

# 2024-2030年中国净水器行业市场运营格局及前景 战略分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国净水器行业市场运营格局及前景战略分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202110/979276.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

为方便行业人士或投资者更进一步了解净水器行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国净水器行业市场运营格局及前景战略分析报告》（以下简称《报告》）。报告对中国净水器市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保净水器行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年净水器行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能净水器从业者抢跑转型赛道。

净水器也叫净水机、水质净化器，是按对水的使用要求对水质进行深度过滤、净化处理的水处理设备。

目前，发达国家净水器普及率已非常高，未来随着国内净水器生产企业在技术和品质上逐渐突破，净水器国际市场需求将会释放出来，但是因为市场监管的不到位和产品标准的却是，中国净水器市场鱼龙混杂，产业发展极不规范。据统计，截至2022年我国净水器市场规模为279.4亿元，其中家用净水器市场规模为185.3亿元，商用净水器市场规模为94.1亿元。

我国净水器市场经过那么多年的努力和发展，产品开始在很大的程度上获得了消费者的认可，越来越多的市民开始考虑或者已经购买家用净水器。据统计，截至2022年我国净水器需求量为1532.9万台，其中家用净水器需求量为739.4万台，商用净水器需求量为793.5万台。

目前市面上的净水器主要分为三大类：进口净水器品牌、跨行业家电品牌旗下净水器以及国产中小净水器品牌。其中国外进口企业净水器发展成熟，具有优质的原材料和品牌产品设计，以及先进的技术和设备，个性差异化特色明显。

未来净水器市场将实现“安全、健康、环保、方便、时尚”的五大净水器要素，以“互联网+净水器”为路径，达到了品牌创新和模式创新，起到了领导、带头、典范的作用，成为新起点的品牌合作。

《2024-2030年中国净水器行业市场运营格局及前景战略分析报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是净水器领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

## 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 2019-2023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 2019-2023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 美国净水器行业调研

#### 3.1.3 日韩净水器行业经验

### 3.2 2019-2023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 2019-2023年全国净水器产量分析

#### 3.3.1 2019-2023年全国净水器产量趋势

#### 3.3.2 2023年全国净水器产量情况

#### 3.3.3 2022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 2019-2023年全国净水器销量分析

#### 3.4.1 2019-2023年全国净水器销量趋势

#### 3.4.2 2023年全国净水器销量情况

#### 3.4.3 2022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

## 第4章 2019-2023年净水器消费市场调研

### 4.1 中国净水器市场消费群体调查

#### 4.1.1 认知度分析

#### 4.1.2 购买主体分析

#### 4.1.3 消费人群特征

#### 4.1.4 消费能力分析

#### 4.1.5 消费欲望分析

#### 4.1.6 消费行为分析

### 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 中国净水器消费者关注度分析

#### 4.3.1 品牌关注格局

#### 4.3.2 产品关注格局

#### 4.3.3 厂商关注格局

### 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 消费驱动因素

#### 4.4.3 消费态势分析

## 第五章 2019-2023年净水器细分市场调研

### 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 软水机的分类

#### 5.4.2 软水机的工作原理

#### 5.4.3 软水机的社会价值

#### 5.4.4 软水机的市场需求

#### 5.4.5 软水机的发展问题

## 第六章 2019-2023年净水器所属行业进出口数据分析

### 6.1 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023年净水器原材料及设备供应分析

### 7.1 2019-2023年净水器上游原材料市场调研

#### 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 2019-2023年净水器核心材料——膜市场调研

#### 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 2019-2023年净水器核心部件——滤芯市场调研

#### 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 公司投资前景

### 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 公司投资前景

### 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 公司投资前景

### 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 公司投资前景

### 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 公司投资前景

### 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 公司投资前景

## 第十章 2019-2023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 2019-2023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 2023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 代理商品牌选择方法
  - 11.1.5 代理商与厂商合作要点
  - 11.1.6 代理商成功经营策略
  - 11.1.7 市级以上代理招商运营要素
- 11.2 净水器加盟商分析
  - 11.2.1 加盟商主要营销渠道
  - 11.2.2 加盟商市场布局潜力
  - 11.2.3 加盟商营销渠道建设
  - 11.2.4 加盟商市场运作战略
- 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 经销商与厂商合作要点
- 11.3.4 经销商生长流程剖析
- 11.3.5 经销商市场运作步骤
- 11.3.6 经销商服务营销方法
- 11.3.7 经销商网络团购销售策略
- 11.3.8 经销商成功经营要素

## 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 2024-2030年中国净水器市场前景分析

- 15.1 中国净水器行业趋势预测展望
  - 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 行业趋势预测
- 15.3 2024-2030年中国净水器市场预测分析
  - 15.3.1 2024-2030年中国净水器市场影响因素分析
  - 15.3.2 2024-2030年中国净水器产量规模预测
  - 15.3.3 2024-2030年中国净水器销量规模预测
  - 15.3.4 2024-2030年中国净水器市场规模预测

图表目录：部分

图表1：净水器行业相关政策

图表2：2019-2023年全球净水器行业市场规模情况

图表3：2019-2023年美国净水器行业市场规模情况

图表4：2019-2023年美国净水器行业市场规模情况

图表5：2019-2023年我国净水器需求总量及规模走势

图表6：2019-2023年中国净水器终端需求情况

图表7：2019-2023年中国净水器产量情况

图表8：2019-2023年中国净水器销量

图表9：2023年中国净水器品牌关注格局

图表10：2023年我国净水器细分产品份额统计图

图表11：2019-2023年我国纯水机市场规模走势图

图表12：净水器行业主要品牌介绍

图表13：2023年中国家用净水器零售额渠道格局

图表14：2023年度按销售额统计电商平台净水器TOP20热销机型

图表15：2023年电商平台净水器 TOP10 热销品牌

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/979276.html>