

2016-2022年中国净水器行业市场运营态势及投资 前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国净水器行业市场运营态势及投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/280994.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

净水器就是目前市场上一些能够起到净化各种水质并达到一定国家标准产品的统称。

净水器也叫净水机、过滤器，其技术核心为滤芯装置中的过滤膜，在水源推出超级纳滤技术以前，净水机主要技术来源于超滤膜和RO反渗透膜两种，是按对水的使用要求对水质进行深度净化处理的小型水处理设备。平时所讲的净水器，一般是指用作家庭使用的小型过滤器。

净水器根据不同的净化原理和工艺，可以分很多种类。其中RO反渗透技术过滤精度最高（过滤精度在0.0001微米），由于反渗透膜的孔径只有头发丝直径的十万分之一，只允许水分子和溶解氧通过，对水中所有含的杂质如农药、细菌、病毒、重金属等有害物质几乎全部被截留排除。除了反渗透技术还有很多其他过滤技术：纳滤（过滤精度在0.001-0.0001微米之间）、超滤膜（过滤精度在0.1-0.01微米之间）、精滤（过滤精度在0.1微米以下，如陶瓷过滤、PP棉过滤等）。

净水器中PP棉可有效滤除水中的铁锈、砂石、胶体以及直径大于5微米的一切杂质，颗粒活性炭滤芯有超强的吸附力，可以有效的吸附水中余氯、臭味、异色、农药等化学药剂；精密活性炭滤芯，可有效去除水中的细菌、毒素、重金属等。

深度净水技术在饮用水领域的应用，使得“水土不服”的现象会很快成为历史，有效地解决了很多地方由于地下水有害矿物质超标而造成的地方性疾病。

2009年我国净水器市场规模为208亿元，2013年增长至502亿元，2014年达到585亿元。

2015年净水器市场规模约660亿元。近几年我国净水器行业市场规模情况如下图所示：

2009-2015年我国净水器市场规模：亿元 我国净水器市场主要分为住宅用净水器和商用净水器市场，2015年我国住宅用净水器市场规模达到535亿元，商用净水器市场达到125亿元，住宅用净水器市场明显大于商用净水器市场。

2009-2015年我国住宅用净水器与商用净水器市场规模：亿元

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：

第一章 净水器相关概述 1

1.1 净水器概念及功用 1

1.1.1 定义简析 1

1.1.2 主要功能 1

1.1.3 工作原理 2

1.1.4 应用场合 2

| | |
|---------------------------|----|
| 1.2 净水器的分类情况 | 3 |
| 1.2.1 按水质处理方式 | 3 |
| 1.2.2 按分离技术划分 | 4 |
| 1.2.3 按过滤层级划分 | 5 |
| 1.2.4 按安装位置划分 | 6 |
| 1.2.5 按附加功能划分 | 7 |
| 1.3 净水器主要细分产品 | 8 |
| 1.3.1 纯水机 | 8 |
| 1.3.2 超滤机 | 8 |
| 1.3.3 直饮机 | 8 |
| 1.3.4 能量机 | 9 |
| 1.3.5 软水机 | 10 |
| | |
| 第二章 2012-2015年净水器行业发展环境分析 | 11 |
| 2.1 政策环境 | 11 |
| 2.1.1 饮用水卫生规范 | 11 |
| 2.1.2 净水器行业标准分析 | 12 |
| 2.1.3 净水器出水水质标准 | 12 |
| 2.1.4 净水器行业利好政策 | 13 |
| 2.2 经济环境 | 14 |
| 2.2.1 中国宏观经济运行现状 | 14 |
| 2.2.2 中国居民收入水平分析 | 15 |
| 2.2.3 中国居民消费支出结构 | 16 |
| 2.2.4 中国宏观经济运行趋势 | 17 |
| 2.3 需求环境 | 19 |
| 2.3.1 我国水资源污染状况 | 19 |
| 2.3.2 居民饮水现状及安全威胁 | 20 |
| 2.3.3 水质现状及提升方案比较分析 | 22 |
| 2.3.4 水污染事件频发推动净水器热销 | 24 |
| 2.3.5 新型城镇化给净水器带来巨大需求 | 25 |
| 2.4 技术环境 | 26 |
| 2.4.1 各类技术的优劣势 | 26 |
| 2.4.2 关键技术研发方向 | 28 |
| 2.4.3 关键技术发展成果 | 29 |
| 2.4.4 技术发展趋势分析 | 30 |

第三章 2012-2015年净水器市场发展分析 32

3.1 国际净水器行业发展概述 32

3.1.1 国外净水器行业综况 32

3.1.2 美国净水器行业分析 33

3.1.3 日本净水器行业经验 34

3.2 2012-2015年中国净水器行业运行概况 35

3.2.1 行业演进阶段 35

3.2.2 行业阶段特征 35

3.2.3 行业运行概况 36

.....

近年来，我国净水器行业增长迅速，2009年我国净水器产量为2902万台，2014年增长至5415万台，是2009年的1.87倍。2009年我国净水器需求量为1308万台，2014年增长至3520万台，是2009年的2.69倍。我国净水器的生产大国，净水器的出口量远大于进口量。2015年我国净水器产量约5990万台，近几年我国净水器行业供需平衡情况如下表所示：

| 2009-2015年我国净水器行业供需统计（万台） | | | | |
|---------------------------|------|------|------|------|
| 年份 | 产量 | 消费量 | 进口量 | 出口量 |
| 2009年 | 2902 | 1308 | 86 | 1680 |
| 2010年 | 3577 | 1692 | 237 | 2121 |
| 2011年 | 3917 | 2199 | 345 | 2063 |
| 2012年 | 4583 | 2638 | 140 | 2084 |
| 2013年 | 4907 | 3035 | 181 | 2052 |
| 2014年 | 5415 | 3520 | 596 | 2491 |
| 2015年 | 5990 | 4342 | 1337 | 2985 |

.....

3.2.4 行业有利因素 38

3.2.5 行业特点分析 38

..... 近年来，我国净水器行业呈现快速增长，2010年我国净水器行业市场增长率达到33.17%，近几年虽有所下降，2015年我国净水器市场增长率仍维持在12.82%。

2010-2015年我国净水器市场增长率：%

.....

3.2.6 市场发展态势 39

3.3 2012-2015年中国净水器市场供需现状 40

3.3.1 市场供给规模 40

3.3.2 市场需求规模 41

3.3.3 零售市场规模 41

3.3.4 线上销售规模 43

3.4 2012-2015年中国净水器行业格局分析 43

3.4.1 区域布局分析 43

3.4.2 企业格局分析 44

| | |
|-----------------------------|----|
| 3.4.3 品牌格局分析 | 45 |
| 3.5 2012-2016年中国净水器行业新趋向及变化 | 45 |
| 3.5.1 行业运行趋势 | 45 |
| 3.5.2 产品流行趋向 | 46 |
| 3.5.3 行业变化分析 | 46 |
| 3.6 中国净水器终端市场分析 | 46 |
| 3.6.1 产品终端市场状况 | 46 |
| 3.6.2 市场通路开拓情况 | 47 |
| 3.6.3 农村市场发展分析 | 48 |
| 3.6.4 电商领域发展状况 | 49 |
| | |
| 第四章 2012-2015年净水器消费市场分析 | 50 |
| 4.1 中国净水器市场消费群体调查 | 50 |
| 4.1.1 认知度分析 | 50 |
| 4.1.2 购买主体分析 | 50 |
| 4.1.3 消费人群特征 | 50 |
| 4.1.4 消费能力分析 | 51 |
| 4.1.5 消费欲望分析 | 52 |
| 4.1.6 消费行为分析 | 52 |
| 4.2 中国净水器消费者购买心理剖析 | 53 |
| 4.2.1 面子消费 | 53 |
| 4.2.2 从众消费 | 53 |
| 4.2.3 推崇权威心理 | 53 |
| 4.2.4 贪小便宜心理 | 54 |
| 4.2.5 后悔心理 | 54 |
| 4.2.6 炫耀心理 | 55 |
| 4.2.7 攀比心理 | 55 |
| 4.2.8 健康消费心理 | 55 |
| 4.3 中国净水器消费者关注度分析 | 56 |
| 4.3.1 品牌关注格局 | 56 |
| 4.3.2 产品关注格局 | 56 |
| 4.3.3 厂商关注格局 | 57 |
| 4.4 中国净水器行业消费市场概况 | 58 |
| 4.4.1 消费市场特征 | 58 |
| 4.4.2 消费驱动因素 | 59 |

4.4.3 消费态势分析 60

第五章 2012-2015年净水器细分市场分析 62

5.1 纯水机 62

5.1.1 纯水机基本概述 62

5.1.2 纯水机市场份额分析 62

5.1.3 纯水机市场销售现状 62

5.1.4 纯水机市场品牌格局 63

5.1.5 纯水机市场销售渠道 64

5.1.6 纯水机市场前景展望 64

5.2 超滤机 65

5.2.1 超滤机基本概述 65

5.2.2 超滤机市场发展分析 65

5.2.3 超滤机市场品牌格局 66

5.3 直饮机 67

5.3.1 直饮机基本概述 67

5.3.2 直饮机市场份额分析 68

5.3.3 直饮机市场品牌格局 69

5.3.4 直饮机市场前景展望 70

5.4 软水机 70

5.4.1 软水机基本概述 70

5.4.2 软水机市场发展分析 71

5.4.3 软水机市场品牌格局 72

5.4.4 软水机市场销售渠道 73

5.4.5 软水机市场前景展望 73

第六章 2012-2015年净水器进出口数据分析 75

6.1 水的过滤、净化机器及装置 75

6.1.1 2012-2015年中国水的过滤、净化机器及装置进出口总量数据分析 75

.....

根据中国海关数据显示，2012年我国水的过滤、净化机器及装置进口总量为139.6万台，2013年、2014年分别增长到180.7万台、596.2万台，到2015年我国水的过滤、净化机器及装置进口总量达到1336.9万台。

2012-2015年中国水的过滤、净化机器及装置进口总量数据分析 数据来源：中国海关

根据中国海关数据显示，2012年我国水的过滤、净化机器及装置出口总量为2084万台，2

013年、2014年分别为2052万台、2491万台，到2015年我国水的过滤、净化机器及装置出口总量达到2984.7万台。

2012-2015年中国水的过滤、净化机器及装置出口总量数据分析 数据来源：中国海关

.....

| | |
|--|----|
| 6.1.2 2012-2015年主要贸易国水的过滤、净化机器及装置进出口情况分析 | 76 |
| 6.1.3 2012-2015年主要省市水的过滤、净化机器及装置进出口情况分析 | 78 |
| 6.2 家用型水的过滤、净化机器及装置 | 79 |
| 6.2.1 2012-2015年中国家用型水的过滤、净化机器及装置进出口总量数据分析 | 79 |
| 6.2.2 2012-2015年主要贸易国家家用型水的过滤、净化机器及装置进出口情况分析 | 81 |
| 6.2.3 2012-2015年主要省市家用型水的过滤、净化机器及装置进出口情况分析 | 82 |
| 6.3 其他非家用型水的过滤、净化机器及装置 | 84 |
| 6.3.1 2012-2015年中国其他非家用型水的过滤、净化机器及装置进出口总量数据分析 | 84 |
| 6.3.2 2012-2015年主要贸易国其他非家用型水的过滤、净化机器及装置进出口情况分析 | 85 |
| 6.3.3 2012-2015年主要省市其他非家用型水的过滤、净化机器及装置进出口情况分析 | 87 |

第七章 2012-2015年净水器原材料及设备供应分析 89

| | |
|-------------------------------|-----|
| 7.1 2012-2015年净水器上游原材料市场分析 | 89 |
| 7.1.1 不锈钢市场运行状况 | 89 |
| 7.1.2 工程塑料市场运行状况 | 93 |
| 7.1.3 铝材市场运行状况 | 97 |
| 7.1.4 铜材市场运行状况 | 99 |
| 7.1.5 电子元器件市场运行状况 | 100 |
| 7.2 2012-2015年净水器核心材料——膜市场分析 | 108 |
| 7.2.1 净水器用膜市场综述 | 108 |
| 7.2.2 反渗透膜的制备及发展 | 109 |
| 7.2.3 超滤膜的制备及发展 | 117 |
| 7.2.4 膜产业发展前景分析 | 119 |
| 7.3 2012-2015年净水器核心部件——滤芯市场分析 | 120 |
| 7.3.1 滤芯基本概述 | 120 |
| 7.3.2 滤芯市场需求分析 | 125 |
| 7.3.3 滤芯市场问题分析 | 126 |

第八章 2012-2015年国外净水器行业领先品牌分析 128

| | |
|---------|-----|
| 8.1 威世顿 | 128 |
|---------|-----|

| | |
|--------------|-----|
| 8.1.1 企业发展概况 | 128 |
| 8.1.2 主营产品介绍 | 128 |
| 8.1.3 企业竞争优势 | 129 |
| 8.1.4 企业发展战略 | 130 |
| 8.2 A.O.史密斯 | 131 |
| 8.2.1 企业发展概况 | 131 |
| 8.2.2 主营产品介绍 | 131 |
| 8.2.3 企业竞争优势 | 132 |
| 8.2.4 企业发展战略 | 133 |
| 8.3 3M | 134 |
| 8.3.1 企业发展概况 | 134 |
| 8.3.2 主营产品介绍 | 135 |
| 8.3.3 企业竞争优势 | 136 |
| 8.3.4 企业发展战略 | 137 |
| 8.4 圣帝尼 | 137 |
| 8.4.1 企业发展概况 | 137 |
| 8.4.2 主营产品介绍 | 138 |
| 8.4.3 企业竞争优势 | 139 |
| 8.4.4 企业发展战略 | 141 |
| 8.5 道尔顿 | 141 |
| 8.5.1 企业发展概况 | 141 |
| 8.5.2 主营产品介绍 | 142 |
| 8.5.3 企业竞争优势 | 143 |
| 8.5.4 企业发展战略 | 143 |
| 8.6 汉斯顿 | 144 |
| 8.6.1 企业发展概况 | 144 |
| 8.6.2 主营产品介绍 | 145 |
| 8.6.3 企业竞争优势 | 146 |
| 8.6.4 企业发展战略 | 149 |
| 8.7 法兰尼 | 149 |
| 8.7.1 企业发展概况 | 149 |
| 8.7.2 主营产品介绍 | 150 |
| 8.7.3 企业竞争优势 | 151 |
| 8.7.4 企业发展战略 | 152 |

第九章 2015年国内净水器行业标杆企业分析 154

| | |
|--------------|-----|
| 9.1 美的 | 154 |
| 9.1.1 企业发展概况 | 154 |
| 9.1.2 主营产品介绍 | 160 |
| 9.1.3 企业竞争优势 | 161 |
| 9.1.4 企业发展战略 | 163 |
| 9.2 沁园 | 163 |
| 9.2.1 企业发展概况 | 163 |
| 9.2.2 主营产品介绍 | 165 |
| 9.2.3 企业竞争优势 | 166 |
| 9.2.4 企业发展战略 | 166 |
| 9.3 立昇 | 167 |
| 9.3.1 企业发展概况 | 167 |
| 9.3.2 主营产品介绍 | 168 |
| 9.3.3 企业竞争优势 | 168 |
| 9.3.4 企业发展战略 | 169 |
| 9.4 华尔康 | 169 |
| 9.4.1 企业发展概况 | 169 |
| 9.4.2 主营产品介绍 | 170 |
| 9.4.3 企业竞争优势 | 171 |
| 9.4.4 企业发展战略 | 171 |
| 9.5 泉来 | 172 |
| 9.5.1 企业发展概况 | 172 |
| 9.5.2 主营产品介绍 | 173 |
| 9.5.3 企业竞争优势 | 174 |
| 9.5.4 企业发展战略 | 175 |
| 9.6 安吉尔 | 176 |
| 9.6.1 企业发展概况 | 176 |
| 9.6.2 主营产品介绍 | 178 |
| 9.6.3 企业竞争优势 | 178 |
| 9.6.4 企业发展战略 | 179 |
| 9.7 泉露 | 179 |
| 9.7.1 企业发展概况 | 179 |
| 9.7.2 主营产品介绍 | 180 |
| 9.7.3 企业竞争优势 | 180 |

| | |
|------------------------------|-----|
| 9.7.4 企业发展战略 | 181 |
| 9.8 净之泉 | 181 |
| 9.8.1 企业发展概况 | 181 |
| 9.8.2 主营产品介绍 | 181 |
| 9.8.3 企业竞争优势 | 181 |
| 9.8.4 企业发展战略 | 182 |
| | |
| 第十章 2012-2015年净水器市场竞争分析 | 183 |
| 10.1 净水器行业五力竞争模型分析 | 183 |
| 10.1.1 上游供应商的议价能力 | 183 |
| 10.1.2 下游消费者的议价能力 | 183 |
| 10.1.3 新进入者的威胁 | 183 |
| 10.1.4 替代品的威胁 | 184 |
| 10.1.5 现有竞争者的竞争程度 | 184 |
| 10.2 2012-2015年净水器市场厂商竞争格局分析 | 184 |
| 10.2.1 厂商分类及优劣势 | 184 |
| 10.2.2 厂商竞争格局分析 | 185 |
| 10.2.3 厂商竞争手段分析 | 186 |
| 10.3 2012-2015年净水器市场品牌竞争格局分析 | 188 |
| 10.3.1 进口品牌分析 | 188 |
| 10.3.2 国内品牌分析 | 189 |
| 10.3.3 十大品牌排名 | 192 |
| 10.3.4 内外资品牌竞争核心 | 193 |
| 10.3.5 领先品牌竞争手段 | 196 |
| 10.3.6 品牌定位与名牌战略 | 197 |
| 10.4 2012-2015年净水器市场主要竞争对手分析 | 199 |
| 10.4.1 桶装水、瓶装水 | 199 |
| 10.4.2 饮水机 | 201 |
| 10.5 净水器企业竞争力提升策略 | 204 |
| 10.5.1 竞争突围策略 | 204 |
| 10.5.2 竞争力提升要素 | 205 |
| 10.5.3 本土企业发展建议 | 206 |
| 10.6 中国净水器市场未来竞争态势 | 208 |
| 10.6.1 竞争变化情况 | 208 |
| 10.6.2 未来竞争焦点 | 209 |

第十一章 净水器终端市场参与主体分析 211

11.1 净水器代理商分析 211

- 11.1.1 厂家代理商选择要素 211
- 11.1.2 代理商品牌选择误区 212
- 11.1.3 代理商厂家选择要点 213
- 11.1.4 代理商品牌选择方法 215
- 11.1.5 代理商与厂商合作要点 215
- 11.1.6 代理商成功经营策略 216
- 11.1.7 市级以上代理招商运营要素 217

11.2 净水器加盟商分析 218

- 11.2.1 加盟商主要营销渠道 218
- 11.2.2 加盟商市场布局潜力 219
- 11.2.3 加盟商营销渠道建设 219
- 11.2.4 加盟商市场运作战略 220

11.3 净水器经销商分析 221

- 11.3.1 厂家选择经销商的标准 221
- 11.3.2 行业经销商行为综述 223
- 11.3.3 经销商与厂商合作要点 224
- 11.3.4 经销商生长流程剖析 224
- 11.3.5 经销商市场运作步骤 227
- 11.3.6 经销商服务营销方法 228
- 11.3.7 经销商网络团购销售策略 230
- 11.3.8 经销商成功经营要素 230

第十二章 净水器市场营销分析 232

12.1 净水器主要销售渠道分析 232

- 12.1.1 专卖店渠道 232
- 12.1.2 建材类渠道 232
- 12.1.3 太阳能经销门店 232
- 12.1.4 线上渠道 233
- 12.1.5 工程销售渠道 233
- 12.1.6 其他销售渠道 233

12.2 净水器销售渠道的发展分析 233

- 12.2.1 渠道现状分析 233

| | |
|----------------------|-----|
| 12.2.2 销售渠道演进 | 235 |
| 12.2.3 渠道建设问题 | 236 |
| 12.2.4 销售渠道创新 | 238 |
| 12.3 净水器市场营销模式分析 | 238 |
| 12.3.1 主流营销模式 | 238 |
| 12.3.2 电商营销模式 | 239 |
| 12.3.3 事件营销模式 | 239 |
| 12.3.4 微博营销模式 | 239 |
| 12.3.5 小区展销模式 | 239 |
| 12.4 净水器品牌营销思路分析 | 240 |
| 12.4.1 品牌传播途径 | 240 |
| 12.4.2 品牌营销策略 | 240 |
| 12.4.3 新品推广经验 | 241 |
| 12.5 净水器市场营销策略探讨 | 242 |
| 12.5.1 产品促销技巧 | 242 |
| 12.5.2 客户开发途径 | 243 |
| 12.5.3 旺季推广策略 | 245 |
| 12.5.4 产品个性营销 | 247 |
| 12.5.5 营销方式创新思考 | 248 |
| 12.5.6 成功营销思路借鉴 | 249 |
| 12.5.7 三四级市场建议 | 249 |
| 12.6 净水器市场营销案例借鉴 | 251 |
| 12.6.1 泉来净水器4C营销 | 251 |
| 12.6.2 欧惠浦“聚合营销” | 252 |
| 12.6.3 沁园升级营销模式 | 253 |
| 12.6.4 美的净水器营销策略 | 254 |
| 12.7 净水器市场营销方向分析 | 255 |
| 12.7.1 区域化营销 | 255 |
| 12.7.2 新媒体营销 | 255 |
| | |
| 第十三章 净水器市场面临的挑战及应对建议 | 257 |
| 13.1 中国市场的主要问题分析 | 257 |
| 13.1.1 普及率低下原因浅析 | 257 |
| 13.1.2 行业进入同质化期 | 258 |
| 13.1.3 企业战略问题分析 | 258 |

| | |
|--------------------|-----|
| 13.1.4 市场发展病症分析 | 259 |
| 13.1.5 市场不规范现象 | 261 |
| 13.2 中国净水器市场关键问题解析 | 262 |
| 13.2.1 标准问题 | 262 |
| 13.2.2 假冒伪劣 | 262 |
| 13.2.3 概念炒作 | 263 |
| 13.2.4 准入监管问题 | 263 |
| 13.2.5 二次污染风险 | 264 |
| 13.2.6 核心技术问题 | 265 |
| 13.3 中国净水器市场发展建议 | 265 |
| 13.3.1 行业提升思路 | 265 |
| 13.3.2 厂商发展建议 | 266 |
| 13.3.3 企业赢利策略 | 266 |
| 13.4 净水器产品市场挤占策略 | 266 |
| 13.4.1 以产品为主导的挤占策略 | 266 |
| 13.4.2 以价格为主导的挤占策略 | 267 |

第十四章 净水器市场投资分析 269

| | |
|------------------|-----|
| 14.1 行业投资壁垒 | 269 |
| 14.1.1 技术壁垒 | 269 |
| 14.1.2 人才壁垒 | 269 |
| 14.1.3 国际认证壁垒 | 269 |
| 14.1.4 终端销售壁垒 | 269 |
| 14.2 投资机会分析 | 270 |
| 14.2.1 行业投资价值 | 270 |
| 14.2.2 代理加盟商机分析 | 271 |
| 14.2.3 行业投资时机成熟 | 271 |
| 14.2.4 行业增长潜力分析 | 272 |
| 14.2.5 市场需求规模分析 | 272 |
| 14.3 行业投资建议 | 273 |
| 14.3.1 新进入者投资建议 | 273 |
| 14.3.2 代理加盟商投资诀窍 | 274 |
| 14.3.3 区域市场投资建议 | 275 |

第十五章 2016-2022年中国净水器市场前景分析 276

| | |
|--------------------------------|-----|
| 15.1 中国净水器行业发展前景展望 | 276 |
| 15.1.1 行业发展机遇分析 | 276 |
| 15.1.2 市场成长空间剖析 | 276 |
| 15.1.3 三四线城市发展机遇 | 276 |
| 15.1.4 农村市场前景分析 | 277 |
| 15.2 中国净水器行业发展趋势分析 | 277 |
| 15.2.1 市场格局变化预测 | 277 |
| 15.2.2 产品发展方向分析 | 279 |
| 15.2.3 高端化发展趋势分析 | 280 |
| 15.3 2016-2022年中国净水器市场供需预测 | 280 |
| 15.3.1 中国净水器市场影响因素分析 | 280 |
| 15.3.2 2016-2022年中国净水器产量预测 | 283 |
| 15.3.3 2016-2022年中国净水器销量预测 | 283 |
| 15.3.4 2016-2022年中国净水器设备市场规模预测 | 284 |

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：净水器行业产业链

图表：2011-2015年我国净水器行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国净水器行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国净水器行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国净水器行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国净水器行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国净水器行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国净水器行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国净水器行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国净水器行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国净水器行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业.....

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年净水器行业市场供给

图表：2011-2015年净水器行业市场需求

图表：2011-2015年净水器行业市场规模

图表：净水器所属行业生命周期判断

图表：净水器所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国净水器行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国净水器行业供给预测

图表：2016-2022年中国净水器行业需求预测

图表：2016-2022年中国净水器行业价格指数预测

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/280994.html>