

2016-2022年中国净水机市场深度调研与投资前景研究报告

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

《2016-2022年中国净水机市场深度调研与投资前景研究报告》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/jixie/1511/O62853DM0J.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-11-10

【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:

博思数据发布的《2016-2022年中国净水机市场深度调研与投资前景研究报告》共十二章。报告介绍了净水机行业相关概述、中国净水机产业运行环境、分析了中国净水机行业的现状、中国净水机行业竞争格局、对中国净水机行业做了重点企业经营状况分析及中国净水机产业发展前景与投资预测。您若想对净水机产业有个系统的了解或者想投资净水机行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

2013年，国内净水器行业呈现突飞猛进的增长，净水器生产企业达到三千多家，生产数千品牌数万型号的各类净水器，净水器年销售额达到四百多亿元。而目前我国家用净水设备的家庭普及率还不足2%，与欧美日韩等地80%-95%的数字相比相差甚远，这也意味着未来国内市场的空间之巨大。

未来几十年内，传统的零售店将消失，取而代之的是方便快捷的电子商务模式。在B2C模式爆发的今天，B2B模式发展得略显缓慢。越来越多的企业已经建立了完善的网络模式，他们拥有独立的网站，已经建立了完善的品牌推广、品牌展示网络模式。而线下的洽谈交易模式也逐渐的搬到了网络上，这对买卖双方来说都节约了时间，更方便快捷地完成了重要项目。

净水器行业开始进入洗牌阶段。从整个行业来看，已经逐渐开始走向成熟期。随着整个小家电市场的整体低迷，行业也开始进入调整期，阵痛期。加上净水器行业巨头美的，东磁加爱，菲欧特等厂家在市场方面投入加大，发力终端。未来2-3内，将有六成以上的净水机厂家被淘汰出局。

我国的净水器生产企业在九十年代初期迅猛发展，九十年代中期鼎盛兴旺，96年末达八百余家。此后，由于当时净水器的一些缺陷、售后服务不周和净水器市场混乱，特别是假冒伪劣产品泛滥成灾，造成恶劣影响，以及当时桶装水的兴起，净水器行业每况愈下，生产企业纷纷转产或倒闭，全行业陷入低谷，行业增长速度放缓。

目前，我国净水器行业，本土品牌占有中国净水器市场98%的份额;进口品牌占有中国净水器市场不足2%的份额;国内大型家电企业、上市公司进军净水器行业促进市场快速增长，2013-2017年，我国净水器行业规模生产能力扩大，年均增长率在15%以上，2017年行业产量将达到8719万台。

2014年净水设备市场规模将达到588万台，将达到45%的年复合增长率，不过市场也呈现出鱼龙混杂的局面。净水器市场上产品种类繁多但良莠不齐，企业在推广产品的时候一味炒作新概念，让消费者无从选择。

到2016年全国居民用净水器普及率将达到30%-50%，约为2亿家庭的拥有量，市场规模将超过千亿元。

报告目录：

第一章 中国家用净水器行业概述

第一节 家用净水器行业定义

一、净水器定义

二、工作原理

三、过滤功能

四、过滤原理

五、市场分析

六、滤芯功能

第二节 家用净水器行业发展种类

一、家用净水器种类

二、技术分类

第三节 家用净水器行业特征

第四节 家用净水器行业发展历程和技术趋势

第五节 净水机行业上游产业链分析

一、不锈钢市场发展分析

二、工程塑料市场发展分析

三、铝材市场发展分析

四、铜材市场发展分析

五、电子元器件市场发展分析

六、净水机用膜市场发展分析

第六节 净水机行业市场潜力分析

第二章 中国家用净水器行业发展环境分析

第一节 2015-2016年我国宏观经济运行情况

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、社会消费品零售总额

八、对外贸易&进出口

第二节 2016-2022年我国宏观经济形势分析

第三节 净水器行业政策环境

第四节 净水器行业技术环境

第五节 中国净水机行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、文化环境分析

三、科技环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、供水用水环境

七、居民消费观念和习惯

八、教育环境分析

第三章 净水器行业市场分析

第一节 市场规模

一、2015-2016年净水器行业市场规模及增速

二、净水器行业市场饱和度

三、影响净水器行业市场规模的因素

四、2016-2022年净水器行业市场规模及增速预测

第二节 市场结构

第三节 市场特点

一、净水器行业所处生命周期

二、技术变革与行业革新对净水器行业的影响

三、差异化分析

第四章 2015-2016年中国水资源现状分析

第一节 世界水资源分布

一、世界水资源分布

二、世界水污染状况

第二节 中国水资源分布

一、中国水资源分布

二、中国水资源利用现状

三、中国水污染状况

第三节 中国饮用水发展状况分析

一、自来水发展状况

二、桶装水发展状况

三、瓶（罐）装水发展状况

四、管道直饮水发展状况

五、包装饮用水发展状况

第四节 水污染对行业需求影响分析

一、水污染对人类健康的影响

二、水污染对行业需求的影响

第五章 中国净水机行业发展状况分析

第一节 国际净水机行业发展状况分析

二、国际净水机品牌情况

三、国外净水机难融入我国市场

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3M公司

三、美国A.O.史密斯公司

四、美国百诺肯净水机有限公司

五、美国派斯集团

六、德国世保康公司

七、日本松下电器产业株式会社

八、日本三菱集团

第三节 中国净水机行业发展状况分析

一、中国净水机行业发展概况

二、2015年中国净水机行业发展特点

- 三、净水机行业区域分布格局
- 四、净水机国内市场竞争状况
- 五、品牌消费改变净水机格局
- 六、行业国内十大品牌竞争状况分析

第六章 中国净水机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 家用净水原理产品市场分析

一、家用净水机产品市场分析

二、纯水机产品市场分析

三、软水机产品市场分析

四、矿化水机市场分析

五、电解水机市场发展分析

第三节 净水机产品创新分析

一、RO纯水机的改进

二、模块式净水机

第四节 净水机核心部件创新分析

一、漏水保护

二、滤芯更换提醒

三、微生物杀除

四、RO机增压泵的改进

五、优质滤芯研发

六、优质自动多路阀研发

第七章 中国净水机行业专利分析

第一节 净水机行业专利技术年度分布

第二节 净水机专利技术功效年度分布

第三节 关键技术专利类型分布

第四节 国内外主要申请人专利

第八章 中国净水机市场营销分析

第一节 中国净水机用户期望分析

一、购买主题

二、购买场所

三、购买考虑因素

四、接受的信息渠道

五、接受的促销方式

第二节 中国净水机销售模式分析

一、净水机销售特点分析

二、净水机销售渠道分析

三、净水机销售模式分析

四、净水机营销渠道特点

第三节 净水机营销策略分析

一、行动式营销策略

二、感官式营销策略

三、关联式营销策略

四、情感式营销策略

五、思考式营销策略

第九章 中国净水机行业主要企业经营分析

第一节 北京碧水源科技股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业人经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第二节 上海开能环保设备股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业成长能力分析

六、企业运营能力分析

第三节 深圳安吉尔饮水产业集团有限公司

一、公司基本情况

二、企业竞争优势

三、企业发展战略

第三节 浪木电器集团有限公司

一、公司基本情况

二、企业竞争优势

三、企业经营理念

第四节 苏州滨特尔水处理有限公司

一、公司基本情况

二、企业经营理念

三、企业竞争优势

第五节 宁波沁园集团有限公司

一、公司基本情况

二、企业经营理念

三、企业竞争优势

第六节 佛山市美的清湖净水设备有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营理念

三、企业竞争优势

第七节 澳柯玛股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营理念

三、企业竞争优势

第八节 上海巴安水务股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业经济指标分析

三、企业成长能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第九节 珠海格力电器股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营状况分析

三、企业经济指标分析

四、企业成长能力分析

五、企业盈利能力分析

六、企业运营能力分析

第十节 中山公用事业集团股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业经济指标分析

三、企业成长能力分析

第十章 2016-2022年中国净水器行业投资与前景分析

第一节 中国净水器行业发展影响因素

一、净水器行业发展的有利因素

二、净水器行业发展的不利因素

第二节 中国净水器行业盈利模式分析

第三节 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、净水器产品流行趋势分析

三、净水器行业发展前景预测

第十一章 净水器企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、净水器价格策略分析

二、净水器渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高净水器企业竞争力的策略

一、提高中国净水器企业核心竞争力的对策

二、净水器企业提升竞争力的主要方向

三、影响净水器企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高净水器企业竞争力的策略

第四节 对中国净水器品牌的战略思考

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

第十二章 博思数据研究结论与建议

第一节 结论

第二节 建议

图表目录

图表：反渗透饮水处理装置净化效率要求

图表：标准要求技术对比

图表：净水器类别比较

图表：净水机的技术类别

图表：净水机的品牌类别

图表：2015年中国铝材分省市量数据表

图表：世界RO膜市场概况

图表：RO膜市场分析对比

图表：2013年-2015年中国净水器行业市场规模现状

图表：2015-2020年国内净水器行业产量预测

图表：2015年中国净水器购买主体构成

图表：全球水资源分布估算

图片：中国水资源分布

图表：天然水可溶性固体总量

图表：根据可溶性固体总量对饮用水分级

图表：淡水硬度分级

图表：桶装水生产工艺流程

图表：2004-2015年中国包装饮用水产量走势图

图表：2015年我国包装饮用水产量月度增长统计分析

图表：2015年中国包装饮用水行业产量区域集中度分析

图表：2015年1-8月中国包装饮用水产量分省市统计

图表：2015年1-8月中国包装饮用水产量分省市统计

图表：2015年中国净水机区域市场份额

图表：2015年重点家电产品规模及增长

图表：2015年水家电分产品类型市场表现

图表：水家电市场净水机、纯水机零售额份额

图表：2015年中国矿化水机区域市场分析

图表：采用美国进口滤料HaloPure杀菌效果记录

图表：净水器核心技术与功能对比

图表：关键技术专利类型分布图（超滤）

图表：关键技术专利类型分布图（反渗透）

图表：关键技术专利类型分布图（活性炭）

图表：关键技术专利类型分布图（紫外线）

图表：关键专利技术类型分布图（树脂）

图表：国内外主要申请人专利

图表：2013年用户了解净水器的信息渠道调查

图表：2015年碧生源财务分析

图表：2015年开能环保经济指标分析

图表：2010-2015企业盈利能力分析

图表：2010-2015企业成长能力指标

图表：2010-2015企业运营能力指标

图表：2015-2016年企业经济指标

图表：2015-2016年企业成长能力指标

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jixie/1511/O62853DM0J.html>