

2019-2025年中国净水器市 场前景研究与市场需求预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2019-2025年中国净水器市场前景研究与市场需求预测报告》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.abaogao.com/b/xiaojiadian/33847735AJ.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

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。平时所讲的净水器，一般是指用作家庭使用的小型净化器。

其技术核心为滤芯装置中的过滤膜，目前主要技术来源于超滤膜和RO反渗透膜两种。净水器可有效滤除水中的铁锈、砂石、胶体以及吸附水中余氯、臭味、异色、农药等化学药剂。可有效去除水中的细菌、病菌、毒素、重金属等杂质。净水技术在饮用水领域的应用，使得“水土不服”的现象会很快成为历史，有效地解决了很多地方由于地下水有害物质超标而造成的地方性疾病。

未来净水市场的消费潜力依然较大。一方面是市场容量还有很大的扩充空间，且售后的维护和滤芯更换，更将带来百亿规模的服务市场。另一方面，我国消费者消费能力不断提高，随着消费升级和公众对环境与健康的关注度加强，智能化净水设备有望在行业调整过程中继续保持快速增长。

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国净水器市场前景研究与市场需求预测报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

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 2017年净水器行业发展环境分析
2.1 政策环境
2.1.1 饮用水卫生规范
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 中国宏观经济运行现状
2.2.2 中国居民收入水平分析
2.2.3 中国居民消费支出结构
2.2.4 中国宏观经济运行趋势
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 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 技术发展趋势分析

第三章 2017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 国外净水器行业综述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 2017年中国净水器行业运行概况3.2.1 行业演进阶段3.2.2 行业阶段特征3.2.3 行业运行概况3.2.4 行业有利因素3.2.5 行业特点分析3.2.6 市场发展态势3.3 2015-2017年中国净水器市场供需现状3.3.1 市场供给规模3.3.2 市场需求规模3.3.3 零售市场格局3.3.4 线上销售规模3.4 2017年中国净水器行业格局分析3.4.1 区域布局分析3.4.2 企业格局分析3.4.3 品牌格局分析3.5 2017年中国净水器行业新趋向及变化3.5.1 行业运行趋势3.5.2 产品流行趋向3.5.3 行业变化分析3.6 中国净水器终端市场分析3.6.1 产品终端市场状况3.6.2 市场通路开拓情况3.6.3 农村市场发展分析3.6.4 电商领域发展状况

第四章 2017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 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 2017年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 纯水机市场份额分析5.1.3 纯水机市场销售现状5.1.4 纯水机市场品牌格局5.1.5 纯水机市场销售渠道5.1.6 纯水机市场前景展望5.2 超滤机5.2.1 超滤机基本概述5.2.2 超滤机市场发展分析5.2.3 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 直饮机市场份额分析5.3.3 直饮机市场品牌格局5.3.4 直饮机市场前景展望5.4 软水机5.4.1 软水机基本概述5.4.2 软水机市场发展分析5.4.3 软水机市场品牌格局5.4.4 软水机市场销售渠道5.4.5 软水机市场前景展望

第六章 2015-2017年净水器进出口数据分析6.1 家用型水的过滤、净化机器及装置6.1.1 2015-2017年中国家用型水的过滤、净化机器及装置进出口总量分析6.1.2 2015-2017年中国家用型水的过滤、净化机器及装置进出口金额分析6.1.3 2015-2017年中国家用型水的过滤、净化机器及装置进出口价格分析6.2 其他非家用型水的过滤、净化机器及装置6.2.1 2015-2017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分析6.2.2 2015-2017年中国其他非家用型水的过滤、净化机器及装置进出口金额分析6.2.3 2015-2017年中国其他非家用型水的过滤、净化机器及装置进出口价格分析

第七章 2017年净水器原材料及设备供应分析7.1 2017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

电子元器件市场运行状况7.2 2017年净水器核心材料——膜市场分析7.2.1 净水器用膜市场综述7.2.2 反渗透膜的制备及发展7.2.3 超滤膜的制备及发展7.2.4 膜产业发展前景分析7.3 2017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 滤芯市场需求分析7.3.3 滤芯市场问题分析

第八章 2017年国外净水器行业领先品牌分析8.1 威世顿8.1.1 企业发展概况8.1.2 主营产品介绍8.1.3 企业竞争优势8.1.4 企业发展战略8.2 A.O.史密斯8.2.1 企业发展概况8.2.2 主营产品介绍8.2.3 企业竞争优势8.2.4 企业发展战略8.3 3M8.3.1 企业发展概况8.3.2 主营产品介绍8.3.3 企业竞争优势8.3.4 企业发展战略8.4 圣帝尼8.4.1 企业发展概况8.4.2 主营产品介绍8.4.3 企业竞争优势8.4.4 企业发展战略8.5 道尔顿8.5.1 企业发展概况8.5.2 主营产品介绍8.5.3 企业竞争优势8.5.4 企业发展战略8.6 汉斯顿8.6.1 企业发展概况8.6.2 主营产品介绍8.6.3 企业竞争优势8.6.4 企业发展战略8.7 法兰尼8.7.1 企业发展概况8.7.2 主营产品介绍8.7.3 企业竞争优势8.7.4 企业发展战略第九章 2017年国内净水器行业标杆企业分析9.1 美的9.1.1 企业发展概况9.1.2 主营产品介绍9.1.3 企业竞争优势9.1.4 企业发展战略9.2 沁园9.2.1 企业发展概况9.2.2 主营产品介绍9.2.3 企业竞争优势9.2.4 企业发展战略9.3 立升9.3.1 企业发展概况9.3.2 主营产品介绍9.3.3 企业竞争优势9.3.4 企业发展战略9.4 华尔康9.4.1 企业发展概况9.4.2 主营产品介绍9.4.3 企业竞争优势9.4.4 企业发展战略9.5 泉来9.5.1 企业发展概况9.5.2 主营产品介绍9.5.3 企业竞争优势9.5.4 企业发展战略9.6 安吉尔9.6.1 企业发展概况9.6.2 主营产品介绍9.6.3 企业竞争优势9.6.4 企业发展战略9.7 泉露9.7.1 企业发展概况9.7.2 主营产品介绍9.7.3 企业竞争优势9.7.4 企业发展战略9.8 净之泉9.8.1 企业发展概况9.8.2 主营产品介绍9.8.3 企业竞争优势9.8.4 企业发展战略

第十章 2017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 2017年净水器市场厂商竞争格局分析10.2.1 厂商分类及优劣势10.2.2 厂商竞争格局分析10.2.3 厂商竞争手段分析10.3 2017年净水器市场品牌竞争格局分析10.3.1 进口品牌分析10.3.2 国内品牌分析10.3.3 十大品牌排名10.3.4 内外资品牌竞争核心10.3.5 领先品牌竞争手段10.3.6 品牌定位与名牌战略10.4 2017年净水器市场主要竞争对手分析10.4.1 桶装水、瓶装水10.4.2 饮水机10.5 净水器企业竞争力提升策略10.5.1 竞争突围策略10.5.2 竞争力提升要素10.5.3 本土企业发展建议10.6 中国净水器市场未来竞争态势10.6.1 竞争变化情况10.6.2 未来竞争焦点

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 销售渠道演进12.2.3 渠道建设问题12.2.4 销售渠道创新12.3 净水器市场营销模式分析12.3.1 主流营销模式12.3.2 电商营销模式12.3.3 事件营销模式12.3.4 微博营销模式12.3.5 小区展销模式12.4 净水器品牌营销思路分析12.4.1 品牌传播途径12.4.2 品牌营销策略12.4.3 新品推广经验12.5 净水器市场营销策略探讨12.5.1 产品促销技巧12.5.2 客户开发途径12.5.3 旺季推广策略12.5.4 产品个性营销12.5.5 营销方式创新思考12.5.6 成功营销思路借鉴12.5.7 三四级市场建议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 沁园升级营销模式12.6.4 美的净水器营销策略12.7 净水器市场营销方向分析12.7.1 区域化营销12.7.2 新媒体营销

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 标准问题13.2.2 假冒伪劣13.2.3 概念炒作13.2.4 准入监管问题13.2.5 二次污染风险13.2.6 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 净水器市场投资分析14.1 行业投资壁垒14.1.1 技术壁垒14.1.2 人才壁垒14.1.3 国际认证壁垒14.1.4 终端服务壁垒14.2 投资机会分析14.2.1 行业投资价值14.2.2 代理加盟商机分析14.2.3 行业投资时机成熟14.2.4 行业增长潜力分析14.2.5 市场需求规模分析14.3 行业投资建议14.3.1 新进入者投资建议14.3.2 代理加盟商投资诀窍14.3.3 区域市场投资建议

第十五章 2019-2025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 市场成长空间剖析15.1.3 三四线城市发展机遇15.1.4 农村市场前景分析15.2 中国净水器行业发展趋势分析15.2.1 市场格局变化预测15.2.2 产品发展方向分析15.2.3 高端化发展趋势分析15.3 2019-2025年中国净水器市场供需预测15.3.1 中国净水器市场影响因素分析15.3.2 2019-2025年中国净水器产量预测15.3.3 2019-2025年中国净水器销量预测15.3.4 2019-2025年中国净水器设备市场规模预测

图表目录图表1 卫生部有关饮用水方面的规范图表2 已有的净水器相关国家标准图表3 已有的净水器行业标准图表4 美国NSF净水器标准图表5 净水器出水水质标准图表6 2015-2017年国内

生产总值增长速度（累计同比）图表7 2015-2017年规模以上工业增加值增速（月度同比）图
表8 2015-2017年固定资产投资（不含农户）增速（累计同比）图表9 2015-2017年居民消费价格
上涨情况（月度同比）图表10 2015-2017年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）图表11
2013-2017年城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比）图表12 2013-2015年农村居民
人均收入实际增长速度（累计同比）图表13 2015-2017年农村居民人均收入实际增长速度（累
计同比）图表14 2015-2017年城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比）图表15 2017
年十大水系水质情况图表16 五种水质提升方案的优缺点图表17 国内部分水污染事件图表18
2010-2017年净水器国内销量统计图表19 2012-2017年内销净水器产品结构
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/33847735AJ.html>