

2014-2020年中国家用净水器 市场监测与投资趋势研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2020年中国家用净水器市场监测与投资趋势研究报告》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.cction.com/report/201404/104144.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

家用净水器（设备）作为解决水质污染的最佳选择，在我国有巨大的潜在市场。从产品功能看，净水器（设备）是一个直接关系到人们生命健康的环保产品随着人们消费水平和健康意识的逐步提高，净水器必将像冰箱、空调一样，成为居民生活的必需品。随着国际家电品牌和国内家电巨头纷纷加大对水家电的投入，水家电的品牌集中度进一步提高，品牌淘汰率超过60%。在我国，约4亿户家庭中，家用净水器的拥有率仅为百分之五，远低于发达国家水平。近年来我国水家电的销量以每年平均35%的速度上升，未来5年内，国内市场净水器的总容量将达到1亿万套，平均每年超过2000万套。现有家用净水器潜在客户达到1亿户，营业额将剑指千亿。日本为目前最大的家用净水器销售市场，销售规模接近45亿美元，其次为美国，销售额接近25亿美元，中国的销售额接近20亿美元。新兴市场国家的复合增长率较高，其中中东、东欧、中国及非洲市场的增速较快，为10%左右，其次是南美的巴西市场，增速接近8%

世界许多国家都经历过这样的阶段，伴随着工业化的迅猛发展、城市化的急剧扩张，水污染、水缺乏、水问题接踵而来，对城市水处理系统不断提出挑战。我国水资源稀缺，人均水资源占有量只有世界人均水平的1/4，由于工业化水平越来越高，水污染日益严重，如何保证饮用水安全成了中国百姓最关注的问题之一，净水器的销售业绩也是逐年上升。在欧美和日本韩国等国家，净水器的家庭普及率达到70%左右，而我国家用净水器普及率仍不到2%，市场前景光明。

进入2013年，净水产业形势依然严峻，对净水器产业的发展同样机会也是挑战。短期内，家用净水器行业这种趋势不会改变。但从中长期看，我国正处于城市化发展时期，净水器的刚性需求仍在上升，家用净水器市场还处在消费升级的历史时期，产业结构的调整和产品的创新将成为未来几年支撑净水行业增长的主要动力。净水器行业从过去的2012年，到现在的2013年，行业市场竞争更加激烈，正在加速着这个行业的洗牌。净水器领域发展到今天以及从进入这个行业的品牌发展状况来看绝不是简单的品牌、资金、产品的竞争。在家用净水器市场竞争不断加剧的同时，价格正在不断的透明，原来家用净水器行业属于低关注度的行业，除了家里想用的时会关注之外，其他时候对家用净水器都没什么概念。但随着家用净水器竞争的加剧，促销力度的加大，以及家用净水器产品的大众化宣传的铺开，家用净水器促销信息频频出现在消费者视线中，消费者的消费行为变得越来越谨慎、越来越理性，这已经是市场上显著的特征。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、中国家用电器协会、中国净水行业协会、中国水家电专业委员会、中国膜工业

协会、国内外相关报刊杂志的基础信息、家用净水器行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访察所获得的大量第一手数据，对我国家用净水器市场的发展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势、投资机会、风险预测等进行了分析。报告重点分析了家用净水器的开发、产销、战略、经营状况等。报告还对家用净水器市场风险进行了预测，为家用净水器生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在家用净水器行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国家用净水器行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

【 目 录 】

第一部分产业环境透视

第一章中国家用净水器行业概述 1

第一节家用净水器行业定义 1

一、定义 1

二、工作原理 1

三、过滤功能 3

四、过滤原理 4

第二节家用净水器行业发展种类 5

一、家用净水器种类 5

1、PP棉滤芯净水器 5

2、RO反渗透纯水机 5

3、活性炭过滤器 5

4、软水机 5

5、超滤机 6

二、技术分类 6

第三节家用净水器行业特征 7

第四节家用净水器行业发展历程 9

第二章中国家用净水器行业发展环境 12

第一节中国宏观经济运行回顾 12

一、2011年中国宏观经济 12

二、2012年中国宏观经济 37

第二节中国宏观经济发展趋势	42
一、2013年我国宏观经济形势	42
二、未来两三年宏观经济政策建议	44
第三节投融资发展环境	46
一、金融开放	46
二、金融财政政策	49
三、金融货币政策	57
第四节家用净水器行业相关政策及影响	66
一、行业具体政策	66
二、政策影响	102

第三章中国家用净水器行业发展特点 111

第一节家用净水器行业运行分析	111
一、家用净水器行业运行	111
二、家用净水器之纯水机市场现状及特点	112
第二节中国家用净水器行业重要性	114
一、产业重要性分析	114
二、生活需求重要性分析	115
第三节家用净水器行业特性分析	117
一、中国净水器草根特性的表现	117
二、家用净水器发展特点	119
第四节家用净水器行业发展历程	121
第五节家用净水器行业技术现状	121
第六节市场的重要动态	122

第二部分行业竞争与供需状况

第四章中国家用净水器厂商市场竞争力与市场竞争格局 125

第一节主力厂商市场竞争力分析	125
一、产品技术竞争力	125
二、价格竞争力	127
三、渠道竞争力	127
四、销售竞争力总结	129

五、服务竞争力总结	130
六、品牌竞争力	131
第二节家用净水器行业竞争格局分析	133
一、整体竞争态势分析	133
二、潜在进入者与替代产品威胁分析	134

第五章中国家用净水器行业供需情况	136
第一节家用净水器行业市场需求分析	136
一、行业需求现状及趋势	136
二、需求影响因素分析	136
第二节家用净水器行业供给能力分析	137
一、行业供给现状及趋势	137
二、供给影响因素分析	137

第六章家用净水器行业销售状况分析	138
第一节家用净水器行业销售收入分析	138
一、行业总销售收入分析	138
二、不同规模企业总销售收入分析	138
三、不同所有制企业总销售收入比较	140
第二节家用净水器行业投资收益率分析	141
一、行业投资收益率分析	141
二、不同规模企业投资收益率分析	141
三、不同所有制企业投资收益率比较	142
第三节家用净水器行业产品销售成本分析	143
一、行业产品销售成本分析	143
二、不同规模企业产品销售成本分析	144
三、不同所有制企业产品销售成本比较	145
第四节家用净水器行业利润率分析	146
一、行业利润率分析	146
二、不同规模企业利润率分析	146
三、不同所有制企业利润率比较	147

第三部分行业进出口与投资分析

第七章家用净水器行业进出口分析 149

第一节家用净水器行业历史进出口总量变化 149

一、家用净水器行业进口总量变化 149

二、家用净水器行业出口总量变化 149

三、家用净水器行业进出口差量变动情况 150

第二节家用净水器行业历史进出口结构变化 150

一、家用净水器行业进口来源分析 150

二、家用净水器行业出口去向分析 151

第三节影响家用净水器行业进出口的主要因素 151

第四节家用净水器行业进出口态势展望 151

一、家用净水器行业进口态势展望 151

二、家用净水器行业出口态势展望 151

第八章中国家用净水器区域市场投资状况分析 153

第一节华北市场 153

一、地区生产状况 153

二、地区经营状况 153

第二节华南市场 154

一、地区生产状况 154

二、地区经营状况 155

第三节华东市场 156

一、地区生产状况 156

二、地区经营状况 157

第四节华中市场 159

一、地区生产状况 159

二、地区经营状况 159

第五节东北市场 160

一、地区生产状况 160

二、地区经营状况 161

第六节西南市场 162

一、地区生产状况 162

二、地区经营状况 162

第七节西北市场 163

一、地区生产状况 163

二、地区经营状况 164

第四部分行业趋势与建议

第九章中国家用净水器行业市场发展预测 165

第一节中国家用净水器行业发展环境预测 165

一、经济环境预测 165

二、社会环境预测 165

三、政策环境预测 167

四、技术环境预测 167

第二节中国家用净水器行业发展预测 168

一、行业竞争要素预测 168

二、行业结构预测 169

三、行业转移趋势 170

四、行业一体化预测 171

五、行业运营模式预测 171

第三节中国家用净水器市场发展预测 173

一、2014-2020年中国家用净水器市场需求预测 173

二、2014-2020年中国家用净水器市场结构预测 174

三、2014-2020年中国家用净水器市场集中度预测 175

四、2014-2020年中国家用净水器市场价格预测 177

第十章家用净水器重点企业发展展望 181

第一节宁波浪木饮水设备科技有限公司 181

一、企业概况 181

二、企业发展历程 182

第二节海南立升净水科技实业有限公司 185

第三节深圳市圣帝尼环保科技有限公司 187

一、企业概况 187

二、企业发展历程 189

第四节佛山市美的清湖净水设备有限公司 191

一、企业概况 191

二、企业发展历程 191

三、企业现状及战略 191

第五节宁波沁园集团有限公司 192

一、企业概况 192

二、经营成果 193

三、企业文化 193

四、科技成果 199

五、发展历程 202

第六节深圳安吉尔饮水产业集团有限公司 205

一、企业概况 205

二、品牌历程 206

三、公司战略目标 207

四、品牌荣誉 207

第七节 3M中国有限公司 211

一、企业概况 211

二、企业规模 211

三、企业发展历程 211

第八节西安滨特尔水处理有限公司 214

第九节深圳市净之泉科技有限公司 215

一、企业概况 215

二、产品主要技术 215

三、企业战略目标 215

第十节上海奔腾水净化科技有限公司 216

第十一章中国家用净水器行业未来发展预测 217

第一节 2014-2020年市场供给预测 217

一、2014-2020年家用净水器行业产能预测 217

二、2014-2020年家用净水器行业产量预测 217

第二节 2014-2020年市场需求预测 218

一、2014-2020年家用净水器行业需求预测 218

二、2014-2020年家用净水器行业市场供需平衡预测 218

第十二章中国家用净水器行业市场竞争策略建议 220

第一节中国家用净水器行业竞争战略建议 220

一、竞争战略选择建议 220

二、行业升级策略建议 223

三、行业转移策略建议 224

四、价值链定位建议 224

第二节中国家用净水器行业竞争策略建议 226

一、核心竞争力塑造建议 226

二、并购重组策略建议 226

三、经营模式策略建议 229

四、行业资源整合建议 230

五、行业联盟策略建议 232

第十三章专家建议 238

第一节家电行业“十二五”规划分析 238

一、“十一五”家电行业发展回顾 238

二、“十二五”家电行业发展形势分析 243

三、“十二五”家电行业发展分析 247

第二节家用净水器竞争力策略建议 262

第三节行业竞争策略 264

一、企业竞争策略 264

二、产品竞争策略 268

三、市场竞争策略 271

第四节市场的重点客户战略实施 274

一、实施重点客户战略的必要性 274

二、合理确立重点客户 276

三、对重点客户的营销策略 277

四、强化重点客户的管理 280

第五节渠道销售策略 282

第六节品牌经营策略 283

一、品牌识别系统	284
二、品牌架构	284
三、品牌延伸扩张	284
四、管理品牌资产	285
第七节服务策略	285
一、服务的定义	285
二、服务的特征	286
三、服务的类型	286
四、服务的作用	286
五、服务的基本原则	287
六、服务策略	288
第八节行业投资策略分析	289
一、战略综合规划	289
二、技术开发战略	293
三、业务组合战略	296
四、产业战略规划	299
五、品牌营销战略	301
六、区域战略规划	305

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/104144.html>