

2011-2015年中国桶装水市场 专项调研及发展趋势研究报告

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

《2011-2015年中国桶装水市场专项调研及发展趋势研究报告》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/201109/75696.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

饮用方便、水质优是桶装水的一个优点，桶装水的出现引发了一场饮水革命。桶装水的出现，顺应了对生活质量日益提高的人们对于饮水健康，安全的需求，并且随着饮水机、水桶、生产设备价格的降低，桶装水价格也不断降低，市场得以快速成长。

中国产业信息网发布的《2011-2015年中国桶装水市场专项调研及发展趋势研究报告》共十二章。首先介绍了中国桶装水行业的概念，接着分析了中国桶装水行业发展环境，然后对中国桶装水行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国桶装水行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国桶装水行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

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	17
三、2011年中国宏观经济发展预测分析	19
第二节 中国桶装水行业政策环境分析	23
第三章 2010-2011年中国桶装水市场运行动态分析	25
第一节 2010-2011年中国桶装水行业运行概况	25
一、桶装水行业特点分析	25
二、桶装水行业受管道直饮水冲击	27
三、桶装水企业加入电子监管网已显现积极效应	28
第二节 2010-2011年中国桶装水市场剖析	29
一、桶装水市场价差较大	29
二、农村成桶装水市场又一增长点	30
三、桶装水市场“正规军”产品渐成主角	30
四、消费需求继续扩大，桶装水稳据饮用水市场主导	31
五、潜在消费群继续扩大	32
第三节 2010-2011年中国各地区桶装水市场动态分析	32
一、深圳关外桶装水市场存在“三乱”	32
二、郑州桶装水市场状况分析及对策	34
三、泉州桶装饮用水市场平稳度过炎夏	37
四、烟台低价桶装水扰乱市场	38
五、义乌桶装水市场状况分析	39
第四节 2010-2011年中国桶装水市场存在的问题探讨	41
一、桶装水市场价格混乱不堪	41
二、桶装水流通时也可能受污染	43
三、桶装水饮用时可能会二次污染	44
四、桶装水市场利润大滑	45
五、中国桶装水产业面临原材料成本上涨	45
第五节 2010-2011年中国桶装水行业发展建议及策略分析	46
一、桶装水企业应对市场分割策略分析	46
二、桶装水企业亟待加强管理规范	47
三、乐百氏桶装水以差异化竞争赢取市场	48

第四章 2006-2010年中国桶装水生产行业主要数据监测分析 54

第一节 2008-2010年中国桶装水行业总体数据分析 54

一、2008年中国桶装水行业全部企业数据分析 54

二、2009年中国桶装水行业全部企业数据分析 57

三、2010年中国桶装水行业全部企业数据分析 58

第二节 2008-2010年中国桶装水行业不同规模企业数据分析 60

一、2008年中国桶装水行业不同规模企业数据分析 60

二、2009年中国桶装水行业不同规模企业数据分析 61

三、2010年中国桶装水行业不同规模企业数据分析 61

第三节 2008-2010年中国桶装水行业不同所有制企业数据分析 62

一、2008年中国桶装水行业不同所有制企业数据分析 62

二、2009年中国桶装水行业不同所有制企业数据分析 62

三、2010年中国桶装水行业不同所有制企业数据分析 63

第五章 2008-2010年中国桶装水产量统计分析 64

第一节 2008年中国桶装水产量数据分析 64

一、2008年全国桶装水产量数据分析 64

二、2008年桶装水重点省市数据分析 64

第二节 2009年中国桶装水产量数据分析 65

一、2009年全国桶装水产量数据分析 65

二、2009年桶装水重点省市数据分析 65

第三节 2010年中国桶装水产量数据分析 66

一、2010年全国桶装水产量数据分析 66

二、2010年桶装水重点省市数据分析 66

第六章 2010-2011年中国桶装水产品市场消费者调查分析 67

第一节 2010-2011年中国桶装水产品市场消费者群体分析 67

一、家庭用户 67

二、单位用户 67

第二节 2010-2011年中国桶装水产品消费者行为特征分析 68

一、消费偏好分析 68

二、消费周期与频次分析 68

第三节 2010-2011年中国重点城市桶装饮用水消费者研究 69

一、三大城市家庭消费者桶装水类型偏好 69

二、三大城市城镇居民的桶装水消费情况 70

三、消费者对分质供水的兴趣 70

四、消费者对桶装水的品牌认知与消费 71

五、三大城市居民对桶装水的满意度评价 71

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 72

一、质量 72

二、口感 72

三、企业品牌 73

四、送水服务 73

五、包装 73

六、广告 74

第七章 2010-2011年中国饮用水市场营销策略析 75

第一节 2010-2011年中国瓶装饮用水的营销特性 75

一、需求性 75

二、流动性 75

三、气候性与地域性 75

四、活动性 76

五、区域性 76

六、导向性 77

第二节 2010-2011年中国桶装饮用水市场营销问题探析 77

一、首要的营销目标 77

二、品牌定位的依据 78

三、品牌个性表现策略 78

四、市场细分变量的确定 79

五、产品的主要诉求点 79

六、送水上门与数据库营销 79

七、深度分销 80

八、零售终端的管理 80

第八章 2010-2011年中国桶装水产市场竞争状况分析 82

第一节 2010-2011年中国桶装水市场竞争状况分析 82

一、自动售水机挑战桶装水 82

二、外资巨头抢滩饮用水市场 83

三、直饮机欲争夺桶装水市场	84
四、国外品牌抢滩桶装水市场	85
第二节 2010-2011年中国桶装水集中度分析	86
一、市场集中度分析	86
二、区域集中度分析	86
第三节 2010-2011年中国桶装水竞争趋势分析	87
第九章 中国桶装水重点企业竞争性指标分析（企业可自选）	88
第一节 北京新源食品饮料有限公司	88
一、企业概况	88
二、企业主要经济指标分析	88
三、企业盈利能力分析	92
四、企业偿债能力分析	92
五、企业运营能力分析	93
六、企业成长能力分析	93
第二节 乐百氏重庆食品饮料有限公司	93
一、企业概况	93
二、企业主要经济指标分析	94
三、企业盈利能力分析	99
四、企业偿债能力分析	99
五、企业运营能力分析	100
六、企业成长能力分析	100
第三节 蒙阴蒙山麦饭石矿泉水有限公司	100
一、企业概况	100
二、企业主要经济指标分析	101
三、企业盈利能力分析	104
四、企业偿债能力分析	105
五、企业运营能力分析	105
六、企业成长能力分析	105
第四节 北京汇源集团怀化有限公司	106
一、企业概况	106
二、企业主要经济指标分析	106
三、企业盈利能力分析	108

四、企业偿债能力分析	108
五、企业运营能力分析	109
六、企业成长能力分析	109
第五节 大冶天台泉饮品有限责任公司	109
一、企业概况	109
二、企业主要经济指标分析	110
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	114
六、企业成长能力分析	115
第六节 北京中富热灌装容器有限公司	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	120
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	121
第七节 青岛青啤朝日饮品有限公司	121
一、企业概况	121
二、企业主要经济指标分析	122
三、企业盈利能力分析	127
四、企业偿债能力分析	127
五、企业运营能力分析	128
六、企业成长能力分析	128
第八节 北京娃哈哈桶装水高碑店有限责任公司	128
一、企业概况	128
二、企业主要经济指标分析	129
三、企业盈利能力分析	133
四、企业偿债能力分析	133
五、企业运营能力分析	134
六、企业成长能力分析	134
第九节 浙江健天下生态资源开发有限公司	134

一、企业概况	134
二、企业主要经济指标分析	135
三、企业盈利能力分析	139
四、企业偿债能力分析	139
五、企业运营能力分析	140
六、企业成长能力分析	140
第十章 2010-2011年中国桶装水相关行业运行分析	141
第一节 2010-2011年中国饮水机行业发展概况分析	141
一、饮水机品牌格局面临调整	141
二、无热胆饮水机发展迅速	142
三、首款抑菌饮水机宁波上市	143
四、饮水机主要品牌技术亮点	143
五、近三年中国饮水机产量分析	151
六、中国区域市场饮水机品牌占有率分析	153
七、2011-2015年中国饮水机市场趋势分析	153
第二节 2010-2011年中国瓶装水行业发展概况分析	154
一、瓶装水市场透析-高端瓶装水成为市场新亮点	154
二、中国名牌瓶装水统治地位不容置疑	154
三、中国瓶装水年销量已居亚洲第二	155
四、瓶装饮用水质量合格率分析	155
五、渠道：最爱喝超市的水	155
六、2011-2015年中国瓶装水市场发展趋势分析	156
第三节 2010-2011年中国其他种类饮用水发展状况分析	156
一、国内纯净水市场逐渐壮大	156
二、纯净水行业发展分析	157
三、功能水国际市场速生速长	158
四、功能水机市场突起	159
五、中国发布首个功能水行业标准	160
六、袋装水出击市场	161
七、袋装水凭优势打破桶装水市场格局	161
八、新型袋装水有望代替桶装水	162
九、直饮水进家庭面临难题	163

十、2011-2015年中国饮用水发展趋势预测分析	164
第十一章 2011-2015年中国桶装水行业前景预测分析	165
第一节 2011-2015年中国饮用水行业发展趋势	165
一、品牌扩张趋势	165
二、服务、品牌竞争趋势	165
三、集中化趋势	166
第二节 2011-2015年中国桶装水市场预测分析	166
一、桶装水市场供给情况分析	166
第三节 2011-2015年中国桶装水市场盈利预测分析	167
第十二章 2011-2015年中国桶装水产业投资前景预测	169
第一节 2010-2011年中国桶装水行业投资概况	169
一、桶装水行业投资特性	169
二、桶装水具有良好的投资价值	169
第二节 2011-2015年中国桶装水投资机会分析	170
一、桶装水区域投资潜力分析	170
二、与产业链相关的投资机会分析	170
第三节 2011-2015年中国桶装水投资风险及防范	171
一、市场运营机制风险	171
二、金融风险分析	171
三、政策风险分析	171
四、竞争风险	172

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201109/75696.html>