

2025-2031年中国净水器市 场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2025-2031年中国净水器市场现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/L316180RF7.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2025-08-20

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明: 《2025-2031年中国净水器市场现状分析及投资前景研究报告》由权威行业研究机构博思数据精心编制,全面剖析了中国净水器市场的行业现状、竞争格局、市场趋势及未来投资机会等多个维度。本报告旨在为投资者、企业决策者及行业分析师提供精准的市场洞察和投资建议,规避市场风险,全面掌握行业动态。

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 经济趋势预测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 企
业经营状况分析8.2 3M COMPANY8.2.1 企业发展概况8.2.2 主要净水产品8.2.3 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 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 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 企业经营状况分析第九章国
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 中国净水器行业趋势预测展望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 行业趋势预测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年中国GDP发展运行情况图表6：2020-2025年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年规模以上工业产能利用率图表9：2020-2025年中国固定资产投资（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图
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/L316180RF7.html>