



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年桶装水市场专项调研及投资方向研究报告

一、调研说明

《2012-2016年桶装水市场专项调研及投资方向研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/212433.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

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。

艾凯咨询集团发布的《2012-2016年桶装水市场专项调研及投资方向研究报告》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、2012-2016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、2012-2016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、2012-2016年中国饮用水发展趋势预测分析 176
-
- 第十一章 2012-2016年中国桶装水行业前景预测分析 177
 - 第一节 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016年中国桶装水市场盈利预测分析 179
-
- 第十二章 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016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

通过《2012-2016年桶装水市场专项调研及投资方向研究报告》，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、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/212433.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。