

2022-2028年中国水质检测 行业分析与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国水质检测行业分析与投资战略研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202202/270128.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

水是生命之源，人类在生活和生产活动中都离不开水，生活饮用水水质的优劣与人类健康密切相关。随着社会经济发展和科学进步和人民生活水平的提高，人们对生活饮用水的水质要求不断提高，饮用水水质标准也相应地不断发展和完善。由于生活饮用水水质标准的制定与人们的生活习惯、文化、经济条件、科学技术发展水平、水资源及其水质现状等多种因素有关，不仅各国之间，而且同一国家的不同地区之间，对饮用水水质的要求都存在着差异。

水质监测设备销售量提升迅速，已超过烟气监测成为第一大细分市场。受益于环保相关政策的影响，近年来我国的监测行业发展迅速。根据《环境监测仪器行业2017年发展综述》中统计的数据，2017年，监测仪器行业的总销售额突破了65亿元，同比增长1.56%；共计销售各类环境监测产品56,575台（套），同比2016年增长38.5%。在参与调查的烟尘烟气设备、环境空气、水质设备、采样器、数采仪五类产品中，水质监测设备增长最快，共销售19,345台（套），同比增长86.3%。从分类占比来看2017年水质监测设备销售量首次超过烟气烟尘监测设备，占比达到34%，成为监测设备销售中第一大细分市场。我国环境监测仪器产品结构数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国水质检测行业分析与投资战略研究报告》共十二章。首先介绍了水质检测行业市场发展环境、水质检测整体运行态势等，接着分析了水质检测行业市场运行的现状，然后介绍了水质检测市场竞争格局。随后，报告对水质检测做了重点企业经营状况分析，最后分析了水质检测行业发展趋势与投资预测。您若想对水质检测产业有个系统的了解或者想投资水质检测行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 水质检测产业概述

第一节 水质检测定义

第二节 水质检测项目分类

一、反映水质状况的综合指标

二、检测有毒物质

第二节 水质检测行业监测方法

一、化学法

二、电化学法

三、原子吸收分光光度法

四、离子选择电极法

五、离子色谱法

六、气相色谱法

七、等离子体发射光谱（ICP—AES）法

第三节 水质检测行业特点

第三节 水质检测发展历程

第二章 中国水质检测行业运行环境分析

第一节 中国水质检测运行经济环境分析

一、经济发展现状分析

二、当前经济主要问题

三、未来经济运行与政策展望

第二节 中国水质检测产业政策环境分析

一、水质检测行业监管体制

二、水质检测行业主要法规

三、主要水质检测产业政策

第三节 中国水质检测产业社会环境分析

一、人口规模及结构

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、居民收入及消费情况

第三章 国际水质检测行业发展态势分析

第一节 国际水质检测市场发展现状分析

第二节 国外主要国家水质检测市场现状

一、美国

二、欧洲

三、日本

第三节 国际水质检测行业市场前景展望

第四章 中国水质检测行业发展概述

第一节 中国水质检测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 中国水质检测所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国水质检测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

第五章 中国水质检测行业重点地区市场调研

第一节 2015-2019年中国水质检测行业重点城市竞争分析

一、北京地区水质检测行业发展现状及特点

二、上海地区水质检测发展现状及特点

三、广州地区水质检测发展现状及特点

四、深圳地区水质检测发展现状及特点

第二节 2015-2019年其他区域市场动态分析

第六章 中国水质检测行业价格走势及影响因素分析

- 第一节 国内水质检测行业价格回顾
- 第二节 国内水质检测行业价格走势预测
- 第三节 国内水质检测行业价格影响因素分析

第七章 中国水质检测行业细分市场调研分析

第一节 污染源水质检测行业调研

- 一、行业现状
- 二、行业发展前景预测

第二节 地表水水质检测行业调研

- 一、行业现状
- 二、行业发展前景预测

第八章 中国水质检测行业客户调研

- 第一节 水质检测行业客户偏好调查
- 第二节 客户对水质检测品牌的首要认知渠道
- 第三节 水质检测品牌忠诚度调查
- 第四节 水质检测行业客户消费理念调研

第九章 中国水质检测行业竞争格局分析

- 第一节 2015-2019年水质检测行业集中度分析
 - 一、水质检测市场集中度分析
 - 二、水质检测企业集中度分析
- 第二节 2015-2019年水质检测行业竞争格局分析
 - 一、水质检测行业竞争策略分析
 - 二、水质检测行业竞争格局展望
 - 三、我国水质检测市场竞争趋势

第十章 中国水质检测行业重点企业发展调研

- 第一节 河北华清环境科技有限公司
 - 一、企业发展简况分析
 - 二、企业产品服务分析
 - 三、企业经营状况分析

四、企业竞争优势分析

第二节 宁波理工环境能源科技股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

四、企业竞争优势分析

第三节 汉威科技集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

四、企业竞争优势分析

第四节 北京鼎盛光华科技有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

四、企业竞争优势分析

第五节 杭州绿洁水务科技股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

四、企业竞争优势分析

第六节 谱尼测试集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

四、企业竞争优势分析

第七节 广东中润检测技术有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

四、企业竞争优势分析

第八节 江苏苏博检测技术有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业竞争优势分析

第十一章 2022-2028年中国水质检测市场预测及发展建议

第一节 2022-2028年中国水质检测市场预测分析

目前，水质监测主要包括地表水监测、污染源监测以及地下水监测三个部分。对三个部分未来自动监测站点建设以及第三方运维的市场空间进行了相关测算。水质监测市场总体规模测算

算	- 2019E	2020E	2021E	地表水监测	- - -	建设费用（亿元）	100.18	101.4	101.41
运维费用（亿元）	38.6	67.14	95.67	建设及运维合计（亿元）	138.78	168.53	197.08	污染源监测	- - -
建设费用（亿元）	57.19	57.19	57.19	运维费用（亿元）	97.23	91.51	85.79	建设及运维合计（亿元）	154.42
148.7	142.98	地下水监测	- - -	运维费用（亿元）	5.44	10.88	16.32	水质监测费用合计	- - -
建设费用（亿元）	157.37	158.59	158.6	运维费用（亿元）	141.27	169.53	197.78	建设及运维合计（亿元）	298.64
328.11	356.38	数据来源：公开资料整理							

- 一、中国水质检测行业市场规模预测
- 二、中国水质检测行业发展前景展望

第二节 2022-2028年中国水质检测企业发展策略建议

- 一、融资策略
- 二、人才策略

第三节 2022-2028年中国水质检测企业营销策略建议

- 一、定位策略
- 二、价格策略
- 三、促销策略

第十二章 对水质检测行业投资的建议及观点（）

第一节 水质检测行业投资效益分析

第二节 水质检测行业投资风险分析

- 一、政策风险
- 二、宏观经济波动风险
- 三、技术风险

四、其他风险

第三节 水质检测行业应对策略

第四节 水质检测行业的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题（ ）

图表目录：

图表：2015-2019年中国季度GDP增长率走势图

图表：2015-2019年中国分产业季度GDP增长率走势图

图表：2015-2019年中国固定资产投资走势图

图表：2015-2019年中国东、中、西部地区固定资产投资走势图

图表：2015-2019年中国工业增加值走势图

图表：2015-2019年中国社会消费品零售总额走势图

图表：2015-2019年中国社会消费品零售总额构成走势图

图表：2015-2019年中国分月度进出口走势图

图表：2015-2019年中国CPI、PPI走势图

图表：2015-2019年中国货币供应量走势图

图表：2015-2019年中国存、贷款量走势图

图表：2015-2019年中国汇储备总额走势图

图表：2015-2019年中国人口性别分布情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/270128.html>