

# 2024-2030年中国净水器行业 发展态势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](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国净水器行业发展态势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/202310/416013.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

净水器是独立的水净化装置，又称饮用水水质处理器或饮用水水质处理设备。它以市政自来水或其他集中式供水为水源，经过进一步处理，旨在改善饮用水水质，去除水中各种有害物质。

我国水污染事故近年来发生频率极高，每年都在1700起以上，高密度的水污染事件给人们的饮用水安全造成极大的威胁。在这个大前提之下，净水器市场需求快速扩大，净水设备也成为家电市场的竞争焦点。

不管是日常饮用水，还是生活用水，良好的水环境都是保证居民正常生活、维持社会可持续发展的基本要素。如今，随着消费能力和生活质量的提升，净水设备这一绿色产品也正迎来新的发展机遇。

根据奥维云网（AVC）数据显示，2021年，净水器全渠道销售额为226.8亿元，同比下降5.1%，销量928.6万台，同比下降8.7%，呈现产品升级局面。2022年，我国净水器零售额规模185亿元，同比下降18.7%，零售量规模739万台，同比下降20.2%。从渠道结构上看，2022年净水器线上规模接近线下市场规模，线上规模占比为48.5%，线下市场占比为51.5%。

2019年底，国家标准化管理委员会对《净水机水效限定值及水效等级》拟立项强制性国家标准项目公开征求意见，进一步规范净水行业的生产制造。2021年5月12日，中国家用电器协会发布关于公开征集对协会标准项目《家用电器安全使用年限 第7部分：家用净水机》立项计划意见的函，对家用减速器的安全使用年限进行公开征求意见。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国净水器行业发展态势与市场前景预测报告》共十五章。首先介绍了净水器的定义、功能及分类情况；然后报告从产业环境、市场供需、市场格局、消费群体、用户关注格局、细分市场等角度深入分析了中国净水器市场现状；随后，报告对净水器市场做了进出口数据分析、原材料及设备供应分析、重点企业分析、竞争分析、营销分析、行业问题及建议分析、投资分析；最后，报告对中国净水器市场的发展前景进行了科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、生态环境部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对净水器市场有个系统深入的了解、或者想投资净水器产业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

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 2021-2023年净水器行业发展环境分析

- 2.1 政策环境
  - 2.1.1 生活饮用水卫生标准
  - 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 对外经济分析
  - 2.2.3 工业经济运行
  - 2.2.4 固定资产投资
  - 2.2.5 经济发展前景
- 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
- 2.3.6 疫情对净水器行业催发
- 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 关键技术发展动态
  - 2.4.4 技术发展趋势分析

### 第三章 2021-2023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 2021-2023年中国净水器行业运行分析
  - 3.2.1 行业演进阶段
  - 3.2.2 行业发展特点
  - 3.2.3 市场规模分析
  - 3.2.4 行业渗透情况
  - 3.2.5 行业发展契机
- 3.3 2021-2023年全国净水器产量分析
  - 3.3.1 2021-2023年全国净水器产量趋势
  - 3.3.2 2019年全国净水器产量情况
  - 3.3.3 2020年全国净水器产量情况
  - 3.3.4 2021年全国净水器产量情况
- 3.4 2021-2023年全国净水器销量分析
  - 3.4.1 2021-2023年全国净水器销量趋势
  - 3.4.2 2019年全国净水器销量情况
  - 3.4.3 2020年全国净水器销量情况
  - 3.4.4 2021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 专利内容分析

#### 3.5.3 专利申请人分析

#### 3.5.4 典型专利分析

### 3.6 净水器质量现状分析

#### 3.6.1 净水器的工作原理

#### 3.6.2 家用净水器主要指标

#### 3.6.3 中国净水器质量现状

#### 3.6.4 监督检查存在的问题

#### 3.6.5 加大力度规范行业生产

## 第四章 2021-2023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

## 第五章 2020-2022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 纯水机市场品牌格局

#### 5.1.4 纯水机市场前景展望

### 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 超滤机市场品牌排行

### 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 直饮机零售规模

#### 5.3.4 直饮机市场价格

#### 5.3.5 直饮机品牌格局

#### 5.3.6 直饮机发展趋势

### 5.4 软水机

#### 5.4.1 软水机的分类

#### 5.4.2 软水机的工作原理

#### 5.4.3 软水机的市场规模

#### 5.4.4 软水机的竞争格局

#### 5.4.5 软水机的价格区分

#### 5.4.6 软水机消费潜力点

## 第六章 2021-2023年净水器进出口数据分析

### 6.1 2021-2023年中国水的过滤、净化机器及装置进出口数据分析

- 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 2021-2023年中国其他非家用型水的过滤、净化机器及装置进出口数据分析
  - 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 2021-2023年中国家用型水的过滤、净化机器及装置进出口数据分析
  - 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 2021-2023年净水器原材料及设备供应分析

- 7.1 2021-2023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 电子信息制造运行
- 7.2 2021-2023年净水器核心材料——膜市场分析
  - 7.2.1 国内膜产业发展状况
  - 7.2.2 净水器用膜市场回顾
  - 7.2.3 反渗透膜市场规模
  - 7.2.4 反渗透膜竞争格局
  - 7.2.5 超滤膜技术及应用
- 7.3 2021-2023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 2021-2023年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 2021年企业经营状况分析
  - 8.1.4 2022年企业经营状况分析
  - 8.1.5 2023年企业经营状况分析
- 8.2 3M Company
  - 8.2.1 企业发展概况
  - 8.2.2 主要净水产品
  - 8.2.3 2021年企业经营状况分析
  - 8.2.4 2022年企业经营状况分析
  - 8.2.5 2023年企业经营状况分析
- 8.3 霍尼韦尔 ( Honeywell )
  - 8.3.1 企业发展概况
  - 8.3.2 主要净水产品
  - 8.3.3 2021年企业经营状况分析
  - 8.3.4 2022年企业经营状况分析
  - 8.3.5 2023年企业经营状况分析
- 8.4 飞利浦 ( Philips )
  - 8.4.1 企业发展概况
  - 8.4.2 净水器业务动态
  - 8.4.3 2021年企业经营状况分析
  - 8.4.4 2022年企业经营状况分析
  - 8.4.5 2023年企业经营状况分析
- 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 2021年企业经营状况分析
  - 8.5.4 2022年企业经营状况分析
  - 8.5.5 2023年企业经营状况分析

## 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

### 9.1.7 未来前景展望

## 9.2 海尔智家股份有限公司

### 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

### 9.2.7 未来前景展望

## 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

### 9.4.7 未来前景展望

## 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
  - 9.6.7 未来前景展望
- 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 未来前景展望
- 9.8 浩泽净水国际控股有限公司
  - 9.8.1 企业发展概况
  - 9.8.2 2021年企业经营状况分析
  - 9.8.3 2022年企业经营状况分析
  - 9.8.4 2023年企业经营状况分析
- 9.9 云米科技有限公司
  - 9.9.1 企业发展概况
  - 9.9.2 2021年企业经营状况分析
  - 9.9.3 2022年企业经营状况分析
  - 9.9.4 2023年企业经营状况分析

## 第十章 2021-2023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 2021-2023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 市场产品竞争格局

#### 10.2.3 渠道厂商竞争分析

#### 10.2.4 行业竞争区域分布

### 10.3 净水器厂家线上品牌竞争分析

#### 10.3.1 线上品牌传播存在问题

#### 10.3.2 线上品牌传播策略改进

### 10.4 净水器经销商营销竞争力策略

#### 10.4.1 基于市场认真调研

#### 10.4.2 注重核心打破壁垒

#### 10.4.3 制定差异化的战略

#### 10.4.4 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 中小净水器企业营销组合策略分析
  - 12.4.1 产品策略
  - 12.4.2 价格策略
  - 12.4.3 促销策略
  - 12.4.4 渠道策略
  - 12.4.5 权力营销策略
- 12.5 净水器市场营销方式与案例
  - 12.5.1 赞助节目
  - 12.5.2 广告宣传
  - 12.5.3 植入电视剧
  - 12.5.4 请明星代言
  - 12.5.5 赞助体育赛事
- 12.6 净水器企业渠道拓展方向分析
  - 12.6.1 以消费者为中心
  - 12.6.2 确定目标消费群体
  - 12.6.3 招商和营销并重
  - 12.6.4 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 中企顾问网对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 对2024-2030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 对2024-2030年中国净水器行业预测分析
  - 15.3.1 2024-2030年中国净水器行业影响因素分析
  - 15.3.2 2024-2030年中国净水器行业市场规模预测
  - 15.3.3 2024-2030年中国净水器产量预测
  - 15.3.4 2024-2030年中国净水器销量预测

## 图表目录

- 图表1 净水器出水水质标准
- 图表2 2016-2020年中国净水器行业相关政策一览表
- 图表3 2015-2019年国内生产总值及其增长速度
- 图表4 2015-2019年三次产业增加值占国内生产总值比重
- 图表5 2020年4季度和全年GDP初步核算数据
- 图表6 2015-2020年GDP同比增长速度
- 图表7 2015-2020年GDP环比增长速度
- 图表8 2015-2019年货物进出口总额
- 图表9 2019年货物进出口总额及其增长速度
- 图表10 2019年主要商品出口数量、金额及其增长速度
- 图表11 2019年主要商品进口数量、金额及其增长速度
- 图表12 2019年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重
- 图表13 2016-2020年货物进出口总额
- 图表14 2020年货物进出口总额及其增长速度
- 图表15 2020年主要商品出口数量、金额及其增长速度
- 图表16 2020年主要商品进口数量、金额及其增长速度
- 图表17 2020年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重



- 图表18 2020年外商直接投资（不含银行、证券、保险领域）及其增长速度
- 图表19 2020年对外非金融类直接投资额及其增长速度
- 图表20 2015-2019年全部工业增加值及其增长速度
- 图表21 2019年主要工业产品产量及其增长速度
- 图表22 2020-2021年中国规模以上工业增加值同比增长速度
- 图表23 2020年规模以上工业生产主要数据
- 图表24 2019年三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重
- 图表25 2019年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度
- 图表26 2019年固定资产投资新增主要生产与运营能力
- 图表27 2020-2021年固定资产投资（不含农户）同比增速
- 图表28 2020年固定资产投资（不含农户）主要数据
- 图表29 2015-2020年全国总人口增长趋势
- 图表30 2020年全国地级及以上城市在用集中式生活饮用水水源监测情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/416013.html>