



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2022-2027年中国净水器行业市场 发展现状调研及投资趋势前景 报告

# 一、调研说明

《2022-2027年中国净水器行业市场发展现状调研及投资趋势前景报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/361126.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.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、摘要、目录、图表

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 2017-2021年净水器行业发展环境分析

### 2.1 净水器行业政治法律环境（P）

#### 2.1.1 行业主要政策法规

#### 2.1.2 政策环境对行业的影响

### 2.2 行业经济环境分析（E）

#### 2.2.1 经济发展现状分析

#### 2.2.2 当前经济主要问题

#### 2.2.3 未来经济运行与政策展望

#### 2.2.4 宏观经济环境对行业的影响分析

### 2.3 行业社会环境分析（S）

#### 2.3.1 净水器产业社会环境

#### 2.3.2 社会环境对行业的影响

### 2.4 行业技术环境分析（T）

#### 2.4.1 净水器技术分析

#### 2.4.2 行业主要技术发展趋势

#### 2.4.3 技术环境对行业的影响

## 第三章 2017-2021年中国净水器所属行业市场发展分析

### 3.1 2017-2021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

### 3.2 2017-2021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

### 3.3 2017-2021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

## 3.42017-2021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

### 4.12017-2021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

### 4.22017-2021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

### 4.32022-2027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

### 5.22017-2021年净水器行业发展现状

#### 5.2.12017-2021年中国净水器行业市场规模

#### 5.2.22017-2021年中国净水器行业发展分析

5.2.32017-2021年中国净水器企业发展分析

5.32022-2027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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021年净水器所属行业进出口数据分析

### 8.1水的过滤、净化机器及装置所属行业进出口数据分析

#### 8.1.12017-2021年中国水的过滤、净化机器及装置进出口总量数据分析

#### 8.1.22017-2021年主要贸易国水的过滤、净化机器及装置进出口情况分析

8.1.32017-2021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、净化机器及装置所属行业进出口数据分析

8.2.12017-2021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

8.2.22017-2021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

8.2.32017-2021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、净化机器及装置所属行业进出口数据分析

8.3.12017-2021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

8.3.22017-2021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

8.3.32017-2021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 2017-2021年净水器原材料及设备供应分析

9.12017-2021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

9.22017-2021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

9.32017-2021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 2017-2021年国外净水器行业领先品牌分析

10.1威世顿

10.1.1企业发展简况分析

10.1.2企业经营情况分析

10.1.3企业经营优劣势分析

10.2A.O.史密斯

10.2.1企业发展简况分析



10.2.2企业经营情况分析

10.2.3企业经营优劣势分析

10.33M

10.3.1企业发展简况分析

10.3.2企业经营情况分析

10.3.3企业经营优劣势分析

10.4圣帝尼

10.4.1企业发展简况分析

10.4.2企业经营情况分析

10.4.3企业经营优劣势分析

10.5道尔顿

10.5.1企业发展简况分析

10.5.2企业经营情况分析

10.5.3企业经营优劣势分析

10.6汉斯顿

10.6.1企业发展简况分析

10.6.2企业经营情况分析

10.6.3企业经营优劣势分析

10.7法兰尼

10.7.1企业发展简况分析

10.7.2企业经营情况分析

10.7.3企业经营优劣势分析

第十一章 2017-2021年国内净水器行业标杆企业分析

11.1美的

11.1.1企业发展简况分析

11.1.2企业经营情况分析

11.1.3企业经营优劣势分析

11.2沁园

11.2.1企业发展简况分析

11.2.2企业经营情况分析

11.2.3企业经营优劣势分析

11.3立升

11.3.1企业发展简况分析

11.3.2企业经营情况分析

11.3.3企业经营优劣势分析

11.4华尔康

11.4.1企业发展简况分析

11.4.2企业经营情况分析

11.4.3企业经营优劣势分析

11.5泉来

11.5.1企业发展简况分析

11.5.2企业经营情况分析

11.5.3企业经营优劣势分析

11.6安吉尔

11.6.1企业发展简况分析

11.6.2企业经营情况分析

11.6.3企业经营优劣势分析

11.7泉露

11.7.1企业发展简况分析

11.7.2企业经营情况分析

11.7.3企业经营优劣势分析

11.8净之泉

11.8.1企业发展简况分析

11.8.2企业经营情况分析

11.8.3企业经营优劣势分析

第十二章 2017-2021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

12.22017-2021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
- 12.3 2017-2021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 内外资品牌竞争核心
  - 12.3.4 领先品牌竞争手段
  - 12.3.5 品牌定位与名牌战略
- 12.4 2017-2021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 2022-2027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

17.3.2022-2027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

17.3.2022-2027年中国净水器产量预测

17.3.32022-2027年中国净水器销量预测

17.3.42022-2027年中国净水器设备市场规模预测

图表目录：

图表：2021年全国地表水水质类别比例

图表：2021年各流域片区地下水水质综合评价结果

图表：2021年未达到第一类海水水质标准的各类海域面积

图表：2017-2021年中国净水器市场规模

图表：2017-2021年中国净水器市场供给规模

图表：2017-2021年中国净水器市场需求规模

图表：2017-2021年中国净水器市场线上销售规模

图表：2017-2021年全球净水器行业市场规模

图表：2022-2027年全球净水器市场规模预测

图表：2017-2021年中国净水器行业市场规模

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/361126.html>

## 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法

- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司）



，艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。