

管道直饮水行业市场发展分析及前景趋势与投资研究报告(2026-2031版)

报告简介

管道直饮水也称分质供水，是“管道优质直接饮用水”的简称，它是用分质供水的方式，在居住小区(酒店、写字楼)内设净水站，运用现代高科技生化与物化技术，对自来水进行深度净化处理，去除水中有机物、细菌、病毒等有害物质，保留对人体有益的微量元素和矿物质;同时采用优质管材设立独立循环式管网，将净化后的优质水送入用户家中(或客房、办公室)，供人们直接饮用。

目前管道直饮水的上游包括水泵、阀门、变频器等通用设备或工业原材料制造行业，下管道直饮水上游原材料行业产品的使用领域都极为广泛，市场供应充足;而下游客户类型较多，客户包括全国各地的水务公司、地产商、建筑商、业主等。目前国内经济发达地区的大型社区、写字楼、学校、医院、交通枢纽、公园和步行街等公共场所内大多已设置管道直饮水系统。在生活饮用水水质标准和优质饮用水水质标准提高到接近或与饮用净水水质标准一致前，管道直饮水作为优质供水的重要组成部分，仍将存在较大的市场空间。总体来看，下游最终是应用于住宅或公共建筑领域。

数据显示，2021年我国管道直饮水覆盖人数从2016年的0.95亿人增长到了1.78亿人。但值得注意的是，从整体来看，目前我国管道直饮水覆盖率不高，到2021年其覆盖率也只有12.58%左右。近年来，我国管道直饮水市场不断发展，供给能力不断提升。数据显示，2021年我国管道直饮水供给能力从2017年的5955万吨/年增长至10585万吨/年;日均供给从2016年的16.3万吨/天增长到了29万吨/天。并且在政策支持、用水安全、消费升级背景下，直饮水业务迎来新发展。2021年国内管道直饮水市场规模为685亿元，同比增速为11.75%。

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、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国管道直饮水行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国管道直饮水行业

发展状况和特点，以及中国管道直饮水行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球管道直饮水行业发展态势作了详细分析，并对管道直饮水行业进行了趋向研判，是管道直饮水行业材料生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前管道直饮水行业发展动态，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 中国管道直饮水行业概述

第一节 管道直饮水行业定义及概念

一、定义

二、特点及应用

三、技术指标

第二节 管道直饮水行业特征分析

一、管道直饮水行业在国民经济中的地位

二、管道直饮水行业生命周期分析

第二章 中国管道直饮水行业整体产业链分析

第一节 行业产业链概况

一、行业产业链分析

二、行业主要环节分析

第二节 上游产业分析

一、上游产业发展概况

二、上游供给分析

第三节 下游产业分析

一、下游产业发展概况

二、下游市场发展前景分析

第三章 2021-2026年中国管道直饮水行业发展环境分析

第一节 中国管道直饮水行业政策环境分析

一、国家总体十四五政策

二、行业规范标准

三、各地区自来水直饮覆盖率政策规划

第二节 中国管道直饮水行业经济环境分析

一、国际经济环境

二、国内经济环境

第三节 中国管道直饮水行业社会环境分析

一、社会消费规模

二、居民收入水平

三、新建房屋建筑

第四节 中国管道直饮水行业技术环境分析

一、技术发展水平分析

二、行业最新研发动态

三、行业技术发展趋势

第四章 2021-2026年中国管道直饮水行业发展现状分析

第一节 中国管道直饮水行业发展现状分析

一、中国管道直饮水与其他饮用水的区别

二、中国管道直饮水行业发展现状及问题

三、2021-2026年中国管道直饮水覆盖率

四、中国管道直饮水行业发展趋势

第二节 中国管道直饮水行业swot分析

一、优势

二、劣势

三、机遇

四、挑战

第三节 2021-2026年中国管道直饮水行业市场分析

一、2021-2026年中国饮用桶装水行业市场规模

二、2021-2026年中国管道直饮水行业供给分析

三、2021-2026年中国管道直饮水行业市场规模

第五章 2021-2026年中国管道直饮水行业竞争情况分析

第一节 管道直饮水行业经济指标分析

一、赢利性

二、附加值的提升空间

三、进入壁垒/退出机制

四、行业周期

第二节 管道直饮水行业波特五力模型分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析(家庭净水器，桶装水)

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第三节 2021-2026年中国管道直饮水行业市场竞争分析

- 一、管道直饮水行业市场集中度分析
- 二、管道直饮水行业市场竞争格局展望分析
- 三、管道直饮水行业市场竞争策略分析

第六章 中国管道直饮水行业细分分析

第一节 中国直饮水管道分析

- 一、直饮水管道与其他供水管道技术规格区别分析
- 二、直饮水供回水管道样式分析
- 三、直饮水不锈钢管道发展趋势分析

第二节 中国饮用水净水器设备分析

- 一、饮用水净水器发展历程分析
- 二、饮用水净水器设备发展现状分析
- 三、饮用水净水器市场规模分析
- 四、饮用水净水器设备发展趋势分析

第七章 2021-2026年中国管道直饮水行业区域市场分析

第一节 2021-2026年华北地区管道直饮水行业分析

- 一、2021-2026年华北地区市场规模情况分析
- 二、2026-2031年华北地区市场规模预测

第二节 2021-2026年东北地区管道直饮水行业分析

- 一、2021-2026年东北地区市场规模情况分析
- 二、2026-2031年东北地区市场规模预测

第三节 2021-2026年华东地区管道直饮水行业分析

一、2021-2026年华东地区市场规模情况分析

二、2026-2031年华东地区市场规模预测

第四节 2021-2026年华南地区管道直饮水行业分析

一、2021-2026年华南地区市场规模情况分析

二、2026-2031年华南地区市场规模预测

第五节 2021-2026年华中地区管道直饮水行业分析

一、2021-2026年华中地区市场规模情况分析

二、2026-2031年华中地区市场规模预测

第六节 2021-2026年西北地区管道直饮水行业分析

一、2021-2026年西北地区市场规模情况分析

二、2026-2031年西北地区市场规模预测

第七节 2021-2026年西南地区管道直饮水行业分析

一、2021-2026年西南地区市场规模情况分析

二、2026-2031年西南地区市场规模预测

第八章 2021-2026年中国管道直饮水行业重点企业分析

第一节 上海威派格智慧水务股份有限公司

一、企业简介

二、企业主要财务指标分析

三、企业优势劣势分析

四、公司战略规划分析

第二节 开能健康科技集团股份有限公司

一、企业简介

二、企业主要财务指标分析

三、企业优势劣势分析

四、公司战略规划分析

第三节 安徽唯雅诺智能净水设备有限公司

一、企业简介

二、企业主要财务指标分析

三、企业优势劣势分析

四、公司战略规划分析

第四节 中国水务集团有限公司

一、企业简介

二、企业主要财务指标分析

三、企业优势劣势分析

四、公司战略规划分析

第五节 深水海纳水务集团股份有限公司

一、企业简介

二、企业主要财务指标分析

三、企业优势劣势分析

四、公司战略规划分析

第六节 包头惠民水务股份有限公司

一、企业简介

二、企业主要财务指标分析

三、企业优势劣势分析

四、公司战略规划分析

第七节 江西洪城环境股份有限公司

一、企业简介

二、企业主要财务指标分析

三、企业优势劣势分析

四、公司战略规划分析

第八节 广西绿城水务股份有限公司

一、企业简介

二、企业主要财务指标分析

三、企业优势劣势分析

四、公司战略规划分析

第九章 2021-2026管道直饮水行业竞争格局分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、管道直饮水行业不同市场竞争结构特点

二、管道直饮水行业企业竞争比较分析

三、管道直饮水行业企业间竞争格局分析

四、管道直饮水行业集中度分析

第二节 中国管道直饮水行业竞争格局综述

一、管道直饮水行业竞争概况

二、中国管道直饮水行业竞争力分析

第三节 管道直饮水行业竞争格局分析

一、国内外企业管道直饮水竞争分析

二、中国管道直饮水市场竞争分析

三、国内主要管道直饮水企业动向

第十章 中国管道直饮水行业前景及趋势预测

第一节 管道直饮水行业发展前景

一、桶装水成本结构分析

二、管道直饮水成本结构分析

三、管道直饮水行业发展潜力及前景展望

第二节 直饮水供水模式及发展趋势分析

一、直饮水成熟供水模式

二、直饮水的市场发展趋势

第三节 2026-2031年管道直饮水市场规模预测

一、2026-2031年中国管道直饮水市场规模预测

二、2026-2031年饮用桶装水市场规模预测

三、2026-2031年中国管道直饮水行业供给预测

第十一章 行业发展战略研究

第一节 行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 品牌战略

一、品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业品牌的现状分析

四、我国企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

第三节 重点客户战略

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、实施重点客户战略要重点解决的问题

四、重点客户管理功能

五、对重点客户的营销策略

第十二章 中国管道直饮水行业研究结论及投资风险分析

第一节 中国管道直饮水行业研究结论及建议

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

第二节 中国管道直饮水行业投资风险预警

一、市场竞争风险

二、经营管理风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

图表目录

图表：2021-2026年七大流域和西南、西北诸河及浙闽片河流水质类别比例

图表：2021-2026年社会零售品消费总额及其增速

图表：2021-2026年全国居民人均可支配收入及其增速

图表：年全国房屋新开工、施工、竣工面积情况

图表：2021-2026年管道直饮水专利申请量走势(单位：件)

图表：管道直饮水与其他饮用水的区别

图表：2021-2026年中国管道直饮水覆盖率

图表：2021-2026年中国饮用桶装水行业市场规模

图表：2021-2026年中国管道直饮水供给能力

图表：2021-2026年中国管道直饮水行业市场规模

图表：2021-2026年饮用水净水器市场规模

图表：2021-2026年华北地区市场规模情况分析

图表：2026-2031年华北地区市场规模预测

图表：2021-2026年东北地区市场规模情况分析

图表：2026-2031年东北地区市场规模预测

图表：2021-2026年华东地区市场规模情况分析

图表：2026-2031年华东地区市场规模预测

图表：2021-2026年华南地区市场规模情况分析

图表：2026-2031年华南地区市场规模预测

图表：2021-2026年华中地区市场规模情况分析

图表：2026-2031年华中地区市场规模预测

图表：2021-2026年西北地区市场规模情况分析

图表：2026-2031年西北地区市场规模预测

图表：2021-2026年西南地区市场规模情况分析

图表：2026-2031年西南地区市场规模预测

图表：2021-2026年，我国重点地区管道直饮水企业占比

图表：2026-2031年中国管道直饮水市场规模预测

图表：2026-2031年饮用桶装水市场规模预测

图表：2026-2031年中国管道直饮水行业供给预测

图表：区域发展战略咨询流程图

图表：区域swot战略分析图

图表：四种基本的品牌战略

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

报告编号：312442

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20230113/312442.shtml>

在线订购：[点击这里](#)