

精品决策报告

# 2023-2030 年家用净水器行业 市场需求调研报告



可落地执行实战解决方案

**LIBRARY**  
COMMERCIAL

## 报告目录

第一章 报告核心观点 .....	8
第一节 家用净水器行业需求变化 .....	8
一、需求特征变化 .....	8
二、需求偏好变化 .....	8
三、用户群体变化 .....	9
第二节 家用净水器行业需求趋势预测 .....	9
一、市场增长预测 .....	9
二、市场规模预测 .....	10
三、需求趋势预测 .....	11
四、需求结构预测 .....	11
第二章 中国家用净水器行业需求特征分析 .....	12
第一节 中国家用净水器行业需求概况 .....	12
一、需求概况 .....	12
二、需求特征分析 .....	16
三、需求动向分析 .....	17
第二节 中国家用净水器行业需求偏好分析 .....	18
一、人群分析 .....	18
二、消费习惯 .....	19
三、个性化需求 .....	20
四、全屋净水系统释放活力 .....	22

---

第三节 我国家用净水器行业需求市场特征与特点 .....	24
一、家用净水器需求市场特征 .....	24
二、市场需求结构分析 .....	26
三、不同城市需求市场特点 .....	27
第三章 我国家用净水器行业用户群体分析 .....	28
第一节 用户群体分析 .....	28
一、用户群体分析 .....	28
二、消费者洞察 .....	29
三、需求结构调整 .....	30
第二节 需求变化趋势及需求特点 .....	31
一、净水行业步入存量市场 .....	31
二、净水器用户消费理念变化 .....	32
三、主力消费者需求与关注点变化 .....	32
第三节 Z 时代家用净水器新需求研究 .....	33
一、Z 时代家用净水器新需求分析 .....	33
二、满足 Z 时代家用净水器新需求的策略建议 .....	34
第四节 中高收入家庭家用净水器需求趋势洞察 .....	35
一、中高收入家庭家用净水器需求现状 .....	36
二、中高收入家庭家用净水器需求趋势 .....	36
三、满足中高收入家庭家用净水器需求的策略建议 .....	37
第五节 孕妇和儿童家庭家用净水器需求趋势洞察 .....	38
第六节 新房装修用户家用净水器需求趋势洞察 .....	40

一、新房装修用户家用净水器需求现状 .....	40
二、新房装修用户家用净水器需求趋势 .....	41
三、满足新房装修用户家用净水器需求的策略建议 .....	41
第四章 中国家用净水器行业需求行为分析 .....	43
第一节 需求行为分析 .....	43
一、需求行为 .....	43
二、购买偏好 .....	44
三、购买行为 .....	44
四、购买习惯 .....	45
第二节 用户心理分析 .....	46
一、家用净水器用户心理特征 .....	47
二、家用净水器用户心理需求 .....	47
第三节 家用净水器用户满意度分析 .....	48
一、家用净水器用户满意度现状分析 .....	49
二、提升家用净水器用户满意度的策略 .....	49
第五章 需求影响因素分析 .....	51
第一节 需求影响因素分析 .....	51
一、经济因素 .....	51
二、社会因素 .....	51
三、技术因素 .....	52
四、市场因素 .....	52
五、政策因素 .....	53

---

第二节 影响家用净水器需求的因素分析.....	54
一、净水效果.....	55
二、品牌信誉.....	55
三、产品性能.....	55
四、价格.....	55
五、安装和维护.....	56
六、售后服务.....	56
第六章 2023-2030 年中国家用净水器行业需求趋势预测.....	57
第一节 家用净水器行业需求环境变化趋势.....	57
一、消费升级，高端化趋势明显.....	57
二、智能化、物联网技术的应用将成为竞争焦点.....	57
三、净水器后市场将成为新的竞争点.....	58
四、环保标准提高，净水技术创新.....	58
第二节 家用净水器行业市场需求趋势.....	59
一、市场增长预测.....	59
二、市场规模预测.....	60
三、需求趋势预测.....	60
四、需求结构预测.....	60
第三节 家用净水器需求特点及趋势.....	61
一、集成化.....	61
二、系统化.....	62
三、年轻化.....	62

四、全场景延伸 .....	62
第四节 家用净水器市场需求机会挖掘 .....	63
一、消费者需求多样化，产品个性化 .....	63
二、市场机遇增多，行业空间扩大 .....	63
三、品牌建设重要性提升，渠道拓展多元化 .....	63
第七章 建议与策略 .....	65
第一节 深入了解市场和消费者需求 .....	65
第二节 调整产品策略 .....	66
一、市场调研与用户需求分析 .....	66
二、产品创新与差异化 .....	67
三、品质提升与品牌建设 .....	67
四、营销策略与服务优化 .....	67
第三节 优化渠道策略 .....	68
第四节 加强品牌建设 .....	69
一、明确品牌定位 .....	69
二、提升品牌知名度 .....	70
三、加强品牌忠诚度 .....	70
四、强化品牌合作与联盟 .....	71
第五节 创新营销方式 .....	72
第六节 培训和引进人才 .....	73
一、培训策略 .....	73
二、引进人才策略 .....	74

第七节 建立快速反应机制 .....	75
第八节 与合作伙伴合作 .....	76
第九节 持续学习和创新 .....	78

# 第一章 报告核心观点

## 第一节 家用净水器行业需求变化

### 一、需求特征变化

近年来水污染、空气污染等环境问题日益严峻，给人们的身体健康带来极大困扰的同时，也催热了净水器等行业的销售。目前，全球共有约 35 亿多人居住在城市地区。随着人口数字的不断增加，水污染带来的社会问题将更加突出。随着人们净水意识的逐渐觉醒，使得大家对污染物、化学用品等问题越来越关注，净水器的需求将迅猛上升。

### 二、需求偏好变化

从消费需求来看，净水器用户的需求越来越多元化和细化，不仅关注净水器的基本功能，也关注净水器的智能化、高端化、套系化、健康属性等方面。例如，净水器+管线机的套餐能够满足用户对不同温度水的需求，净水器+前置过滤器的套餐能够延长净水器的使用寿命，净水器+矿化滤芯的套餐能够增加水中的矿物质，提高水的口感和营养价值等。此外，用户对净水器的通量、流速、滤芯更换、外观设计等方面也有更高的要求，希望净水器能够提供更快、更方便、更美观的用水体验。



## 三、用户群体变化

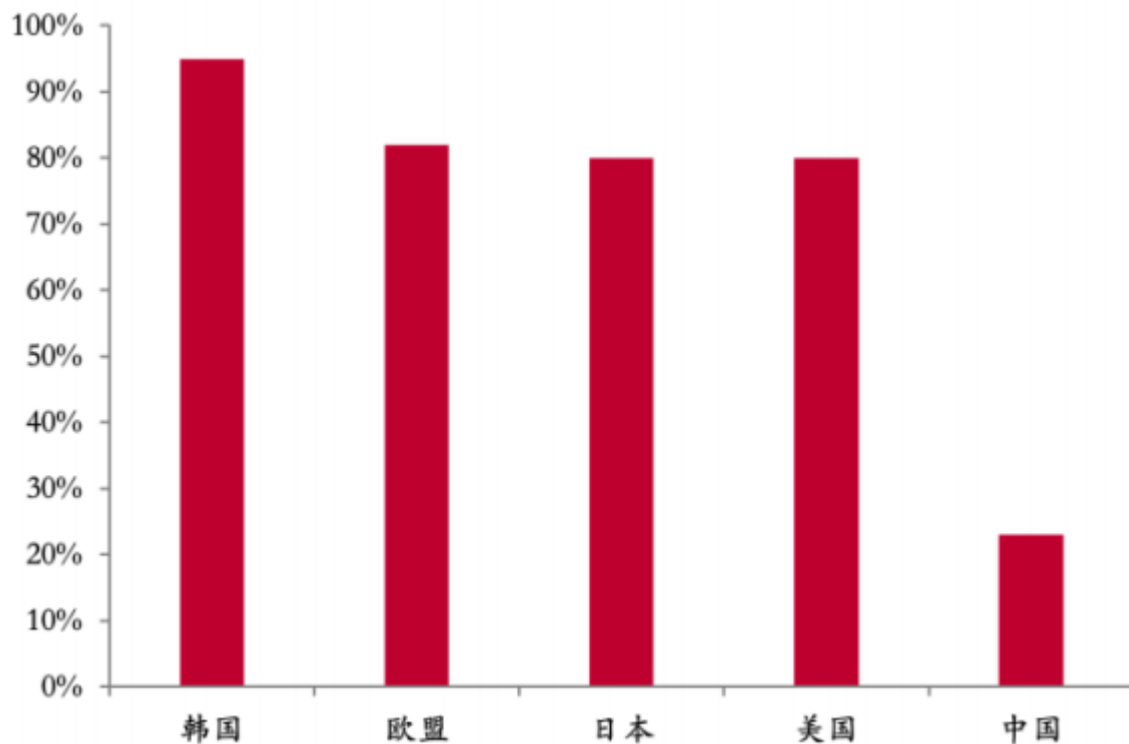
随着 80 后、90 后逐渐成为市场的主力消费人群，消费群体年轻化也在消费观念上发生了巨大的变化。与追求价格优势与性价比的父辈们不同，年轻人消费能力更强，他们在追求更高端产品的同时，也更追求个性化的设计，更贴心的服务体验。

## 第二节 家用净水器行业需求趋势预测

### 一、市场增长预测

随着生活水平的提升，居民对净水器的净化能力提出了越来越高的要求。从发达国家现状看，2022 年，韩国净水器普及率已经高达 95%，欧盟、美国、日本等发达经济体的净水器渗透率同样也达到了 80%及以上，而中国净水器普及率仅为 23%，远低于主要发达经济体，我国净水器市场有巨大的发展空间和潜力。

图表 1 2022 年世界主要地区净水器渗透率 (%)



来源：弗若斯特沙利文、中泰证券研究所

## 二、市场规模预测

随着消费升级，人们对健康生活的追求和水质的要求越来越高，国内家庭净水技术的不断成熟，家用净水器将越来越广泛地应用于普通家庭日常生活中，成为家用电器的必备家电。根据尚普咨询集团数据显示，由于水污染问题日益严重，导致公众对饮用水安全的需求增加。2022 年中国净水器销售量为 739 万台，同比下降 10.55%。净水器在厨电市场中占有较大的份额，达到 33.67%。预计 2023 年全年中国净水器行业市场规模将达到 300 亿元。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/718000112137006024>