



2024 年中国智能净水服务行业白皮书

2025 年 5 月

目录

中国净水器行业概览.....	3
1 中国净水器行业概览	3
1.1 中国净水器行业的定义和分类	3
1.2 中国净水器行业发展历程	5
1.3 中国净水器行业技术进程分析	6
1.4 中国净水器行业产业链分析	8
1.5 中国净水器行业市场规模	9
1.6 中国净水器行业痛点分析	9
2 中国智能净水服务行业概览	11
2.1 中国智能净水服务行业的定义和特点	11
2.2 中国智能净水服务行业商业模式	12
2.3 中国智能净水服务行业市场规模	13
2.4 中国智能净水服务行业驱动因素	14
2.5 中国智能净水服务行业竞争者格局	14
3 中国智能净水服务行业主要参与者概览	15
3.1 蓝密码物联网科技有限公司	15
3.2 四川兆泉怡生科技有限公司	16
3.3 深圳市康心源智能设备有限公司	16
3.4 雅旌智能科技（上海）有限公司	17
3.5 苏州谷代信息科技有限公司	17

中国净水器行业概览

1 中国净水器行业概览

1.1 中国净水器行业的定义和分类

净水器是指通过物理、化学或复合过滤技术对自来水进行深度净化的设备，用以去除水中的悬浮物、细菌、重金属、有机污染物等有害物质，提升饮用水的安全性及口感质量。包括过滤器、净水器、软水机、净水直饮机等产品类别。

按照应用领域划分，净水器主要分为家用净水器和商用净水器，满足厨房、卫浴、办公场所、校园等不同场景的用水需求：

- **家用净水器：**家用净水器是指专为家庭用户饮用水场景设计的净水器产品，主要通过超滤、反渗透等技术去除水中杂质、重金属及有害微生物，以提升居民饮水安全和口感。设计上强调操作便捷性、结构紧凑性及成本可控性，广泛应用于厨房、客厅等家庭场景。
- **商用净水器：**商用净水器是指围绕企业用户在商业场所的水处理需求所制造的净水器产品，适用于集中供水及大流量使用场景。主要应用于办公楼、学校、医院、餐饮等非家庭场景。

	家用净水器	商用净水器
使用场景	• 日常饮用，家庭烹饪	• 办公用水，校园用水等
出水量	• 出水量较小，每小时可处理几十升水，满足家庭分散用水需求	• 出水量较大，每小时可处理数百升水，可应对高峰期的集中用水需求
安全性	• 过滤技术多样，符合直饮标准	• 过滤技术多样，符合直饮标准
结构设计	• 体积小巧，安装简便，滤芯更换频率较低	• 结构复杂，需专业安装，滤芯更换率较高
成本维护	• 价格较低，维护成本较低	• 价格较高，维护成本较高

资料来源：弗若斯特沙利文

按照净化流程环节划分，净水器包括前端净水设备和后端净水设备，分别在不同用水环节对水质进行相应处理：

- **前端净水设备：**前端净水设备主要包括前置过滤器和中央净水器。前置过滤器是安装于自来水入户管道前端的初级净水设备，主要用于拦截泥沙、铁锈、大颗粒杂质等悬浮物，以保护后续净水系统及用水设备。该类产品多用于家用或商用建筑的整体供水前端，属于基础性保护装置，

用以改善整个供水系统。中央净水器是安装于入户主水管道上的全屋水系统，主要面向家用住宅或商用场所，为全屋多个用水终端提供统一净化的水源。中央净水器侧重去除余氯、异味、有机物和颜色等，提升生活用水整体水质。

- **后端净水设备：**后端净水设备主要包括末端净水器。末端净水器是指部署于直饮水用水端的高精度净水设备，主要应用于家庭日常饮水及商用场所的集中直饮水需求。末端净水器通常采用超滤或反渗透（RO）等精密过滤技术，能够有效去除水中的细菌、病毒、重金属及其他微小有害物质，输送可满足直接饮用标准的高品质净水，其多安装于厨房水龙头下或水槽下方。



资料来源：弗若斯特沙利文

按照智能化程度划分，净水器包括传统净水器和智能净水器：

- **传统净水器：**是指以物理过滤和化学吸附等技术为核心，通过内置滤芯组件对自来水进行净化处理的基础性净水器。传统净水器主要采用机械式操作与独立运行机制，设备运行过程中对信息感知与反馈能力有限，滤芯更换及设备维护多依赖用户主观判断和人工操作。传统净水器在一定程度上满足了用户对基础饮用水净化的需求，但整体功能相对单一。
- **智能净水器：**智能净水器是在传统净水器的基础上融合物联网、传感器、云计算等前沿信息技术，构建起具备智能感知、远程控制、数据分析与服务管理能力的智能化净水系统。该类产品通常具备滤芯寿命监测、水质实时检测、运行状态异常预警、远程控制与维护等功能，显著提升了产品使用的便捷性、运维管理的效率以及服务的个性化水平。

	传统净水器	智能净水器
技术架构	以机械过滤或半自动化电控为主，主要依赖物理/化学滤芯进行净水处理	基于物联网、大数据等技术架构，系统集成传感器与智能控制单元，实现自动化运行及数据联动功能
功能性	具备基本的过滤功能	具备实时水质监测、滤芯寿命管理、故障预警、用水数据分析、远程控制等功能
用户体验	需要用户依靠经验或定期检查净水器使用状态，滤芯更换及设备维护亦需通过人工操作完成	通过APP或小程序界面，用户实时可视化管理水质与设备状态，部分支持水温自定义与安全童锁等功能
产品形态	形态较为单一，多以厨下式或台上式为主，难以支持复杂或个性化用水场景	产品形态丰富，涵盖厨下式、台上式、壁挂式、全屋系统等，能适配多元化家庭与商业场景需求
数据管理	无数据反馈能力，难以支撑企业实现基于数据驱动的服务升级与产品优化	通过采集用户用水行为与设备运行数据，为企业构建用户画像、实现精准营销与产品迭代提供依据

资料来源：弗若斯特沙利文

1.2 中国净水器行业发展历程

中国净水器行业起步于 20 世纪 80 年代，随着我国经济快速发展和居民生活水平不断提高，饮水健康逐渐成为大众关注的重点领域，进一步推动了行业的发展。行业最初以整机销售模式为核心的传统经营为主，用户通过一次性购买获得净水器，行业以渠道扩张和净水器普及为主要增长路径。进入 21 世纪后，居民健康意识不断增强，饮水安全问题受到广泛关注，净水器在家庭场景中快速普及，推动行业进入高速成长期。在此阶段用户群体不断下沉，渗透率稳步提升，为行业奠定了坚实的用户基础。与此同时，伴随物联网、大数据等信息技术的发展，用户对用水安全、设备运维与服务体验的综合性需求不断提升。同时，传统整机销售模式逐渐暴露出售后服务缺失、设备使用率不足等问题。

为应对上述挑战，行业逐步转向产品与服务一体化的发展模式，服务模式和租赁模式开始出现，通过降低用户初始购置成本并配套定期滤芯更换和运维服务，提升了用户生命周期价值。行业向服务模式的转变，有效提升了用户体验，同时增强了企业对终端用户的管理能力，成为行业发展的重要推动力。以下为中国净水器行业发展历程：

- **行业发展初期（1980-1999 年）：**中国净水器行业整体尚未形成规模，产业链处于初级发展状态。标准体系、技术规范及监管机制尚未建立，行业呈现出高度分散的特征。在此阶段的市场参与者较少，用户健康意识较弱，产品价格较高且普及率较低，商业模式和渠道体系尚未成熟。
- **快速发展期（2000-2009 年）：**此阶段以满足用户的基础净水需求为主，技术形态较为单一，渠道体系初步建立。水污染的加剧推动了用户健康饮水意识提升，净水器开始进入普通家庭。产品类型逐渐丰富，市场规模快速扩张。然而，由于行业规范尚未形成统一标准，虽企业数量快速增

长，但整体质量水平参差不齐。

- **技术升级期（2010-2019 年）：**本土品牌与国际品牌在市场中同台竞争，产业链上下游逐步完善，行业格局进入多元化竞争阶段。物联网、大数据等技术推动了净水器产品的智能化与信息化升级，推动产品向高附加值方向发展。企业加快技术研发步伐，在推动产品快速迭代的同时不断提升用户服务体验。行业开始迈入多元化竞争与结构优化的阶段。
- **市场调整期（2020-2022 年）：**行业内部面临短期库存压力、渠道调整等多重挑战。受房地产下行与疫情影响，净水器作为家装配套产品，其需求呈阶段性回落。在此阶段，线上销售渠道迅速崛起，综合性电商平台、新兴电商平台、直播带货等新兴渠道成为主要增长动力，推动行业加速数字化转型。行业短期内增长承压，但中长期发展前景依然广阔。
- **稳步发展期（2023 年-至今）：**随着行业标准与监管机制的逐步健全，净水器行业市场秩序日趋规范，竞争格局由无序状态逐步转向良性发展，产业链协同效率不断提升。消费者健康意识的持续提升推动净水器渗透率稳步增长。具备技术与渠道优势的企业逐步确立行业领先地位。监管体系的持续完善与市场环境的日趋成熟，为行业健康发展提供了有力保障。伴随技术创新的不断深化，行业展现出良好的可持续增长潜力。

近年来，随着智能化水平的提升和水资源管理理念的持续优化，智能净水服务模式逐步兴起，企业通过部署智能净水器，结合流量监控、远程管理和数据分析，逐步实现由以整机销售为主的产品导向，向以服务输出为核心的服务模式转变，并进一步迈向以数据资产为价值驱动的数字化运营体系。服务模式强化了企业的服务属性与持续收入能力，推动行业从单一净水器销售向系统性、平台化服务升级，标志着净水器行业迈入高质量发展阶段。在政策扶持增强与技术不断进步的双重驱动下，净水器行业发展基础持续夯实，行业未来市场空间广阔，具备显著的中长期增长潜力。

1.3 中国净水器行业技术进程分析

中国净水器行业的技术发展历程呈现出由单一化向多元化、集成化方向演进的趋势，核心净水技术持续迭代。行业经历了从基础性物理过滤向高精度膜分离技术的技术升级，呈现出梯度化发展趋势。逐步构建起以粗滤、超滤、纳滤和反渗透（RO）为核心的多层次净化体系。

- **起步探索阶段：**净水器产品主要引入基础性过滤技术，重点包括粗滤与

活性炭吸附两大技术。粗滤主要通过 PP 棉、陶瓷滤芯等物理介质，拦截水中的大颗粒杂质，如铁锈、泥沙、悬浮物等，实现初步净化并延长后续滤芯使用寿命。活性炭吸附技术则依托活性炭材料发达的孔隙结构和较大的比表面积，通过物理吸附与化学作用，有效去除水中的有机物、异味、余氯等污染物，进一步提升水质与口感。该阶段的技术应用为后续净水技术体系的升级与演进奠定了重要基础。

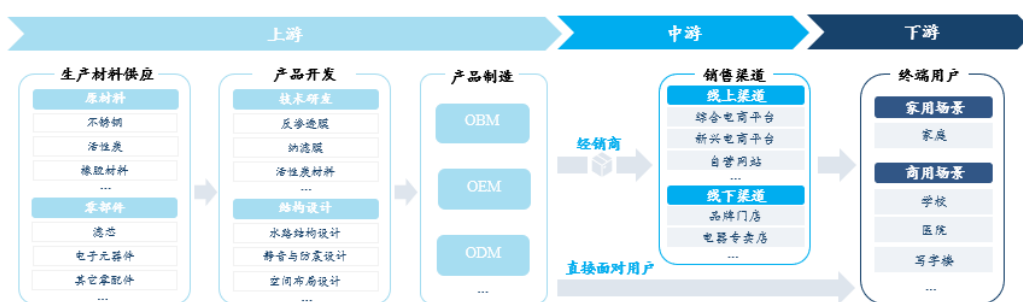
- **规模化应用阶段：**超滤技术进入家庭净水市场，显著提升净水效果。超滤通常采用中空纤维膜或毛细管膜，膜孔径约为 0.01 至 0.1 微米，能够有效去除水中的细菌、胶体以及部分有机物污染。与此同时，多级过滤结构被广泛引入，通过将 PP 棉、活性炭、KDF（金属离子还原材料）与超滤膜等不同类型滤材组合使用，形成多级过滤系统，在提升净化精度的同时，实现了对污染物的分级去除，进一步改善水质。
- **技术跃迁阶段：**纳滤技术在家庭应用场景中逐步普及，反渗透（RO）技术开始成为市场主流。纳滤膜的典型孔径为 0.001 至 0.01 微米，可有效去除部分重金属、农药残留、大分子有机物及细菌，并在一定程度上保留水中有益矿物质。相比之下，RO 膜孔径更小，约为 0.0001 微米，具备几乎完全去除水中溶解性杂质（包括细菌、病毒、重金属离子及溶解性盐类）的能力。此外，复合滤芯集成技术在此阶段逐步实现商业化，多个滤材被整合于单一滤芯中，简化了滤芯更换流程并降低了维护频率。
- **集成智能化阶段：**反渗透（RO）技术持续迭代升级，已成为中国净水器行业主导的核心净化路径。在膜材料科学、制造工艺及组件集成能力协同提升的推动下，反渗透技术不断优化，如高通量 RO 膜的应用显著提升了净水系统的产水效率。同时，RO 膜与其他膜分离技术（如超滤 UF、纳滤 NF）融合应用，催生出多功能复合膜组件，兼顾深度净化能力与差异化功能输出，有效实现对细菌、病毒、重金属、农药残留、溶解性盐类等多种污染物的高效去除。随着 RO 技术的加速商业化，净水器系统的废水排放比例持续降低，资源利用效率和环境可持续性进一步提升。

总体来看，净水器行业的技术发展进程不仅反映出水处理工艺的持续精细化趋势，更体现出绿色节能、高效智能与健康导向的产业升级逻辑，成为推动净水器消费升级与市场细分化的重要技术基础。

1.4 中国净水器行业产业链分析

在中国净水器行业的产业链中，净水器产品通常依次经历原材料供应、产品开发与产品制造等上游环节，随后通过销售渠道进入市场。产品在制造完成后，企业可根据市场策略选择不同的产品提供模式，包括整机销售模式、租赁模式或服务模式提供产品，并通过经销商或通过直接面对用户的方式触达终端用户。

其中，经销商模式通常需要通过多层级的经销商渠道完成逐级分销，最终由零售商向终端用户销售产品或提供相关服务。而直接面对用户的方式则指产品或服务由品牌商或制造商直接提供给终端用户，省略中间渠道，以实现更高效的用户触达与服务反馈。



资料来源：弗若斯特沙利文

产品制造通常可分为三种模式，OBM、OEM 和 ODM：(i) OBM 是指企业以自有品牌开展产品的设计、生产和销售，对产品开发全过程，包括设计、制造及市场推广等，承担全部责任；(ii) OEM 是指企业按照采购方的要求生产产品或零部件，并由采购方以其自有品牌进行销售。在该模式下，制造企业主要负责生产环节，而产品的品牌与市场推广则由采购方负责；(iii) ODM 是指企业根据采购方的技术要求或产品规格，完成产品的设计与制造工作。采购方可将该产品冠以其自有品牌并纳入其产品体系进行销售。

终端用户主要集中于家庭和商用两大使用场景。在家庭场景中，净水器被广泛部署于厨房、客厅或卫浴空间，家庭场景主要强调产品的紧凑性、智能化和用户友好体验。而在商用领域，产品多应用于办公楼宇、学校、医院、餐饮等场景，通常需要满足更大流量、更高频次的用水需求，对系统稳定性和维护响应能力提出更高要求。不同场景的差异化服务需求推动了企业在产品设计、用户运维及服务交付体系上的持续投入和优化，形成从净水器制造到服务运维的全链路运营能力，行业从“产品导向”向“服务导向”的转型趋势逐步深化。

整体来看，中国净水器行业正加速向智能化、高端化及服务集成化方向发展。上游滤材、膜技术和感应器等关键组件持续迭代，为产品性能优化和能耗降低提

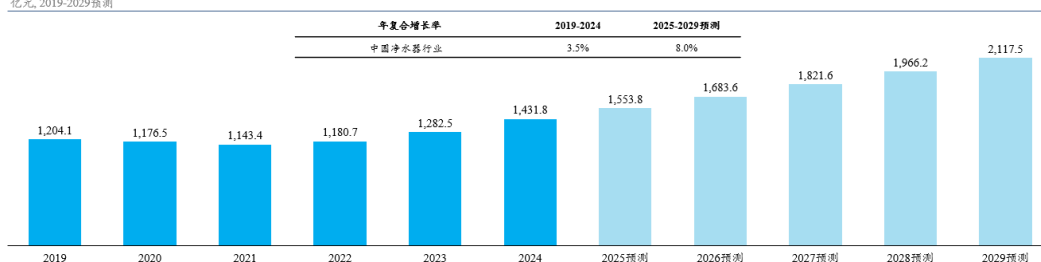
供技术支持。在物联网与云技术的推动下，智能净水服务模式加快落地，净水管理服务逐步由被动响应升级为主动监测、远程维护和个性化管理。

1.5 中国净水器行业市场规模

中国净水器行业市场规模总体呈现稳步增长态势。早期增长主要得益于居民消费升级及健康饮水意识的持续提升，2020 年新冠疫情爆发，短期内对部分地区的物流配送及销售渠道造成一定冲击，导致市场出现波动。然而，疫情显著增强了公众对饮水健康与安全的关注，推动 2023 年净水器需求实现快速回暖和增长。与此同时，线上销售渠道的快速发展与净水器产品智能化升级不断提升用户认同度和购买意愿，成为市场扩张的重要驱动力。

此外，政府在饮用水安全领域持续加强监管力度，并不断出台相关支持政策，为行业发展提供了稳定的制度保障与良好的外部环境。综合来看，产品技术的持续升级与政策支持的协同发力，共同驱动了中国净水器行业快速发展，展现出了良好的市场前景和稳健的增长潜力。按收入计，2024 年中国净水器行业市场规模达到了 1,431.8 亿元。

中国净水器行业市场规模,按收入计
亿元, 2019-2029 预测



资料来源：弗若斯特沙利文

预计未来，随着技术创新的持续推进，行业智能化进程将进一步加快，智能净水服务模式有望成为驱动行业发展的核心动力。在疫情及宏观经济因素的影响下，用户消费理念趋于理性，愈发重视产品的使用成本与服务体验。服务模式与租赁模式快速兴起，有效降低了用户的净水器购置门槛，满足了多样化的使用需求。同时，智能化技术推动远程监控与个性化服务不断发展，显著提升用户对服务的依赖度，进一步助力行业实现高质量发展。预计 2025 至 2029 年间，中国净水器行业市场规模将以 8.0% 的年复合增长率稳步增长。

1.6 中国净水器行业痛点分析

售后服务体系不完善，用户体验有待提升。净水器作为大件消费品，具有滤芯更换频繁、设备维护要求高等特点，用户对售后服务的依赖性较强。然而，目

前行业服务体系尚未形成统一规范，特别是在三四线城市及农村地区，服务网点布局稀疏、响应效率偏低，用户维护成本高企，影响终端用户的使用体验和品牌黏性。此外，行业内企业数量众多、市场参与者良莠不齐，部分中小品牌缺乏专业化的服务能力，售后保障水平参差不齐，进一步削弱了行业整体服务质量与用户信任。同时，不少企业尚未建立完善的用户关系管理机制，难以实现对用户全生命周期的精细化运营与价值最大化管理，在一定程度上制约了用户资产的积累及品牌长期发展的可持续性。

净水器产品购买的较高成本，抑制了用户购买意愿。在传统整机销售模式下，用户需承担较高的一次性净水器投入成本。对于价格敏感型人群而言，尤其是三四线城市及农村地区的居民，这一初期投入使他们在经济上具有一定压力，成为降低其购买意愿的重要因素。此外，在当前宏观经济不确定性加剧、居民消费日趋理性的背景下，用户愈发重视支出结构的合理性及产品在长期使用过程中的性价比，倾向于控制非必要支出。在此背景下，高额的一次性投入模式与日益普遍的“轻资产、重服务”消费理念之间存在一定程度的不匹配，影响了部分用户的购买决策。

渗透率仍处于中低水平，区域发展不均衡。一线及部分二线城市虽然具备较为稳固的市场基础，但与日韩、美欧等发达市场相比，净水器普及率仍显不足，三四线城市及农村地区尤为薄弱。当前市场面临的主要挑战包括：(i)城乡居民在饮用水安全意识方面存在显著差距，下沉市场健康认知水平有限，导致净水器尚未形成稳定的刚性需求特征；(ii)低线市场用户对价格高度敏感，传统整机销售模式较高的初期投入及后续维护成本加大了消费阻力；(iii)渠道建设及服务网络覆盖仍不完善，难以有效支撑产品或服务的广泛推广与及时售后服务，进一步制约市场渗透率的提升。消费结构仍处于从“非刚性需求”向“核心需求”转变的过渡阶段，市场认知度偏低、使用习惯尚未形成，整体发展仍面临一定挑战。

政策推动行业转型，节能转型面临技术适配挑战。近年来，国家陆续出台《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》《推进普惠金融高质量发展》等多项政策，持续推动净水器行业向绿色、节能与高质量方向转型。在政策支持下，中国净水器行业保持快速增长态势，但在扩张过程中，水资源浪费、用水成本偏高等问题日益凸显。为引导净水产品提升节水性能、规范行业制造标准，国家自2021年起实施《净水机水效限定值及水效等级》强制性标准，旨在推动高效节水型产品的推广和消费者用水习惯的转变。该标准的实施在强化节能环保导向、提

升行业准入门槛的同时，也对企业产品的技术能力提出更高要求。目前，部分净水器产品受限于膜材料性能、系统结构设计等技术因素，尚难以满足较高水效等级标准，实际运行中存在废水率偏高、单位耗水成本较高等问题。总体来看，尽管行业整体正向绿色、高效方向加速转型，但部分企业在节能环保技术落地方面仍面临一定挑战。

2 中国智能净水服务行业概览

2.1 中国智能净水服务行业的定义和特点

智能净水服务指的是设备及滤芯免费投放，用户按净水流量或时长付费。智能净水服务是一种典型的产品服务化运营的模式，其核心在于通过净水器及滤芯免费投放，用户按净水流量或使用时长付费的方式，显著降低用户的初期资金投入成本，提升产品普及率及用户忠诚度。智能净水服务模式实现了对净水器运行状态、水质变化及滤芯寿命的实时监控。通过精准计费、智能维护和主动服务，企业能够构建高频次、长周期的用户运营体系，提升运营效率和用户体验。该服务模式的独特性有效提高了用户的复购率和品牌忠诚度。智能净水服务具备以下特点：

- **技术特点：**智能净水服务主要采用反渗透（RO）技术。反渗透净水器利用半透膜实现对水中溶解性固体、有害物质及微生物的高效去除。RO膜能够去除水中超过99%的溶解性物质，包括重金属、细菌和病毒等，其在滤除细菌、水垢及重金属等有害物质方面的效果显著优于纳滤和超滤技术。
- **服务特点：**智能净水服务以“长期服务、免费更换及定期上门”为核心，构建覆盖全生命周期的标准化服务体系。品牌方基于滤芯寿命及水质监测数据，主动开展滤芯免费更换工作，并依托数据监测体系安排专业技术人员定期上门巡检与维护，确保设备持续稳定高效运行。
- **智能化特点：**智能净水服务依托物联网及数据分析技术，具备明显的智能化优势。通过对水质变化、滤芯状态及设备运行状况的实时监控，系统能够结合用户使用习惯和水质条件，自动生成个性化的滤芯更换周期，并实现故障预警与服务提醒。该智能管控机制有效提升了设备运维效率与服务响应速度，成为构建高频次、个性化用户运营体系的重要支撑。

智能净水服务凭借高复购率、强用户忠诚度及收入持续性，成为推动行业从“销售产品”向“销售服务”转型的关键支点。随着5G、物联网及智能家居技术的

广泛普及，以及用户对健康饮水服务的持续性与个性化需求不断提升，该服务模式有望重塑行业竞争格局，成为驱动净水器行业高质量发展的重要力量。

2.2 中国智能净水服务行业商业模式

中国净水器行业的商业模式正处于从产品导向向智能驱动型的服务导向转型，展现出产品与服务协同驱动的演进轨迹。在中国净水器行业发展的初期阶段，整机销售模式长期占据主导地位，用户通过一次性购置净水器获得产品使用权，在一定程度上满足了净水产品初步普及和初级市场需求。然而，该模式高度依赖前端销售，且后续服务体系不健全、复购率较低等问题，限制了用户生命周期价值的提升。随着行业步入成熟发展阶段，租赁模式逐步兴起，通过显著降低初期一次性投入成本，并配套提供设备运维、滤芯更换等增值服务，进一步优化了用户体验，促进了市场的中期发展与用户习惯培养。近年来，伴随智能硬件与物联网技术的发展，服务模式快速演进，以按流量计费或按使用时长计费为核心的服务模式快速发展，推动了行业升级。这一模式不仅实现了对用户使用行为的精细化管理，还成为了推动净水器行业迈向规模化、标准化及高质量发展的核心驱动力。

	整机销售模式	租赁模式	服务模式
商业模式	用户一次性支付净水器的整机费用，获得净水器所有权	用户按月/季/年支付固定租金，获得净水器使用权	品牌免费投放净水器及滤芯，按用户净水流量或时长计费
前期投入	用户初期投入较高，需在购买时一次性支付净水器的整机费用	用户单次投入低于整机销售模式，分期支付费用降低用户资金压力	用户投入较租赁模式更低，净水器免费投放，大幅降低了净水器使用门槛
设备管理	用户需自主进行净水器的日常管理、运行维护及滤芯更换	用户需主动联系相关厂商进行净水器的运行维护及滤芯更换	品牌全流程远程智能监控净水器的运行状态、并负责滤芯更换及故障修复
用户特征	中高端消费群体，初期一次性投入低敏感	大众消费群体，初期一次性投入相对敏感	经济型消费群体，初期一次性投入高敏感
客户全周期价值	以一次性交易为主，品牌后续服务延展能力较弱	通过持续性付费机制，品牌相对延长了与客户的接触周期	品牌提供全流程智能化服务，用户与品牌建立起长期连接与互动
代表玩家	 	 	 

资料来源：弗若斯特沙利文

- **整机销售模式：**整机销售模式是指用户通过线上或线下渠道，一次性支付净水器整机费用后获得产品的完全所有权，后续滤芯更换及维护服务多由用户自行承担或另行支付。
- **租赁模式：**租赁模式是指用户按月、季度或年向企业支付固定租金，获得净水器的使用权，后期由用户主动联系相关厂商进行净水器滤芯更换及售后服务。这一模式有效降低了用户初始购置成本。
- **服务模式：**服务模式通常指企业将净水器及滤芯免费投放至使用场景，通过内嵌流量计费模块与物联网技术，实现按净水流量或使用时长计费。

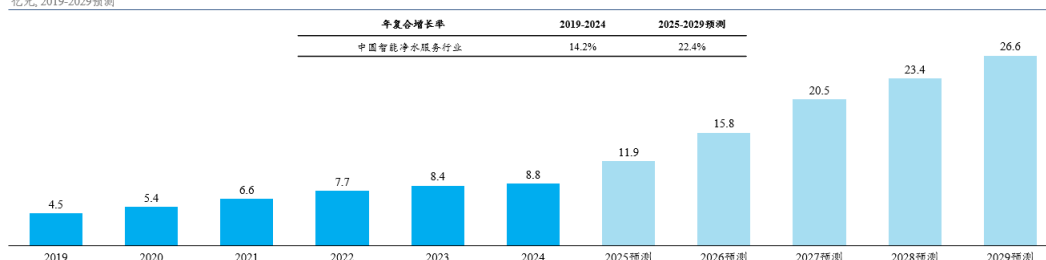
该模式本质上是一种“订阅式净水服务”，用户无需支付高额设备成本，即可获得稳定、安全的净水保障。企业通过智能监控实现远程维护、滤芯状态预警、精准换芯等功能，大幅提升服务效率与用户体验。

目前，净水器行业进入智能化转型期，多净水器企业开始通过技术创新重构商业模式。以物联网、大数据、云计算等为基础的服务模式迅速发展，服务模式不仅推动了用户习惯的深度重构，也为行业树立了更高的服务门槛和技术壁垒，且随着“轻资产”理念兴起，这种模式日益受到市场关注。

2.3 中国智能净水服务行业市场规模

近年来，得益于智能净水服务的创新突破，用户使用净水器的准入门槛显著降低，用户接受度及市场渗透率明显提升，推动中国智能净水服务行业实现快速扩张。物联网与大数据技术的引入，实现了净水器的远程监控与智能维护，显著提升了服务效率和用户体验。同时，疫情加速了用户对健康饮水及智能家居的关注，推动该服务模式迅速普及。线上渠道的发展及数字化运营进一步助力企业实现精准用户画像与高效用户管理，提升了服务的复购率及用户依赖性。当前，市场正处于快速成长期，按收入计，2024 年中国智能净水服务行业市场规模达到 8.8 亿元。

中国智能净水服务行业市场规模,按收入计
亿元, 2019-2029 预测



资料来源：弗若斯特沙利文

随着用户对智能净水服务认知的持续深化，其整体渗透率有望实现显著提升。用户对产品便捷性、智能化水平及服务品质的综合需求不断提升，为智能净水服务的发展提供了坚实的基础。展望未来，随着 5G 和人工智能等前沿技术的广泛应用，该模式有望与智能化家庭及健康管理等多元场景实现深度融合，成为推动净水器行业高质量增长的重要动力。5G 网络及智能家居生态的快速普及，预计将使智能净水服务与其他智能家居设备实现系统联动，进一步提升用户体验和家庭健康管理水平。预计 2025 至 2029 年间，中国智能净水服务行业市场规模将以 22.4% 的年复合增长率实现稳步增长。

2.4 中国智能净水服务行业驱动因素

居民健康意识提升驱动行业需求增长。随着我国工业化进程的加快及部分地区水质频繁波动，居民对饮用水安全和质量的关注显著提升。根据《中国环境状况公报》，尽管中国城市供水总体合格率较高，但二次污染、老旧管网和楼宇水箱等问题依然普遍存在，推动净水器成为居民保障饮水安全的刚性需求。与此同时，年轻消费群体崛起及家庭结构的变化重塑了净水器的使用场景和消费者偏好，新一代用户更加注重生活品质、使用便捷性与产品性价比，倾向于选择集产品与服务为一体的智能净水服务，为行业的持续发展奠定了坚实的市场基础。

新兴技术融合推动产品智能化与服务升级。净水器与物联网、云计算及大数据等新兴技术的深度融合，极大地提升了智能净水服务的功能性，实现了对设备运行状态、水质监测、滤芯寿命管理和远程控制的实时精准化管理。基于智能联网系统，服务商能够实现滤芯更换提醒、故障预警以及用户用水行为分析的闭环管理，不仅优化了用户体验，还增强了用户生命周期价值，推动净水器行业从传统整机销售模式向服务模式的战略转型。

政策支持促进智能绿色家电及服务模式发展。国家在“十四五”规划及相关绿色消费政策中明确强调推动智能绿色家电的普及与服务体系建。政府出台《节能减排综合工作方案》《关于促进绿色智能家电消费的若干措施》等若干指导文件，积极鼓励企业创新产品服务模式，培育以智能化和服务化为核心的消费生态。政策层面的支持为智能净水服务行业提供了良好的发展环境和战略机遇，有效激发市场活力，赋能行业实现高质量可持续发展。

商业模式创新驱动行业价值链升级。智能净水服务不仅实现了对用户使用行为的精准监控和数据采集，还通过大数据分析支持个性化服务和精准营销，进一步增强了用户忠诚度和复购率。此外，依托持续化服务运营体系，企业能够在提供除净水核心服务之外，拓展包括健康管理、营养建议等相关健康衍生服务和产品。在丰富用户体验，深化用户关系的同时，提升整体用户生命周期价值。随着服务链条的不断完善和技术的迭代升级，智能净水服式正逐步构建以用户为中心的健康生态系统，推动行业价值链升级，成为驱动行业规模化、可持续及高质量发展的关键动力。

2.5 中国智能净水服务行业竞争者格局

近年来，更多净水器品牌意识到智能净水服务模式所带来的商业价值，纷纷开始布局智能净水服务市场。尽管新进入者持续增多，但行业整体集中度仍维持

在较高水平。2024 年前五大中国智能净水服务品牌的市场集中度（CR5）达到中国智能净水服务行业总服务收入的 39.7%。

基于对中国智能净水服务市场的独立研究，按照 2024 年间各品牌在中国内地(不包含港澳台地区)提供智能净水器所产生的服务收入计，蓝密码在中国智能净水服务行业中排名第一，是中国智能净水服务领导者。

3 中国智能净水服务行业主要参与者概览

3.1 蓝密码物联网科技有限公司

蓝密码物联网科技有限公司是中国知名的智能净水服务企业，长期专注于智能净水系统的研发、制造及服务运营。依托深厚的技术积累与持续的服务创新，公司在行业内建立了稳固的品牌影响力与市场领导地位，现已为超过 4,000 家企事业单位、学校、医院及政府机构提供净水服务。通过构建“水管家”服务体系，打造出区别于传统净水企业的深度运营能力。“水管家”作为公司线下服务的核心载体，聚焦用户日常用水场景，承担包括设备安装、运行状态监控、滤芯更换提醒、故障处理与定期水质检测等全流程服务职能，构建了长期、稳定的用户连接机制。蓝密码的水管家团队遍布全国，凭借高频次、专业化的线下服务与用户形成了高度信任的关系链，成为公司拓展健康生活服务生态的关键触点。依托水管家对用户需求的深入洞察，蓝密码成功延伸至衍生大健康服务领域，打造健康衍生产品生态，实现以净水设备为入口、以水管家为纽带的健康服务闭环，推动精准化营销和产品矩阵的多元化发展。此外，公司持续推动反渗透膜技术、高效节水系统及滤芯一体化等关键核心技术的优化升级，并将物联网、大数据及云平台深度融合于智能净水服务的全生命周期管理中，实现从产品制造向服务运营的有效延伸。公司在提升用户体验、延长设备使用寿命以及优化服务效率等方面形成了显著优势。目前，公司已建立超 200 个线下运营中心，业务覆盖全国 350 余座城市。

创立年份：2018年	品牌介绍	服务模式	主要客户类型
	中国知名的智能净水服务品牌，愿景是成为创新型大健康服务的领航者	设备及滤芯免费投放，按净水流量或时长付费，让用户把每一分钱都花在净水结果上	物业企业、金融企业、学校及事业单位、通信企业、房地产企业、教育类企业等
主要净水器类型或收费模式			
 净水魔方三代 - 纯净直饮：两芯五重净化水 - 智能监测：双芯片实时监控用水情况 - 一键服务：交互触控面板，快速响应 - 滤芯放心：低于3%时，后台自动邮寄新滤芯	 白河马商务机三代 - 水魔方同等技术,容量更大，功能更全 - 直饮热饮随意切换，适用多场景 - 适用于30人以内小型办公场所、工作室等	 黑金刚商用直饮机 - 水魔方同等技术,容量更大，功能更全 - 配备20升热胆：每分钟出水超1升 - 步进式即热技术：避免重复煮沸 - 直饮热饮随意切换，多场景轻松驾驭	

资料来源：弗若斯特沙利文

3.2 四川兆泉怡生科技有限公司

四川兆泉怡生科技有限公司是一家专注于直饮水及大健康产业领域的研发、销售及服务的企业。公司致力于提供高品质饮用水解决方案，涵盖净水设备的研发与销售，以及相关健康产品与服务的推广。旗下品牌润怡生专注于公共饮水领域的智能用水管理服务。润怡生自主研发了“润怡生公共饮水物联管理服务平台”，实现线上管理与线下服务的深度融合。该平台依托“管家式”服务理念，针对密集型用水场景提供量身定制的集中管理与实时监测“无接触”用水解决方案，并通过智能化技术手段实现水质安全的动态监控和运营管理，提升用水过程的透明度与可控性。

创立年份：2015年	品牌介绍	服务模式	主要客户类型
	润怡生是专注于公共饮水领域智慧用水管理服务的品牌	设备免费、安装免费、维修免费、更换免费、滤芯免费，并按净水流量进行计费	企事业单位、产业园区、学校、医院等
主要净水器类型或收费模式			
共享模式 - 取水方式：刷卡、扫码 - 场景特点：楼层多家单位且室内无水源 - 安装机型：50-150人商用物联净水器 		独享模式 - 取水方式：按键取水 - 场景特点：用水人数众多，且室内有水源 - 安装机型：30-150人商用物联净水器 	

资料来源：弗若斯特沙利文

3.3 深圳市康心源智能设备有限公司

深圳市康心源智能设备有限公司成立于2021年6月，是一家专注于智能健康设备研发、制造与销售的企业。公司致力于将智能化技术深度融入健康管理领域，围绕用户对高品质健康生活的核心诉求，提供智能化、系统化的产品与服务解决方案。公司旗下“康欣源”净水器品牌聚焦于反渗透（RO）膜技术的研发、设计与应用，构建了覆盖研发、制造到技术应用的专业净水器平台，旨在为居民健康饮水问题提供高效、创新的技术路径，品牌具备完善的售后服务体系和覆盖全国的服务网络。

创立年份：2021年	品牌介绍	服务模式	主要客户类型
	康欣源是聚焦于净水器反渗透膜RO膜领域研发、设计、生产等技术应用的品牌	采用净水器免费投放的模式，并按照净水流量计费	家庭用户等
主要净水器类型或收费模式			
清酸物联网净水器 - 采用纯天然特定矿物材料滤芯，可产生大量对人体有益的多种微量元素，符合国家饮用水标准，溶出寿命达3000L以上，溶出浓度在0.2-15PPM - 清酸滤芯的复合微量元素富含水中，人体吸收率90%以上，利于细胞发育，促进新陈代谢等 		清酸超滤净水机 - 溶解嘌呤，并快速排出体外 - 自主创新的矿物质复合微量元素水分子滤芯技术 - 符合国家食品GB标准制造，取得国家食品卫生《涉水合格证书》 	

资料来源：弗若斯特沙利文

3.4 雅旌智能科技（上海）有限公司

雅旌智能科技（上海）有限公司成立于 2014 年，是一家专注于智能饮用水产品研发与服务的科技企业。其品牌雅旌净水自主研发的互联网智能净水器融合了先进的反渗透净水技术与远程控制系统，显著提升了产品智能化水平与用户体验。雅旌净水通过“0 元装机和流量计费”的商业模式，实现了饮用水服务的按需化和智能化运营，有效契合了家庭及企业对高品质饮水的需求。

创立年份：2014 年	品牌介绍	服务模式	主要客户类型
	雅旌净水专注于反渗透净水技术和互联网智能远程控制技术的应用，推出家用及商用智能净水机产品	采用“0 元装机、流量计费”的服务模式	互联网企业，金融企业，生活服务类企业等
主要净水器类型或收费模式			
 雅旌互联网智能净水机 - 按流量计费模式 - 提供免费滤芯服务 - 通过净水云平台实时监控水质		 雅旌互联网智能净水机 0 元购机成本，滤芯免费及时更换 - 免费上门服务，免费维护保养 - APP 支持远程充值、余额查看、用水统计等辅助功能	

资料来源：弗若斯特沙利文

3.5 苏州谷代信息科技有限公司

苏州谷代信息科技有限公司是一家专注于直饮水领域的企业，依托技术研发与品质控制的协同驱动，致力于为用户提供高效、安全、健康的饮水解决方案。公司旗下的润特直饮水品牌聚焦于直饮水设备的研发、生产与销售，使净水器产品广泛应用于家庭、办公及公共场景，凭借稳定的直饮水品质与便捷的使用体验，持续满足用户对直饮水的多样化需求，同时通过技术创新持续推动净水产品的智能化升级。公司秉承“以人为本，健康饮水”的理念，积极推动直饮水产品的普及与应用。

创立年份：2011 年	品牌介绍	服务模式	主要客户类型
	润特直饮水是专注于家庭净水的直饮水品牌，从事家庭直饮水普及性工程，解决普通家庭用户日常健康饮水问题	润特直饮水主要采用免费净水器提供及流量计费的模式	家庭用户、餐饮企业、房地产开发企业、医疗健康企业等
主要净水器类型或收费模式			
套餐A - 建议单价：~0.25 元/升 - 建议升数：2,800 升 - 建议使用人数：1-2 人家庭用户 - 适用场景：日常以饮用为主，兼顾少量烹饪及煲汤等基础用水需求		套餐B - 建议单价：~0.2 元/升 - 建议升数：5,000 升 - 建议使用人数：2-3 人家庭用户 - 适用场景：日常烹饪频繁，直饮水广泛应用于饮用、烹饪及煲汤等多种生活用水场景	
		套餐C - 建议单价：~0.15 元/升 - 建议升数：8,000 升 - 建议使用人数：3-4 人及以上家庭用户 - 适用场景：全覆盖的家庭场景，广泛用于果蔬清洗、日常烹饪、煲汤及直接饮用等	

资料来源：弗若斯特沙利文