

中国全屋净水机行业市场深度调研及发展趋势与投资前景研究报告(2024-2029版)

报告简介

全屋净水器是安装在家庭总进水口，为家庭提供全屋净水的净水器，其核心技术主要有超滤膜和RO反渗透膜净水器，超滤膜净水器能够有效的去除市政自来水在管道输送过程中被二次污染后的铁锈、泥沙、病毒、大分子有机物及重金属等有害物质，保留对人体有益的矿物质和微量元素。并且提供大流量的供水。而RO膜型则需要储水桶来储水，以供家庭用。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合中道泰和公司对全屋净水器相关企业和科研单位等的实地调查，对国内外全屋净水器行业的供给与需求状况、相关行业的发展状况、市场消费变化等进行了分析。重点研究了主要全屋净水器品牌的发展状况，以及未来中国全屋净水器行业将面临的机遇以及企业的应对策略。报告还分析了全屋净水器市场的竞争格局，行业的发展动向，并对行业相关政策进行了介绍和政策趋向研判，是全屋净水器生产企业、科研单位、零售企业等单位准确了解目前全屋净水器行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 全屋净水机市场发展概况

第一节 全屋净水机市场及产品介绍

一、全球净水机行业发展概况

- 1、国外进口品牌分析
- 2、国外品牌数量及所占份额
- 3、全球净水机品牌排名
- 4、主要品牌在华发展历程及成功失败经验教训分析
- 5、全球净水机市场分布情况
- 6、全球净水机发展趋势分析
- 7、全球净水机行业重点国家和地区分析

二、国内全屋净水机市场现状

三、国内全屋净水机产品品牌介绍

第二节 我国全屋净水机所属行业发展现状

一、我国净水机市场发展状况

- 1、2019-2023年中国净水机行业发展回顾
- 2、净水机行业发展情况分析
- 3、我国净水机市场特点分析
- 4、我国净水机市场发展分析
- 5、中国净水器市场存在的主要问题

二、净水机所属市场销量分析

- 1、净水机市场销量分析

三、净水机所属市场价格分析

- 1、净水机市场价格影响因素
- 2、净水机市场价格走势
- 3、2019-2023年净水机市场价格走势
- 4、制约净水器价格的四个因素

四、中国净水机所属行业供需分析

- 1、中国净水机市场供给总量分析
- 2、中国净水机市场供给结构分析
- 3、中国净水机市场需求总量分析
- 4、中国净水机市场需求结构分析
- 5、中国净水机市场供需平衡分析

第三节 国内经济环境

一、中国宏观经济环境分析

二、2024-2029年中国宏观经济趋势预测

第四节 全屋净水机市场相关政策法规

一、净水器标准制定及执行情况

1、净水器标准

2、净水器出水水质标准

3、净水器标准的制定原则

二、净水器标准制定的必要性

三、净水器标准的制定过程

四、主要净水器标准解读

1、《家用和类似用途饮用水处理装置通用要求》

2、《家用和类似用途饮用水处理内芯通用要求》

3、《家用和类似用途反渗透净水机》

4、《饮水机专用净水机》标准

第五节 2024-2029年全屋净水机市场发展前景预测

第六节 行业技术水平

一、净水技术分析

1、活性炭

2、超滤机

3、纯水机

4、医药级别的打褶微滤膜

5、kdf

二、净水机的技术组合分析

第七节 行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

第八节 市场推广在全屋净水机行业的重要性

一、中国水资源分布

1、中国水资源概况

2、中国水资源及其分布

3、中国水资源状况

二、中国水资源利用现状

1、我国水资源现状

2、水资源的供需矛盾

3、水利与洪涝

4、造成洪涝灾害的主要原因

三、中国水污染状况

1、中国水污染现状

2、治理水污染具体措施

四、水污染对人类健康的影响

1、水污染概述

2、水体污染类型

五、水污染对行业需求的影响

第九节 营销渠道建设是全屋净水机市场竞争的关键

一、销售渠道是市场经济商品流通的主要桥梁

二、企业销售渠道建设中存在的难题

三、加强企业销售渠道建设的建议

第二章 全屋净水机所属行业市场容量/市场规模分析

第一节 2019-2023年全屋净水机市场容量/市场规模统计

第二节 全屋净水机下游应用市场结构

一、全屋净水机下游应用市场

二、家装市场发展状况

1、国内家装产业发展现状

2、国内家装产业发展趋势

3、国内家装产业面临的形势

4、中国建筑装饰行业“十四五”发展规划

第三节 影响全屋净水机市场容量/市场规模增长的因素

第四节 2024-2029年我国全屋净水机市场容量/市场规模预测

一、2024-2029年中国净水机供给预测

二、2024-2029年中国净水机需求预测

三、2024-2029年中国净水机价格预测

第三章 全屋净水机市场推广策略研究

第一节 全屋净水机行业新品推广模式研究

一、净水机推广方式分析

1、经销商销售

2、直销

3、会销(开会销售)

4、网销(网络销售)

5、展销

6、电视销售

7、广告销售

8、租赁

- 9、外销出口
- 10、大型超市、家电连锁超市、装修建材超市、百货商场
- 11、家电连锁超市
- 12、批发市场(小商品市场)
- 13、为其他企业贴牌生产
- 14、与房地产开发商或装潢公司合作
- 15、企业、事业单位机关、学校、部队等发福利
- 16、政府采购、军用采购、企事业单位采购
- 17、加盟连锁
- 18、体验营销

二、净水器新品推广策略

第二节 全屋净水器市场网络推广策略研究

一、网络推广方法

二、企业推广步骤

第三节 全屋净水器市场广告宣传策略

一、内部定位策略

二、外部定位策略

第四节 全屋净水器市场推广与配套供货渠道建立

一、多渠道少批量策略

二、集中于少数供货商的策略

三、供货商数量的决策

第五节 全屋净水器新产品推广常见问题

一、新产品推广常见问题

二、新产品推广对策

第六节 直销模式在全屋净水机推广过程中的应用

一、选用直销模式的原则

二、直销模式的应用

第七节 国外全屋净水机市场推广经验介绍(欧美、韩日市场)

一、国外企业推广经验

二、对国内企业的启示

第四章 全屋净水机盈利模式研究

第一节 全屋净水机市场盈利模式的分类

第二节 全屋净水机生产企业的盈利模式研究

一、分工协作经营模式

二、特许权经营模式

三、利基经营模式

四、虚拟经营模式

第三节 全屋净水机经销代理商盈利模式研究

一、告别传统高利润模式走向社会平均利润

二、大类经销赢利模式

三、结构优化增强赢利

四、整合营销新渠道增强赢利

五、经销商品牌运营增值

第四节 第三方经销网络优化管理研究

一、整合多元化渠道，实现网点布局总量控制

二、建立合理的网点选址方案

三、优化网点组织架构

第五章 全屋净水机营销渠道建立策略

第一节 全屋净水机市场营销渠道结构

- 一、主力型渠道
- 二、紧凑型渠道
- 三、伙伴型渠道
- 四、松散型渠道

第二节 全屋净水机市场伙伴型渠道研究

- 一、伙伴型渠道关系的构成要素
- 二、伙伴型营销渠道的优势
- 三、伙伴型渠道建立策略

第三节 全屋净水机市场直接分销渠道与间接分销渠道管理

- 一、直接分销渠道
- 二、间接分销渠道
- 三、长短渠道
- 四、宽渠道与窄渠道
- 五、单渠道和多渠道

第四节 大客户直供销售渠道建立策略

- 一、全国性大客户
- 二、区域性大客户

第五节 网络经销渠道优化

- 一、网络经销渠道的含义
- 二、网络经销渠道的功能

第六节 渠道经销管理问题

- 一、现金流管理
- 二、货品进出物流管理

三、渠道价格管理

第六章 全屋净水机市场客户群研究与渠道匹配分析

第一节 全屋净水机主要客户群消费特征分析

一、净水机行业消费特点

二、净水机消费者分析

三、净水机消费结构分析

四、净水机消费的市场变化

五、净水机市场的消费方向

第二节 全屋净水机主要销售渠道客户群稳定性分析

一、主要销售渠道客户群分析

二、主要销售渠道客户群稳定策略

第三节 大客户经销渠道构建问题研究

一、大客户竞争日趋激烈

二、服务能力要求高

三、销售管理更系统

四、销售团队能力要求高

第四节 渠道经销商维护策略研究

一、渠道维护的几个维度

二、渠道维护的三个原则

三、渠道维护的策略

第五节 全屋净水机市场客户群消费趋势与营销渠道发展方向

一、净水机市场的消费需求变化

二、净水机行业的需求分析

三、净水机品牌市场消费需求分析

第七章 重点企业市场推广策略与营销渠道规划案例

第一节 北京碧水源科技股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业成长能力分析
- 六、企业运营能力分析

第二节 上海开能环保设备股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业成长能力分析
- 六、企业运营能力分析

第三节 澳柯玛股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业成长能力分析
- 六、企业运营能力分析

第四节 上海巴安水务股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业成长能力分析

六、企业运营能力分析

第五节 广东美的电器股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业成长能力分析

六、企业运营能力分析

第六节 珠海格力电器股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业成长能力分析

六、企业运营能力分析

第七节 中山公用事业集团股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业成长能力分析

六、企业运营能力分析

第八节 福建漳州发展股份公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业成长能力分析

六、企业运营能力分析

第九节 甘肃大禹节水股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业成长能力分析

六、企业运营能力分析

第十节 宁波沁园集团有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业成长能力分析

六、企业运营能力分析

第八章 2024-2029年中国全屋净水机行业投资战略指引分析

第一节 中国全屋净水机行业投资周期分析

一、经济周期

二、增长性与波动性

三、成熟度分析

第二节 2024-2029年中国全屋净水机行业投资机会分析

一、行业投资吸引力分析

二、区域投资潜力分析

三、相关产业链行业投资潜质分析

第三节 2024-2029年中国全屋净水机行业投资风险预警

一、宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、供需波动风险

四、技术风险

五、经营管理风险

六、其他风险

第四节 投资建议

图表目录

图表：2019-2023年全屋净水机产品品牌排名

图表：2019-2023年国内生产总值增长速度

图表：2019-2023年规模以上工业增加值增长速度

图表：2019-2023年固定资产投资(不含农户)增长速度

图表：2019-2023年房地产开发投资增长速度

图表：2019-2023年社会消费品零售总额名义增长速度

图表：2019-2023年居民消费价格上涨情况

图表：2019-2023年工业生产者出厂价格涨跌情况

图表：2019-2023年农村居民人均收入实际增长速度

图表：2019-2023年城镇居民人均收入实际增长速度

图表：2019-2023年我国各层次货币量供应量增速变化趋势

图表：中国净水器购买主体构成

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20210413/206792.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)