

2012-2016年中国饮用水市 场供需预测与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2012-2016年中国饮用水市场供需预测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.chinairr.org/report/R07/R0705/201202/01-91232.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

由于我国城乡差距很大，所以饮用水的现状城乡差距也很大。农村饮用水的主要来源于大自然的泉水、井水等，其基本上不采取什么净化措施就直接饮用或烧开饮用。据卫生部门和水利部门的调查，我国农村饮用水符合农村饮水卫生准则的比例为66%，还有34%的人口饮用水达不到准则的要求。据不完全统计，我国农村有3亿多人饮水不安全，其中有1.9亿人饮用水有害物质含量超标，至于日常卫生用水就更不用说呢。城市饮用水的主要来源于自来水、纯净水等。自来水是由市政自来水公司集中供给的，一般而言，水质的好坏决定于集中供水的水质质量，个人是无法选择的；纯净水是指以符合生活饮用水卫生标准的水为原水，采用反渗透法、蒸馏法、电渗析法、离子交换法及其它适当的加工方法去除水中矿物质、有机成分、有害物质及微生物等加工制得的，且不含任何添加物，可直接饮用的水，因此纯净水实际上包括市面上的纯水、超纯水、蒸馏水、太空水等，它是由专业的水设备公司加工净化而成；目前人们大量饮用的纯净水是用在饮水机上的桶装纯净水和日常饮用的瓶装纯净水。

中国产业研究报告网发布的《2012-2016年中国饮用水市场供需预测与投资战略研究报告》共十二章。首先介绍了饮用水相关概述、中国饮用水市场运行环境等，接着分析了中国饮用水市场发展的现状，然后介绍了中国饮用水重点区域市场运行形势。随后，报告对中国饮用水重点企业经营状况分析，最后分析了中国饮用水行业发展趋势与投资预测。您若想对饮用水产业有个系统的了解或者想投资饮用水行业，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。

第一章 饮用水概述

第一节 饮用水的概念及分类

一、饮用水的概念

二、饮用水的分类

第二节 饮用水与健康

一、饮用水有关健康知识

二、饮用水选购方法

三、饮用水安全已成全球性问题

第三节 我国饮用水的种类与特点分析

一、地下水

二、地表水

三、纯净水

第二章 中国饮用水产业运行环境分析

第一节 国内饮用水经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国饮用水经济发展预测分析

第二节 中国饮用水行业政策环境分析

第三章 中国饮用水产业运行形势分析

第一节 2010-2011年中国饮用水发展现状分析

一、饮用天然矿泉水新国标实施

二、包装饮用水市场群雄逐鹿

三、华南饮用水品牌占据行业半壁江山

四、水行业即将引爆第五次革命

五、我国饮用水行业面临新考验

六、饮用水标签亟待行业规范

七、饮用水行业面临重新洗牌和升级

八、国产饮用水发力高端市场

第二节 2010-2011年中国饮用水存在的主要问题分析

一、水体污染今非昔比

二、水质性缺水问题日益突出

三、农村水污染和水设施落后的问题

四、自然资源存在的问题

五、我国人民饮用水现况

第三节 2010-2011年中国分质供水存在问题分析

一、瓶(桶)装水行业整体质量水平不高

二、家用净水器(机)存在的问题

三、管道直饮水市场混乱

四、售后服务问题

第四章 2008-2010年中国瓶（罐）装饮用水制造行业数据监测分析

第一节 2008-2010年中国瓶（罐）装饮用水行业总体数据分析

一、2008年中国瓶（罐）装饮用水行业全部企业数据分析

二、2009年中国瓶（罐）装饮用水行业全部企业数据分析

三、2010年中国瓶（罐）装饮用水行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国瓶（罐）装饮用水行业不同规模企业数据分析

一、2008年中国瓶（罐）装饮用水行业不同规模企业数据分析

二、2009年中国瓶（罐）装饮用水行业不同规模企业数据分析

三、2010年中国瓶（罐）装饮用水行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国瓶（罐）装饮用水行业不同所有制企业数据分析

一、2008年中国瓶（罐）装饮用水行业不同所有制企业数据分析

二、2009年中国瓶（罐）装饮用水行业不同所有制企业数据分析

三、2010年中国瓶（罐）装饮用水行业不同所有制企业数据分析

第五章 中国桶装水市场发展局势分析

第一节 2010-2011年中国桶装水市场发展现状分析

一、桶装瓶装水业洗牌在即

二、桶装水业面临生存危机

三、桶装水行业受管道直饮水冲击

四、管网供水对桶装水替代性分析

五、高端饮水机对桶装水替代性分析

六、桶装水市场未来的发展趋势

第二节 2010-2011年中国桶装水市场竞争状况分析

一、自动售水机挑战桶装水

二、直饮机欲争夺桶装水市场

三、国外品牌抢滩桶装水市场

第三节 2010-2011年中国桶装水市场存在的问题分析

一、桶装水市场价格混乱不堪

二、桶装水安全新问题

三、桶装水饮用时可能会二次污染

第六章 中国瓶装水市场发展分析

第一节 2010-2011年中国瓶装水市场发展现状分析

- 一、瓶装水市场鱼龙混杂
- 二、高端瓶装水抢占零售渠道
- 三、瓶装水市场竞争激烈
- 四、瓶装水标准
- 五、瓶装水资源稀缺
- 六、我国瓶装饮用水未来发展形势良好
- 七、全球瓶装水市场销售量将会逐渐的下降

第二节 2010-2011年中国瓶装水市场调查分析

- 一、市场萎缩：不争的事实
- 二、市场竞争分析
- 三、健康之路需要水质标准来保护

第三节 2010-2011年中国瓶装水高端竞争分析

- 一、抢占市场各出奇招
- 二、高端水成为新亮点
- 三、瓶装饮用水质量

第七章 中国矿泉水市场发展分析

第一节 矿泉水的特点分析

- 一、天然矿泉水的规定指标
- 二、天然矿泉水的保健作用

第二节 中国矿泉水市场发展现状

- 一、饮用矿泉水新国标：多方面加强安全系数
- 二、矿泉水包装今后须注明水源地
- 三、矿泉水资源进入激烈争夺期
- 四、资本大鳄觊觎矿泉水 七巨头占一半份额

第三节 我国矿泉水资源开发情况

- 一、矿泉水资源状况
- 二、我国矿泉水资源开发利用状况和对策
- 三、矿泉水资源开发利用潜力分析

第四节 高端矿泉水市场分析

- 一、国产饮用水发力高端市场 矿泉水往高处涌动

- 二、高端矿泉水市场快速扩容
- 三、超市中高端矿泉水的品牌越来越多
- 四、高利润率促众企业纷纷发力
- 五、水源是立身之本
- 六、产品须用文化内涵做支撑

第五节 关于高端矿泉水几个热点问题

- 一、关于利润
- 二、关于品质
- 三、关于水源
- 四、关于成本

第六节 五大连池矿泉水品牌整合分析

第八章 中国其他种类饮用水市场发展分析

第一节 纯净水

- 一、国内纯净水市场逐渐壮大
- 二、纯净水超越矿泉水
- 三、国内饮用水和纯净水未来市场分析
- 四、纯净水市场前景广阔

第二节 功能水

- 一、功能水的定义
- 二、功能水的分类
- 三、功能水有功效就有市场
- 四、功能水概念不清市场上以次充好
- 五、功能水行业需要规范和发展，出台行业标准势在必行
- 六、功能水行业发展展望

第三节 袋装水

- 一、袋装水简介
- 二、袋装水优点(与桶装水相比)
- 三、袋装水打破桶装水市场格局
- 四、袋装水市场定位与营销模式

第四节 直饮水

- 一、基本定义

二、直饮水概况

二、管道直饮水呈现增长但投资巨大

四、终端直饮水行业市场趋势分析

第九章 中国饮用水消费者分析

第一节 饮用水消费者基本特征分析

一、消费者构成

二、消费者行为分析

三、消费者的选择依据

第二节 桶装饮用水消费者调查分析

第三节 瓶装饮用水消费趋势分析

一、夏季瓶装饮用水最受消费者青睐

二、功能水：瓶装水市场的新希望

三、广告：瓶装水消费的最佳“导购”

四、渠道：最爱喝超市的水

第十章 中国饮用水市场营销分析

第一节 饮用水营销特性分析

一、需求性

二、流动性

三、气候性与地域性

四、活动性

五、区域性

六、导向性

第二节 饮用水一般销售模式分析

一、厂家直销

二、网络销售

三、平台式销售

四、农贸批发市场向周边自然辐射的模式

第三节 饮用水销售模式的优化

一、网络+平台

二、直销+网络

- 三、农贸批发市场+平台式
- 四、网络销售+直销
- 五、销售终端领先策略
- 六、饮用水的“五条终端线路”
- 七、饮用水的广告创新策略

第十一章 中国饮用水行业重点企业分析

第一节 杭州娃哈哈保健食品有限公司

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

第二节 天津顶津食品有限公司

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

第三节 沈阳润田食品饮料有限公司

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

第四节 怡宝食品饮料（深圳）有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 湖南长沙娃哈哈饮料有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 农夫山泉股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 广州屈臣氏食品饮料有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 郑州顶津食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十二章 2012-2016年中国饮用水投资与发展趋势分析

第一节 饮用水投资特性分析

- 一、行业壁垒低
- 二、风险小，建设周期短
- 三、区域性明显
- 四、单位产品成本低、价值低，利润率高
- 五、投资空间巨大

第二节 2012-2016年中国饮用水的发展趋势分析

- 一、天然矿泉水是健康之源
- 二、健康饮水观念已成主流
- 三、天然矿泉水将成饮用水市场的主导产品
- 四、分质供水在我国将成为必然趋势

第三节 2012-2016年中国瓶装饮用水产业发展趋势分析

- 一、瓶装饮用水产业的未来发展趋势研究的一般理论
- 二、饮用水产业将与生命科学、营养学紧密结合
- 三、含有高新技术的新兴“水家电”产业开始显现
- 四、瓶装饮用水产业孕育着第三方物流平台
- 五、我国瓶装饮用水未来发展形势良好

第四节 2012-2016年中国饮用水投资建议分析

- 一、新产品投资方向建议
- 二、中小企业营销策略创新建议
- 三、渠道创新建议

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：杭州娃哈哈保健食品有限公司主要经济指标走势图

图表：杭州娃哈哈保健食品有限公司经营收入走势图

图表：杭州娃哈哈保健食品有限公司盈利指标走势图

图表：杭州娃哈哈保健食品有限公司负债情况图

图表：杭州娃哈哈保健食品有限公司负债指标走势图

图表：杭州娃哈哈保健食品有限公司运营能力指标走势图

图表：杭州娃哈哈保健食品有限公司成长能力指标走势图

图表：天津顶津食品有限公司主要经济指标走势图

图表：天津顶津食品有限公司经营收入走势图

图表：天津顶津食品有限公司盈利指标走势图

图表：天津顶津食品有限公司负债情况图

图表：天津顶津食品有限公司负债指标走势图

图表：天津顶津食品有限公司运营能力指标走势图

图表：天津顶津食品有限公司成长能力指标走势图

图表：沈阳润田食品饮料有限公司主要经济指标走势图

图表：沈阳润田食品饮料有限公司经营收入走势图

图表：沈阳润田食品饮料有限公司盈利指标走势图

图表：沈阳润田食品饮料有限公司负债情况图

图表：沈阳润田食品饮料有限公司负债指标走势图

图表：沈阳润田食品饮料有限公司运营能力指标走势图

图表：沈阳润田食品饮料有限公司成长能力指标走势图

图表：怡宝食品饮料（深圳）有限公司主要经济指标走势图

图表：怡宝食品饮料（深圳）有限公司经营收入走势图

图表：怡宝食品饮料（深圳）有限公司盈利指标走势图

图表：怡宝食品饮料（深圳）有限公司负债情况图

图表：怡宝食品饮料（深圳）有限公司负债指标走势图

图表：怡宝食品饮料（深圳）有限公司运营能力指标走势图

图表：怡宝食品饮料（深圳）有限公司成长能力指标走势图

图表：湖南长沙娃哈哈饮料有限公司主要经济指标走势图

图表：湖南长沙娃哈哈饮料有限公司经营收入走势图

图表：湖南长沙娃哈哈饮料有限公司盈利指标走势图

图表：湖南长沙娃哈哈饮料有限公司负债情况图

图表：湖南长沙娃哈哈饮料有限公司负债指标走势图

图表：湖南长沙娃哈哈饮料有限公司运营能力指标走势图

图表：湖南长沙娃哈哈饮料有限公司成长能力指标走势图

图表：农夫山泉股份有限公司主要经济指标走势图

图表：农夫山泉股份有限公司经营收入走势图

图表：农夫山泉股份有限公司盈利指标走势图

图表：农夫山泉股份有限公司负债情况图

图表：农夫山泉股份有限公司负债指标走势图

图表：农夫山泉股份有限公司运营能力指标走势图

图表：农夫山泉股份有限公司成长能力指标走势图

图表：广州屈臣氏食品饮料有限公司主要经济指标走势图

图表：广州屈臣氏食品饮料有限公司经营收入走势图

图表：广州屈臣氏食品饮料有限公司盈利指标走势图

图表：广州屈臣氏食品饮料有限公司负债情况图

图表：广州屈臣氏食品饮料有限公司负债指标走势图

图表：广州屈臣氏食品饮料有限公司运营能力指标走势图

图表：广州屈臣氏食品饮料有限公司成长能力指标走势图

图表：郑州顶津食品有限公司主要经济指标走势图

图表：郑州顶津食品有限公司经营收入走势图

图表：郑州顶津食品有限公司盈利指标走势图

图表：郑州顶津食品有限公司负债情况图

图表：郑州顶津食品有限公司负债指标走势图

图表：郑州顶津食品有限公司运营能力指标走势图

图表：郑州顶津食品有限公司成长能力指标走势图

图表：略……

通过《2012-2016年中国饮用水市场供需预测与投资战略研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供科学决策依据。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0705/201202/01-91232.html>