

## 2023-2028 年中国热水器行业市场调研及投资潜力分析报告

### 内容概要：

随着新型城镇化、西气东输工程的不断推进，以及“煤改气”、“煤改电”政策相继在各地区落地开花，我国的热水器市场发展空间将进一步扩大。

目前，热水器行业四种主要细分产品电热水器、燃气热水器、太阳能热水器和热泵热水器的销量占比分别约为 48%、39%、11%和 2%；行业前十五大品牌市场占有率接近六成，并形成不断聚集态势。从出口结构看，电热水器和燃气热水器依然是热水器行业出口的主力军，两大产品占据近九成的市场份额。

从房地产精装修市场来看，随着房地产精装修率逐步的提高，精装修热水器市场增长势头也将突进，二线城市市场占主导地位，二、三线及以下县城呈现出较大的增长趋势；从个人消费者消费结构来看，消费人群对热水器的需求日益攀升，从小容量到大容量，从追求温度到追求舒适度、以及二胎家庭的增多等多种因素，热水器市场前景广阔。

前海中泰咨询结合了大量一手市场调研数据以及已有的专业数据库、公开数据信息、合作资源渠道等数据信息资源，深入客观地对热水器行业概况、全球发展现状、宏观发展环境、行业市场规模情况、细分市场状况、营销模式、竞争格局及策略、重点企业经营情况、市场发展前景、发展趋势、兼并重组现状、投资潜力和风险等重点内容进行了全面而系统的分析。

本研究报告数据主要依据于国家统计局、国家商务部、海关总署、国研网、中国家电协会、中国家用电器商业协会、广东省家用电器行业协会、中国知网、前海中泰数据库以及国内外重点期刊杂志等渠道的基础信息，数据详实丰富、准确全面。本研究报告为热水器行业相关企业、销售企业、科研单位、投资企业等准确了解热水器行业现状和市场动态，把握企业定位和投资机遇提供投资决策参考依据，从而在竞争中赢得先机！

### ■ 基本信息

服务形式：电子版/印刷版

交付方式：Email 或特快专递

中文版价格：RMB 9800

英文版价格：USD 7600

服务热线：400-6630-998

订购专线：0755-32919669

订购邮箱：service@qhztzx.com

公司网址：www.qhztzx.com

出版日期：动态更新

### ■ 核心竞争力

- **数据库资源：**涵盖前海中泰数据库、中英文数据库、政府官方数据、合作伙伴资源共享数据库五大主要板块。
- **咨询经验丰富**
- **专业咨询团队**
- **社会公共资源**
- **服务水平与质量**
- **不断创新与探索**

### ■ 核心业务

产业研究 可行性研究报告

园区规划 商业计划书

产业规划 资金申请报告

上市咨询 企业管理咨询

市场调研 投资价值分析报告

招商策划 项目稳定回报论证

数据分析 投资风险评估报告

# 2023-2028 年中国热水器行业市场调研及投资潜力分析报告

## ■ 报告目录

### 第 1 章 热水器行业发展综述

#### 1.1 热水器行业定义及分类

##### 1.1.1 行业概念及定义

##### 1.1.2 行业主要产品大类

##### 1.1.3 行业产业链结构分析

#### 1.2 热水器上游产业供应链发展概况分析

##### 1.2.1 铜业市场发展概况

##### 1.2.2 不锈钢市场发展概况

##### 1.2.3 铝业市场发展概况

##### 1.2.4 塑料市场发展概况

##### 1.2.5 橡胶行业市场发展概况

#### 1.3 热水器行业下游需求行业发展分析

##### 1.3.1 零售业发展分析

##### 1.3.2 家电连锁业发展分析

##### 1.3.3 房地产行业发展分析

### 第 2 章 全球热水器行业发展状况与趋势分析

#### 2.1 全球热水器行业发展现状

##### 2.1.1 全球热水器行业发展概况

##### 2.1.2 全球热水器行业区域分布

##### 2.1.3 全球热水器行业竞争态势

##### 2.1.4 全球热水器发展趋势分析

#### 2.2 美国热水器行业发展状况分析

##### 2.2.1 行业发展现状分析

- 2.2.2 行业主要品牌分析
- 2.2.3 行业发展趋势分析
- 2.3 日本热水器行业发展状况分析
  - 2.3.1 行业发展现状分析
  - 2.3.2 行业主要品牌分析
  - 2.3.3 行业发展趋势分析
- 2.4 欧盟热水器行业发展状况分析
  - 2.4.1 行业发展现状分析
  - 2.4.2 行业主要品牌分析
  - 2.4.3 行业发展趋势分析
- 2.5 全球领先企业热水器发展情况分析
  - 2.5.1 阿里斯顿
  - 2.5.2 A.O. 史密斯
  - 2.5.3 西门子
  - 2.5.4 惠而浦
  - 2.5.5 能率

### 第 3 章 中国热水器行业发展环境 PEST 分析

- 3.1 中国热水器行业政策环境分析
  - 3.1.1 行业管理体制
  - 3.1.2 行业政策体系
  - 3.1.3 行业标准规范
- 3.2 中国热水器行业经济环境分析
  - 3.2.1 中国 GDP 增长情况
  - 3.2.2 工业经济发展形势
  - 3.2.3 社会固定资产投资情况
  - 3.2.4 全社会消费品零售总额
  - 3.2.5 中国融资环境分析
- 3.3 中国热水器行业社会环境分析

- 3.3.1 人口结构环境分析
- 3.3.2 居民人均可支配收入
- 3.3.3 居民消费水平情况
- 3.3.4 中国城镇化率水平
- 3.3.5 居民消费习惯分析

### 3.4 中国热水器行业技术环境分析

- 3.4.1 关键技术发展分析
- 3.4.2 技术发展趋势分析

## 第4章 中国热水器行业市场发展状况分析

### 4.1 中国热水器行业发展现状分析

- 4.1.1 热水器行业发展阶段分析
- 4.1.2 热水器行业区域分布特征
- 4.1.3 热水器行业发展现状分析
- 4.1.4 热水器行业存在问题分析

### 4.2 中国热水器行业市场运行状况分析

- 4.2.1 热水器市场运行现状
- 4.2.2 热水器行业产销规模分析
- 4.2.3 热水器产品渗透率情况
- 4.2.4 热水器市场价格分析

### 4.3 中国热水器行业进出口情况分析

- 4.3.1 热水器进口市场分析
- 4.3.2 热水器出口市场分析

## 第5章 中国热水器主要细分市场发展分析

### 5.1 电热水器行业发展分析

- 5.1.1 行业发展现状分析
- 5.1.2 市场驱动因素分析
- 5.1.3 出口市场规模分析
- 5.1.4 行业存在问题剖析

5.1.5 行业发展趋势分析

## 5.2 燃气热水器行业发展分析

5.2.1 行业发展现状分析

5.2.2 市场驱动因素分析

5.2.3 出口市场规模分析

5.2.4 行业存在问题剖析

5.2.5 行业发展趋势分析

## 5.3 太阳能热水器行业发展分析

5.3.1 行业发展现状分析

5.3.2 市场驱动因素分析

5.3.3 出口市场规模分析

5.3.4 行业存在问题剖析

5.3.5 行业发展趋势分析

## 5.4 热泵热水器行业发展分析

5.4.1 行业发展现状分析

5.4.2 市场驱动因素分析

5.4.3 出口市场规模分析

5.4.4 行业存在问题剖析

5.4.5 行业发展趋势分析

## 5.5 空气能热水器行业发展分析

5.5.1 行业发展现状分析

5.5.2 市场驱动因素分析

5.5.3 行业存在问题剖析

5.5.4 行业发展趋势分析

# 第 6 章 中国热水器行业营销渠道及策略分析

## 6.1 中国热水器消费市场需求群体分析

6.1.1 用户认知程度分析

6.1.2 用户需求特征分析

6.1.3 用户购买途径分析

6.1.4 用户消费习惯分析

6.1.5 用户品类偏好分析

## 6.2 中国热水器行业营销渠道分析

6.2.1 家电连锁渠道

6.2.2 百货渠道

6.2.3 超市渠道

6.2.4 网络渠道

## 6.3 中国热水器行业营销策略分析

6.3.1 热水器行业经营存在问题分析

6.3.2 热水器行业促销策略分析

6.3.3 热水器行业市场开发策略分析

# 第7章 中国热水器行业市场竞争格局分析

## 7.1 热水器行业竞争格局分析

7.1.1 区域分布结构

7.1.2 品牌竞争格局

7.1.3 行业竞争态势分析

## 7.2 热水器行业波特五力竞争模型分析

7.2.1 现有企业间竞争

7.2.2 潜在进入者分析

7.2.3 替代品威胁分析

7.2.4 供应商议价能力

7.2.5 购买者议价能力

## 7.3 品牌竞争核心要素分析

7.3.1 系统培训

7.3.2 盈利模式

7.3.3 服务体系

7.3.4 人才竞争

7.3.5 渠道资源

7.3.6 质量技术保证

## 第 8 章 中国热水器行业重点区域市场发展分析

8.1 热水器行业区域投资环境分析

8.2 不同区域热水器行业发展情况分析

8.2.1 华北地区热水器行业发展情况

8.2.2 东北地区热水器行业发展情况

8.2.3 华东地区热水器行业发展情况

8.2.4 华中地区热水器行业发展情况

8.2.5 华南地区热水器行业发展情况

8.2.6 西南地区热水器行业发展情况

8.2.7 西北地区热水器行业发展情况

## 第 9 章 中国热水器行业标杆企业经营分析

9.1 重点企业一

9.1.1 企业发展概况

9.1.2 产品结构分析

9.1.3 市场布局情况

9.1.4 经营业绩分析

9.1.5 竞争优劣势分析

9.2 重点企业二

9.2.1 企业发展概况

9.2.2 产品结构分析

9.2.3 市场布局情况

9.2.4 经营业绩分析

9.2.5 竞争优劣势分析

9.3 重点企业三

9.3.1 企业发展概况

9.3.2 产品结构分析

9.3.3 市场布局情况

9.3.4 经营业绩分析

9.3.5 竞争优劣势分析

#### **9.4 重点企业四**

9.4.1 企业发展概况

9.4.2 产品结构分析

9.4.3 市场布局情况

9.4.4 经营业绩分析

9.4.5 竞争优劣势分析

#### **9.5 重点企业五**

9.5.1 企业发展概况

9.5.2 产品结构分析

9.5.3 市场布局情况

9.5.4 经营业绩分析

9.5.5 竞争优劣势分析

#### **9.6 重点企业六**

9.6.1 企业发展概况

9.6.2 产品结构分析

9.6.3 市场布局情况

9.6.4 经营业绩分析

9.6.5 竞争优劣势分析

#### **9.7 重点企业七**

9.7.1 企业发展概况

9.7.2 产品结构分析

9.7.3 市场布局情况

9.7.4 经营业绩分析

9.7.5 竞争优劣势分析

#### **9.8 重点企业八**



- 9.8.1 企业发展概况
- 9.8.2 产品结构分析
- 9.8.3 市场布局情况
- 9.8.4 经营业绩分析
- 9.8.5 竞争优劣势分析

## 9.9 重点企业九

- 9.9.1 企业发展概况
- 9.9.2 产品结构分析
- 9.9.3 市场布局情况
- 9.9.4 经营业绩分析
- 9.9.5 竞争优劣势分析

## 9.10 重点企业十

- 9.10.1 企业发展概况
- 9.10.2 产品结构分析
- 9.10.3 市场布局情况
- 9.10.4 经营业绩分析
- 9.10.5 竞争优劣势分析

# 第 10 章 中国热水器行业发展趋势与前景预测

## 10.1 中国热水器行业发展趋势分析

- 10.1.1 技术发展趋势
- 10.1.2 产品发展趋势
- 10.1.3 市场价格走势

## 10.2 中国热水器行业市场前景展望

- 10.2.1 市场发展前景展望
- 10.2.2 行业市场规模预测

## 10.3 热水器行业投资兼并重组整合分析

- 10.3.1 投资兼并重组现状
- 10.3.2 投资兼并重组案例

10.3.3 投资兼并重组趋势

## 第 11 章 中国热水器行业发展投资潜力分析

### 11.1 中国热水器行业市场投资机会分析

11.1.1 产业链投资机会分析

11.1.2 细分市场投资机会分析

11.1.3 重点区域投资机会分析

### 11.2 中国热水器行业市场投资潜力分析

11.2.1 行业发展影响因素分析

11.2.2 行业市场投资潜力分析

### 11.3 中国热水器行业市场投资风险预警

11.3.1 技术更新风险

11.3.2 市场价格风险

11.3.3 行业竞争风险

11.3.4 产品结构风险

## ■ 图表目录

图表 1：中国国内生产总值

图表 2：中国工业增加值及同比增速

图表 3：我国人口数量及其构成情况

图表 4：中国农村居民人均纯收入情况

图表 5：中国城镇居民人均可支配收入情况

图表 6：中国社会消费量零售总额

图表 7：中国城镇化率水平

图表 8：中国热水器行业产量规模情况

图表 9：中国热水器行业销量规模情况

图表 10：中国热水器行业出口规模情况

图表 11：中国热水器市场品牌关注比例分布情况

图表 12: 中国热水器行业区域分布结构

图表 13: 重点企业一主要经济指标分析

图表 14: 重点企业一盈利能力分析

图表 15: 重点企业一运营能力分析

图表 16: 重点企业一偿债能力分析

图表 17: 重点企业一发展能力分析

图表 18: 重点企业二市场营销网络布局

图表 19: 重点企业二主要经济指标分析

图表 20: 重点企业二盈利能力分析

... ..

更多图表详见报告原文或咨询客服。

如需了解报告详细内容, 请直接致电前海中泰咨询客服中心。

全国服务热线: **400-6630-998 0755-32919669**

QQ 在线咨询: **3119207588**

电子邮箱: **service@qhztzx.com**

公司网站: **www.qhztzx.com**

大批量采购报告可享受会员特惠, 详情请来电咨询, 我们会竭诚为您服务!

**【版权声明】** 本报告由前海中泰咨询出品, 版权归前海中泰(深圳)研究咨询控股有限公司所有, 拥有唯一著作权。前海中泰咨询的咨询产品为有偿提供给购买该产品的客户使用, 并仅限于该客户内部使用。本报告及相关资料未经前海中泰(深圳)研究咨询控股有限公司书面授权许可, 任何网站或媒体不得复制、转载或引用。