

2016-2022年中国净水器市场运营态势与投资策略分析报告

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

《2016-2022年中国净水器市场运营态势与投资策略分析报告》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/taiyangneng/A718943I81.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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、水过滤器，其技术核心为滤芯装置中的过滤膜，净水机主要技术来源于超滤膜和RO反渗透膜两种，是按对水的使用要求对水质进行深度净化处理的小型水处理设备。平时所讲的净水器，一般是指用作家庭使用的小型过滤器。

净水器根据不同的净化原理和工艺，可以分很多种类。其中RO反渗透技术过滤精度最高（过滤精度在0.0001微米），由于反渗透膜的孔径只有头发丝直径的十万分之一，只允许水分子和溶解氧通过，对水中所有含的杂质如农药、细菌、病毒、重金属等有害物质几乎全部被截留排除。除了反渗透技术还有很多其他过滤技术：纳滤（过滤精度在0.001-0.0001微米之间）、超滤膜（过滤精度在0.1-0.01微米之间）、精滤（过滤精度在0.1微米以下，如陶瓷过滤、PP棉过滤等）。

净水器产品结构如图所示：

净水器行业企业可分为小微企业、中型企业和大型企业。其中小微企业受制于专业性等问题无法提供有效的售后服务，一般的盈利模式是通过整机销售获得收益，产品一旦售出就无法再次为企业创造利润。大中型企业主要的盈利模式是整机销售+后期服务的方式获得盈利。前期通过整机销售为消费者提供安全饮水，在产品零部件老化或出现问题时，企业通过零部件销售或净水器修理等方式再次创造利润。此外，现在有实力雄厚的净水器企业以租赁服务的形式将传统的销售盈利模式变为租赁或销售与租赁相结合的方式，寻求新的盈利增长点。

统计显示，我国水污染事件高发，饮用水源地水质不安全涉及的人口约1.4亿人。水污染情况的触目惊心，让普通居民对安全饮用水的需求日趋强烈，家装净水器也就显得非常必要。

据净水器净水的招股书显示，使用净水器的家庭所占百分比由2008年的4.7%上升至2012年的12.2%，并预期将于2017年进一步上升至32.0%；使用净水器的家庭数目由2008年的18.1百万户家庭增加至2012年的50.5百万户家庭，复合年增长率为29.2%，预期2013年至2017年复合年增长率22.8%上升。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国净水器市场运营态势与投资策略分析报告》共九章。首先介绍了净水器相关概念及发展环境，接着分析了中国净水器规模及消费需求，然后对中国净水器市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国净水器面临的机遇及发展前景。您若想对中国净水器有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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

第一节 净水器简述

第二节 净水器按水质处理方式分类及特点

一、软化法

二、蒸馏法

三、煮沸法

四、磁化法

五、矿化法

六、臭氧、紫外线杀菌

七、电解法

八、活性炭吸附

九、RO 反渗透膜

十、微过滤及超过滤法

十一、复合型

第三节 国内净水器分类

一、按分离技术划分

二、按过滤层级划分

三、按安装位置划分

四、按附加功能划分

第四节 超滤膜过滤原理

第五节 净水器核心材料制备

一、反渗透膜

二、超滤膜

第二章 世界净水器行业运行总体概述

第一节 世界水家电业运行环境浅析

第二节 世界净水器行业市场运行格局分析

第三节 世界部分国家净水器市场运行分析

一、美国

二、日本

第四节 世界净水器行业发展趋势分析

第三章 中国净水器行业市场发展环境解析

第一节 中国净水器市场政策环境分析

一、净水器的国家标准分析

二、卫生部净水器的四个标准、二种检验

三、中国净水器行业标准

四、净水器进出口政策分析

五、《生活饮用水卫生标准》强制执行

六、房产限购影响净水器行业简析

第二节 中国净水器市场社会环境分析

一、中国环境污染及水质情况分析

二、人们健康消费意识

第三节 中国净水器新进技术进展

一、净水器主要“技术流派”

二、现阶段家用净水机的关键技术及发展趋势

三、净水关键技术的发展趋势

四、净水器行业呼唤第三方产品质量认证

第四章 中国净水器行业发展分析

第一节 我国净水器市场发展历程及其特征

一、我国净水器市场发展历程

二、我国净水器市场发展特征

第二节 中国净水器市场概况

一、净水器成为家装新时尚

二、净水器抽检情况

三、技术型净水器受青睐

四、我国净水器行业市场发展情况分析

五、进口净水器品牌市场的现状

第三节 2015-2016年中国净水器市场运行动态分析

一、2015年我国净水器市场运行分析

二、2015年反渗透净水器同比增速

三、2016年中国净水器市场运行动态分析

四、2016年净水器进入开发商视野

第四节 2015-2016年中国净水器行业存在的问题分析

一、净水器行业发展制约因素分析

二、净水器品市场产品鱼龙混杂

三、2016年混乱新概念充斥净水器市场

第五章 中国净水器市场竞争格局透析

第一节 中国净水器行业竞争现状

第二节 2015年净水器品牌及市场的变化及发展趋势

一、强势品牌的进驻

二、一系列的水污染曝光也催熟了净水器行业的发展

三、净水器品牌化发展得到进一步的拓展

第三节 中国净水器行业集中度分析

第四节 中国净水器行业竞争趋势分析

第六章 中国净水器重点企业分析

第一节 美的清湖净水设备有限公司

一、公司简介

二、经营业绩

三、产品优缺点

四、企业综合优势

五、2016年美的净水器市场策略

第二节 沁园集团股份有限公司

一、公司简介

二、经营业绩

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第三节 深圳安吉尔饮水产业集团有限公司

- 一、公司简介
- 二、经营业绩
- 三、产品技术优势
- 四、经营管道
- 五、售后服务

第四节 立升净水科技公司

- 一、公司简介
- 二、经营业绩
- 三、产品应用
- 四、技术优势

第五节 滨特尔集团（爱惠浦）

- 一、公司简介
- 三、经营业绩
- 四、管道策略
- 五、五种竞争力量分析

第六节 深圳市诚德来实业有限公司（泉来）

- 一、公司简介
- 二、主要产品及优势
- 三、经营业绩
- 四、管道推广
- 五、售后服务建设

第七节 昆山怡口净水系统有限公司

- 一、公司简介
- 二、经营业绩
- 三、企业优势分析

第七节 其他公司

- 一、格力净水器
- 二、海南立升净水器
- 三、碧水源（300070）
- 四、开能环保（300272）
- 五、南方汇通（000920）

第七章 2016-2022年中国净水器行业发展前景及趋势分析

第一节 我国家装净水机市场测算

- 一、我国净水器市场普及率仅为3%左右
- 二、二因素推动国内净水器市场快速发展
- 三、我国净水器市场空间将超过千亿

第一节 我国净水器市场未来发展方向分析

- 一、净水器种类趋集中
- 二、净水器价格趋合理
- 三、净水器认知度提升
- 四、朝品牌方向发展

第三节 我国净水器农村市场分析

- 一、净水器下乡及发展前景
- 二、净水器在农村市场更广阔

第八章 中国净水器行业投资机会与风险规避指引

第一节 中国净水器行业投资环境分析

第二节 中国净水器行业投资机会分析

第三节 中国净水器行业投资风险预警

第四节 专家建议

第九章 2016-2022年中国净水器行业发展策略（ZY LT）

第一节 中国净水器市场消费全面调研

- 一、消费者对净水器品牌的认知管道调查分析
- 二、消费者购对净水器品牌关注程度分析
- 三、消费者购买净水器消费情况调查分析
- 四、净水器购买管道调查分析
- 五、净水器市场反渗透机型成消费主流
- 六、净水器市场消费主力军调查分析

第二节 中国净水器市场营销管道分析

- 一、经销商销售
- 二、直销

- 三、会销（开会销售）
- 四、网销（网络销售）
- 五、展销
- 六、电视销售
- 七、广告销售
- 八、外销出口
- 九、大型超市、家电连锁超市、装修建材超市、百货商场
- 十、专卖店
- 十一、批发市场（小商品市场）
- 十二、为其他企业贴牌生产
- 十三、与房地产开发商或装璜公司合作
- 十四、体验营销

第三节 净水器销售模式确立的五项限思维法则

- 一、扫描自身资源
- 二、扫描竞争对手
- 三、选择产品
- 四、净水器研究消费者
- 五、研究水情

第四节 净水器招商攻略系列之产品定位

- 一、与竞争对手的差异性。
- 二、对经销商的吸引力
- 三、对消费者的诱惑性
- 四、使用中的真实性

第五节 拓展净水器二三线城市市场措施

第六节 中国净水器行业营销策略

- 一、净水器营销方案
- 二、构建渠道与占领市场
- 三、我国家用净水器步入营销时代新趋势
- 四、需注重净水器产品服务增加增值空间
- 五、净水器市场重销售轻服务 全服务链有待建立
- 六、净水器厂家需创新营销模式
- 七、2016年什么样的净水器品牌才值得代理商信任

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/taiyangneng/A718943I81.html>