2019-2025年中国净水器行业市场现状分析及投资前景预测报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2019-2025年中国净水器行业市场现状分析及投资前景预测报告》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/201811/690664.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

最近几年，随着消费升级趋势显现，净水器销售规模逐年增长。根据监测数据显示，2015年之前，中国净水市场以高于64%的速度快速扩容。2016年中国净水器销售规模为203.5亿元，同比增长40.6%；2017年市场规模可达271亿元，同比增长33.2%，其中线上可达213亿元，线下可达58亿元。

2014-2017年净水市场线上销售额及增速走势

2014-2017年净水市场线下销售额及增速走势

智研咨询发布的《2019-2025年中国净水器行业市场现状分析及投资前景预测报告》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2014-2018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2014-2018年中国净水器所属行业市场发展分析
3.12014-2018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
3.22014-2018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
2017-2018年中国净水器网络零售额及净水器实物商品网络零售额对比

3.2.3零售市场格局
3.2.4线上销售规模
3.32014-2018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

从净水器品牌竞争格局来看，目前市场上净水器一般可分为三大阵营：

第一阵营的三大品牌的年出货额为10亿元以上。分别由美的、沁园、A.O.史密斯组成，这一阵容和2016年相同。

第二阵营的年出货额在1亿到5亿元之间。而在5亿元到10亿元区间依旧和2016年一样保持真空，2017年依旧没有一个品牌进入这一区间。第二阵营主要由安吉尔、飞利浦、怡口日出东方系、开能、浩泽、碧水源、3M、滨特尔、云米、格力等品牌组成。

第三阵营的门槛在5000万元左右。在2016年5000万到1亿元的品牌还很多，但到了2017年，5000万由分水岭变成了门槛。这些品牌未来将出现两极分化的局面，要么被淘汰出局

，要么顺势进入到第二阵营。第三阵营主要由TCL、长虹、斯隆、沁尔康、爱尼克斯、泉来等品牌组成。

总体来说，品牌格局的一大趋势是，第一阵营的格局相对平稳，第二阵营的阵容在逐年扩大，第三阵营的阵容在逐年缩减。 - 出货额 主要品牌 第一阵营 10亿元以上 美的、沁园、A..Q史密斯 第二阵营 1-5亿元 安吉尔、浩泽、碧水源、3M滨特尔、云米、格力等 第三阵营 500万元之间 TCL、长虹、斯隆、沁尔康、爱尼克斯、泉来等

3.42014-2018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

4.12014-2018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

4.22014-2018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

4.32019-2025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

5.22014-2018年净水器行业发展现状
5.2.12014-2018年中国净水器行业市场规模
5.2.22014-2018年中国净水器行业发展分析
5.2.32014-2018年中国净水器企业发展分析
5.32019-2025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2014-2018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2014-2018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2014-2018年净水器进出口数据分析
8.1水的过滤、净化机器及装置
8.1.12014-2018年中国水的过滤、净化机器及装置进出口总量数据分析
8.1.22014-2018年主要贸易国水的过滤、净化机器及装置进出口情况分析
8.1.32014-2018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
8.2.12014-2018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

8.2.22014-2018年主要贸易国家用型水的过滤、净化机器及装置进出口情况分析
8.2.32014-2018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
8.3.12014-2018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
8.3.22014-2018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
8.3.32014-2018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2014-2018年净水器原材料及设备供应分析
9.12014-2018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
9.22014-2018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
9.32014-2018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2014-2018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2014-2018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2014-2018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
12.22014-2018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
12.32014-2018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
12.42014-2018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经销商生长流程剖析
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2019-2025年中国净水器市场前景分析(ZYGXH)
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
17.32019-2025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
17.3.22019-2025年中国净水器产量预测
17.3.32019-2025年中国净水器销量预测
17.3.42019-2025年中国净水器设备市场规模预测(ZYGXH)
图表目录：
图表：中国主要的环保政策
图表：2012-2018年国内生产总值及其增长速度

图表：2012-2018年三次产业增加值占国内生产总值比重
图表：2012-2018年全部工业增加值及增长速度
图表：2018年主要工业产品产量及其增长速度
图表：2012-2018年建筑业增加值及增长速度
图表：2012-2018年全社会固定资产投资
图表：2018年按领域分固定资产投资（不含农户）占比
图表：2018年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度
图表：2018年固定资产投资新增主要生产与运营能力
图表：2018年房地产开发和销售主要指标及其增长速度
图表：2012-2018年货物进出口总额
图表：2018年货物进出口总额及其增长速度
图表：2018年主要商品出口数量、金额及其增长速度
图表：2018年主要商品进口数量、金额及其增长速度
图表：2018年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度
图表：2018年外商直接投资（不含银行、证券、保险）及其增长速度
图表：2018年对外直接投资额（不含银行、证券、保险）及其增长速度
图表：2012-2018年全国居民人均可支配收入及其增长速度
图表：2018年居民消费价格月度涨跌幅度
图表：2018年居民消费价格比2015年涨跌幅度
图表：2012-2018年全社会消费品零售总额
图表：2012-2018年全社会消费品零售总额
图表：我国水质占比状况
图表：2018年全国地表水水质类别比例
图表：2018年各流域片区地下水水质综合评价结果
图表：2018年未达到第一类海水水质标准的各类海域面积
图表：2014-2018年中国净水器市场规模
图表：2014-2018年中国净水器市场供给规模
图表：2014-2018年中国净水器市场需求规模
图表：2014-2018年中国净水器市场线上销售规模
图表：2014-2018年全球净水器行业市场规模
图表：2019-2025年全球净水器市场规模预测
图表：2014-2018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：2014-2018年中国水的过滤、净化机器及装置进出口总量数据
图表：2014-2018年日本水的过滤、净化机器及装置进出口情况
图表：2014-2018年美国水的过滤、净化机器及装置进出口情况
图表：2014-2018年江苏省水的过滤、净化机器及装置进出口情况
图表：2014-2018年广东省水的过滤、净化机器及装置进出口情况
图表：2014-2018年中国家用型水的过滤、净化机器及装置进出口总量数据
图表：2014-2018年日本家用型水的过滤、净化机器及装置进出口情况
图表：2014-2018年美国家用型水的过滤、净化机器及装置进出口情况
图表：2014-2018年江苏省家用型水的过滤、净化机器及装置进出口情况
图表：2014-2018年广东省家用型水的过滤、净化机器及装置进出口情况
图表：2014-2018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
图表：2014-2018年日本其他非家用型水的过滤、净化机器及装置进出口情况
图表：2014-2018年美国其他非家用型水的过滤、净化机器及装置进出口情况
图表：2014-2018年江苏省其他非家用型水的过滤、净化机器及装置进出口情况
图表：2014-2018年广东省其他非家用型水的过滤、净化机器及装置进出口情况
图表：2010-2018年不锈钢粗钢产量及增长率
图表：2018年国内不锈钢商品材消费量情况
图表：2010-2018年不锈钢进出口量分析
图表：2010-2018年不锈钢进出口量分析
图表：2012-2018年中国铝材产量及增长率情况
图表：2012-2018年中国铜材产量及增长率情况
图表：2011-2018年我国电子元件制造行业企业简况
图表：2011-2018年我国电子元件制造行业经营数据分析
图表：2011-2018年我国电子器件制造行业企业简况
图表：2011-2018年我国电子器件制造行业经营数据分析
图表：2019-2025年中国净水器设备产量预测
图表：2019-2025年中国净水器设备销量预测
图表：2019-2025年中国净水器设备市场规模预测

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201811/690664.html