

2024-2030年中国净水器行业市场全景分析及投资 潜力预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2024-2030年中国净水器行业市场全景分析及投资潜力预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/jingpin/electric/932957.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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家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 净水器相关概述

1.1 净水器概念及功用

1.1.1 定义简介

1.1.2 工作原理

1.1.3 主要功能及用途

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

1.4 净水器行业统计标准

1.4.1 净水器行业统计口径

1.4.2 净水器行业统计方法

1.4.3 净水器行业数据种类

1.4.4 净水器行业研究范围

1.5 国内外净水器行业发展比较分析

1.5.1 国外净水器行业发展综述

1.5.2 国内净水器行业发展综述

第二章 2019-2023年净水器行业发展环境分析

2.1 净水器行业政治法律环境（P）

2.1.1 行业主要政策法规

2.1.2 政策环境对行业的影响

2.2 行业经济环境分析（E）

2.2.1 经济发展现状分析

2.2.2 当前经济主要问题

2.2.3 未来经济运行与政策展望

2.2.4 宏观经济环境对行业的影响分析

2.3 行业社会环境分析（S）

2.3.1 净水器产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.4 行业技术环境分析（T）

2.4.1 净水器技术分析

2.4.2 行业主要技术发展趋势

2.4.3 技术环境对行业的影响

第三章 2019-2023年中国净水器所属行业市场发展分析

3.1 2019-2023年中国净水器所属行业运行概况

3.1.1 行业演进阶段

3.1.2 行业阶段特征

3.1.3 行业运行概况

3.1.4 行业有利因素

3.1.5 行业特点分析

3.1.6 市场发展态势

3.2 2019-2023年中国净水器市场供需现状

3.2.1 市场供给规模

3.2.2 市场需求规模

3.2.3 零售市场格局

3.2.4 线上销售规模

3.3 2019-2023年中国净水器行业格局分析

3.3.1 区域布局分析

3.3.2 企业格局分析

3.3.3 品牌格局分析

3.42019-2023年中国净水器行业新趋向及变化

3.4.1行业运行趋势

3.4.2产品流行趋向

3.4.3行业变化分析

3.5中国净水器终端市场分析

3.5.1产品终端市场状况

3.5.2市场通路开拓情况

3.5.3农村市场发展分析

3.5.4电商领域发展状况

第四章 全球净水器行业发展概述

4.12019-2023年全球净水器行业发展情况概述

4.1.1全球净水器行业发展现状

4.1.2全球净水器行业发展特征

4.1.3全球净水器行业市场规模

4.22019-2023年全球主要地区净水器行业发展状况

4.2.1欧洲净水器行业发展情况概述

4.2.2美国净水器行业发展情况概述

4.2.3日韩净水器行业发展情况概述

4.32024-2030年全球净水器行业发展前景预测

4.3.1全球净水器行业市场规模预测

4.3.2全球净水器行业发展前景分析

4.3.3全球净水器行业发展趋势分析

第五章 中国净水器行业发展概述

5.1中国净水器所属行业发展状况分析

中国市场中净水器普及率还很低

5.1.1中国净水器行业发展阶段

5.1.2中国净水器行业发展总体概况

5.1.3中国净水器行业发展特点分析

5.22019-2023年净水器行业发展现状

5.2.12019-2023年中国净水器行业市场规模

5.2.22019-2023年中国净水器行业发展分析

5.2.32019-2023年中国净水器企业发展分析

5.32024-2030年中国净水器行业面临的困境及对策

5.3.1中国净水器行业存在的主要问题分析

- 1、企业战略问题分析
- 2、市场不规范现象
- 3、行业监管门槛低
- 4、产品同质化

5.3.2中国净水器行业发展策略建议

- 1、行业安全监管
- 2、规范市场秩序
- 3、产品创新研发
- 4、企业营销战略

第六章 2019-2023年净水器消费市场分析

6.1中国净水器市场消费群体分析

- 6.1.1认知度分析
- 6.1.2购买主体分析
- 6.1.3消费人群特征
- 6.1.4消费能力分析
- 6.1.5消费欲望分析
- 6.1.6消费行为分析

6.2中国净水器消费者购买心理剖析

- 6.2.1面子消费
- 6.2.2从众消费
- 6.2.3推崇权威心理
- 6.2.4贪小便宜心理
- 6.2.5后悔心理
- 6.2.6炫耀心理
- 6.2.7攀比心理
- 6.2.8健康消费心理

6.3中国净水器消费者关注度分析

- 6.3.1品牌关注格局
- 6.3.2产品关注格局
- 6.3.3厂商关注格局

6.4中国净水器行业消费市场概况

- 6.4.1消费市场特征
- 6.4.2消费驱动因素

6.4.3消费态势分析

第七章 2019-2023年净水器细分市场分析

7.1纯水机

7.1.1纯水机基本概述

7.1.2纯水机市场份额分析

7.1.3纯水机市场销售现状

7.1.4纯水机市场品牌格局

7.1.5纯水机市场销售渠道

7.1.6纯水机市场前景展望

7.2超滤机

7.2.1超滤机基本概述

7.2.2超滤机市场发展分析

7.2.3超滤机市场品牌格局

7.3直饮机

7.3.1直饮机基本概述

7.3.2直饮机市场份额分析

7.3.3直饮机市场品牌格局

7.3.4直饮机市场前景展望

7.4软水机

7.4.1软水机基本概述

7.4.2软水机市场发展分析

7.4.3软水机市场品牌格局

7.4.4软水机市场销售渠道

7.4.5软水机市场前景展望

第八章 2019-2023年净水器所属行业进出口数据分析

8.1水的过滤、净化机器及装置所属行业进出口数据分析

8.1.12019-2023年中国水的过滤、净化机器及装置进出口总量数据分析

8.1.22019-2023年主要贸易国水的过滤、净化机器及装置进出口情况分析

8.1.32019-2023年主要省市水的过滤、净化机器及装置进出口情况分析

8.2家用型水的过滤、净化机器及装置所属行业进出口数据分析

8.2.12019-2023年中国家用型水的过滤、净化机器及装置进出口总量数据分析

8.2.22019-2023年主要贸易国家家用型水的过滤、净化机器及装置进出口情况分析

8.2.32019-2023年主要省市家用型水的过滤、净化机器及装置进出口情况分析

8.3其他非家用型水的过滤、净化机器及装置所属行业进出口数据分析

8.3.12019-2023年中国其他非家用型水的过滤、净化机器及装置进出口总量数据分析

8.3.22019-2023年主要贸易国其他非家用型水的过滤、净化机器及装置进出口情况分析

8.3.32019-2023年主要省市其他非家用型水的过滤、净化机器及装置进出口情况分析

第九章 2019-2023年净水器原材料及设备供应分析

9.12019-2023年净水器上游原材料市场分析

9.1.1不锈钢市场运行状况

9.1.2工程塑料市场运行状况

9.1.3铝材市场运行状况

9.1.4铜材市场运行状况

9.1.5电子元器件市场运行状况

9.22019-2023年净水器核心材料——膜市场分析

9.2.1净水器用膜市场综述

9.2.2反渗透膜的制备及发展

9.2.3超滤膜的制备及发展

9.2.4膜产业发展前景分析

9.32019-2023年净水器核心部件——滤芯市场分析

9.3.1滤芯基本概述

9.3.2滤芯市场需求分析

9.3.3滤芯市场问题分析

第十章 国外净水器行业领先品牌分析

10.1威世顿

10.1.1企业发展简况分析

10.1.2企业经营情况分析

10.1.3企业经营优劣势分析

10.2A.O.史密斯

10.2.1企业发展简况分析

10.2.2企业经营情况分析

10.2.3企业经营优劣势分析

10.33M

10.3.1企业发展简况分析

10.3.2企业经营情况分析

10.3.3企业经营优劣势分析

10.4 圣帝尼

10.4.1 企业发展简况分析

10.4.2 企业经营情况分析

10.4.3 企业经营优劣势分析

10.5 道尔顿

10.5.1 企业发展简况分析

10.5.2 企业经营情况分析

10.5.3 企业经营优劣势分析

10.6 汉斯顿

10.6.1 企业发展简况分析

10.6.2 企业经营情况分析

10.6.3 企业经营优劣势分析

10.7 法兰尼

10.7.1 企业发展简况分析

10.7.2 企业经营情况分析

10.7.3 企业经营优劣势分析

第十一章 国内净水器行业标杆企业分析

11.1 美的

11.1.1 企业发展简况分析

11.1.2 企业经营情况分析

11.1.3 企业经营优劣势分析

11.2 沁园

11.2.1 企业发展简况分析

11.2.2 企业经营情况分析

11.2.3 企业经营优劣势分析

11.3 立升

11.3.1 企业发展简况分析

11.3.2 企业经营情况分析

11.3.3 企业经营优劣势分析

11.4 华尔康

11.4.1 企业发展简况分析

11.4.2 企业经营情况分析

11.4.3 企业经营优劣势分析

11.5 泉来

11.5.1企业发展简况分析

11.5.2企业经营情况分析

11.5.3企业经营优劣势分析

11.6安吉尔

11.6.1企业发展简况分析

11.6.2企业经营情况分析

11.6.3企业经营优劣势分析

11.7泉露

11.7.1企业发展简况分析

11.7.2企业经营情况分析

11.7.3企业经营优劣势分析

11.8净之泉

11.8.1企业发展简况分析

11.8.2企业经营情况分析

11.8.3企业经营优劣势分析

第十二章 2019-2023年净水器市场竞争分析

12.1净水器行业五力竞争模型分析

12.1.1上游供应商的议价能力

12.1.2下游消费者的议价能力

12.1.3新进入者的威胁

12.1.4替代品的威胁

12.1.5现有竞争者的竞争程度

12.22019-2023年净水器市场厂商竞争格局分析

12.2.1厂商分类及优劣势

12.2.2厂商竞争格局分析

12.2.3厂商竞争手段分析

12.32019-2023年净水器市场品牌竞争格局分析

12.3.1进口品牌分析

12.3.2国内品牌分析

12.3.3内外资品牌竞争核心

12.3.4领先品牌竞争手段

12.3.5品牌定位与名牌战略

12.42019-2023年净水器市场主要竞争对手分析

12.4.1桶装水、瓶装水

12.4.2 饮水机

12.5 净水器企业竞争力提升策略

12.5.1 竞争突围策略

12.5.2 竞争力提升要素

12.5.3 本土企业发展建议

12.6 中国净水器市场未来竞争态势

12.6.1 竞争变化情况

12.6.2 未来竞争焦点

第十三章 净水器终端市场参与主体分析

13.1 净水器代理商分析

13.1.1 厂家代理商选择要素

13.1.2 代理商品牌选择误区

13.1.3 代理商厂家选择要点

13.1.4 代理商品牌选择方法

13.1.5 代理商与厂商合作要点

13.1.6 代理商成功经营策略

13.1.7 市级以上代理招商运营要素

13.2 净水器加盟商分析

13.2.1 加盟商主要营销渠道

13.2.2 加盟商市场布局潜力

13.2.3 加盟商营销渠道建设

13.2.4 加盟商市场运作战略

13.3 净水器经销商分析

13.3.1 厂家选择经销商的标准

13.3.2 行业经销商行为综述

13.3.3 经销商与厂商合作要点

13.3.4 经销商成长流程剖析

13.3.5 经销商市场运作步骤

13.3.6 经销商服务营销方法

13.3.7 经销商网络团购销售策略

13.3.8 经销商成功经营要素

第十四章 净水器市场营销分析

14.1 净水器主要销售渠道分析

- 14.1.1 专卖店渠道
- 14.1.2 建材类渠道
- 14.1.3 太阳能经销门店
- 14.1.4 线上渠道
- 14.1.5 工程销售渠道
- 14.1.6 其他销售渠道
- 14.2 净水器销售渠道的发展分析
 - 14.2.1 渠道现状分析
 - 14.2.2 销售渠道演进
 - 14.2.3 渠道建设问题
 - 14.2.4 销售渠道创新
- 14.3 净水器市场营销模式分析
 - 14.3.1 主流营销模式
 - 14.3.2 电商营销模式
 - 14.3.3 事件营销模式
 - 14.3.4 微博营销模式
 - 14.3.5 微信营销模式
 - 14.3.6 小区展销模式
- 14.4 净水器品牌营销思路分析
 - 14.4.1 品牌传播途径
 - 14.4.2 品牌营销策略
 - 14.4.3 新品推广经验
- 14.5 净水器市场营销策略探讨
 - 14.5.1 产品促销技巧
 - 14.5.2 客户开发途径
 - 14.5.3 旺季推广策略
 - 14.5.4 产品个性营销
 - 14.5.5 营销方式创新思考
 - 14.5.6 成功营销思路借鉴
 - 14.5.7 三四级市场建议
- 14.6 净水器市场营销案例借鉴
 - 14.6.1 泉来净水器4C营销
 - 14.6.2 欧惠浦“聚合营销”
 - 14.6.3 沁园升级营销模式
 - 14.6.4 美的净水器营销策略

14.7 净水器市场营销方向分析

14.7.1 区域化营销

14.7.2 新媒体营销

第十五章 净水器市场面临的挑战及应对建议

15.1 中国净水器市场的主要问题分析

15.1.1 普及率低下原因浅析

15.1.2 行业进入同质化期

15.1.3 企业战略问题分析

15.1.4 市场发展病症分析

15.1.5 市场不规范现象

15.2 中国净水器市场关键问题解析

15.2.1 标准问题

15.2.2 假冒伪劣

15.2.3 概念炒作

15.2.4 准入监管问题

15.2.5 二次污染风险

15.2.6 核心技术问题

15.3 中国净水器市场发展建议

15.3.1 行业提升思路

15.3.2 厂商发展建议

15.3.3 企业赢利策略

15.4 净水器产品市场挤占策略

15.4.1 以产品为主导的挤占策略

15.4.2 以价格为主导的挤占策略

第十六章 净水器市场投资分析

16.1 行业投资壁垒

16.1.1 技术壁垒

16.1.2 人才壁垒

16.1.3 国际认证壁垒

16.1.4 终端服务壁垒

16.2 投资机会分析

16.2.1 行业投资价值

16.2.2 代理加盟商机分析

16.2.3行业投资时机成熟

16.2.4行业增长潜力分析

16.2.5市场需求规模分析

16.3行业投资建议

16.3.1新进入者投资建议

16.3.2代理加盟商投资诀窍

16.3.3区域市场投资建议

第十七章 2024-2030年中国净水器市场前景分析

17.1中国净水器行业发展前景展望

17.1.1行业发展机遇分析

17.1.2市场成长空间剖析

17.1.3三四线城市发展机遇

17.1.4农村市场前景分析

17.2中国净水器行业发展趋势分析

17.2.1市场格局变化预测

17.2.2产品发展方向分析

17.2.3高端化发展趋势分析

17.32024-2030年中国净水器市场供需预测

17.3.1中国净水器市场影响因素分析

17.3.22024-2030年中国净水器产量预测

17.3.32024-2030年中国净水器销量预测

17.3.42024-2030年中国净水器设备市场规模预测

图表目录：

图表：2023年全国地表水水质类别比例

图表：2023年各流域片区地下水水质综合评价结果

图表：2023年未达到第一类海水水质标准的各类海域面积

图表：2019-2023年中国净水器市场规模

图表：2019-2023年中国净水器市场供给规模

图表：2019-2023年中国净水器市场需求规模

图表：2019-2023年中国净水器市场线上销售规模

图表：2019-2023年全球净水器行业市场规模

图表：2024-2030年全球净水器市场规模预测

图表：2019-2023年中国净水器行业市场规模

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/jingpin/electric/932957.html>