



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008-2010年中国净水器行业市场运行态势与发展前景分析报告

## 一、调研说明

《2008-2010年中国净水器行业市场运行态势与发展前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/37440.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.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、摘要、目录、图表

随着中国经济持续迅速增长，人们开始越来越关注自己的健康状况。新鲜蔬菜、清新空气、绿色食品已经成为人们衡量健康标准的同时，对饮用水质的要求也逐渐被人们提上日程。

在现有的环境下，即使所有的水厂按所有的检测项目进行检测合格，也仅限于水厂出厂时的水质，在经过众多多年未曾改造的输水管网后，到达每个家庭自来水终端的水质又被二次污染了，人们通过自来水管道的喝的水与水厂检测的水质并不一样。为了人们可以喝到干净达标的水，许多专家和学者也都做过大量的努力，净水器行业就是在这个条件下发展起来的。净水器整个行业发展缓慢。净水器在中国已经发展了近10年，目前从事的厂家有1000多家，总体市场还在增长，2007年销量达到1000万台，这其中包括本土的1000多家厂家和数十个进口品牌。目前整个行业利润空间都在40%-60%。

我国净水器发展空间广大，但由于净水器尚无国家标准，市场仍然鱼龙混杂，产品质量良莠并存，净水器合法生产企业及广大用户强烈呼唤和迫切要求尽快净化净水器市场。目前获取卫生部颁发许可批件的净水器合法生产企业已达1000余家，年产销各式净水器1000多万台。我国净水器产品的主要生产厂商集中在上海、江浙及广东地区。以广东市场为例；目前广东市场上净水器主要品牌（按产品上标注的生产厂商所在地）可分为三类：第一类进口品牌（4种）：安邦（美国）、爱惠浦（美国）、洁碧（美国）、道尔顿（英国）；第二类为广东省品牌（包括合资品牌共8种）：爱奴（深圳）、雪科露（深圳）、立升（深圳）、安吉尔（深圳）、西格玛（深圳）、碧源（广州）、净宝（广州）、浦露泉（中山）；第三类为外省产品（3种）：天磁（天津）、沁园（宁波），东方（上海）。

本报告详尽描述了中国净水器行业运行的环境，重点研究并预测了其下游行业发展以及对净水器需求变化的长期和短期趋势。针对当前行业发展面临的机遇与威胁，提出了我们对净水器行业发展的投资及战略建议。本报告以严谨的内容、翔实的数据、直观的图表帮助净水器企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。我们的主要数据来源于国家统计局、国家信息中心、海关总署等业内权威专业研究机构以及我中心的实地调研。本报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多数据中提炼出了精当、真正有价值的情报，并结合了行业所处的环境，从理论到实践、宏观与微观等多个角度进行研究分析，其结论和观点力求达到前瞻性、实用性和可行性的统一。这是我中心经过市场调查和数据

采集后,由专家小组历时一年时间精心制作而成。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势,洞悉行业竞争格局、规避经营和投资风险、制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一,具有重要的参考价值!

## 【 目录 】

### 第一章 2007-2008年世界净水器行业发展形势分析

#### 第一节 2007-2008年世界净水器行业发展概况

- 一、世界净水器行业供需现状
- 二、世界净水器行业运行基本特点分析
- 三、世界净水器价格走势分析

#### 第二节 2007-2008年世界主要国家净水器行业运行基本情况分析

- 一、美国
- 二、日本
- 三、新加坡

#### 第三节 2008-2010年世界净水器行业发展趋势分析

### 第二章 2007-2008年中国净水器行业发展政策经济环境分析

#### 第一节 2007-2008年中国净水器行业发展经济环境分析

- 一、国内生产总值增长趋势
- 二、中国对外贸易变化情况

#### 第二节 2007-2008年中国净水器行业发展社会环境分析

- 一、社会消费情况
- 二、居民消费价格
- 三、消费收入/支出情况

#### 第三节 2007-2008年中国净水器行业相关产业分析

- 一、饮水机行业
- 二、桶装水饮用水行业

#### 第四节 2007-2008年中国净水器行业发展政策法规环境分析

### 第三章 2007-2008年中国净水器行业运行状况分析

## 第一节 2007-2008年中国净水器行业概况

- 一、中国净水器行业产品特征分析
- 二、中国净水器行业市场特点
- 三、中国净水器行业发展的制约因素分析

## 第二节 2007-2008年中国净水器行业经济效益状况分析

- 一、行业景气及利润情况
- 二、行业成本费用分析
- 三、经济经营效率分析

## 第三节 2007-2008年中国净水器行业发展现状

- 一、中国净水器行业产品现状
- 二、中国净水器行业技术现状

## 第四章 2007-2008年中国净水器行业市场发展动态分析

### 第一节 2007-2008年中国净水器行业市场供需现状

- 一、中国净水器行业供给能力分析
- 三、中国净水器产品潜在需求分析

### 第二节 2007-2008年中国净水器行业市场分析

- 一、中国净水器总体市场规模
- 二、中国净水器行业市场特征分析
- 三、中国净水器行业市场结构分析

### 第三节 2007-2008年中国净水器行业进出口分析

- 一、中国净水器进口情况分析
- 二、中国净水器出口情况分析

## 第五章 2007-2008年中国净水器行业消费者行为调查分析

### 第一节 2007-2008年中国净水器消费者需求研究

### 第二节 2007-2008年中国净水器预期消费行为特征研究

- 一、消费群结构分析
- 二、消费群特征分析
- 三、购买偏好分析
- 四、购买渠道选择与变化分析
- 五、营销策略分析

### 第三节 客户对产品发展的建议

## 第六章 2007-2008年中国净水器行业市场品牌竞争格局分析

### 第一节 2007-2008年中国净水器行业产品与价格竞争研究

#### 一、品牌主推机型研究

#### 二、价格策略分析

### 第二节 2007-2008年中国净水器行业渠道策略分析

#### 一、净水器销售渠道形态描述

#### 二、品牌渠道架构与渠道规模分析

### 第三节 2007-2008年中国净水器行业平面媒体广告竞争动态分析

#### 一、硬性广告投放研究

#### 二、软性媒体传播研究

### 第四节 2007-2008年中国净水器行业服务策略分析

#### 一、主要品牌公关活动研究

#### 二、品牌服务竞争力分析

## 第七章 2007-2008年中国净水器行业优势企业关键性财务状况与竞争力分析

### 第一节 沈阳维用零件有限公司

#### 一、企业基本概况

#### 二、企业关键性财务数据分析

### 第二节 宁波沁园环保科技有限公司

#### 一、企业基本概况

#### 二、企业关键性财务数据分析

#### 三、企业竞争优势分析

### 第三节 宁波清清环保电器有限公司

#### 一、企业基本概况

#### 二、企业关键性财务数据分析

#### 三、企业竞争优势分析

### 第四节 慈溪市润鑫电器有限公司

#### 一、企业基本概况

#### 二、企业关键性财务数据分析

### 第五节 杭州司迈特水处理工程有限公司

一、企业基本概况

二、企业关键性财务数据分析

第六节 慈溪市绿之恋净水设备有限公司

一、企业基本概况

二、企业关键性财务数据分析

第七节 宁波澳科森电器有限公司

一、企业基本概况

二、企业关键性财务数据分析

第八节 宁波灏钻科技有限公司

一、企业基本概况

二、企业关键性财务数据分析

第九节 慈溪泾溢净水设备有限公司

一、企业基本概况

二、企业关键性财务数据分析

一、企业基本概况

二、企业关键性财务数据分析

三、企业竞争优势分析

第八章 2008-2010年中国净水器行业整体运行状况预测及前景展望

第一节 2008-2010年中国净水器行业发展趋势分析

一、2008-2010年中国净水器行业发展分析

二、2008-2010年中国净水器行业技术开发方向

三、中国净水器行业“十一五”整体规划及预测

第二节 2008-2010年中国净水器行业运行状况预测

一、2008-2010年行业工业总产值预测

二、2008-2010年行业供求分析及预测

三、2008-2010年企业数量及变化趋势预测

第三节 2008-2010年中国净水器行业前景展望分析

第九章 2008-2010年中国净水器行业市场发展前景预测

第一节 2008-2010年世界净水器市场发展前景预测

一、国际该产品发展前景

二、2012年前国际该产品市场发展预测

三、世界范围该产品市场发展展望

第二节 2008-2010年中国净水器行业市场销售状况预测分析

一、中国净水器行业市场规模预测分析

二、中国净水器行业市场竞争格局预测分析

第三节 2008-2010年中国净水器行业市场资源配置的前景

第四节 2008-2010年中国净水器行业市场中长期预测

一、2008-2010年经济增长与该产品需求预测

二、2008-2010年该产品总产量预测

三、我国该产品中长期市场发展的策略

第十章 2008-2010年中国净水器企业发展战略与规划分析

第一节 2008-2010年中国净水器企业战略分析

一、核心竞争力

二、市场机会分析

三、市场威胁分析

四、竞争地位分析

第二节 2008-2010年中国净水器企业盈利模式及品牌管理

一、企业盈利模型

二、持久竞争优势分析

三、行业发展规律竞争策略

四、供应链一体化战略

五、品牌管理战略

第三节 2008-2010年中国净水器行业SWOT分析

一、优势 ( Strengths )

二、劣势 ( Weaknesses )

三、机会 ( Opportunities )

四、风险 ( Threats )

第十一章 2008-2010年中国净水器行业投资机会与风险分析

第一节 2008-2010年中国净水器行业投资环境分析

一、生命周期分析



二、行业增长性分析

三、产业成熟度分析

四、垄断程度分析

第二节 2008-2010年中国净水器行业投资机会分析

一、规模的发展及投资需求分析

二、总体经济效益判断

三、与产业政策调整相关的投资机会分析

第三节 2008-2010年中国净水器行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

第十二章 2008-2010年中国净水器行业项目融资对策专家建议

第一节 2008-2010年中国净水器项目特点、融资特点及影响因素分析

一、净水器及其项目的主要特点

二、净水器项目的融资特点

三、净水器项目的融资相关影响因素

第二节 2008-2010年中国关于中国净水器项目的融资对策分析

一、从产业链的整体考虑项目的融资

二、从产业链的三个环节考虑项目的融资

三、多种形式的项目融资

四、本国筹资的重要性

五、有效吸引私人投资

六、政府的政策支持

第三节 2008-2010年中国净水器行业民间资本进入机会与策略分析

第四节 华经视点分析师观点

图表目录部分

图表 1 2007年国际净水器市场占有率

图表 2 2007年世界净水器市场净水器销售量及增长率（单位：万台）

图表 3 2007年日本水工业市场行业产品搜索排行

图表 4 2007年新加坡各类饮水器的供求比例

图表 5 2008E年新加坡各类饮水器的供求比例预测

图表 6 2003-2008上半年国内生产总值

图表 7 2008年上半年国内生产总值

图表 8 2003-2008上半年我国进出口总额及增幅

图表 9 2003-2008上半年我国进口、出口及其增幅

图表 10 2003-2008年上半年我国社会固定资产投资额变化情况

图表 11 2007年固定资产投资新增主要生产能力

图表 12 2003-2008年上半年我国房地产投资增长趋势图

图表 13 2003-2008年上半年我国社会消费品零售总额变化情况

图表 14 2007年居民消费价格比上年涨跌幅度 单位：%

图表 15 2006-2008年我国CPI月度增长情况

图表 16 2003-2008年我国农村人均纯收入增长趋势图

图表 17 2003-2008年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 18 2003-2007年我国人均GDP增长趋势图

图表 19 2003-2008年我国城镇居民人均消费支出情况

图表 20 2001-2003年中国净水器产品产量 单位：万台

图表 21 2001-2003年中国净水器销量及其同比增长 单位：万台

图表 22 2005-2007年中国净水器市场容量及其同比增长 单位：万台

图表 23 潜在消费者预购净水器品牌偏好构成

图表 24 潜在消费者购买净水器价格偏好构成

图表 25 消费者购买净水器渠道构成

图表 26 沁园净水器主要型号价格分布图 单位：元

图表 27 安吉尔净水器主要型号价格分布图 单位：元

图表 28 硬广告分月度投放走势

图表 29 硬广告投放费用前十媒体对比

图表 30 硬广告投放次数前十媒体对比

图表 31 软广告投入月度表

图表 32 各品牌软广告投入比较

图表 33 年软广告投入字数区域对比

图表 34 软广告投入篇数区域对比

图表 35 前十品牌软广告投放区域比较

图表 36 软广告投放字数结构对比

图表 37 软广告投放篇数结构对比

图表 38 消费者对净水器听说情况

图表 39 没听说过的消费者对净水器感兴趣程度

图表 40 中国家庭净水器拥有情况

图表 41 消费者拥有净水器品牌构

图表 42 消费者拥有净水器用途构成

图表 43 消费者拥有净水器类型构成

图表 44 消费者更换滤芯频次

图表 45 消费者更换净水器滤芯价格构成

图表 46 消费者更换净水器滤芯的厂家构成

图表 47 潜在消费者选择净水器考虑因素构成

图表 48 消费者所购买净水器价格构成比例

图表 49 潜在消费者预购净水器类型构成

图表 50 潜在消费者预购净水器最先考虑因素构成

图表 51 消费者对家中净水器使用满意度打分

图表 52 沈阳维用零件有限公司产量销售状况 单位：千元

图表 53 沈阳维用零件有限公司盈利能力状况 单位：千元

图表 54 沈阳维用零件有限公司资产负债状况 单位：千元

图表 55 沈阳维用零件有限公司成本费用状况 单位：千元

图表 56 宁波沁园环保科技有限公司产量收入状况 单位：千元

图表 57 宁波沁园环保科技有限公司盈利状况 单位：千元

图表 58 宁波沁园环保科技有限公司资产负债状况 单位：千元

图表 59 宁波沁园环保科技有限公司成本费用状况 单位：千元

图表 60 宁波清清环保电器有限公司产量收入状况 单位：千元

图表 61 宁波清清环保电器有限公司盈利状况 单位：千元

图表 62 宁波清清环保电器有限公司资产负债状况 单位：千元

图表 63 宁波清清环保电器有限公司成本费用状况 单位：千元

图表 64 慈溪市润鑫电器有限公司产量收入状况 单位：千元

图表 65 慈溪市润鑫电器有限公司盈利状况 单位：千元

图表 66 慈溪市润鑫电器有限公司资产负债状况 单位：千元

图表 67 慈溪市润鑫电器有限公司成本费用状况 单位：千元

- 图表 68 杭州司迈特水处理工程有限公司产量收入状况 单位：千元
- 图表 69 杭州司迈特水处理工程有限公司盈利状况 单位：千元
- 图表 70 杭州司迈特水处理工程有限公司资产负债状况 单位：千元
- 图表 71 杭州司迈特水处理工程有限公司成本费用状况 单位：千元
- 图表 72 慈溪市绿之恋净水设备有限公司产量收入状况 单位：千元
- 图表 73 慈溪市绿之恋净水设备有限公司盈利状况 单位：千元
- 图表 74 慈溪市绿之恋净水设备有限公司资产负债状况 单位：千元
- 图表 75 慈溪市绿之恋净水设备有限公司成本费用状况 单位：千元
- 图表 76 宁波澳科森电器有限公司产量收入状况 单位：千元
- 图表 77 宁波澳科森电器有限公司盈利状况 单位：千元
- 图表 78 宁波澳科森电器有限公司资产负债状况 单位：千元
- 图表 79 宁波澳科森电器有限公司成本费用状况 单位：千元
- 图表 80 宁波灏钻科技有限公司产量收入状况 单位：千元
- 图表 81 宁波灏钻科技有限公司盈利状况 单位：千元
- 图表 82 宁波灏钻科技有限公司资产负债状况 单位：千元
- 图表 83 宁波灏钻科技有限公司成本费用状况 单位：千元
- 图表 84 慈溪泾溢净水设备有限公司产量收入状况 单位：千元
- 图表 85 慈溪泾溢净水设备有限公司盈利状况 单位：千元
- 图表 86 慈溪泾溢净水设备有限公司资产负债状况 单位：千元
- 图表 87 慈溪泾溢净水设备有限公司成本费用状况 单位：千元
- 图表 88 贵州绿色环保设备工程有限责任公司产量收入状况 单位：千元
- 图表 89 贵州绿色环保设备工程有限责任公司盈利状况 单位：千元
- 图表 90 贵州绿色环保设备工程有限责任公司资产负债状况 单位：千元
- 图表 91 贵州绿色环保设备工程有限责任公司成本费用状况 单位：千元
- 图表 92 2007年我国净水器产品求购分析
- 图表 93 2007年我国净水器产品供求情况对比
- 图表 94 中国部分净水器制造企业基本经济指标状况 单位：千元
- 图表 95 中国部分净水器制造企业资产结构状况 单位：千元
- 图表 96 中国部分净水器制造企业成本费用状况 单位：千元
- 图表 97 中国部分净水器制造企业盈利指标状况 单位：%
- 图表 98 2008年中国十大净水器品牌调查
- 图表 99 略。。。。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37440.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。