2026-2031年中国净水器行业产销需求与投资预测分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国净水器行业发展综述
1.1 净水器行业相关概述
1.1.1 净水器行业定义
1.1.2 净水器产品分类
1.1.3 本报告统计口径说明
1.2 净水器行业发展环境分析
1.2.1 净水器行业政策环境分析
（1）净水器行业监管体制
（2）净水器行业的相关标准
（3）净水器行业政策法规汇总
（4）政策对净水器行业发展影响分析
1.2.2 净水器行业经济环境分析
（1）中国GDP增长情况
（2）工业经济增长情况
（3）GDP与净水器行业关联性分析
（4）宏观经济发展展望
1.2.3 净水器行业社会环境分析
（1）人口分析
（2）社会消费品零售情况
（3）居民可支配收入和消费情况
（4）城市化进程分析
（5）社会环境对行业发展影响
1.2.4 净水器行业技术环境分析
（1）专利申请量年度趋势
（2）专利公开量年度趋势
（3）专利技术申请人分析
（4）热门专利技术分析
（5）技术环境对行业的影响分析
第2章：全球净水器行业发展分析
2.1 全球水资源和饮用水市场分析
2.1.1 全球水资源市场分析
（1）全球水资源分布情况
（2）全球水资源利用现状
（3）全球水资源污染状况
2.1.2 全球饮用水市场分析
2.2 全球净水器行业发展概况
2.2.1 全球净水器发展历程
2.2.2 全球净水器发展现状
2.2.3 全球净水器竞争格局
2.3 全球主要地区净水器发展情况
2.3.1 美国净水器行业发展情况
（1）净水器行业市场现状
（2）净水器行业技术分析
2.3.2 德国净水器行业发展情况
（1）净水器行业市场现状
（2）净水器行业技术分析
2.3.3 日本净水器行业发展情况
（1）净水器行业市场现状
（2）净水器行业技术分析
2.4 全球主要净水器企业发展情况
2.4.1 美国A.O.史密斯公司

（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业净水器业务分析
（4）企业研发能力分析
（5）企业净水器在华情况
2.4.2 美国3M公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业净水器业务分析
（4）企业研发能力分析
（5）企业净水器在华情况
2.4.3 荷兰皇家PHILIPS公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业净水器业务分析
（4）企业研发能力分析
（5）企业净水器在华情况
2.4.4 日本松下Panasonic公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业净水器业务分析
（4）企业净水器研发能力分析
2.4.5 德国汉斯希尔公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业净水器业务分析
（4）企业净水器研发能力及在华发展历程
2.4.6 美国怡口净水Ecowater Systems
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业净水器业务分析
（4）企业净水器研发能力分析
（5）企业净水器在华情况
2.5 全球净水器行业发展趋势及发展前景分析
2.5.1 全球净水器行业发展趋势分析
2.5.2 全球净水器行业发展前景分析
第3章：中国净水器行业发展分析
3.1 中国水资源和饮用水市场分析
3.1.1 中国水资源市场分析
（1）中国水资源分布情况
（2）中国水资源利用现状
（3）中国水资源污染状况
3.1.2 中国饮用水市场分析
（1）生产情况分析
（2）地域分布情况分析
（3）饮用水市场前景分析
3.2 中国净水器行业市场发展分析
3.2.1 中国净水器行业供给分析
3.2.2 中国净水器行业需求分析
（1）中国净水器销量分析
（2）净水器行业零售额分析
（3）净水器行业零售渠道分析
3.2.3 中国净水器行业供需平衡分析
3.2.4 中国净水器产品价格走势分析
3.3 中国净水器行业对外贸易分析
3.3.1 中国净水器行业进出口综述
3.3.2 中国净水器行业出口市场分析
（1）中国净水器行业出口金额分析
（2）中国净水器行业出口结构分析

3.3.3 中国净水器行业进口市场分析
（1）中国净水器行业进口金额分析
（2）中国净水器行业进口结构分析
3.3.4 中国净水器行业进出口前景及建议
（1）中国净水器行业出口前景及建议
（2）中国净水器行业进口前景及建议
3.4 中国净水器行业竞争格局分析
3.4.1 中国净水器行业竞争格局
（1）行业竞争格局
（2）行业区域竞争格局
（3）行业企业竞争格局
3.4.2 中国净水器行业竞争状态分析
（1）行业现有竞争者分析
（2）行业潜在进入者威胁
（3）行业替代品威胁分析
（4）行业供应商议价能力分析
（5）行业购买者议价能力分析
（6）行业竞争情况总结
3.5 中国净水器行业痛点分析
第4章：中国净水器行业细分产品分析
4.1 中国净水器行业按应用细分产品分析
4.1.1 家用净水器市场分析
（1）家用净水器定义及特点分析
（2）家用净水器市场规模
（3）家用净水器发展前景
4.1.2 商用净水器市场分析
（1）商用净水器定义及特点分析
（2）商用净水器市场规模
（3）商用净水器发展前景
4.2 中国净水器行业按功能细分产品分析
4.2.1 全屋净水器市场分析
（1）产品定义和特点
（2）产品技术分析
（3）产品需求分析
（4）产品发展前景
4.2.2 末端净水器市场分析
（1）产品定义和特点
（2）产品技术分析
（3）产品需求分析
（4）产品发展前景
第5章：中国净水器产业链分析
5.1 净水器产业链分析
5.2 净水器上游原料分析
5.2.1 不锈钢市场分析
（1）供给情况
（2）需求情况
（3）价格走势及预判
5.2.2 合成橡胶市场分析
（1）供给情况
（2）需求情况
（3）价格走势及预判
5.3 净水器下游市场分析
5.3.1 房地产行业市场分析
（1）房地产开发景气指数
（2）房地产开发建设规模
（3）房地产销售面积情况
（4）房地产投资规模情况
5.3.2 家电零售市场分析
第6章：中国净水器行业营销策略分析

6.1 中国净水器行业传统渠道策略分析
6.1.1 传统销售渠道概述
6.1.2 建材卖场渠道分析
6.1.3 家电卖场渠道分析
6.2 中国净水器行业电子商务渠道分析
6.2.1 线上渠道销售规模
6.2.2 渠道特性分析
6.2.3 渠道优劣势分析
6.2.4 渠道经营策略分析
6.3 中国净水器行业产品策略分析
6.3.1 行业产品策略分析
6.3.2 行业典型产品案例分析
6.4 中国净水器行业定价策略分析
6.4.1 行业定价策略分析
6.4.2 行业典型定价案例分析
6.5 中国净水器行业销售模式分析
6.5.1 行业销售模式概览
6.5.2 行业直销与代销对比分析
6.6 中国净水器行业营销策略趋势
第7章：中国净水器行业重点企业分析
7.1 中国净水器行业品牌总体概览
7.2 国内传统厨电家具企业经营情况
7.2.1 海尔智家股份有限公司
（1）企业的发展简况分析
（2）企业的经营情况分析
（3）企业净水器产品情况
（4）企业产品技术水平分析
（5）企业经营优劣势分析
7.2.2 美的集团股份有限公司
（1）企业的发展简况分析
（2）企业的经营情况分析
（3）企业产品情况
（4）企业产品技术水平分析
（5）企业经营优劣势分析
7.2.3 TCL科技集团股份有限公司
（1）企业的发展简况分析
（2）企业的经营情况分析
（3）企业产品情况
（4）企业产品技术水平分析
（5）企业经营优劣势分析
7.2.4 九阳股份有限公司
（1）企业的发展简况分析
（2）企业的经营情况分析
（3）企业产品情况
（4）企业产品技术水平分析
（5）企业经营优劣势分析
7.2.5 杭州老板电器股份有限公司
（1）企业的发展简况分析
（2）企业的经营情况分析
（3）企业产品情况
（4）企业产品技术水平分析
（5）企业经营优劣势分析
7.3 国内专业净水器品牌企业经营情况
7.3.1 沁园集团股份有限公司
（1）企业的发展简况分析
（2）企业的经营情况分析
（3）企业净水器产品情况
（4）企业产品技术水平分析
（5）企业经营优劣势分析

7.3.2 深圳安吉尔饮水产业集团有限公司
（1）企业的发展简况分析
（2）企业的经营情况分析
（3）企业净水器产品情况
（4）企业产品技术水平分析
（5）企业经营优劣势分析
7.3.3 开能健康科技集团股份有限公司
（1）企业的发展简况分析
（2）企业的经营情况分析
（3）企业产品情况
（4）企业产品技术水平分析
（5）企业经营优劣势分析
7.3.4 深圳市立昇净水科技有限公司
（1）企业的发展简况分析
（2）企业的经营情况分析
（3）企业净水器产品情况
（4）企业产品技术水平分析
（5）企业经营优劣势分析
7.3.5 北京碧水源科技股份有限公司
（1）企业的发展简况分析
（2）企业的经营情况分析
（3）企业净水器产品情况
（4）企业产品技术水平分析
（5）企业经营优劣势分析
7.3.6 深圳市汉斯顿净水设备有限公司
（1）企业的发展简况分析
（2）企业的经营情况分析
（3）企业净水器产品情况
（4）企业产品技术水平分析
（5）企业经营优劣势分析
7.4 国内新兴互联网家电企业经营情况
7.4.1 佛山市云米电器科技有限公司
（1）企业的发展简况分析
（2）企业的经营情况分析
（3）企业净水器产品情况
（4）企业产品技术水平分析
（5）企业经营优劣势分析
7.4.2 小米科技有限责任公司
（1）企业的发展简况分析
（2）企业的经营情况分析
（3）企业净水器产品情况
（4）企业产品技术水平分析
（5）企业经营优劣势分析
第8章：中国净水器行业发展前景预测与投资建议
8.1 净水器行业发展前景预测
8.1.1 行业生命周期分析
8.1.2 行业市场规模预测
8.1.3 行业发展趋势预测
（1）行业整体趋势预测
（2）产品发展趋势预测
8.2 净水器行业投资特性分析
8.2.1 行业投资现状分析
（1）行业投融资统计
（2）行业投资事件分析
8.2.2 行业投资风险分析
8.2.3 行业投资壁垒分析
8.3 净水器行业投资价值分析
8.3.1 行业投资价值分析
8.3.2 行业投资机会分析

（1）重点区域投资机会分析
（2）细分市场投资机会分析
8.4 净水器行业投资发展建议

图表目录

图表1：净水器行业主要产品分类
图表2：本报告数据来源及统计标准说明
图表3：中国净水器行业监管体制
图表4：2014-2025年中国净水器行业标准一览表
图表5：净水器出水水质的标准
图表6：2019-2025年中国净水器行业相关政策法规汇总
图表7：2016-2025年中国国内生产总值及实际增长率变化趋势图（单位：万亿元，%）
图表8：2018-2025年全国工业增加值及增长率情况（单位：亿元，%）
图表9：2020-2025年中国净水器行业与宏观经济相关性分析（单位：%）
图表10：2021-2025年中国主要经济指标增长指标及预测（单位：%）
图表11：2016-2025年中国人口数量增长情况（万人）
图表12：2016-2025年社会消费品零售总额变化趋势（单位：亿元，%）
图表13：2016-2025年中国城镇居民和农村居民人均可支配收入情况（单位：元，%）
图表14：2017-2025年中国居民人均消费支出额（单位：元）
图表15：2025年中国居民人均消费支出及其构成（单位：元，%）
图表16：2016-2025年中国城镇化率变化情况（单位：%）
图表17：2006-2025年中国净水器行业专利申请情况（单位：项）
图表18：2006-2025年中国净水器行业专利公开量（单位：项）
图表19：截至2025年末中国净水器行业技术专利申请人构成TOP10及占比（单位：项，%）
图表20：截至2025年末中国净水器相关技术专利分布领域TOP10（单位：项）
图表21：2025年全球基准水利用压力
图表22：发展中国家水资源污染程度（单位：亿人）
图表23：2020-2025年全球矿泉水市场规模（单位：亿美元）
图表24：发达国家水革命发展过程
图表25：2021-2025年全球净水器行业市场规模（单位：亿美元）
图表26：2025年全球净水器区域竞争格局（单位：%）
图表27：美国净水器代表企业发展情况
图表28：德国净水器十大品牌排行榜
图表29：截至2025年末日本净水器工厂净水处理能力（单位：万吨/日，家）
图表30：2020-2025年A.O.史密斯经营情况（单位：亿美元）
图表31：美国A.O.史密斯公司部分净水器产品
图表32：美国A.O.史密斯公司部分软水器产品
图表33：美国A.O.史密斯公司部分净水器配件产品
图表34：2021-2025年A.O.史密斯研发支出情况（单位：亿美元）
图表35：美国A.O.史密斯公司净水器在华布局情况
图表36：2020-2025年M经营情况（单位：亿美元）
图表37：3M净水产品示意图
图表38：3M部分直饮水产品（家用净水）
图表39：3M部分直饮水产品（商用净水）
图表40：2021-2025年M研发支出情况（单位：亿美元）
图表41：美国3M公司净水器在华布局情况
图表42：2020-2025年飞利浦公司经营情况（单位：亿欧元）
图表43：飞利浦公司部分净水器系列产品
图表44：飞利浦公司部分饮水机系列产品
图表45：飞利浦公司RO饮水机产品技术能力分析
图表46：2021-2025年飞利浦公司研发支出情况（单位：亿欧元）
图表47：飞利浦公司净水器在华发展历程
图表48：2021-2025年日本松下Panasonic公司经营情况（单位：亿美元）
图表49：日本松下Panasonic公司净水器产品
图表50：日本松下Panasonic公司净水器相关产品

图表51：日本松下Panasonic公司中国研发基地及研发领域
图表52：汉斯希尔净水器产品种类
图表53：汉斯希尔净水器研发能力及在华发展历程
图表54：美国怡口净水Ecowater Systems基本信息表
图表55：美国怡口净水Ecowater Systems净水器产品类型
图表56：美国怡口净水Ecowater Systems在华布局分析
图表57：2026-2032年全球净水器行业市场规模预测（单位：亿美元）
图表58：2019-2025年中国水资源总量及人均水资源量变化情况（单位：亿立方米，立方米/人）
图表59：2025年中国各省市水资源总量情况分析（单位：亿立方米，立方米/人）
图表60：中国水资源分布示意图
图表61：2016-2025年中国水资源利用情况分析（单位：亿立方米）
图表62：2016-2025年中国用水总量分类型统计图（单位：亿立方米）
图表63：2025年全国主要江河水质类别占比（单位：%）
图表64：2019-2025年中国包装饮用水类产量及增长率变化情况（单位：万吨）
图表65：2025年中国包装饮用水产量大区分布情况（单位：%）
图表66：2025年中国包装饮用水各省市自治区产量TOP10（单位：万吨）
图表67：2020-2025年中国净水器产量情况（单位：万台，%）
图表68：2020-2025年中国净水器销售总量情况分析（单位：万台，%）
图表69：2017-2025年中国净水器行业零售额变化情况（单位：亿元，%）
图表70：2020-2025年中国净水器零售渠道份额变化（单位：亿元，%）
图表71：2020-2025年中国净水器产销率变化情况（单位：%）
图表72：2021-2025年中国净水器市场产品价格指数走势图
图表73：2021-2025年中国净水器行业进出口状况表（单位：万美元）
图表74：2021-2025年中国净水器行业出口金额分析（单位：万美元，%）
图表75：2025年中国净水器行业产品出口结构分析（按出口金额）（单位：万美元，%）
图表76：2021-2025年中国净水器行业进口金额分析（单位：万美元，%）
图表77：2025年中国净水器行业产品进口结构分析（按进口金额）（单位：万美元，%）
图表78：2021-2025年中国净水器行业线上、线下销售额CR5（单位：%）
图表79：中国净水器行业相关企业各省市分布及部分省市代表企业情况
图表80：中国净水器行业市场竞争情况
图表81：中国净水器行业现有企业竞争情况
图表82：中国净水器行业潜在进入者威胁
图表83：中国净水器行业替代品威胁分析
图表84：中国净水器行业供应商议价能力分析
图表85：中国净水器行业购买者议价能力分析
图表86：中国净水器行业五力分析结论
图表87：中国净水器行业痛点分析
图表88：2021-2025年中国家用净水器市场零售额（单位：亿元）
图表89：2026-2032年中国家用净水器市场零售额预测（单位：亿元）
图表90：2021-2025年中国商用净水器市场零售额（单位：亿元）
图表91：2026-2032年中国商用净水器市场零售额预测（单位：亿元）
图表92：全屋净水示意图
图表93：2021-2025年中国全屋净水器市场零售额分析（单位：亿元）
图表94：2026-2032年中国全屋净水器市场零售额预测（单位：亿元）
图表95：2021-2025年中国末端净水器市场零售额（单位：亿元，%）
图表96：2026-2032年中国商用净水器市场零售额预测（单位：亿元）
图表97：净水器行业全景图谱
图表98：2016-2025年我国不锈钢粗钢产量及同比增长情况（单位：万吨，%）
图表99：2016-2025年我国不锈钢表观消费量及同比增长情况（单位：万吨，%）
图表100：2025年中国不锈钢价格指数变化情况（单位：元/吨）
图表101：2020-2025年合成橡胶产量情况（单位：万吨，%）
图表102：2021-2025年我国合成橡胶年销售情况（单位：万吨，%）
图表103：2020-2025年我国主要合成橡胶产品月度价格走势（单位：元/吨）
图表104：2025年各月中国房地产开发景气指数变化情况
图表105：2016-2025年我国房地产年新开工房屋面积及同比增速（单位：万平方米，%）
图表106：2016-2025年我国房地产开发施工面积及同比增速（单位：万平方米，%）
图表107：2016-2025年我国房地产开发竣工面积及同比增速（单位：万平方米，%）
图表108：2016-2025年中国商品房销售面积情况（单位：亿平方米，%）
图表109：2016-2025年我国房地产开发投资及同比增速（单位：亿元，%）

图表110：2016-2025年限额以上家用电器和音像器材零售额及增长情况（单位：亿元，%）
图表111：2020-2025年中国净水器线下销售占比及预测（单位：%）
图表112：2020-2025年中国净水器线下销售规模情况（单位：亿元）
图表113：建材卖场渠道优势分析
图表114：2020-2025年中国净水器线上销售占比及预测（单位：%）
图表115：2020-2025年中国净水器线上销售规模情况（单位：亿元）
图表116：电商渠道的优劣势分析
图表117：美的净水器的定价策略分析
图表118：我国净水器行业的主要销售模式
图表119：中国净水器行业直销与代销对比分析
图表120：中国净水器行业营销策略趋势分析
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！