

2024-2030年中国净水器市场深度研究与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2024-2030年中国净水器市场深度研究与投资前景预测报告》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.chinairr.org/report/R06/R0606/202407/31-621752.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

净水器也叫净水机、水质净化器，是按对水的使用要求对水质进行深度过滤、净化处理的水处理设备。平时所讲的净水器，一般是指用作家庭使用的小型净化器。

其技术核心为滤芯装置中的过滤膜，目前主要技术来源于超滤膜、RO反渗透膜、纳滤膜三种！

产业研究报告网发布的《2024-2030年中国净水器市场深度研究与投资前景预测报告》共十章。首先介绍了净水器行业市场发展环境、净水器整体运行态势等，接着分析了净水器行业市场运行的现状，然后介绍了净水器市场竞争格局。随后，报告对净水器做了重点企业经营状况分析，最后分析了净水器行业发展趋势与投资预测。您若想对净水器产业有个系统的了解或者想投资净水器行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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1章：中国净水器行业发展综述

1.1净水器行业定义及分类

1.1.1行业概念及定义

1.1.2行业主要产品大类

1.1.3净水器行业特性分析

1.2净水器行业主要原材料市场分析

1.2.1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

1.2.2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

1.2.3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2章：中国净水器行业市场环境分析

2.1行业政策环境分析

2.1.1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

2.1.2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》

2.2行业经济环境分析

2.2.1国际宏观经济环境分析

- (1) 国际宏观经济现状
- (2) 2020年国外经济环境预测

2.2.2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

2.2.3经济环境对净水器行业的影响

2.3行业消费环境分析

2.3.1居民收入情况分析

2.3.2居民消费信心分析

2.3.3居民消费结构及特征

第3章：中国水资源及饮用水市场分析

3.1世界水资源分布

3.1.1世界水资源分布

3.1.2世界水污染状况

3.2中国水资源分布

3.2.1中国水资源分布

- (1) 水资源总量
- (2) 地表水资源量
- (3) 地下水资源量

3.2.2中国水资源利用现状

- (1) 供水量
- (2) 用水量

3.2.3中国水污染状况

- (1) 地表水污染状况
- (2) 近岸海域水质污染状况

3.3中国饮用水市场分析

3.3.1饮用水市场发展概况

3.3.2饮用水市场竞争状况

第4章：中国净水器所属行业发展状况分析

4.1国际净水器所属行业发展状况分析

- 4.1.1国际净水器所属行业发展状况分析
- 4.1.2国际净水器所属行业市场规模分析
- 4.1.3国际净水器所属行业市场竞争状况分析

4.2跨国公司在华市场的投资布局

- 4.2.1美国滨特尔水处理有限公司
- 4.2.2美国美联水系统公司
- 4.2.3美国3M公司
- 4.2.4美国A.O.史密斯公司
- 4.2.5美国百诺肯净水器有限公司
- 4.2.6美国派斯集团
- 4.2.7德国世保康公司
- 4.2.8日本松下电器产业株式会社
- 4.2.9日本三菱集团
- 4.2.10韩国科斯大公司
- 4.2.11韩国清湖NAIS株式会社

4.3台湾企业在大陆市场的投资布局

4.3.1台湾总馨企业有限公司

4.3.2台湾吉麒科技股份有限公司

4.4中国净水器行业发展状况分析

4.4.1中国净水器行业发展总体概况

4.4.2中国净水器行业发展主要特点

4.4.3中国净水器行业经营情况分析

(1) 净水器行业企业规模分析

(2) 净水器行业产量规模分析

(3) 净水器行业销售规模分析

4.4.4行业国内市场竞争状况分析

(1) 行业议价能力分析

(2) 行业潜在威胁分析

(3) 行业竞争格局分析

4.4.5行业国内十大品牌竞争状况分析

(1) 十大品牌优劣势分析

(2) 部分品牌发展潜力分析

第5章：中国净水器行业主要产品市场分析

5.1行业主要产品结构特征

5.2不同净水原理产品市场分析

5.2.1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

5.2.2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

5.2.3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

5.3不同使用型式产品市场分析

5.3.1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

5.3.2中央净水机(器)市场分析

5.3.3管道式净水机(器)市场分析

5.3.4龙头式净水机(器)市场分析

5.3.5台立式净水机(器)市场分析

5.3.6壁挂式净水机(器)市场分析

5.3.7便携式净水机(器)市场分析

5.3.8乘载式净水机(器)市场分析

5.4净水器产品创新分析

5.4.1双模双开技术

5.4.2纯水机智能化技术

5.4.3免水源净化技术

5.4.4预处理+微渗透工艺

5.5净水器核心部件创新分析

5.5.1第三代结构技术

5.5.2RO机增压泵的改进

第6章：中国净水器行业专利分析

6.1净水器行业专利管理图

6.1.1净水技术专利主要国家/地区分布

6.1.2主要国家/地区净水技术专利申请年度分布

6.2主要国家水处理系统专利申请分布

6.2.1韩国专利分布

(1) 专利申请年度分布

(2) 主要申请人专利分布

6.2.2日本专利分布

(1) 专利申请年度分布

(2) 主要申请人专利分布

6.2.3中国专利分布

(1) 专利申请IPC分布

(2) 专利申请年度分布

(3) 专利公开数量变化情况

(4) 专利申请人分析

(5) 热门技术分析

(6) 外国企业在中国申请专利情况

6.3净水器行业专利技术分布

6.3.1主要国家净水处理技术分布

6.3.2韩国专利技术类别/数量分布

6.3.3日本专利技术类别/数量分布

6.3.4中国专利技术分布

(1) 专利技术年度分布

(2) 技术功效年度分布

(3) 关键技术专利类型分布

(4) 技术功效分布矩阵表

6.3.5国内外主要申请人专利技术分布

(1) 荷兰诺芮特专利申请分布

(2) 日本东丽与三菱丽阳专利申请分布

(3) 浙江沁园专利申请分布

第7章：中国净水器市场营销分析

7.1中国净水器用户期望分析

7.1.1购买动机

7.1.2购买用途

7.1.3购买场所

7.1.4购买考虑因素

7.1.5理想产品预期

7.1.6理想品牌形象

7.1.7接受的信息渠道

7.1.8接受的促销方式

7.2中国净水器销售模式分析

7.2.1净水器销售特点分析

7.2.2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

7.2.3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

7.3净水器营销策略分析

7.3.1工程市场营销策略

7.3.2居民小区营销策略

7.3.3家电卖场市场营销策略

第8章：中国净水器所属行业进出口市场分析

8.1净水器所属行业进出口状况综述

8.2净水器所属行业进出口市场分析

8.2.1行业出口产品结构分析

8.2.2行业进口产品结构分析

8.3中国净水器所属行业进出口前景及建议

8.3.1净水器所属行业出口前景及建议

8.3.2净水器所属行业进口前景及建议

第9章：中国净水器行业主要企业经营分析

9.1中国净水器企业总体发展状况分析

9.2净水器行业领先企业个案分析

9.2.1沁园集团股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

9.2.2佛山市美的清湖净水设备有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业优势与劣势分析

9.2.3深圳安吉尔饮水产业集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

9.2.4浪木电器集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析

9.2.5苏州滨特尔水处理有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析

9.2.6源汇（上海）纯水设备有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析

9.2.7山东玉鑫环保科技有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析

9.2.8上海开能环保设备股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析

9.2.9溢泰（南京）环保科技有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析

9.2.10玉环达丰环保设备有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况

- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析

第10章：中国净水器行业投资与前景分析

10.1中国净水器行业投资特性分析（）

10.1.1净水器行业进入壁垒分析

10.1.2净水器行业经营模式分析

10.1.3净水器行业盈利影响因素分析

10.2中国净水器行业发展趋势与前景预测

10.2.1净水器行业发展趋势分析

10.2.2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

10.3中国净水器行业投资风险及发展方向

10.3.1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

10.3.2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

图表目录：

图表：净水器产品分类

图表：年中国钢材生产情况（单位：万吨，%）

图表：中国钢材生产情况（单位：万吨，%）

图表：我国钢材表观消费量及同比增速（单位：百万吨，%）

图表：我国钢材产销率走势图（单位：%）

图表：卫生部有关饮用水方面的规范

图表：中国各水资源一级区水资源量（单位：亿m³）

图表：中国各水资源一级区供水量和用水量（单位：亿m³）

图表：十大水系水质类别比例（单位：%）

图表：全国近岸海域水质类别比例（单位：%）

图表：中国饮用水品类市场结构（单位：%）

图表：净水器行业国内销量统计（单位：万台）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R06/R0606/202407/31-621752.html>