

# 2016-2022年中国家用净水器行业投资分析及前景趋势预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

# 一、报告报价

《2016-2022年中国家用净水器行业投资分析及前景趋势预测报告》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/D04382ZV2V.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

2015年，我国家用净水器行业产量约4684万台，行业表观消费量约3715万台，近几年我国家用净水器行业供需平衡情况如下表所示：

2009-2015年我国家用净水器行业供需平衡情况 年份 产量（万台） 需求量（万台）

|       |      |      |       |      |      |       |      |      |       |      |      |       |      |      |
|-------|------|------|-------|------|------|-------|------|------|-------|------|------|-------|------|------|
| 2009年 | 2420 | 1017 | 2010年 | 2940 | 1273 | 2011年 | 3192 | 1809 | 2012年 | 3708 | 2206 | 2013年 | 3950 | 2535 |
| 2014年 | 4305 | 2965 | 2015年 | 4684 | 3715 |       |      |      |       |      |      |       |      |      |

1、中国经济发展，但水源水质进一步恶化：城镇供水（自来水）突发事件时有发生（例：松花江、太湖），水污染危机事件频频发生，给净水器行业快速发展提供良好契机，净水器总体销量得到较大增长。媒体报道、信息越来越透明和公开，水污染为大众所知；尤其是前段时间媒体曝光自来水50%不合格，也让人民意识到只有安装家用净水器，才能有效解决饮用水健康问题，成为流行趋势。

2、健康饮水知识逐步推广、普及，人们了解饮水水质对人体健康的影响。居民收入和生活水平提高，对用水的质量越来越关注，净化水市场蕴育着较丰富的市场机会；中国未来10年蕴藏3000亿元净水机需求市场。净水器净水机净水设备家用净水器净水器品牌

3、市场上需求增大（国内、国外），出口增多；国内净水器市场最近成熟，形成金利源、立升、安吉尔等知名品牌，亚洲、非洲、南美等净水机出口也成为净水器厂家新增长点。

4、产销量提高，生产成本降低，价格下降，老百姓买得起；净水机价格销量，是市场竞争和销量上升的必然结果，也是净水器市场走向成熟的标志。在单位和家庭终端净化水消费市场，目前主要消费方式是桶装水送户上门方式。一些商家开始进入到净水器的生产和销售，逐步形成替代桶装水的市场份额。

5、国家生活饮用水GB5749新标准水质提高，与国际接轨，某些地区或用水点自来水水质达不到新标准；2012年7月后，卫生部颁发新生活饮用水标志由35项增加至106项。国家政策大力扶持环保节能产业，净水器行业作为新兴环保行业越来越得到重视。

6、一些知名净水器厂家参与国家标准制订，对产品规范有利，把企业门槛提高，可能会淘汰一批小企业和个体户，净水器市场逐渐规范。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年我国家用净水器行业投资分析及前景趋势预测报告》共十三章。首先介绍了我国家用净水器行业市场发展环境、我国家用净水器整体运行态势等，接着分析了我国家用净水器行业市场运行的现状，然后介绍了我国家用净水器市场竞争格局。随后，报告对我国家用净水器做了重点企业经营状况分析，最后分析了我国家用净水器行业发展趋势与投资预测。您若想对家用净水器产业有个系统的了解或者想投资家用净水

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 中国家用净水器行业概述   | 1  |
| 第一节 家用净水器行业定义     | 1  |
| 一、定义              | 1  |
| 二、工作原理            | 1  |
| 三、过滤功能            | 2  |
| 四、过滤原理            | 3  |
| 第二节 家用净水器行业发展种类   | 4  |
| 一、家用净水器种类         | 4  |
| 1、PP棉滤芯净水器        | 4  |
| 2、RO反渗透纯水机        | 4  |
| 3、活性炭过滤器          | 4  |
| 4、软水机             | 5  |
| 5、超滤机             | 5  |
| 二、技术分类            | 5  |
| 第三节 家用净水器行业特征     | 6  |
| 第四节 家用净水器行业发展历程   | 7  |
| 第二章 中国家用净水器行业发展环境 | 9  |
| 第一节 中国宏观经济运行回顾    | 9  |
| 一、2013年中国宏观经济     | 9  |
| 二、2014年中国宏观经济     | 17 |
| 第二节 中国宏观经济发展趋势    | 21 |
| 一、2015年我国宏观经济形势   | 21 |
| 二、未来两三年宏观经济政策建议   | 26 |
| 第三节 投融资发展环境       | 28 |

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 一、金融开放                    | 28 |
| 二、金融财政政策                  | 29 |
| 三、金融货币政策                  | 30 |
| 第四节 家用净水器行业相关政策及影响        | 32 |
| 一、行业具体政策                  | 32 |
| 二、政策影响                    | 33 |
| <br>                      |    |
| 第三章 中国家用净水器行业发展特点         | 34 |
| 第一节 家用净水器行业运行分析           | 34 |
| 一、家用净水器行业运行               | 34 |
| 二、家用净水器之纯水机市场现状及特点        | 35 |
| 第二节 中国家用净水器行业重要性          | 36 |
| 一、产业重要性分析                 | 36 |
| 二、生活需求重要性分析               | 37 |
| 第三节 家用净水器行业特性分析           | 39 |
| 一、中国净水器草根特性的表现            | 39 |
| 二、家用净水器发展特点               | 40 |
| 第四节 家用净水器行业发展历程           | 41 |
| 第五节 家用净水器行业技术现状           | 42 |
| 第六节 市场的重要动态               | 44 |
| <br>                      |    |
| 第二部分 行业竞争与供需状况            | 45 |
| 第四章 中国家用净水器厂商市场竞争力与市场竞争格局 | 45 |
| 第一节 主力厂商市场竞争力分析           | 45 |
| 一、产品技术竞争力                 | 45 |
| 二、价格竞争力                   | 46 |
| 三、渠道竞争力                   | 47 |
| 四、销售竞争力总结                 | 47 |
| 五、服务竞争力总结                 | 48 |
| 六、品牌竞争力                   | 49 |
| 第二节 家用净水器行业竞争格局分析         | 50 |
| 一、整体竞争态势分析                | 50 |

## 二、潜在进入者与替代产品威胁分析 51

## 第五章 中国家用净水器行业供需情况 53

### 第一节 家用净水器行业市场需求分析 53

#### 一、行业需求现状及趋势 53

#### 二、需求影响因素分析 54

### 第二节 家用净水器行业供给能力分析 55

#### 一、行业供给现状及趋势 55

#### 二、供给影响因素分析 56

经过多年的发展，我国已经是全球净水器制造中心之一。不过，目前国内家用净水器的普及率还比较低，远不及欧美、日韩等国家超过70%的净水设备家庭普及率，国内这个数字还不到8%。据业内专家预测，我国净水行业未来三年将出现几何倍增的发展速度。

#### 近年市场增速快

任何事物的发展都要经历一个曲折多变的过程。净水器行业的发展跟其他行业一样，之前也经历了数次起起落落，但是自2000年到2015年，净水器生产企业迅速发展壮大，净水器行业迅速复苏和增长，特别是近几年，净水器发展态势非常好，年复增长在20%以上，市场份额在不断扩大。

根据这几年净水器行业发展的数据分析结果可以看出，我国净水器市场是一个拥有几千亿规模的市场。而且经过那么多年的努力和发展，净水器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。

#### 生产企业激增，良莠不齐

由于看好行业前景，最近这些年进驻净水器行业的企业越来越多。我国现在已经有超过3000家的净水产品生产厂家，这个数量这两年间还会有所增加，各企业之间的竞争也是越来越激烈。

现阶段净水行业进入门槛较低，很多企业没有产品研发和技术创新能力，产品同质化比较严重，没有现代化的检测设备，产品品质控制能力有限，售后服务跟不上等，这些问题成为经销商加盟后所面临的难题。

#### 品牌集中性日益加强，马太效应显现

市场开始由低端价格转变品牌价值，从低价开始注重整体品质。根据最新统计，销售冠军已经是后边四名净水器品牌的销售总量，可见马太效应已经凸显。进入2015年以来，净水器厂商将发展潜力聚焦在了三四级市场，渠道下层，带来的进一步净水器量的释放可谓惊人。

|                       |    |
|-----------------------|----|
| 第六章 家用净水器行业销售状况分析     | 57 |
| 第一节 家用净水器行业销售收入分析     | 57 |
| 一、行业总销售收入分析           | 57 |
| 二、不同规模企业总销售收入分析       | 57 |
| 三、不同所有制企业总销售收入比较      | 58 |
| 第二节 家用净水器行业资产收益率分析    | 60 |
| 一、行业资产收益率分析           | 60 |
| 二、不同规模企业投资收益率分析       | 60 |
| 三、不同所有制企业投资收益率比较      | 61 |
| 第三节 家用净水器行业产品销售成本分析   | 63 |
| 一、行业产品销售成本分析          | 63 |
| 二、不同规模企业产品销售成本分析      | 63 |
| 三、不同所有制企业产品销售成本比较     | 64 |
| 第四节 家用净水器行业利润率分析      | 66 |
| 一、行业利润率分析             | 66 |
| 二、不同规模企业利润率分析         | 66 |
| 三、不同所有制企业利润率比较        | 67 |
| 第三部分 行业进出口与投资分析       | 69 |
| 第七章 家用净水器行业进出口分析      | 69 |
| 第一节 家用净水器行业历史进出口总量变化  | 69 |
| 一、家用净水器行业进口总量变化       | 69 |
| 二、家用净水器行业出口总量变化       | 70 |
| 三、家用净水器行业进出口差额变动情况    | 70 |
| 第二节 家用净水器行业历史进出口结构变化  | 71 |
| 一、家用净水器行业进口来源分析       | 71 |
| 二、家用净水器行业出口去向分析       | 72 |
| 第三节 影响家用净水器行业进出口的主要因素 | 72 |
| 第四节 家用净水器行业进出口态势展望    | 73 |
| 一、家用净水器行业进口态势展望       | 73 |
| 二、家用净水器行业出口态势展望       | 73 |

## 第八章 中国家用净水器区域市场投资状况分析 75

### 第一节 华北市场 75

一、地区生产状况 75

二、地区经营状况 75

### 第二节 华南市场 76

一、地区生产状况 76

二、地区经营状况 77

### 第三节 华东市场 78

一、地区生产状况 78

二、地区经营状况 78

### 第四节 华中市场 79

一、地区生产状况 79

二、地区经营状况 80

### 第五节 东北市场 80

一、地区生产状况 80

二、地区经营状况 81

### 第六节 西南市场 82

一、地区生产状况 82

二、地区经营状况 82

### 第七节 西北市场 83

一、地区生产状况 83

二、地区经营状况 84

## 第四部分 行业趋势与建议 85

## 第九章 中国家用净水器行业市场发展预测 85

### 第一节 中国家用净水器行业发展环境预测 85

一、经济环境预测 85

二、社会环境预测 85

三、政策环境预测 86

四、技术环境预测 86

### 第二节 中国家用净水器行业发展预测 86

一、行业竞争要素预测 86



|                            |    |
|----------------------------|----|
| 二、行业结构预测                   | 87 |
| 三、行业转移趋势                   | 87 |
| 四、行业一体化预测                  | 87 |
| 五、行业运营模式预测                 | 88 |
| 第三节 中国家用净水器市场发展预测          | 88 |
| 一、2016-2022年中国家用净水器市场需求预测  | 88 |
| 二、2016-2022年中国家用净水器市场结构预测  | 89 |
| 三、2016-2022年中国家用净水器市场集中度预测 | 89 |
| 四、2016-2022年中国家用净水器市场价格预测  | 89 |
| <br>                       |    |
| 第十章 家用净水器重点企业发展展望          | 91 |
| 第一节 宁波浪木饮水设备科技有限公司         | 91 |
| 一、企业概况                     | 91 |
| 二、企业发展历程                   | 91 |
| 第二节 海南立升净水科技实业有限公司         | 92 |
| 第三节 深圳市圣帝尼环保科技有限公司         | 92 |
| 一、企业概况                     | 92 |
| 二、企业发展历程                   | 93 |
| 第四节 佛山市美的清湖净水设备有限公司        | 93 |
| 一、企业概况                     | 93 |
| 二、企业发展历程                   | 93 |
| 三、企业现状及战略                  | 94 |
| 第五节 宁波沁园集团有限公司             | 94 |
| 一、企业概况                     | 94 |
| 二、经营成果                     | 94 |
| 三、企业文化                     | 94 |
| 四、科技成果                     | 95 |
| 五、发展历程                     | 96 |
| 第六节 深圳安吉尔饮水产业集团有限公司        | 97 |
| 一、企业概况                     | 97 |
| 二、品牌历程                     | 99 |
| 三、公司战略目标                   | 99 |

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 四、品牌荣誉                      | 99  |
| 第七节 3M中国有限公司                | 100 |
| 一、企业概况                      | 100 |
| 二、企业规模                      | 100 |
| 三、企业发展历程                    | 101 |
| 第八节 西安滨特尔水处理有限公司            | 103 |
| 第九节 深圳市净之泉科技有限公司            | 103 |
| 一、企业概况                      | 103 |
| 二、产品主要技术                    | 104 |
| 三、企业战略目标                    | 104 |
| 第十节 上海奔腾水净化科技有限公司           | 104 |
| <br>                        |     |
| 第十一章 中国家用净水器行业未来发展预测        | 106 |
| 第一节 2016-2022年市场供给预测        | 106 |
| 一、2016-2022年家用净水器行业产能预测     | 106 |
| 二、2016-2022年家用净水器行业产量预测     | 106 |
| 第二节 2016-2022年市场需求预测        | 107 |
| 一、2016-2022年家用净水器行业需求预测     | 107 |
| 二、2016-2022年家用净水器行业市场供需平衡预测 | 108 |
| <br>                        |     |
| 第十二章 中国家用净水器行业市场竞争策略建议      | 109 |
| 第一节 中国家用净水器行业竞争策略建议         | 109 |
| 一、竞争战略选择建议                  | 109 |
| 二、行业升级策略建议                  | 110 |
| 三、行业转移策略建议                  | 111 |
| 四、价值链定位建议                   | 112 |
| 第二节 中国家用净水器行业竞争策略建议         | 113 |
| 一、核心竞争力塑造建议                 | 113 |
| 二、并购重组策略建议                  | 114 |
| 三、经营模式策略建议                  | 115 |
| 四、行业资源整合建议                  | 121 |
| 五、行业联盟策略建议                  | 122 |

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 第十三章ZYLZG专家建议     | 123 |
| 第一节 家电行业“十二五”规划分析 | 123 |
| 一、“十一五”家电行业发展回顾   | 123 |
| 二、“十二五”家电行业发展形势分析 | 127 |
| 三、“十三五”家电行业发展分析   | 128 |
| 第二节 家用净水器竞争力策略建议  | 129 |
| 第三节 行业竞争策略        | 130 |
| 一、企业竞争策略          | 130 |
| 二、产品竞争策略          | 131 |
| 三、市场竞争策略          | 131 |
| 第四节 市场的重点客户战略实施   | 132 |
| 一、实施重点客户战略的必要性    | 132 |
| 二、合理确立重点客户        | 133 |
| 三、对重点客户的营销策略      | 134 |
| 四、强化重点客户的管理       | 134 |
| 第五节 渠道销售策略        | 134 |
| 第六节 品牌经营策略        | 137 |
| 一、品牌识别系统          | 137 |
| 二、品牌架构            | 138 |
| 三、品牌延伸扩张          | 138 |
| 四、管理品牌资产          | 138 |
| 第七节 服务策略          | 139 |
| 一、服务的定义           | 139 |
| 二、服务的特征           | 139 |
| 三、服务的类型           | 139 |
| 四、服务的作用           | 139 |
| 五、服务的基本原则         | 140 |
| 六、服务策略            | 141 |
| 第八节ZYLZG行业投资策略分析  | 141 |
| 一、战略综合规划          | 141 |
| 二、技术开发战略          | 142 |

|          |     |
|----------|-----|
| 三、业务组合战略 | 144 |
| 四、产业战略规划 | 144 |
| 五、品牌营销战略 | 144 |
| 六、区域战略规划 | 145 |

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015-2020年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015-2020年中国GDP增速预测

图表：家用净水器行业产业链

图表：2011-2015年我国家用净水器行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国家用净水器行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国家用净水器行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国家用净水器行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国家用净水器行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国家用净水器行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国家用净水器行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国家用净水器行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国家用净水器行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国家用净水器行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业&hellip;&hellip;

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年家用净水器行业市场供给

图表：2011-2015年家用净水器行业市场需求

图表：2011-2015年家用净水器行业市场规模

图表：家用净水器所属行业生命周期判断

图表：家用净水器所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国家用净水器行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国家用净水器行业供给预测

图表：2016-2022年中国家用净水器行业需求预测

图表：2016-2022年中国家用净水器行业价格指数预测

图表：&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/D04382ZV2V.html>