

2025-2031年中国净水器行业分析与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2025-2031年中国净水器行业分析与投资前景预测报告》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.cction.com/report/202504/481727.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中企顾问网发布的《2025-2031年中国净水器行业分析与投资前景预测报告》共十五章。首先介绍了净水器的定义、功能及分类情况；然后报告从产业环境、市场供需、市场格局、消费群体、用户关注格局、细分市场等角度深入分析了中国净水器市场现状；随后，报告对净水器市场做了进出口数据分析、原材料及设备供应分析、重点企业分析、竞争分析、营销分析、行业问题及建议分析、投资分析；最后，报告对中国净水器市场的发展前景进行了科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、生态环境部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对净水器市场有个系统深入的了解、或者想投资净水器产业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

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 2020-2024年净水器行业发展环境分析

2.1 政策环境

2.1.1 生活饮用水卫生标准

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 宏观经济概况

2.2.2 对外经济分析

2.2.3 工业经济运行

2.2.4 固定资产投资

2.2.5 经济发展前景

2.3 需求环境

2.3.1 中国人口发展规模

2.3.2 中国水资源使用情况

2.3.3 中国自来水水质现状

2.3.4 中国城市水污染状况

2.3.5 饮用水安全面临的挑战

2.3.6 疫情对净水器行业催化

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 关键技术发展动态

2.4.4 技术发展趋势分析

第三章 2020-2024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 国外净水器行业综况

3.1.2 美国净水器行业分析

3.1.3 日韩净水器行业经验

3.2 2020-2024年中国净水器行业运行分析

- 3.2.1 行业演进阶段
- 3.2.2 行业发展特点
- 3.2.3 市场规模分析
- 3.2.4 行业终端情况
- 3.2.5 行业发展契机
- 3.3 2020-2024年全国净水器产量分析
 - 3.3.1 2020-2024年全国净水器产量趋势
 - 3.3.2 2024年全国净水器产量情况
 - 3.3.3 2023年全国净水器产量情况
 - 3.3.4 2022年全国净水器产量情况
- 3.4 2020-2024年全国净水器销量分析
 - 3.4.1 2020-2024年全国净水器销量趋势
 - 3.4.2 2024年全国净水器销量情况
 - 3.4.3 2023年全国净水器销量情况
 - 3.4.4 2022年全国净水器销量情况
- 3.5 中国净水器行业专利技术分析
 - 3.5.1 专利申请数量
 - 3.5.2 专利内容分析
 - 3.5.3 专利申请人分析
 - 3.5.4 典型专利分析
- 3.6 净水器质量现状分析
 - 3.6.1 净水器的工作原理
 - 3.6.2 家用净水器主要指标
 - 3.6.3 中国净水器质量现状
 - 3.6.4 监督抽查存在的问题
 - 3.6.5 加大力度规范行业生产

第四章 2020-2024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 消费认知程度
 - 4.1.2 消费人群分布
 - 4.1.3 消费动机分析

4.1.4 消费价位分布

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 中国净水器消费影响因素分析

4.3.1 质量功能

4.3.2 售后渠道

4.3.3 品牌因素

4.3.4 技术创新

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 消费机遇分析

第五章 2020-2024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 纯水机应用领域

5.1.3 纯水机市场品牌格局

5.1.4 纯水机市场前景展望

5.2 超滤机

5.2.1 超滤技术分析

5.2.2 超滤机基本概述

5.2.3 超滤机市场销售分析

5.2.4 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 直饮水产品优势

5.3.3 直饮机零售规模

5.3.4 直饮机市场价格

5.3.5 直饮机品牌格局

5.3.6 直饮机发展趋势

5.4 软水机

5.4.1 软水机的分类

5.4.2 软水机的工作原理

5.4.3 软水机的市场规模

5.4.4 软水机的竞争格局

5.4.5 软水机的价格区分

5.4.6 软水机消费潜力点

第六章 2020-2024年净水器进出口数据分析

6.1 2020-2024年中国水的过滤、净化机器及装置进出口数据分析

6.1.1 进出口总量数据分析

6.1.2 主要贸易国进出口情况分析

6.1.3 主要省市进出口情况分析

6.2 2020-2024年中国其他非家用型水的过滤、净化机器及装置进出口数据分析

6.2.1 进出口总量数据分析

6.2.2 主要贸易国进出口情况分析

6.2.3 主要省市进出口情况分析

6.3 2020-2024年中国家用型水的过滤、净化机器及装置进出口数据分析

6.3.1 进出口总量数据分析

6.3.2 主要贸易国进出口情况分析

6.3.3 主要省市进出口情况分析

第七章 2020-2024年净水器原材料及设备供应分析

7.1 2020-2024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 电子信息制造运行

7.2 2020-2024年净水器核心材料——膜市场分析

7.2.1 国内膜产业发展状况

7.2.2 净水器用膜市场回顾

7.2.3 反渗透膜市场规模

7.2.4 反渗透膜竞争格局

7.2.5 超滤膜技术及应用

7.3 2020-2024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 常用滤芯产品分析

7.3.3 滤芯市场需求分析

7.3.4 滤芯市场问题分析

第八章 2020-2024年国外净水器行业领先品牌分析

8.1 A.O.史密斯 (A.O.SMITH)

8.1.1 企业发展概况

8.1.2 在华发展情况

8.1.3 2022年企业经营状况分析

8.1.4 2023年企业经营状况分析

8.1.5 2024年企业经营状况分析

8.2 3M COMPANY

8.2.1 企业发展概况

8.2.2 主要净水产品

8.2.3 2022年企业经营状况分析

8.2.4 2023年企业经营状况分析

8.2.5 2024年企业经营状况分析

8.3 霍尼韦尔 (HONEYWELL)

8.3.1 企业发展概况

8.3.2 主要净水产品

8.3.3 2022年企业经营状况分析

8.3.4 2023年企业经营状况分析

8.3.5 2024年企业经营状况分析

8.4 飞利浦 (PHILIPS)

8.4.1 企业发展概况

8.4.2 净水器业务动态

8.4.3 2022年企业经营状况分析

8.4.4 2023年企业经营状况分析

8.4.5 2024年企业经营状况分析

8.5 惠而浦 (WHIRLPOOL)

8.5.1 企业发展概况

8.5.2 在华发展情况

8.5.3 2022年企业经营状况分析

8.5.4 2023年企业经营状况分析

8.5.5 2024年企业经营状况分析

第九章 2020-2024年国内净水器行业标杆企业分析

9.1 美的集团股份有限公司

9.1.1 企业发展概况

9.1.2 经营效益分析

9.1.3 业务经营分析

9.1.4 财务状况分析

9.1.5 核心竞争力分析

9.1.6 公司发展战略

9.1.7 未来前景展望

9.2 海尔智家股份有限公司

9.2.1 企业发展概况

9.2.2 经营效益分析

9.2.3 业务经营分析

9.2.4 财务状况分析

9.2.5 核心竞争力分析

9.2.6 公司发展战略

9.2.7 未来前景展望

9.3 九阳股份有限公司

9.3.1 企业发展概况

9.3.2 经营效益分析

9.3.3 业务经营分析

9.3.4 财务状况分析

9.3.5 核心竞争力分析

9.3.6 未来前景展望

9.4 珠海格力电器股份有限公司

9.4.1 企业发展概况

9.4.2 经营效益分析

9.4.3 业务经营分析

9.4.4 财务状况分析

9.4.5 核心竞争力分析

9.4.6 公司发展战略

9.4.7 未来前景展望

9.5 杭州老板电器股份有限公司

9.5.1 企业发展概况

9.5.2 经营效益分析

9.5.3 业务经营分析

9.5.4 财务状况分析

9.5.5 核心竞争力分析

9.5.6 公司发展战略

9.6 开能健康科技集团股份有限公司

9.6.1 企业发展概况

9.6.2 经营效益分析

9.6.3 业务经营分析

9.6.4 财务状况分析

9.6.5 核心竞争力分析

9.6.6 公司发展战略

9.6.7 未来前景展望

9.7 华帝股份有限公司

9.7.1 企业发展概况

9.7.2 经营效益分析

9.7.3 业务经营分析

9.7.4 财务状况分析

9.7.5 核心竞争力分析

9.7.6 未来前景展望

9.8 浩泽净水国际控股有限公司

9.8.1 企业发展概况

9.8.2 核心技术分析

9.8.3 核心竞争力分析

9.9 佛山市云米电器科技有限公司

9.9.1 企业发展概况

9.9.2 经营效益分析

9.9.3 财务状况分析

9.9.4 核心竞争力分析

第十章 2020-2024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 2020-2024年净水器市场竞争格局分析

10.2.1 品牌竞争格局分析

10.2.2 市场产品竞争格局

10.2.3 渠道厂商竞争分析

10.2.4 行业竞争区域分布

10.3 净水器厂家线上品牌竞争分析

10.3.1 线上品牌传播存在问题

10.3.2 线上品牌传播策略改进

10.4 净水器经销商营销竞争力策略

10.4.1 基于市场认真调研

10.4.2 注重核心打破壁垒

10.4.3 制定差异化的战略

10.4.4 重视产品营销策略

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 代理商与厂商合作要点

11.1.5 代理商经营发展的策略

11.1.6 代理商优质服务的提供

11.1.7 代理商的盈利路径分析

11.2 净水器加盟商分析

11.2.1 加盟商的投资选择

11.2.2 加盟商区域市场布局

11.2.3 加盟商主要营销渠道

11.2.4 加盟商营销渠道建设

11.2.5 加盟商市场运作战略

11.2.6 加盟商消费迎合手段

11.2.7 加盟商导入新零售模式

11.3 水器经销商分析

11.3.1 家选择经销商的标准

11.3.2 业经销商行为综述

11.3.3 销商发展阶段分析

11.3.4 销商市场运作步骤

11.3.5 销商服务营销方法

11.3.6 销商与装修公司合作

11.3.7 升客流量的主要方法

11.3.8 销商进军电商的要点

11.3.9 销商网络团购销售策略

11.3.10 销商市场开拓路径

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 目标客户类型

12.2.3 目标市场定位

12.2.4 渠道建设问题

12.2.5 代理品牌促销策略

12.3 净水器市场营销模式分析

12.3.1 代理商模式

12.3.2 B2C模式

12.3.3 成本对比分析

12.4 中小净水器企业营销组合策略分析

12.4.1 产品策略

12.4.2 价格策略

12.4.3 促销策略

12.4.4 渠道策略

12.4.5 权力营销策略

12.5 净水器市场营销方式与案例

12.5.1 赞助节目

12.5.2 广告宣传

12.5.3 植入电视剧

12.5.4 请明星代言

12.5.5 赞助体育赛事

12.6 净水器企业渠道拓展方向分析

12.6.1 以消费者为中心

12.6.2 确定目标消费群体

12.6.3 招商和营销并重

12.6.4 合作推广求双赢

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 假冒伪劣

13.2.2 概念炒作

13.2.3 准入监管问题

13.2.4 二次污染风险

13.2.5 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 中企顾问网对净水器行业投资价值分析

14.1 行业投资价值

14.1.1 行业投资机会

14.1.2 市场空间巨大

14.1.3 消费升级驱动

14.1.4 政策支持发展

14.1.5 行业投资效益

14.2 行业投资壁垒

14.2.1 行业技术壁垒

14.2.2 行业人才壁垒

14.2.3 国际认证壁垒

14.2.4 终端服务壁垒

14.3 行业投资建议

14.3.1 行业加盟策略建议

14.3.2 区域市场投资建议

14.3.3 企业类型投资建议

14.3.4 智能净水器的潜力

第十五章 对2025-2031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 商用市场发展潜力

15.1.3 品牌格局变化分析

15.1.4 全屋净水产品扩容

15.2 中国净水器行业发展趋势分析

15.2.1 行业消费方向

15.2.2 产品发展方向

15.2.3 行业发展趋势

15.2.4 行业发展前景

15.3 对2025-2031年中国净水器行业预测分析

15.3.1 2025-2031年中国净水器行业影响因素分析

15.3.2 2025-2031年中国净水器行业市场规模预测

15.3.3 2025-2031年中国净水器产量预测

15.3.4 2025-2031年中国净水器销量预测

图表目录：

图表1：净水器分类

图表2：饮用水卫生相关标准

图表3：净水器行业标准

图表4：我国净水器行业相关政策

图表5：2020-2025年1-6月中国GDP发展运行情况

图表6：2020-2025年1-6月中国货物进出口总额情况

图表7：2019-2024年中国全部工业增加值情况

图表8：2025年二季度规模以上工业产能利用率

图表9：2020-2025年1-6月中国固定资产投资（不含农户）投资情况

图表10：2018-2024年中国人口数量情况

图表11：2018-2024年中国人口性别数量情况

图表12：2018-2024年中国城乡人口数量情况

图表13：2014-2024年中国人口出生率、死亡率统计

图表14：2015-2024年中国60-65周岁以上人口数量统计

图表15：2018-2024年中国0-14岁人口数量统计

图表16：2018-2024年中国水资源总量统计

图表17：2016-2024年全球净水器行业市场规模情况

图表18：2016-2024年美国净水器行业市场规模情况

图表19：2016-2024年日韩净水器行业市场规模情况

图表20：2016-2024年我国净水器需求总量及规模走势

图表21：2016-2024年中国净水器终端需求情况

图表22：2016-2024年中国净水器产量情况

图表23：2024年全国净水器产量情况

图表24：2023年全国净水器产量情况

图表25：2022年全国净水器产量情况

图表26：2016-2024年中国净水器销量

图表27：2024年全国净水器销量情况

图表28：2023年全国净水器销量情况

图表29：2022年全国净水器销量情况

图表30：2016-2024年中国净水器专利申请量情况

图表31：2016-2024年中国净水器专利申请技术构成情况

图表32：截止2024年中国净水器专利申请人数量排名

图表33：净水器的工作原理

图表34：家用净水器主要指标说明

图表35：近三年净水器全国抽检数据

图表36：中国净水器消费者认知度

图表37：净水器购买主体分析

图表38：净水器消费欲望分析

图表39：净水器消费价位分析

图表40：纯水机设备应用领域

图表41：2016-2024年我国纯水机市场规模走势图

图表42：2025-2031年我国纯水机市场规模预测图

图表43：2016-2024年我国超滤机市场规模走势图

图表44：超滤机市场部分品牌一览

图表45：2016-2024年我国直饮机市场规模走势图

图表46：直饮机行业部分品牌一览

图表47：不同技术路线软水机工作原理

图表48：2016-2024年我国软水机市场规模走势图

图表49：2025年部分品牌软水机产品报价一览

图表50：2015-2024年中国水的过滤、净化机器及装置进出口金额情况

图表51：2024年中国水的过滤、净化机器及装置进口主要市场分析

图表52：2024年中国水的过滤、净化机器及装置出口主要市场分析

图表53：2024年我国水的过滤、净化机器及装置进口主要省市结构

图表54：2024年我国水的过滤、净化机器及装置出口主要省市结构

更多图表见正文……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 2020-2024年净水器行业发展环境分析

2.1 政策环境

2.1.1 生活饮用水卫生标准

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 宏观经济概况

2.2.2 对外经济分析

2.2.3 工业经济运行

2.2.4 固定资产投资

2.2.5 经济发展前景

2.3 需求环境

2.3.1 中国人口发展规模

2.3.2 中国水资源使用情况

2.3.3 中国自来水水质现状

2.3.4 中国城市水污染状况

2.3.5 饮用水安全面临的挑战

2.3.6 疫情对净水器行业催发

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 关键技术发展动态

2.4.4 技术发展趋势分析

第三章 2020-2024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 国外净水器行业综况

- 3.1.2 美国净水器行业分析
- 3.1.3 日韩净水器行业经验
- 3.2 2020-2024年中国净水器行业运行分析
 - 3.2.1 行业演进阶段
 - 3.2.2 行业发展特点
 - 3.2.3 市场规模分析
 - 3.2.4 行业终端情况
 - 3.2.5 行业发展契机
- 3.3 2020-2024年全国净水器产量分析
 - 3.3.1 2020-2024年全国净水器产量趋势
 - 3.3.2 2024年全国净水器产量情况
 - 3.3.3 2023年全国净水器产量情况
 - 3.3.4 2022年全国净水器产量情况
- 3.4 2020-2024年全国净水器销量分析
 - 3.4.1 2020-2024年全国净水器销量趋势
 - 3.4.2 2024年全国净水器销量情况
 - 3.4.3 2023年全国净水器销量情况
 - 3.4.4 2022年全国净水器销量情况
- 3.5 中国净水器行业专利技术分析
 - 3.5.1 专利申请数量
 - 3.5.2 专利内容分析
 - 3.5.3 专利申请人分析
 - 3.5.4 典型专利分析
- 3.6 净水器质量现状分析
 - 3.6.1 净水器的工作原理
 - 3.6.2 家用净水器主要指标
 - 3.6.3 中国净水器质量现状
 - 3.6.4 监督检查存在的问题
 - 3.6.5 加大力度规范行业生产
- 第四章 2020-2024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 消费认知程度

4.1.2 消费人群分布

4.1.3 消费动机分析

4.1.4 消费价位分布

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 中国净水器消费影响因素分析

4.3.1 质量功能

4.3.2 售后渠道

4.3.3 品牌因素

4.3.4 技术创新

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 消费机遇分析

第五章 2020-2024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 纯水机应用领域

5.1.3 纯水机市场品牌格局

5.1.4 纯水机市场前景展望

5.2 超滤机

5.2.1 超滤技术分析

5.2.2 超滤机基本概述

5.2.3 超滤机市场销售分析

5.2.4 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 直饮水产品优势

5.3.3 直饮机零售规模

5.3.4 直饮机市场价格

5.3.5 直饮机品牌格局

5.3.6 直饮机发展趋势

5.4 软水机

5.4.1 软水机的分类

5.4.2 软水机的工作原理

5.4.3 软水机的市场规模

5.4.4 软水机的竞争格局

5.4.5 软水机的价格区分

5.4.6 软水机消费潜力点

第六章 2020-2024年净水器进出口数据分析

6.1 2020-2024年中国水的过滤、净化机器及装置进出口数据分析

6.1.1 进出口总量数据分析

6.1.2 主要贸易国进出口情况分析

6.1.3 主要省市进出口情况分析

6.2 2020-2024年中国其他非家用型水的过滤、净化机器及装置进出口数据分析

6.2.1 进出口总量数据分析

6.2.2 主要贸易国进出口情况分析

6.2.3 主要省市进出口情况分析

6.3 2020-2024年中国家用型水的过滤、净化机器及装置进出口数据分析

6.3.1 进出口总量数据分析

6.3.2 主要贸易国进出口情况分析

6.3.3 主要省市进出口情况分析

第七章 2020-2024年净水器原材料及设备供应分析

7.1 2020-2024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 电子信息制造运行

7.2 2020-2024年净水器核心材料——膜市场分析

7.2.1 国内膜产业发展状况

7.2.2 净水器用膜市场回顾

7.2.3 反渗透膜市场规模

7.2.4 反渗透膜竞争格局

7.2.5 超滤膜技术及应用

7.3 2020-2024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 常用滤芯产品分析

7.3.3 滤芯市场需求分析

7.3.4 滤芯市场问题分析

第八章 2020-2024年国外净水器行业领先品牌分析

8.1 A.O.史密斯 (A.O.SMITH)

8.1.1 企业发展概况

8.1.2 在华发展情况

8.1.3 2022年企业经营状况分析

8.1.4 2023年企业经营状况分析

8.1.5 2024年企业经营状况分析

8.2 3M COMPANY

8.2.1 企业发展概况

8.2.2 主要净水产品

8.2.3 2022年企业经营状况分析

8.2.4 2023年企业经营状况分析

8.2.5 2024年企业经营状况分析

8.3 霍尼韦尔 (HONEYWELL)

8.3.1 企业发展概况

8.3.2 主要净水产品

8.3.3 2022年企业经营状况分析

8.3.4 2023年企业经营状况分析

8.3.5 2024年企业经营状况分析

8.4 飞利浦 (PHILIPS)

8.4.1 企业发展概况

8.4.2 净水器业务动态

8.4.3 2022年企业经营状况分析

8.4.4 2023年企业经营状况分析

8.4.5 2024年企业经营状况分析

8.5 惠而浦 (WHIRLPOOL)

8.5.1 企业发展概况

8.5.2 在华发展情况

8.5.3 2022年企业经营状况分析

8.5.4 2023年企业经营状况分析

8.5.5 2024年企业经营状况分析

第九章 2020-2024年国内净水器行业标杆企业分析

9.1 美的集团股份有限公司

9.1.1 企业发展概况

9.1.2 经营效益分析

9.1.3 业务经营分析

9.1.4 财务状况分析

9.1.5 核心竞争力分析

9.1.6 公司发展战略

9.1.7 未来前景展望

9.2 海尔智家股份有限公司

9.2.1 企业发展概况

9.2.2 经营效益分析

9.2.3 业务经营分析

9.2.4 财务状况分析

9.2.5 核心竞争力分析

9.2.6 公司发展战略

9.2.7 未来前景展望

9.3 九阳股份有限公司

9.3.1 企业发展概况

9.3.2 经营效益分析

9.3.3 业务经营分析

9.3.4 财务状况分析

9.3.5 核心竞争力分析

9.3.6 未来前景展望

9.4 珠海格力电器股份有限公司

9.4.1 企业发展概况

9.4.2 经营效益分析

9.4.3 业务经营分析

9.4.4 财务状况分析

9.4.5 核心竞争力分析

9.4.6 公司发展战略

9.4.7 未来前景展望

9.5 杭州老板电器股份有限公司

9.5.1 企业发展概况

9.5.2 经营效益分析

9.5.3 业务经营分析

9.5.4 财务状况分析

9.5.5 核心竞争力分析

9.5.6 公司发展战略

9.6 开能健康科技集团股份有限公司

9.6.1 企业发展概况

9.6.2 经营效益分析

9.6.3 业务经营分析

9.6.4 财务状况分析

9.6.5 核心竞争力分析

9.6.6 公司发展战略

9.6.7 未来前景展望

9.7 华帝股份有限公司

9.7.1 企业发展概况

9.7.2 经营效益分析

9.7.3 业务经营分析

9.7.4 财务状况分析

9.7.5 核心竞争力分析

9.7.6 未来前景展望

9.8 浩泽净水国际控股有限公司

9.8.1 企业发展概况

9.8.2 核心技术分析

9.8.3 核心竞争力分析

9.9 佛山市云米电器科技有限公司

9.9.1 企业发展概况

9.9.2 经营效益分析

9.9.3 财务状况分析

9.9.4 核心竞争力分析

第十章 2020-2024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 2020-2024年净水器市场竞争格局分析

10.2.1 品牌竞争格局分析

10.2.2 市场产品竞争格局

10.2.3 渠道厂商竞争分析

10.2.4 行业竞争区域分布

10.3 净水器厂家线上品牌竞争分析

10.3.1 线上品牌传播存在问题

10.3.2 线上品牌传播策略改进

10.4 净水器经销商营销竞争力策略

10.4.1 基于市场认真调研

10.4.2 注重核心打破壁垒

10.4.3 制定差异化的战略

10.4.4 重视产品营销策略

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 代理商与厂商合作要点
- 11.1.5 代理商经营发展的策略
- 11.1.6 代理商优质服务的提供
- 11.1.7 代理商的盈利路径分析
- 11.2 净水器加盟商分析
 - 11.2.1 加盟商的投资选择
 - 11.2.2 加盟商区域市场布局
 - 11.2.3 加盟商主要营销渠道
 - 11.2.4 加盟商营销渠道建设
 - 11.2.5 加盟商市场运作战略
 - 11.2.6 加盟商消费迎合手段
 - 11.2.7 加盟商导入新零售模式
- 11.3 水器经销商分析
 - 11.3.1 家选择经销商的标准
 - 11.3.2 业经销商行为综述
 - 11.3.3 销商发展阶段分析
 - 11.3.4 销商市场运作步骤
 - 11.3.5 销商服务营销方法
 - 11.3.6 销商与装修公司合作
 - 11.3.7 升客流量的主要方法
 - 11.3.8 销商进军电商的要点
 - 11.3.9 销商网络团购销售策略
 - 11.3.10 销商市场开拓路径
- 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 目标客户类型

12.2.3 目标市场定位

12.2.4 渠道建设问题

12.2.5 代理品牌促销策略

12.3 净水器市场营销模式分析

12.3.1 代理商模式

12.3.2 B2C模式

12.3.3 成本对比分析

12.4 中小净水器企业营销组合策略分析

12.4.1 产品策略

12.4.2 价格策略

12.4.3 促销策略

12.4.4 渠道策略

12.4.5 权力营销策略

12.5 净水器市场营销方式与案例

12.5.1 赞助节目

12.5.2 广告宣传

12.5.3 植入电视剧

12.5.4 请明星代言

12.5.5 赞助体育赛事

12.6 净水器企业渠道拓展方向分析

12.6.1 以消费者为中心

12.6.2 确定目标消费群体

12.6.3 招商和营销并重

12.6.4 合作推广求双赢

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 假冒伪劣

13.2.2 概念炒作

13.2.3 准入监管问题

13.2.4 二次污染风险

13.2.5 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 中企顾问网对净水器行业投资价值分析

14.1 行业投资价值

14.1.1 行业投资机会

14.1.2 市场空间巨大

14.1.3 消费升级驱动

14.1.4 政策支持发展

14.1.5 行业投资效益

14.2 行业投资壁垒

14.2.1 行业技术壁垒

14.2.2 行业人才壁垒

14.2.3 国际认证壁垒

14.2.4 终端服务壁垒

14.3 行业投资建议

14.3.1 行业加盟策略建议

14.3.2 区域市场投资建议

- 14.3.3 企业类型投资建议
- 14.3.4 智能净水器的潜力
- 第十五章 对2025-2031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 商用市场发展潜力
- 15.1.3 品牌格局变化分析
- 15.1.4 全屋净水产品扩容
- 15.2 中国净水器行业发展趋势分析
- 15.2.1 行业消费方向
- 15.2.2 产品发展方向
- 15.2.3 行业发展趋势
- 15.2.4 行业发展前景
- 15.3 对2025-2031年中国净水器行业预测分析
- 15.3.1 2025-2031年中国净水器行业影响因素分析
- 15.3.2 2025-2031年中国净水器行业市场规模预测
- 15.3.3 2025-2031年中国净水器产量预测
- 15.3.4 2025-2031年中国净水器销量预测

图表目录：

图表1：净水器分类

图表2：饮用水卫生相关标准

图表3：净水器行业标准

图表4：我国净水器行业相关政策

图表5：2020-2025年1-6月中国GDP发展运行情况

图表6：2020-2025年1-6月中国货物进出口总额情况

图表7：2019-2024年中国全部工业增加值情况

图表8：2025年二季度规模以上工业产能利用率

图表9：2020-2025年1-6月中国固定资产投资（不含农户）投资情况

图表10：2018-2024年中国人口数量情况

图表11：2018-2024年中国人口性别数量情况

图表12：2018-2024年中国城乡人口数量情况

图表13：2014-2024年中国人口出生率、死亡率统计

图表14：2015-2024年中国60-65周岁以上人口数量统计

图表15：2018-2024年中国0-14岁人口数量统计

图表16：2018-2024年中国水资源总量统计

图表17：2016-2024年全球净水器行业市场规模情况

图表18：2016-2024年美国净水器行业市场规模情况

图表19：2016-2024年日韩净水器行业市场规模情况

图表20：2016-2024年我国净水器需求总量及规模走势

图表21：2016-2024年中国净水器终端需求情况

图表22：2016-2024年中国净水器产量情况

图表23：2024年全国净水器产量情况

图表24：2023年全国净水器产量情况

图表25：2022年全国净水器产量情况

图表26：2016-2024年中国净水器销量

图表27：2024年全国净水器销量情况

图表28：2023年全国净水器销量情况

图表29：2022年全国净水器销量情况

图表30：2016-2024年中国净水器专利申请量情况

图表31：2016-2024年中国净水器专利申请技术构成情况

图表32：截止2024年中国净水器专利申请人数量排名

图表33：净水器的工作原理

图表34：家用净水器主要指标说明

图表35：近三年净水器全国抽检数据

图表36：中国净水器消费者认知度

图表37：净水器购买主体分析

图表38：净水器消费欲望分析

图表39：净水器消费价位分析

图表40：纯水机设备应用领域

图表41：2016-2024年我国纯水机市场规模走势图

图表42：2025-2031年我国纯水机市场规模预测图

图表43：2016-2024年我国超滤机市场规模走势图

图表44：超滤机市场部分品牌一览

图表45：2016-2024年我国直饮机市场规模走势图

图表46：直饮机行业部分品牌一览

图表47：不同技术路线软水机工作原理

图表48：2016-2024年我国软水机市场规模走势图

图表49：2025年部分品牌软水机产品报价一览

图表50：2015-2024年中国水的过滤、净化机器及装置进出口金额情况

图表51：2024年中国水的过滤、净化机器及装置进口主要市场分析

图表52：2024年中国水的过滤、净化机器及装置出口主要市场分析

图表53：2024年我国水的过滤、净化机器及装置进口主要省市结构

图表54：2024年我国水的过滤、净化机器及装置出口主要省市结构

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202504/481727.html>