

2013-2017年中国桶装水深度 评估与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2013-2017年中国桶装水深度评估与投资前景评估报告》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.abaogao.com/b/yinliao/A718942GI1.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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

智研数据研究中心 (www.abaogao.com)

2011年我国桶装水产量8285万吨，从未来几年发展趋势来看，从两年前开始，我国桶装水市场就以每年大约15%的速度在增长，这一巨大的利润空间，吸引了各种资本纷纷加入到桶装水这个行业里来。

智研数据研究中心发布的《2013-2017年中国桶装水深度评估与投资前景评估报告》立足于桶装水市场发展现状分析，通过对桶装水行业环境、桶装水产业链、桶装水市场供需、桶装水价格、桶装水生产企业的详尽分析，以使企业和投资者达到对桶装水产品市场发展现状的全面、深入掌握；同时为使企业和投资者把握桶装水未来的市场发展趋势，我中心还对桶装水行业未来发展趋势和市场前景进行科学、严谨的分析与预测；另外在投资分析部分，针对企业投资决策依据进行了重点分析，并综合给出投资建议。

目录

第一章 2010-2011年中国包装饮用水市场运行态势分析 1

第一节 2010-2011年中国饮用水市场运行综述 1

一、饮用水市场规模分析 1

二、中国饮用水市场空间正不断被放大 1

三、中国高端饮用水市场进入爆发期 2

四、2010-2011年中国城市饮用水源水质达标率情况 4

五、饮用水行业整合与扩张情况 5

第二节 2010-2011年中国各地区饮用水市场动态分析 6

一、吉林省饮用水市场酝酿重新洗牌 6

二、浙江省饮用水工程建设成效显著 8

三、广东饮用水行业保持高速增长 9

四、乌鲁木齐610万项目改善农村居民饮用水 10

第三节 2010-2011年中国饮用水市场存在的问题探讨 10

一、饮用水水质问题 10

二、农村饮水安全现状和存在的问题 11

第二章 2010-2011年中国桶装水行业运行环境解析 14

第一节 国内宏观经济环境分析 14

- 一、GDP历史变动轨迹分析 14
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 23
- 三、2012年中国经济发展预测分析 26

第二节 中国桶装水行业政策环境分析 29

第三章 2010-2011年中国桶装水市场运行动态分析 36

第一节 2010-2011年中国桶装水行业运行概况 36

- 一、桶装水行业特点分析 36
- 二、桶装水行业受管道直饮水冲击 38
- 三、桶装水企业加入电子监管网已显现积极效应 39

第二节 2010-2011年中国桶装水市场剖析 40

- 一、桶装水市场价差较大 40
- 二、农村成桶装水市场又一增长点 41
- 三、桶装水市场“正规军”产品渐成主角 41
- 四、消费需求继续扩大，桶装水稳据饮用水市场主导 42
- 五、潜在消费群继续扩大 43

第三节 2010-2011年中国各地区桶装水市场动态分析 43

- 一、深圳关外桶装水市场存在“三乱” 43
- 二、郑州桶装水市场状况分析及对策 45
- 三、泉州桶装饮用水市场平稳度过炎夏 48
- 四、烟台低价桶装水扰乱市场 49
- 五、义乌桶装水市场状况分析 50

第四节 2010-2011年中国桶装水市场存在的问题探讨 52

- 一、桶装水市场价格混乱不堪 52
- 二、桶装水流通时也可能受污染 54
- 三、桶装水饮用时可能会二次污染 55
- 四、桶装水市场利润大滑 56
- 五、中国桶装水产业面临原材料成本上涨 56

第五节 2010-2011年中国桶装水行业发展建议及策略分析 57

- 一、桶装水企业应对市场分割策略分析 57

- 二、桶装水企业亟待加强管理规范 58
- 三、乐百氏桶装水以差异化竞争赢取市场 59

第四章 2008-2011年中国桶装水生产行业主要数据监测分析 66

第一节 2008-2011年中国桶装水行业总体数据分析 66

- 一、2008年中国桶装水行业全部企业数据分析 66
- 二、2009年中国桶装水行业全部企业数据分析 69
- 三、2010年中国桶装水行业全部企业数据分析 70
- 四、2011年中国桶装水行业全部企业数据分析 72

第二节 2008-2011年中国桶装水行业不同规模企业数据分析 74

- 一、2008年中国桶装水行业不同规模企业数据分析 74
- 二、2009年中国桶装水行业不同规模企业数据分析 74
- 三、2010年中国桶装水行业不同规模企业数据分析 75
- 四、2011年中国桶装水行业不同规模企业数据分析 75

第三节 2008-2011年中国桶装水行业不同所有制企业数据分析 75

- 一、2008年中国桶装水行业不同所有制企业数据分析 75
- 二、2009年中国桶装水行业不同所有制企业数据分析 76
- 三、2010年中国桶装水行业不同所有制企业数据分析 77
- 四、2011年中国桶装水行业不同所有制企业数据分析 77

第五章 2009-2011年中国桶装水产量统计分析 79

第一节 2009年中国桶装水产量数据分析 79

- 一、2009年全国桶装水产量数据分析 79
- 二、2009年桶装水重点省市数据分析 79

第二节 2010年中国桶装水产量数据分析 80

- 一、2010年全国桶装水产量数据分析 80
- 二、2010年桶装水重点省市数据分析 80

第三节 2011年中国桶装水产量数据分析 81

- 一、2011年全国桶装水产量数据分析 81
- 二、2011年桶装水重点省市数据分析 81

第六章 2010-2011年中国桶装水产品市场消费者调查分析 82

第一节 2010-2011年中国桶装水产品市场消费者群体分析	82
一、家庭用户	82
二、单位用户	82
第二节 2010-2011年中国桶装水产品消费者行为特征分析	83
一、消费偏好分析	83
二、消费周期与频次分析	83
第三节 2010-2011年中国重点城市桶装饮用水消费者研究	84
一、三大城市家庭消费者桶装水类型偏好	84
二、三大城市城镇居民的桶装水消费情况	85
三、消费者对分质供水的兴趣	85
四、消费者对桶装水的品牌认知与消费	86
五、三大城市居民对桶装水的满意度评价	86
第四节 2010-2011年影响中国桶装水产品消费者购买决策的因素分析	87
一、质量	87
二、口感	87
三、企业品牌	88
四、送水服务	88
五、包装	88
六、广告	89
第七章 2010-2011年中国饮用水市场营销策略析	90
第一节 2010-2011年中国瓶装饮用水的营销特性	90
一、需求性	90
二、流动性	90
三、气候性与地域性	90
四、活动性	91
五、区域性	91
六、导向性	92
第二节 2010-2011年中国桶装饮用水市场营销问题探析	92
一、首要的营销目标	92
二、品牌定位的依据	93
三、品牌个性表现策略	93

- 四、市场细分变量的确定 94
- 五、产品的主要诉求点 94
- 六、送水上门与数据库营销 94
- 七、深度分销 95
- 八、零售终端的管理 95

第八章 2010-2011年中国桶装水产市场竞争状况分析 97

第一节 2010-2011年中国桶装水市场竞争状况分析 97

- 一、自动售水机挑战桶装水 97
- 二、外资巨头抢滩饮用水市场 98
- 三、直饮机欲争夺桶装水市场 99
- 四、国外品牌抢滩桶装水市场 100

第二节 2010-2011年中国桶装水集中度分析 101

- 一、市场集中度分析 101
- 二、区域集中度分析 101

第三节 2010-2011年中国桶装水竞争趋势分析 102

第九章 中国桶装水重点企业竞争性指标分析（企业可自选） 103

第一节 北京新源食品饮料有限公司 103

- 一、企业概况 103
- 二、企业主要经济指标分析 103
- 三、企业盈利能力分析 107
- 四、企业偿债能力分析 107
- 五、企业运营能力分析 108
- 六、企业成长能力分析 108

第二节 乐百氏重庆食品饮料有限公司 108

- 一、企业概况 108
- 二、企业主要经济指标分析 109
- 三、企业盈利能力分析 114
- 四、企业偿债能力分析 114
- 五、企业运营能力分析 115
- 六、企业成长能力分析 115

第三节 蒙阴蒙山麦饭石矿泉水有限公司 115

一、企业概况 115

二、企业主要经济指标分析 116

三、企业盈利能力分析 119

四、企业偿债能力分析 120

五、企业运营能力分析 120

六、企业成长能力分析 120

第四节 北京汇源集团怀化有限公司 121

一、企业概况 121

二、企业主要经济指标分析 121

三、企业盈利能力分析 123

四、企业偿债能力分析 123

五、企业运营能力分析 124

六、企业成长能力分析 124

第五节 大冶天台泉饮品有限责任公司 124

一、企业概况 124

二、企业主要经济指标分析 125

三、企业盈利能力分析 129

四、企业偿债能力分析 129

五、企业运营能力分析 129

六、企业成长能力分析 130

第六节 北京中富热灌装容器有限公司 130

一、企业概况 130

二、企业主要经济指标分析 131

三、企业盈利能力分析 135

四、企业偿债能力分析 135

五、企业运营能力分析 135

六、企业成长能力分析 136

第七节 青岛青啤朝日饮品有限公司 136

一、企业概况 136

二、企业主要经济指标分析 137

三、企业盈利能力分析 142

四、企业偿债能力分析	142
五、企业运营能力分析	143
六、企业成长能力分析	143
第八节 北京娃哈哈桶装水高碑店有限责任公司	143
一、企业概况	143
二、企业主要经济指标分析	144
三、企业盈利能力分析	148
四、企业偿债能力分析	148
五、企业运营能力分析	149
六、企业成长能力分析	149
第九节 浙江健天下生态资源开发有限公司	149
一、企业概况	149
二、企业主要经济指标分析	150
三、企业盈利能力分析	154
四、企业偿债能力分析	154
五、企业运营能力分析	155
六、企业成长能力分析	155
第十章 2010-2011年中国桶装水相关行业运行分析	156
第一节 2010-2011年中国饮水机行业发展概况分析	156
一、饮水机品牌格局面临调整	156
二、无热胆饮水机发展迅速	158
三、首款抑菌饮水机宁波上市	158
四、饮水机主要品牌技术亮点	159
五、近三年中国饮水机产量分析	163
六、中国区域市场饮水机品牌占有率分析	165
七、2013-2017年中国饮水机市场趋势分析	165
第二节 2010-2011年中国瓶装水行业发展概况分析	166
一、瓶装水市场透析-高端瓶装水成为市场新亮点	166
二、中国名牌瓶装水统治地位不容置疑	166
三、中国瓶装水年销量已居世界第三	167
四、瓶装饮用水质量合格率分析	167

五、渠道：最爱喝超市的水	168
六、2013-2017年中国瓶装水市场发展趋势分析	168
第三节 2010-2011年中国其他种类饮用水发展状况分析	169
一、国内纯净水市场逐渐壮大	169
二、纯净水行业发展分析	170
三、功能水国际市场速生速长	171
四、功能水机市场突起	172
五、中国发布首个功能水行业标准	173
六、袋装水出击市场	173
七、袋装水凭优势打破桶装水市场格局	174
八、新型袋装水有望代替桶装水	174
九、直饮水进家庭面临难题	175
十、2013-2017年中国饮用水发展趋势预测分析	176
第十一章 2013-2017年中国桶装水行业前景预测分析	177
第一节 2013-2017年中国饮用水行业发展趋势	177
一、品牌扩张趋势	177
二、服务、品牌竞争趋势	177
三、集中化趋势	178
第二节 2013-2017年中国桶装水市场预测分析	178
一、桶装水市场供给情况分析	178
二、桶装水市场需求预测分析	179
第三节 2013-2017年中国桶装水市场盈利预测分析	179
第十二章 2013-2017年中国桶装水产业投资前景预测	181
第一节 2010-2011年中国桶装水行业投资概况	181
一、桶装水行业投资特性	181
二、桶装水具有良好的投资价值	182
第二节 2013-2017年中国桶装水投资机会分析	182
一、桶装水区域投资潜力分析	182
二、与产业链相关的投资机会分析	183
第三节 2013-2017年中国桶装水投资风险及防范	183

一、市场运营机制风险 183

二、金融风险分析 184

三、政策风险分析 184

四、竞争风险分析 184

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/A718942GI1.html>