.7.4企业发展战略

## 第十一章2018-2022年国内净水器行业标杆企业分析

## 11.1美的

### 11.1.1企业发展概况

### 11.1.2主营产品介绍

### 11.1.3企业竞争优势

### 11.1.4企业发展战略

## 11.2沁园

### 11.2.1企业发展概况

### 11.2.2主营产品介绍

### 11.2.3企业竞争优势

### 11.2.4企业发展战略

## 11.3立升

### 11.3.1企业发展概况

### 11.3.2主营产品介绍

### 11.3.3企业竞争优势

### 11.3.4企业发展战略

## 11.4华尔康

### 11.4.1企业发展概况

### 11.4.2主营产品介绍

### 11.4.3企业竞争优势

### 11.4.4企业发展战略

## 11.5泉来

### 11.5.1企业发展概况

### 11.5.2主营产品介绍

### 11.5.3企业竞争优势

### 11.5.4企业发展战略

## 11.6安吉尔

### 11.6.1企业发展概况

### 11.6.2主营产品介绍

### 11.6.3企业竞争优势

### 11.6.4企业发展战略

## 11.7泉露

### 11.7.1企业发展概况

11.7.2主营产品介绍

11.7.3企业竞争优势

11.7.4企业发展战略

11.8净之泉

11.8.1企业发展概况

11.8.2主营产品介绍

11.8.3企业竞争优势

11.8.4企业发展战略

## 第十二章2018-2022年净水器市场竞争分析

12.1净水器行业五力竞争模型分析

12.1.1上游供应商的议价能力

12.1.2下游消费者的议价能力

12.1.3新进入者的威胁

12.1.4替代品的威胁

12.1.5现有竞争者的竞争程度

12.22018-2022年净水器市场厂商竞争格局分析

12.2.1厂商分类及优劣势

12.2.2厂商竞争格局分析

12.2.3厂商竞争手段分析

12.32018-2022年净水器市场品牌竞争格局分析

12.3.1进口品牌分析

12.3.2国内品牌分析

12.3.3十大品牌排名

12.3.4内外资品牌竞争核心

12.3.5领先品牌竞争手段

12.3.6品牌定位与名牌战略

12.42018-2022年净水器市场主要竞争对手分析

12.4.1桶装水、瓶装水

12.4.2饮水机

12.5净水器企业竞争力提升策略

12.5.1竞争突围策略

12.5.2竞争力提升要素

12.5.3本土企业发展建议

12.6中国净水器市场未来竞争态势

12.6.1竞争变化情况

12.6.2未来竞争焦点

## 第十三章净水器终端市场参与主体分析

13.1净水器代理商分析

13.1.1厂家代理商选择要素

13.1.2代理商品牌选择误区

13.1.3代理商厂家选择要点

13.1.4代理商品牌选择方法

13.1.5代理商与厂商合作要点

13.1.6代理商成功经营策略

13.1.7市级以上代理招商运营要素

13.2净水器加盟商分析

13.2.1加盟商主要营销渠道

13.2.2加盟商市场布局潜力

13.2.3加盟商营销渠道建设

13.2.4加盟商市场运作战略

13.3净水器经销商分析

13.3.1厂家选择经销商的标准

13.3.2行业经销商行为综述

13.3.3经销商与厂商合作要点

13.3.4经销商成长流程剖析

13.3.5经销商市场运作步骤

13.3.6经销商服务营销方法

13.3.7经销商网络团购销售策略

13.3.8经销商成功经营要素

## 第十四章净水器市场营销分析

14.1净水器主要销售渠道分析

- 14.1.1 专卖店渠道
- 14.1.2 建材类渠道
- 14.1.3 太阳能经销门店
- 14.1.4 线上渠道
- 14.1.5 工程销售渠道
- 14.1.6 其他销售渠道
- 14.2 净水器销售渠道的发展分析
  - 14.2.1 渠道现状分析
  - 14.2.2 销售渠道演进
  - 14.2.3 渠道建设问题
  - 14.2.4 销售渠道创新
- 14.3 净水器市场营销模式分析
  - 14.3.1 主流营销模式
  - 14.3.2 电商营销模式
  - 14.3.3 事件营销模式
  - 14.3.4 微博营销模式
  - 14.3.5 微信营销模式
  - 14.3.6 小区展销模式
- 14.4 净水器品牌营销思路分析
  - 14.4.1 品牌传播途径
  - 14.4.2 品牌营销策略
  - 14.4.3 新品推广经验
- 14.5 净水器市场营销策略探讨
  - 14.5.1 产品促销技巧
  - 14.5.2 客户开发途径
  - 14.5.3 旺季推广策略
  - 14.5.4 产品个性营销
  - 14.5.5 营销方式创新思考
  - 14.5.6 成功营销思路借鉴
  - 14.5.7 三四级市场建议
- 14.6 净水器市场营销案例借鉴
  - 14.6.1 泉来净水器4C营销

14.6.2欧惠浦“聚合营销”

14.6.3沁园升级营销模式

14.6.4美的净水器营销策略

14.7净水器市场营销方向分析

14.7.1区域化营销

14.7.2新媒体营销

## 第十五章净水器市场面临的挑战及应对建议

15.1中国净水器市场的主要问题分析

15.1.1普及率低下原因浅析

15.1.2行业进入同质化期

15.1.3企业战略问题分析

15.1.4市场发展病症分析

15.1.5市场不规范现象

15.2中国净水器市场关键问题解析

15.2.1标准问题

15.2.2假冒伪劣

15.2.3概念炒作

15.2.4准入监管问题

15.2.5二次污染风险

15.2.6核心技术问题

15.3中国净水器市场发展建议

15.3.1行业提升思路

15.3.2厂商发展建议

15.3.3企业赢利策略

15.4净水器产品市场挤占策略

15.4.1以产品为主导的挤占策略

15.4.2以价格为主导的挤占策略

## 第十六章净水器市场投资分析

16.1行业投资壁垒

16.1.1技术壁垒

16.1.2人才壁垒

16.1.3国际认证壁垒

16.1.4终端服务壁垒

16.2投资机会分析

16.2.1行业投资价值

16.2.2代理加盟商机分析

16.2.3行业投资时机成熟

16.2.4行业增长潜力分析

16.2.5市场需求规模分析

16.3行业投资建议

16.3.1新进入者投资建议

16.3.2代理加盟商投资诀窍

16.3.3区域市场投资建议

## 第十七章2023-2029年中国净水器市场前景分析

17.1中国净水器行业发展前景展望

17.1.1行业发展机遇分析

17.1.2市场成长空间剖析

17.1.3三四线城市发展机遇

17.1.4农村市场前景分析

17.2中国净水器行业发展趋势分析

17.2.1市场格局变化预测

17.2.2产品发展方向分析

17.2.3高端化发展趋势分析

17.32023-2029年中国净水器市场供需预测

17.3.1中国净水器市场影响因素分析

17.3.22023-2029年中国净水器产量预测

17.3.32023-2029年中国净水器销量预测

17.3.42023-2029年中国净水器设备市场规模预测

图表目录：

图表：2022年全国地表水水质类别比例



图表：2022年各流域片区地下水水质综合评价结果

图表：2022年未达到第一类海水水质标准的各类海域面积

图表：2018-2022年中国净水器市场规模

图表：2018-2022年中国净水器市场供给规模

图表：2018-2022年中国净水器市场需求规模

图表：2018-2022年中国净水器市场线上销售规模

图表：2018-2022年全球净水器行业市场规模

图表：2023-2029年全球净水器市场规模预测

图表：2018-2022年中国净水器行业市场规模

图表：中国净水器购买主体构成

图表：是否需要净水设备消费者调研

图表：净水器品牌关注度占比情况

图表：2018-2022年不锈钢粗钢产量及增长率

图表：2022年国内不锈钢商品材消费量情况

图表：2018-2022年不锈钢进出口量分析

图表：2018-2022年不锈钢进出口量分析

图表：2018-2022年中国铝材产量及增长率情况

图表：2018-2022年中国铜材产量及增长率情况

图表：2018-2022年我国电子元件制造行业企业简况

图表：2018-2022年我国电子元件制造行业经营数据分析

图表：2018-2022年我国电子器件制造行业企业简况

图表：2018-2022年我国电子器件制造行业经营数据分析

图表：2023-2029年中国净水器设备产量预测

图表：2023-2029年中国净水器设备销量预测

图表：2023-2029年中国净水器设备市场规模预测

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202302/340366.html>