

2024-2029年中国净水器行业发展趋势预测及投资战略研究报告

报告简介

截止2020年上半年，中国净水器零售量为426.7万台，同比下滑15.1%;其中，线上零售量295.3万台，占比69.2%，同比增加27.5%;线下零售量131.4万台，占比30.8%，同比下滑51.5%。

随着国家水污染防治工作的逐步推进，居民对于水质安全问题逐渐重视且安全饮水意识也开始深入;此外，我国居民的消费能力越来越强，再加上2019年国家出台促进绿色消费的政策都共同推进了净水器行业的快速发展。

根据奥维云网公布的数据显示，2020年我国净水器市场整体销量为1016.9万台，同比下降10.6%，销量首次出现下滑，整体零售额为239亿元，同比下降22.7%，达到近三年最大降幅。

目前净水器的线上销售渠道主要分为平台电商和专业电商两大类，2019年净水器通过平台电商渠道销售额占比为45.3%，通过专业电商渠道销售额占比为54.7%;2020年平台电商渠道销售额占比进一步下滑，2020年净水器通过平台电商销售额占比为44.7%，通过专业电商销售额占比上升为55.3%。

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、中国质量检验协会净水设备专业委员会、中道泰和产业研究院、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，对中国净水器行业及各子行业的发展状况、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，并重点分析了中国净水器行业发展状况和特点，以及中国净水器行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球净水器行业发展态势作了详细分析，并对净水器行业进行了趋向研判，是净水器生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前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

第一部分 产业环境透视

第一章 中国净水器行业发展综述

第一节 净水器行业定义及分类

一、行业概念及定义

二、行业主要产品大类

三、净水器行业特性分析

第二节 净水器行业主要原材料市场分析

一、钢材市场运营分析

1、钢材市场供需情况分析

2、钢材市场价格走势分析

3、钢材市场发展趋势预测

二、工程塑料市场发展分析

1、工程塑料行业供给情况

2、工程塑料行业消费量分析

3、工程塑料行业的供需平衡分析

4、关于工程塑料行业供需趋势预判

三、有色金属市场发展分析

1、有色金属市场供需情况分析

2、有色金属市场价格走势分析

3、有色金属市场发展趋势预测

第二章 中国净水器行业市场环境分析

第一节 行业政策环境分析

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、标准执行情况

二、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、《家用和类似用途超滤膜净水机》

第二节 行业经济环境分析

一、国际宏观经济环境分析

二、国内宏观经济环境分析

1、宏观经济运行情况

2、宏观经济走势预测

三、经济环境对净水器行业的影响

第三节 行业消费环境分析

一、居民收入情况分析

二、居民消费信心分析

三、居民消费结构及特征

第三章 国际净水器行业发展状况分析

第一节 国际净水器行业发展状况分析

一、国际净水器行业发展状况分析

二、国际净水器行业市场规模分析

三、国际净水器市场竞争状况分析

第二节 跨国公司在华市场的投资布局

一、美国滨特尔水处理有限公司

二、美国美联水系统公司

三、美国3m公司

四、美国a.o.史密斯公司

五、美国百诺肯净水器有限公司

六、美国派斯集团

七、德国世保康公司

八、日本松下电器产业株式会社

九、日本三菱集团

十、韩国科斯大公司

十一、韩国清湖nais株式会社

第二部分 行业深度分析

第四章 中国净水器行业运行现状分析

第一节 中国净水器行业发展状况分析

一、中国净水器行业发展总体概况

二、中国净水器行业发展主要特点

1、净水器市场发展稳定高端化趋势明显

2、反渗透绿色制造技术是发展趋势

3、产品功能朝着大通量智能化方向发展

4、渠道下沉

三、中国净水器行业发展存在的问题

四、中国净水器行业商业模式分析

第二节 中国净水器行业经营情况分析

一、净水器普及率分析

二、净水器行业产量规模分析

三、净水器行业销售规模分析

四、净水器行业利润率分析

五、净水器产品结构分析

第三节 中国净水器企业发展分析

一、企业数量及增长分析

二、不同规模企业结构分析

三、不同所有制企业结构分析

第四节 中国净水器市场价格走势分析

- 一、净水器市场定价机制组成
- 二、净水器市场价格影响因素
- 三、2019-2023年净水器产品价格走势分析
- 四、2024-2029年净水器产品价格走势预测
- 第五章 中国净水器行业市场供需形势及进出口分析
 - 第一节 中国净水器行业市场供需平衡分析
 - 一、中国净水器行业市场供给分析
 - 1、中国净水器产能分析
 - 2、中国净水器产量分析
 - 二、中国净水器行业市场需求分析
 - 1、产品需求结构分析
 - 2、地区需求差异分析
 - 三、中国净水器行业市场供需平衡分析
 - 第二节 中国净水器行业进出口分析
 - 一、净水器行业出口市场分析
 - 1、行业出口整体情况
 - 2、行业出口总额分析
 - 3、行业出口产品结构
 - 二、净水器行业进口市场分析
 - 1、行业进口整体情况
 - 2、行业进口总额分析
 - 3、行业进口产品结构
 - 三、中国净水器出口面临的挑战及对策
 - 四、净水器行业进出口前景及建议
- 第三部分 市场全景调研

第六章 中国净水器行业发展形势分析

第一节 中国净水器行业发展现状

一、净水器行业品牌发展现状

二、净水器行业需求市场现状

三、净水器行业市场需求层次分析

四、中国净水器行业市场走向分析

第二节 中国净水器行业产品技术分析

一、净水器行业产品技术变化特点

二、净水器行业产品市场的新技术

三、净水器行业产品市场现状分析

第三节 中国净水器行业存在的问题

一、净水器行业产品市场存在的主要问题

二、国内净水器行业产品市场的瓶颈

三、净水器行业产品市场遭遇的规模难题

第四节 对中国净水器行业市场的分析及思考

一、净水器行业市场特点

二、净水器行业市场分析

三、净水器行业市场变化的方向

四、中国净水器行业发展的新思路

五、对中国净水器行业发展的思考

第七章 中国净水器行业主要产品市场分析

第一节 行业主要产品结构特征

第二节 不同净水原理产品市场分析

一、般净水器产品市场分析

- 1、一般净水器产品工作机理
- 2、一般净水器产品发展概况
- 3、一般净水器产品需求分析
- 4、一般净水器产品优劣势分析
- 5、一般净水器产品品牌竞争分析

二、纯水机(器)产品市场分析

- 1、纯水机(器)产品工作机理
- 2、纯水机(器)产品发展概况
- 3、纯水机(器)产品需求分析
- 4、纯水机(器)产品市场调研
 - (1)纯水机(器)产品消费价格调研
 - (2)纯水机(器)产品类别调研
 - (3)纯水机(器)产品用户年龄调研
 - (4)纯水机(器)产品品牌调研
- 5、纯水机(器)产品优劣势分析

三、软水机(器)产品市场分析

- 1、软水机(器)产品工作机理
- 2、软水机(器)产品发展概况
- 3、软水机(器)产品需求分析
- 4、软水机(器)产品市场调研
 - (1)软水机(器)产品消费价格调研
 - (2)软水机(器)产品销售渠道调研
 - (3)软水机(器)产品品牌调研
- 5、软水机(器)产品优劣势分析

第三节 不同使用型式产品市场分析

一、饮水机专用净水器市场分析

1、饮水机专用净水器发展状况

2、饮水机需求分析

3、饮水机专用净水器市场容量分析

二、中央净水机(器)市场分析

三、管道式净水机(器)市场分析

四、龙头式净水机(器)市场分析

五、台立式净水机(器)市场分析

六、壁挂式净水机(器)市场分析

七、便携式净水机(器)市场分析

八、乘载式净水机(器)市场分析

第四节 净水器产品创新分析

一、双模双开技术

二、纯水机智能化技术

三、免水源净化技术

四、预处理+微渗透工艺

第五节 净水器核心部件创新分析

一、第三代结构技术

二、ro机增压泵的改进

第八章 中国净水器市场营销分析

第一节 中国净水器用户期望分析

一、购买动机

二、购买用途

三、购买场所

四、购买考虑因素

五、理想产品预期

六、理想品牌形象

七、接受的信息渠道

八、接受的促销方式

第二节 中国净水器销售模式分析

一、净水器销售特点分析

二、净水器销售渠道分析

1、装修建材超市

2、专卖店

3、批发市场

三、净水器销售模式分析

1、经销商销售

2、直销

3、会销(会议销售)

4、网销(网络销售)

5、展销

6、电视销售

7、租赁

8、外销出口

9、为其他企业贴牌生产

10、与房地产开发商或装璜公司合作

11、联系企、事业单位机关、学校、部队等发福利

12、政府采购、军用采购、企事业单位采购

第三节 净水器营销策略分析

一、工程市场营销策略

二、居民小区营销策略

三、家电卖场市场营销策略

第四部分 竞争格局分析

第九章 2024-2029年净水器行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、净水器行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、净水器行业swot分析

1、净水器行业优势分析

2、净水器行业劣势分析

3、净水器行业机会分析

4、净水器行业威胁分析

第二节 净水器行业竞争格局分析

一、企业竞争格局分析

二、市场竞争格局分析

三、产品竞争格局分析

第三节 净水器行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第十章 2024-2029年净水器行业领先企业经营形势分析

第一节 美的集团股份有限公司

一、企业发展简况

二、企业主营业务与产品

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营情况分析

五、企业优势与劣势分析

六、企业最新发展动向

第二节 海尔集团公司

一、企业发展简况

二、企业主营业务与产品

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营情况分析

五、企业优势与劣势分析

六、企业最新发展动向

第三节 沁园集团股份有限公司

一、企业发展简况

二、企业主营业务与产品

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营情况分析

五、企业优势与劣势分析

六、企业最新发展动向

第四节 深圳安吉尔饮水产业集团有限公司

一、企业发展简况

二、企业主营业务与产品

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营情况分析

五、企业优势与劣势分析

六、企业最新发展动向

第五节 合肥荣事达水工业设备有限责任公司

一、企业发展简况

二、企业主营业务与产品

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营情况分析

五、企业优势与劣势分析

六、企业最新发展动向

第六节 碧然德净水系统(上海)有限公司

一、企业发展简况

二、企业主营业务与产品

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营情况分析

五、企业优势与劣势分析

六、企业最新发展动向

第七节 3m中国有限公司

- 一、企业发展简况
- 二、企业主营业务与产品
- 三、企业销售渠道与网络
- 四、企业经营情况分析
- 五、企业优势与劣势分析
- 六、企业最新发展动向

第八节 深圳市汉斯顿净水设备有限公司

- 一、企业发展简况
- 二、企业主营业务与产品
- 三、企业销售渠道与网络
- 四、企业经营情况分析
- 五、企业优势与劣势分析
- 六、企业最新发展动向

第九节 深圳市顺程实业有限公司

- 一、企业发展简况
- 二、企业主营业务与产品
- 三、企业销售渠道与网络
- 四、企业经营情况分析
- 五、企业优势与劣势分析
- 六、企业最新发展动向

第十节 海南立昇净水科技实业有限公司

- 一、企业发展简况
- 二、企业主营业务与产品
- 三、企业销售渠道与网络

四、企业经营情况分析

五、企业优势与劣势分析

六、企业最新发展动向

第五部分 发展前景展望

第十一章 2024-2029年净水器行业前景及趋势预测

第一节 2024-2029年净水器市场发展前景

一、2024-2029年净水器市场发展潜力

二、2024-2029年净水器市场发展前景展望

三、2024-2029年净水器细分行业发展前景分析

第二节 2024-2029年净水器市场发展趋势预测

一、2024-2029年净水器行业发展趋势

1、加速品牌建造

2、跨行业品牌闪亮上台

3、重视终端

4、行业黑马专心一致

二、2024-2029年净水器市场规模预测

1、净水器行业市场容量预测

2、净水器行业销售收入预测

三、2024-2029年净水器行业应用趋势预测

四、2024-2029年细分市场发展趋势预测

第三节 2024-2029年中国净水器行业供需预测

一、2024-2029年中国净水器行业供给预测

二、2024-2029年中国净水器行业产量预测

三、2024-2029年中国净水器市场销量预测

四、2024-2029年中国净水器行业需求预测

五、2024-2029年中国净水器行业供需平衡预测

第十二章 中国净水器行业投资与前景分析

第一节 中国净水器行业投资特性分析

一、净水器行业进入壁垒分析

二、净水器行业经营模式分析

三、净水器行业盈利影响因素分析

第二节 中国净水器行业发展趋势与前景预测

一、净水器行业发展趋势分析

二、净水器行业发展前景预测

1、净水器行业产量预测

2、净水器市场容量预测

3、饮用水深度净化市场份额预测

第三节 中国净水器行业投资风险及发展方向

一、净水器行业投资风险分析

1、政策风险

2、原材料价格波动风险

3、技术风险

4、企业规模风险

二、净水器行业未来发展方向

1、家用、商用共同发展

2、各产品线之间相互逐步融合

第六部分 发展战略研究

第十三章 净水器行业发展战略研究

第一节 对中国净水器品牌的战略思考

- 一、净水器品牌的重要性
- 二、净水器实施品牌战略的意义
- 三、净水器企业品牌的现状分析
- 四、中国净水器企业的品牌战略
- 五、净水器品牌战略管理的策略

第二节 净水器经营策略分析

- 一、净水器市场细分策略
- 二、净水器市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、净水器新产品差异化战略

第三节 净水器行业投资战略研究

- 一、2019-2023年净水器企业投资战略
- 二、2024-2029年净水器行业投资战略
- 三、2024-2029年细分行业投资战略

第四节 中道泰和净水器行业投资建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

图表目录

图表：净水器行业生命周期

图表：净水器行业产业链结构

图表：2019-2023年全球净水器行业市场规模

图表：2019-2023年中国净水器行业市场规模

图表：2019-2023年净水器行业重要数据指标比较

图表：2019-2023年中国净水器市场占全球份额比较

图表：2019-2023年净水器行业工业总产值

图表：2019-2023年净水器行业销售收入

图表：2019-2023年净水器行业利润总额

图表：2019-2023年净水器行业资产总计

图表：2019-2023年净水器行业负债总计

图表：2019-2023年净水器市场价格走势

图表：2019-2023年净水器行业主营业务收入

图表：2019-2023年净水器行业产能分析

图表：2019-2023年净水器行业产量分析

图表：2019-2023年净水器行业需求分析

图表：2019-2023年净水器行业进口数据

图表：2019-2023年净水器行业出口数据

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/xiaojiadian/jingshuiqi01.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)