

中国净水器行业现状深度研究与发展前景预测报告（2025-2032年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国净水器行业现状深度研究与发展前景预测报告（2025-2032年）》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.chinabaogao.com/baogao/202508/761070.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

近期杭州余杭自来水臭味事件以及南京自来水变蓝事件再次敲响居民用水安全警钟，居民用水健康成为民众关注焦点之一。为了保证居民用水安全，需要保证水源安全、水处理安全、水传输安全三方面，这三方面一般由政府 and 自来水公司负责管理，普通民众无法控制，而家用净水器则主要改善家庭水质，比如对自来水进行过滤、净化等处理后，使得水质提升，甚至可以直饮，进一步改善自来水水质。

一、中国家用净水器行业发展现状：市场规模稳步增长，市场需求空间大

近年来中国家用净水器市场经历阶段性波动后，整体保持稳健增长。2020年-2022年这三年受疫情影响和房地产下行导致下游减少等因素，导致销售额下滑；2023年逐步恢复疫情前市场，24年在国补拉动下行业销售额加速增长。2025年上半年我国净水器销售额达到109.5亿元，同比增长22%。具体如下：

资料来源：奥维运网，观研天下数据中心整理

从需求空间来看，据Frost&Sullivan数据，2022年以美国、欧洲、日本、韩国为代表的发达国家净水器普及率均达80%以上，渗透率分别为80%、82%、80%和95%，而中国净水器的普及率仅为23%；奥维云网数据则显示，当前我国一二线城市净水器渗透率约为40%，存量市场高端换新和下沉市场需求释放并存，净水器市场仍拥有广阔的空间。

资料来源：Frost&Sullivan，奥维云网，观研天下数据中心整理

总体来看，我国家用净水器行业主要产品以厨下机、直饮机、管线机等，按销量分布，厨下机是我国主要的家用净水器细分市场，其市场份额达到75%，其次是直饮机，市场份额为12%，管线机为6%。具体如下：

资料来源：观研天下数据中心整理

二、反渗透净水器为市场主流，但也存在较多缺点

净水器过滤技术包括超滤、纳滤、反渗透及活性炭等，综合考虑滤芯寿命、综合使用成本后，反渗透技术为绝对主流，线上/线下末端净水市场零售额占比分别达到80%和90%以上。

净水器主要技术路线	寿命及使用成本	技术类型	滤芯寿命	购买成本	年均滤芯更换成本
微滤（MF）	短（1-3月）	低（100-500元）	低（50-200元）	超滤（UF）	中（6-12月）
中（500-2000元）	中（200-500元）	纳滤（NF）	中（3-12月）	中（1000-2000元）	中（500-1000元）
离子交换（软水机）	长（3-5年）	高（3000-10000元）	高（800-2000元）	反渗透（RO）	长（1-3年）
中（1000-8000元）	中（200-1500元）				

资料来源：观研天下数据中心整理

尽管如此，反渗透技术仍存在以下问题：

反渗透技术存在的问题	问题	描述	完全过滤有益矿物质
长期饮用可能导致水中天然钙、镁等微量元素流失，引发对健康影响的争议			
高能耗与废水浪费	传统RO机型废水比高达1:3甚至更高（制取1升净水需排放3升废水），尤其在北方干旱地区引发水资源伦理质疑	大通量与小体积的平衡难题	大通量机型虽提升接水效率，但机器体积庞大挤占厨下空间，且频繁启停可能影响膜寿命，导致设计妥协（如牺牲滤芯寿命换取出水速度）
复杂安装	依赖专业服务	RO净水器需连接进水管、排水管、电源等，对水压、管路布局要求苛刻。普通家庭难以自行操作，必须依赖厂商安装团队。但安装环节乱象频发：工人技术参差不齐导致漏水、设备损坏（如碧水源净水器因安装错误致用户长期饮用未过滤生水）；额外收费名目繁多（管道改造、增压泵等）推高隐性成本	
过滤后水味寡淡或异味残留	RO过滤虽去除余氯、有机物，但可能导致水分子团变大、溶解氧减少，口感平淡；活性炭失效或水路细菌滋生易引发“塑料味”“霉味”等异味。部分用户抱怨过滤后的水“不如自来水好喝”，需额外安装矿化滤芯（增加成本）或烧开饮用缓解		
老年与特殊需求群体操作门槛	智能化界面、复杂滤芯更换流程对老年用户不友好；母婴群体依赖的恒温泡奶、水质监测等功能需额外溢价机型支撑，基础款产品难以覆盖细分需求		
租房与流动性场景痛点			

反渗透净水器购置成本高，且无法移动，因此对于经常流动搬家的客户不友好

资料来源：观研天下数据中心整理

三、家用净水器中低端市场：重点关注滤水壶

如上文所述，在高端市场，家用净水器的购置成本和滤芯更换成本，一年平均超过2000元，且一旦安装，很难再改动和移动，虽然客户粘性强，但是也带来很多不便。

从市场调研来看，净水器客单价一般在3000元以上，一方面折射出消费者愿意为净水买单的心理，另一方面也表明当前净水器市场畸形的产品结构，大部分产品采用了高端的过滤技术，使得产品附加值较高，但市场缺少满足最低净水功能的产品，近年来行业的高端化、集成化、智能化发展趋势，却忽略了普通大众最基本的净水需求，这部分客户对净水的要求没有那么多高，只需要能去除水中的气味、烧水后没有水垢，去除部分重离子和部分有毒物质即可，毕竟大部分地区的自来水只要烧开后即可饮用。

资料来源：观研天下数据中心整理

综上，近年来在净水器中低端领域，滤水壶逐步成为关注重点。其中碧然德是中低端净水领域的主要代表品牌，品牌旗下的滤水壶因 便携性、性价比高、过滤效果好等优点近年来销售额快速增长，2022年全年碧然德净水器的总销量超160万件，总销售额近4.5亿元。

碧然德滤水壶是碧然德净水器的主要销售产品，其销量占碧然德总体销量的95%以上。同时碧然德滤水壶几乎垄断了滤水壶市场，其市场份额应该超过80%，远高于九阳、飞利浦和苏泊尔等传统家电品牌。

碧然德滤水壶

资料来源：公司官网，观研天下数据中心整理

滤水壶之所以能被市场大众欢迎，主要是其差异化定位策略，第一，其产品定价较低，滤水壶和滤芯的购置成本仅300元以内，滤芯更换周期为一个月，做到“一天只需1元钱”就可以达到基础的净水目标。第二，其产品便携性好，滤水壶体积小，聚焦改善水质口感、去除水垢余氯等基础需求，避开全屋净水器等重安装、高成本品类的直接竞争。第三，为租房群体、小户型家庭、办公场景提供免安装、低成本的水质解决方案，填补了全屋净水器难以覆盖的细分市场空白，推动家用净水器从“重设备”向“轻便捷”延伸。

虽然没有明确市场数据表现我国滤水壶市场规模，根据碧然德市场表现，观研天下估计近年来我国滤水壶市场规模走势如下，2024年我国滤水壶市场规模已经超过10亿元。近年来我国滤水壶市场复合增长率超过20%，市场表现优异。

资料来源：观研天下数据中心整理

由此可见，滤水壶市场的快速增长，不仅是技术的成功，更是市场的选择，中低端净水器客户的需求一直都被忽视，而滤水壶打破了这一领域的空白。

建议净水器企业关注滤水壶代表的便携式低端净水市场，除了提供最高标准的净水技术，还需要考量客户的支付能力、使用习惯等，毕竟大部分居民还是习惯将水烧开后饮用。（fsw）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国净水器行业现状深度研究与发展前景预测报告（2025-2032年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的

行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国净水器行业发展概述

第一节 净水器行业发展情况概述

一、净水器行业相关定义

二、净水器特点分析

三、净水器行业基本情况介绍

四、净水器行业经营模式

（1）生产模式

（2）采购模式

（3）销售/服务模式

五、净水器行业需求主体分析

第二节 中国净水器行业生命周期分析

一、净水器行业生命周期理论概述

二、净水器行业所属的生命周期分析

第三节 净水器行业经济指标分析

一、净水器行业的赢利性分析

二、净水器行业的经济周期分析

三、净水器行业附加值的提升空间分析

第二章 中国净水器行业监管分析

第一节 中国净水器行业监管制度分析

一、行业主要监管体制

二、行业准入制度

第二节 中国净水器行业政策法规

一、行业主要政策法规

二、主要行业标准分析

第三节 国内监管与政策对净水器行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章 2020-2024年中国净水器行业发展环境分析

第一节 中国宏观环境与对净水器行业的影响分析

一、中国宏观经济环境

二、中国宏观经济环境对净水器行业的影响分析

第二节 中国社会环境与对净水器行业的影响分析

第三节 中国对外贸易环境与对净水器行业的影响分析

第四节 中国净水器行业投资环境分析

第五节 中国净水器行业技术环境分析

第六节 中国净水器行业进入壁垒分析

一、净水器行业资金壁垒分析

二、净水器行业技术壁垒分析

三、净水器行业人才壁垒分析

四、净水器行业品牌壁垒分析

五、净水器行业其他壁垒分析

第七节 中国净水器行业风险分析

一、净水器行业宏观环境风险

二、净水器行业技术风险

三、净水器行业竞争风险

四、净水器行业其他风险

第四章 2020-2024年全球净水器行业发展现状分析

第一节 全球净水器行业发展历程回顾

第二节 全球净水器行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲净水器行业地区市场分析

一、亚洲净水器行业市场现状分析

二、亚洲净水器行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲净水器行业市场前景分析

第四节 北美净水器行业地区市场分析

一、北美净水器行业市场现状分析

二、北美净水器行业市场规模与市场需求分析

三、北美净水器行业市场前景分析

第五节 欧洲净水器行业地区市场分析

一、欧洲净水器行业市场现状分析

二、欧洲净水器行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲净水器行业市场前景分析

第六节 2025-2032年全球净水器行业分布走势预测

第七节 2025-2032年全球净水器行业市场规模预测

【第三部分 国内现状与企业案例】

第五章 中国净水器行业运行情况

第一节 中国净水器行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国净水器行业市场规模分析

一、影响中国净水器行业市场规模的因素

二、中国净水器行业市场规模

三、中国净水器行业市场规模解析

第三节 中国净水器行业供应情况分析

一、中国净水器行业供应规模

二、中国净水器行业供应特点

第四节 中国净水器行业需求情况分析

一、中国净水器行业需求规模

二、中国净水器行业需求特点

第五节 中国净水器行业供需平衡分析

第六节 中国净水器行业存在的问题与解决策略分析

第六章 中国净水器行业产业链及细分市场分析

第一节 中国净水器行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、净水器行业产业链图解

第二节 中国净水器行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对净水器行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对净水器行业的影响分析

第三节 中国净水器行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第七章 2020-2024年中国净水器行业市场竞争分析

第一节 中国净水器行业竞争现状分析

一、中国净水器行业竞争格局分析

二、中国净水器行业主要品牌分析

第二节 中国净水器行业集中度分析

一、中国净水器行业市场集中度影响因素分析

二、中国净水器行业市场集中度分析

第三节 中国净水器行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第八章 2020-2024年中国净水器行业模型分析

第一节 中国净水器行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国净水器行业SWOT分析

一、SWOT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国净水器行业SWOT分析结论

第三节 中国净水器行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第九章 2020-2024年中国净水器行业需求特点与动态分析

第一节 中国净水器行业市场动态情况

第二节 中国净水器行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 净水器行业成本结构分析

第四节 净水器行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国净水器行业价格现状分析

第六节 2025-2032年中国净水器行业价格影响因素与走势预测

第十章 中国净水器行业所属行业运行数据监测

第一节 中国净水器行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国净水器行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国净水器行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十一章 2020-2024年中国净水器行业区域市场现状分析

第一节 中国净水器行业区域市场规模分析

一、影响净水器行业区域市场分布的因素

二、中国净水器行业区域市场分布

第二节 中国华东地区净水器行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区净水器行业市场分析

（1）华东地区净水器行业市场规模

（2）华东地区净水器行业市场现状

（3）华东地区净水器行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区净水器行业市场分析

（1）华中地区净水器行业市场规模

（2）华中地区净水器行业市场现状

（3）华中地区净水器行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区净水器行业市场分析

（1）华南地区净水器行业市场规模

（2）华南地区净水器行业市场现状

（3）华南地区净水器行业市场规模预测

第五节 华北地区净水器行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区净水器行业市场分析

（1）华北地区净水器行业市场规模

（2）华北地区净水器行业市场现状

（3）华北地区净水器行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区净水器行业市场分析

（1）东北地区净水器行业市场规模

(2) 东北地区净水器行业市场现状

(3) 东北地区净水器行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区净水器行业市场分析

(1) 西南地区净水器行业市场规模

(2) 西南地区净水器行业市场现状

(3) 西南地区净水器行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区净水器行业市场分析

(1) 西北地区净水器行业市场规模

(2) 西北地区净水器行业市场现状

(3) 西北地区净水器行业市场规模预测

第九节 2025-2032年中国净水器行业市场规模区域分布预测

第十二章 净水器行业企业分析（随数据更新可能有调整）

第一节 企业一

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业二

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第三节 企业三

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第四节 企业四

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第五节 企业五

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第六节 企业六

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

（1）主要经济指标情况

（2）企业盈利能力分析

（3）企业偿债能力分析

（4）企业运营能力分析

（5）企业成长能力分析

四、公司优势分析

第七节 企业七

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

（1）主要经济指标情况

（2）企业盈利能力分析

（3）企业偿债能力分析

（4）企业运营能力分析

（5）企业成长能力分析

四、公司优势分析

第八节 企业八

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

（1）主要经济指标情况

（2）企业盈利能力分析

（3）企业偿债能力分析

（4）企业运营能力分析

（5）企业成长能力分析

四、公司优势分析

第九节 企业九

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

（1）主要经济指标情况

（2）企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032年中国净水器行业发展前景分析与预测

第一节 中国净水器行业未来发展前景分析

一、中国净水器行业市场机会分析

二、中国净水器行业投资增速预测

第二节 中国净水器行业未来发展趋势预测

第三节 中国净水器行业规模发展预测

一、中国净水器行业市场规模预测

二、中国净水器行业市场规模增速预测

三、中国净水器行业产值规模预测

四、中国净水器行业产值增速预测

五、中国净水器行业供需情况预测

第四节 中国净水器行业盈利走势预测

第十四章 中国净水器行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国净水器行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国净水器行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 净水器行业品牌营销策略分析

一、净水器行业产品策略

二、净水器行业定价策略

三、净水器行业渠道策略

四、净水器行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202508/761070.html>