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

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　监督抽查存在的问题
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

第九章　2020-2023年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
9.1.7　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