

2015-2020年中国饮用水市场深度研究与投资前景报告

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

《2015-2020年中国饮用水市场深度研究与投资前景报告》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/F29847A7PV.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

21世纪以来，中国饮用水行业进入稳步成长阶段。各种品牌的纯净水、矿泉水、蒸馏水、山泉水、天然水、矿物质水频频出现在全国市场。中国饮用水市场竞争日趋激烈。

目前，包装饮用水已稳居全国饮料市场头把交椅。2013年，我国包装饮用水类产量达到66,511,379.53吨，比上年同期增长了13.01%；2014年1-9月，全国包装饮用水类产量为46,331,978.51吨。

随着人们生活水平的日益提高，消费者对饮用水的要求也越来越高。纵观中国饮用水市场，众多企业把主战场放在低端饮用水产品，经历多年价格战后，这一市场的利润已日渐微薄。在消费市场出现扩大的同时，许多企业开始尝试拓展新领域，越来越多的企业抢占高端市场，希望得到一席之地。

2012年7月1日起，新的《生活饮用水卫生标准》开始在全国强制实施，饮用水监测指标从35项提高到106项，加强了对水质有机物、微生物和水质消毒等方面的要求；统一了城镇和农村饮用水卫生标准；特别是对饮用水中氯酸盐、大肠杆菌、重金属和放射性物质等含量做了更加严格的规定，基本实现了饮用水标准与国际接轨。2014年2月，国家卫计委办公厅发布了《包装饮用水国家标准》（征求意见稿），包装饮用水国标将实现“大一统”，意味着市场格局的一场巨变。

当前，我国饮用水产业经过多年的发展逐渐走向成熟，在“便捷时代”、“健康时代”之后进入“生态时代”。“便捷时代”，消费者缺乏基本的饮水安全、健康意识，消费目标多以水饮品为主。“健康时代”，消费者对饮用水的需求提升到健康的高度，饮用水行业开始向水家电、水装修、水处理等领域进行延展，技术和产品创新优势开始显现。围绕健康，形成对节能、环保、营养、服务等综合性需求，行业逐渐围绕消费者开始构建饮用水和谐生态环境，技术和产品创新动力大幅提升，同时围绕产品的服务能力和解决方案能力形成新的市场契机，作为我国饮用水发展最高阶段的“生态时代”是产业发展的又一次机遇。

智研数据研究中心发布的《2015-2020年中国饮用水市场深度研究与投资前景报告》共十章。首先介绍了饮用水的概念、分类及饮用水与健康等，接着分析了中国饮用水行业的现状，然后具体介绍了桶装水、瓶装水、矿泉水、纯净水、功能水、袋装水、直饮水的发展。随后，报告对饮用水行业做了水家电市场分析、替代品分析、投资潜力分析和未来前景趋势分析。最后细致分析了重点饮用水生产企业的经营状况。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、卫生部、水利部、环保部、智研数据研究中心、中国饮料工业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的

分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对饮用水市场有个系统深入的了解、或者想投资饮用水行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

第一章 饮用水概述

1.1 饮用水的概念及分类

1.1.1 饮用水简介

1.1.2 饮用水的分类

1.2 饮用水与健康

1.2.1 饮用水有关健康知识

1.2.2 饮用水选购应因人而异

1.2.3 孩子经常喝瓶桶装水容易蛀牙

1.2.4 饮用水安全已成全球性问题

第二章 2012-2014年饮用水行业分析

2.1 2012-2014年饮用水行业政策环境分析

2.1.1 饮用水行业重要政策回顾

2.1.2 2012年我国饮用水新国标正式实施

2.1.3 2013年我国饮用水行业政策法规动向

2.1.4 2014年《包装饮用水》征求意见稿公布

2.1.5 “十二五”环保部拟定饮用水保护“蓝图”

2.2 2012-2014年饮用水行业的发展

2.2.1 饮用水源监测情况

2.2.2 行业发展面临形势

2.2.3 行业暗战不断升级

2.2.4 行业格局酝酿巨变

2.3 2012-2014年饮用水市场概况

2.3.1 市场品牌概况

2.3.2 安全问题频现

2.3.3 市场发展态势

2.3.4 高端市场动向

2.4 2012-2014年全国及主要省份包装饮用水类产量分析

- 2.4.1 2012年全国及主要省份产量分析
- 2.4.2 2013年全国及主要省份产量分析
- 2.4.3 2014年1-9月全国及主要省份产量分析
- 2.5 2012-2014年各地区饮用水市场状况
 - 2.5.1 山西
 - 2.5.2 黑龙江
 - 2.5.3 安徽
 - 2.5.4 广西
 - 2.5.5 海南
 - 2.5.6 福建
- 2.6 中国饮用水存在的问题及发展对策
 - 2.6.1 存在的问题
 - 2.6.2 面临的挑战
 - 2.6.3 监管待加强
 - 2.6.4 相关发展建议

第三章 2012-2014年桶装水行业发展分析

- 3.1 2012-2014年桶装水行业的发展
 - 3.1.1 桶装水行业简况
 - 3.1.2 桶装水行业现状概述
 - 3.1.3 行业自律文件出炉
 - 3.1.4 小包装桶装水的发展
- 3.2 2012-2014年桶装水市场的发展
 - 3.2.1 桶装水市场价差较大
 - 3.2.2 国外品牌抢滩桶装水市场
 - 3.2.3 桶装水市场推进高端化
 - 3.2.4 桶装水抽检质量现状
 - 3.2.5 直饮机争夺桶装水市场
- 3.3 2012-2014年部分地区桶装水行业状况
 - 3.3.1 郑州
 - 3.3.2 长沙

- 3.3.3 广东
- 3.3.4 北京
- 3.3.5 张家港
- 3.4 桶装水行业发展存在的问题及对策
 - 3.4.1 企业主要问题
 - 3.4.2 行业质量问题
 - 3.4.3 企业策略分析
 - 3.4.4 企业发展建议

第四章 2012-2014年瓶装水行业发展分析

- 4.1 国际瓶装水市场概况
 - 4.1.1 全球瓶装水市场
 - 4.1.2 欧洲瓶装水行业
 - 4.1.3 美国瓶装水行业
 - 4.1.4 英国瓶装水行业
 - 4.1.5 瑞士瓶装水行业
 - 4.1.6 韩国瓶装水市场
- 4.2 2012-2014年中国瓶装水发展分析
 - 4.2.1 市场发展回顾
 - 4.2.2 行业发展动向
 - 4.2.3 市场发展态势
 - 4.2.4 行业形势分析
 - 4.2.5 水源地调查启动
 - 4.2.6 发展趋势分析
 - 4.2.7 产品发展方向
- 4.3 2010-2014年9月中国瓶（罐）装饮用水制造行业财务状况分析
 - 4.3.1 行业经济规模分析
 - 4.3.2 盈利能力指标分析
 - 4.3.3 营运能力指标分析
 - 4.3.4 偿债能力指标分析
 - 4.3.5 财务状况综合评价

- 4.4 瓶装饮用水营销分析
 - 4.4.1 市场营销特性
 - 4.4.2 销售主要线路
 - 4.4.3 营销策略案例
- 4.5 中国瓶装水行业存在的问题
 - 4.5.1 市场较为混乱
 - 4.5.2 标签有待规范
 - 4.5.3 产业监管待加强

第五章 2012-2014年矿泉水行业发展分析

- 5.1 矿泉水相关介绍
 - 5.1.1 矿泉水简介
 - 5.1.2 矿泉水的类型
 - 5.1.3 矿泉水的特点
 - 5.1.4 矿物质水和矿泉水的区别
 - 5.1.5 矿泉水适应的人群及适应症
- 5.2 中国矿泉水资源开发利用状况
 - 5.2.1 总体情况
 - 5.2.2 长白山
 - 5.2.3 西藏
 - 5.2.4 湖南省
 - 5.2.5 重庆
 - 5.2.6 贵州
- 5.3 2012-2014年国内外矿泉水行业发展
 - 5.3.1 国外产品发展特点
 - 5.3.2 韩国市场格局现状
 - 5.3.3 国内市场发展现状
 - 5.3.4 国内市场品牌排行
 - 5.3.5 国内高端渠道变化
 - 5.3.6 国内行业格局分析
 - 5.3.7 发展战略要素分析

- 5.4 中国矿泉水行业标准及其影响分析
 - 5.4.1 行业标准简述
 - 5.4.2 国际标准比较
 - 5.4.3 行业影响分析
 - 5.4.4 细分产品标准
- 5.5 中国主要地区矿泉水行业分析
 - 5.5.1 五大连池市
 - 5.5.2 吉林省
 - 5.5.3 西藏
 - 5.5.4 青海省
 - 5.5.5 广州
 - 5.5.6 深圳
- 5.6 中国矿泉水产业发展面临的挑战及对策
 - 5.6.1 产业发展问题
 - 5.6.2 制约因素解析
 - 5.6.3 质量保证差距
 - 5.6.4 产业政策扶持
 - 5.6.5 产业发展建议
 - 5.6.6 产业发展措施

第六章 2012-2014年其他种类饮用水行业发展分析

- 6.1 纯净水
 - 6.1.1 市场发展概况
 - 6.1.2 发展特点分析
 - 6.1.3 市场发展现状
 - 6.1.4 品牌派生策略
 - 6.1.5 未来发展前景
- 6.2 苏打水
 - 6.2.1 发展状况概述
 - 6.2.2 市场发展现状
 - 6.2.3 产业基地发展

- 6.2.4 细分产品动态
- 6.2.5 市场发展前景
- 6.3 功能水
 - 6.3.1 功能水简介
 - 6.3.2 行业规范标准
 - 6.3.3 行业发展概况
 - 6.3.4 行业问题及对策
- 6.4 袋装水
 - 6.4.1 市场发展概况
 - 6.4.2 发展现状分析
 - 6.4.3 机遇与挑战
 - 6.4.4 行业技术趋势
- 6.5 直饮水
 - 6.5.1 市场发展现状
 - 6.5.2 项目建设进展
 - 6.5.3 地方法规政策
 - 6.5.4 未来市场趋势
 - 6.5.5 市场发展前景

第七章 2012-2014年水家电市场发展分析

- 7.1 水家电市场概况
 - 7.1.1 水家电的主要种类
 - 7.1.2 我国水家电市场发展态势分析
 - 7.1.3 水家电市场竞争状况
 - 7.1.4 水家电市场品牌格局
 - 7.1.5 水家电市场渠道解析
 - 7.1.6 水家电市场发展存在三大难题
- 7.2 饮水机
 - 7.2.1 我国饮水机市场总体发展状况
 - 7.2.2 中国饮水机市场调查分析
 - 7.2.3 中国饮水机行业供给状况

- 7.2.4 2014年我国饮水机市场政策动态
- 7.2.5 我国饮水机产品存在主要问题
- 7.2.6 我国饮水机市场的隐患及对策
- 7.3 净水机
 - 7.3.1 中国净水器发展态势分析
 - 7.3.2 中国净水器市场产销状况
 - 7.3.3 中国净水器市场调查状况
 - 7.3.4 净水机市场竞争状况分析
 - 7.3.5 净水器市场销售渠道格局
 - 7.3.6 中国净水器行业标准现状
 - 7.3.7 中国净水机市场的制约因素
 - 7.3.8 净水器企业抢占市场的策略
 - 7.3.9 净水器市场发展前景分析
- 7.4 直饮机
 - 7.4.1 直饮机亮相饮水市场
 - 7.4.2 直饮机行业的基本特征
 - 7.4.3 直饮机行业存在的不足
 - 7.4.4 直饮机市场潜力巨大
- 7.5 电热水壶
 - 7.5.1 电热水壶市场总体状况
 - 7.5.2 电热水壶市场区域格局
 - 7.5.3 电水壶市场主要品牌
 - 7.5.4 电水壶电商平台销售状况
 - 7.5.5 电水壶市场智能化状况
 - 7.5.6 电热水壶出口SWOT分析
 - 7.5.7 电热水壶出口企业策略解析
- 7.6 水家电行业投资分析及前景趋势
 - 7.6.1 中国水家电行业投资分析
 - 7.6.2 水家电行业发展前景分析
 - 7.6.3 水家电市场发展趋势透析

第八章 2012-2014年饮用水替代品行业发展分析

8.1 碳酸饮料

8.1.1 行业产量分析

8.1.2 行业规模状况

8.1.3 经营效益状况

8.1.4 市场态势分析

8.2 果蔬汁饮料

8.2.1 行业重要政策

8.2.2 产业运行现状

8.2.3 行业发展瓶颈

8.2.4 发展策略分析

8.2.5 产品发展方向

8.3 茶饮料

8.3.1 行业特征分析

8.3.2 市场运行分析

8.3.3 消费者满意度

8.3.4 产品发展方向

8.4 功能饮料

8.4.1 市场发展现状

8.4.2 市场竞争态势

8.4.3 市场监管问题

8.4.4 未来前景可期

第九章 智研数据研究中心对饮用水行业投资及前景趋势分析

9.1 饮用水行业投资分析

9.1.1 进军矿泉水市场机会分析

9.1.2 外资热衷投资国内饮用水市场

9.1.3 终端直饮水产业投资收益剖析

9.1.4 我国高端饮用水市场的投资前景及风险分析

9.2 饮用水行业前景趋势

9.2.1 天然矿泉水将主导未来饮用水市场

- 9.2.2 我国饮用水高端市场发展空间
- 9.2.3 中国瓶装饮用水行业发展趋势分析
- 9.2.4 中国饮用水处理技术发展趋势
- 9.2.5 全国城市饮用水卫生安全保障规划（2011年-2020年）
- 9.3 智研数据研究中心对2015-2020年中国瓶（罐）装饮用水制造行业预测分析
 - 9.3.1 未来行业影响因素
 - 9.3.2 市场销售收入预测
 - 9.3.3 行业利润总额预测

第十章 2012-2014年饮用水行业重点企业运营状况分析

- 10.1 娃哈哈集团
 - 10.1.1 企业发展概况
 - 10.1.2 业务分布情况
 - 10.1.3 饮用水业务营销策略
 - 10.1.4 饮用水业务发展动态
- 10.2 华润怡宝食品饮料（深圳）有限公司
 - 10.2.1 企业发展概况
 - 10.2.2 饮用水业务的发展
 - 10.2.3 饮用水业务发展战略
 - 10.2.4 饮用水业务发展动态
- 10.3 农夫山泉股份有限公司
 - 10.3.1 企业发展概况
 - 10.3.2 企业发展特点
 - 10.3.3 饮用水市场定位策略
 - 10.3.4 饮用水业务发展动态
- 10.4 深圳市景田食品饮料有限公司
 - 10.4.1 企业发展概况
 - 10.4.2 企业饮用水基地介绍
 - 10.4.3 企业饮用水战略动态
- 10.5 上海梅林正广和股份有限公司
 - 10.5.1 企业发展概况

10.5.2 经营效益分析

10.5.3 业务经营分析

10.5.4 财务状况分析

附录

附录一：《生活饮用水卫生标准》

图表目录

图表1 矿泉水、纯净水、净水、天然净水的区别

图表2 2012中国饮用水十大品牌排行

图表3 2012年1-12月全国包装饮用水类产量数据

图表4 2012年1-12月广东省包装饮用水类产量数据

图表5 2012年1-12月吉林省包装饮用水类产量数据

图表6 2012年1-12月广西壮族自治区包装饮用水类产量数据

图表7 2012年1-12月四川省包装饮用水类产量数据

图表8 2012年1-12月山东省包装饮用水类产量数据

图表9 2012年1-12月浙江省包装饮用水类产量数据

图表10 2012年1-12月河南省包装饮用水类产量数据

图表11 2013年1-12月全国包装饮用水类产量数据

图表12 2013年1-12月广东省包装饮用水类产量数据

图表13 2013年1-12月四川省包装饮用水类产量数据

图表14 2013年1-12月吉林省包装饮用水类产量数据

图表15 2013年1-12月河南省包装饮用水类产量数据

图表16 2013年1-12月广西壮族自治区包装饮用水类产量数据

图表17 2013年1-12月山东省包装饮用水类产量数据

图表18 2013年1-12月浙江省包装饮用水类产量数据

图表19 2014年1-9月全国包装饮用水类产量数据

图表20 2014年1-9月广东省包装饮用水类产量数据

图表21 2014年1-9月四川省包装饮用水类产量数据

图表22 2014年1-9月吉林省包装饮用水类产量数据

图表23 2014年1-9月河南省包装饮用水类产量数据

- 图表24 2014年1-9月山东省包装饮用水类产量数据
- 图表25 2014年1-9月湖南省包装饮用水类产量数据
- 图表26 2014年1-9月广西壮族自治区包装饮用水类产量数据
- 图表27 2010-2014年9月瓶（罐）装饮用水制造业销售收入
- 图表28 2010-2013年瓶（罐）装饮用水制造业销售收入增长趋势图
- 图表29 2010-2014年9月瓶（罐）装饮用水制造业利润总额
- 图表30 2010-2013年瓶（罐）装饮用水制造业利润总额增长趋势图
- 图表31 2010-2014年9月瓶（罐）装饮用水制造业资产总额
- 图表32 2010-2013年瓶（罐）装饮用水制造业总资产增长趋势图
- 图表33 2010-2014年9月瓶（罐）装饮用水制造业亏损面
- 图表34 2010-2014年9月瓶（罐）装饮用水制造业亏损企业亏损总额
- 图表35 2010-2013年瓶（罐）装饮用水制造业销售毛利率趋势图
- 图表36 2010-2014年1-9月瓶（罐）装饮用水制造业成本费用率
- 图表37 2010-2013年瓶（罐）装饮用水制造业成本费用利润率趋势图
- 图表38 2010-2013年瓶（罐）装饮用水制造业销售利润率趋势图
- 图表39 2010-2013年瓶（罐）装饮用水制造业应收账款周转率对比图
- 图表40 2010-2013年瓶（罐）装饮用水制造业流动资产周转率对比图
- 图表41 2010-2013年瓶（罐）装饮用水制造业总资产周转率对比图
- 图表42 2010-2013年瓶（罐）装饮用水制造业资产负债率对比图
- 图表43 2010-2014年9月瓶（罐）装饮用水制造业利息保障倍数对比图
- 图表44 瓶装饮用水销售主要路线图表
- 图表45 2012年中国饮水机市场品牌关注比例分布
- 图表46 2011-2012年中国饮水机市场品牌关注比例对比
- 图表47 2012年Q1-Q4中国饮水机市场品牌关注排名对比
- 图表48 2012年中国饮水机市场产品型号关注排名
- 图表49 2012年中国饮水机不同价格段产品关注比例分布
- 图表50 2012年中国饮水机市场不同冷热功能产品关注比例分布
- 图表51 2012年中国饮水机市场不同放置方式产品关注比例分布
- 图表52 2013年我国电冷热饮水机行业产量月度增长统计
- 图表53 2013年中国电冷热饮水机行业产量集中度情况
- 图表54 2014年1-9月我国电冷热饮水机产量情况
- 图表55 2014年电水壶、电水煲品牌排行榜

- 图表56 截止2014年9月八大电商平台电水壶价格指数
- 图表57 2014年9月八大主流B2C的电商平台的电水壶的销售份额
- 图表58 2014年9月八大电商平台电水壶的销售客单价及价格折扣率
- 图表59 2014年9月八大电商平台的各品牌电水壶的销售额市场份额
- 图表60 2014年9月八大电商平台的各品牌电水壶的销售量市场份额
- 图表61 2014年9月八大电商平台各品牌电水壶的价格折扣率
- 图表62 2014年9月八大电商平台各品牌电水壶前十畅销单品销售量份额
- 图表63 中国电热水壶出口swot示意图
- 图表64 2012年1-12月中国碳酸饮料产量及增长速度统计（分省市）
- 图表65 2013年1-12月中国碳酸饮料产量分省市统计
- 图表66 2013年中国碳酸饮料行业产量区域集中度分析
- 图表67 2014年1-9月中国碳酸饮料产量分省市统计
- 图表68 2011-2013年中国果菜汁及果菜汁饮料制造行业总资产及营收情况
- 图表69 2013年各品牌茶饮料满意度
- 图表70 直饮机三大构成军团
- 图表71 按分离原理分类的分离膜
- 图表72 智研数据研究中心对2015-2020年中国瓶（罐）装饮用水制造行业产品销售收入预测
- 图表73 智研数据研究中心对2015-2020年中国瓶（罐）装饮用水制造行业累计利润总额预测
- 图表74 娃哈哈集团国内业务分布
- 图表75 UPS、BI、POSITIONING三者的区别
- 图表76 农夫山泉瓶装饮用水主要竞争对手
- 图表77 农夫山泉瓶装饮用水发展各阶段的定位演变
- 图表78 2012-2014年9月末上海梅林正广和股份有限公司总资产和净资产
- 图表79 2012-2013年上海梅林正广和股份有限公司营业收入和净利润
- 图表80 2014年1-9月上海梅林正广和股份有限公司营业收入和净利润
- 图表81 2012-2013年上海梅林正广和股份有限公司现金流量
- 图表82 2014年1-9月上海梅林正广和股份有限公司现金流量
- 图表83 2013年上海梅林正广和股份有限公司主营业务收入分行业
- 图表84 2013年上海梅林正广和股份有限公司主营业务收入分区域
- 图表85 2012-2013年上海梅林正广和股份有限公司成长能力
- 图表86 2014年1-9月上海梅林正广和股份有限公司成长能力
- 图表87 2012-2013年上海梅林正广和股份有限公司短期偿债能力

- 图表88 2014年1-9月上海梅林正广和股份有限公司短期偿债能力
- 图表89 2012-2013年上海梅林正广和股份有限公司长期偿债能力
- 图表90 2014年1-9月上海梅林正广和股份有限公司长期偿债能力
- 图表91 2012-2013年上海梅林正广和股份有限公司运营能力
- 图表92 2014年1-9月上海梅林正广和股份有限公司运营能力
- 图表93 2012-2013年上海梅林正广和股份有限公司盈利能力
- 图表94 2014年1-9月上海梅林正广和股份有限公司盈利能力
- 图表95 水质常规指标及限值
- 图表96 饮用水中消毒剂常规指标及要求
- 图表97 水质非常规指标及限值
- 图表98 小型集中式供水和分散式供水部分水质指标及限值
- 图表99 生活饮用水水质参考指标及限值

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/F29847A7PV.html>