艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2017年中国饮用水市场深度分析与投资前景预测报告

艾凯咨询网
www.icandata.com

一、调研说明

《2013-2017年中国饮用水市场深度分析与投资前景预测报告》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/243006.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

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，包装饮用水以其40%的市场占有率，已稳居全国饮料市场头把交椅。2011年，全国包装饮用水类累计产量为47，889，965.83吨，比上年同期增长了25.67%。2012年，全国包装饮用水类累计产量为55，627，750.79吨，比上年同期增长了19.20%。

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。

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。

艾凯咨询集团发布的《2013-2017年中国饮用水市场深度分析与投资前景预测报告》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20家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、宇博智业市场研究中心、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。

报告目录：

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　　2011-2012年饮用水行业分析
2.1　　2011-2013年饮用水行业政策环境分析
2.1.1　　2010年两项净水器国家标准发布
2.1.2　　2011年起我国将饮用水卫生安全巡查纳入医改项目
2.1.3　　2011年我国净水市场三大标准实施
2.1.4　　2011年WHO发布新版饮用水质量指导标准
2.1.5　　2012年我国饮用水新国标正式实施
2.1.6　　我国将制定饮用水水源地保护法
2.1.7　　"十二五"环保部拟定饮用水保护"蓝图"
2.2　　2011-2012年饮用水行业的发展
2.2.2　　矿物质水正式成为我国饮用水第六水种
2.2.3　　2011年中国饮用水行业热点分析
2.2.4　　2011年我国饮用水源地水质达标情况
2.2.5　　2012年我国饮用水监测点已覆盖全国省地市
2.3　　2011-2012年饮用水市场概况
2.3.1　　中国饮用水市场发展状况概述
2.3.2　　2010年中国饮用水市场分析
2.3.3　　2011年中国饮用水市场品牌概况
2.3.4　　我国饮用水市场安全问题备受关注
2.3.5　　中国高端饮用水市场进入爆发期
2.3.6　　饮用水市场再次酝酿产品升级革命

2.4 2010-2012年全国及主要省份包装饮用水类产量分析
2.4.1 2010年1-12月全国及主要省份包装饮用水类产量分析
2.4.2 2011年1-12月全国及主要省份包装饮用水类产量分析
2.4.3 2012年1-12月全国及主要省份包装饮用水类产量分析
2.5 各地区饮用水市场状况
2.5.1 2010年宁夏生活饮用水合格率达33.77%
2.5.2 2011年陕西出台规划保护饮用水水源地环境
2.5.3 2011年深圳《学校饮用水卫生管理工作指引》出台
2.5.4 2012年安徽马鞍山饮用水总体情况良好
2.5.5 2013年广东将全面解决农村饮用水水质问题
2.5.6 2014年四川农村饮用水合格率将达90%
2.6 中国饮用水存在的问题及发展对策
2.6.1 中国饮用水存在的主要问题
2.6.2 我国城市饮用水安全保障存在五大问题
2.6.3 我国包装饮用水行业面临的主要挑战
2.6.4 饮用水市场监管有待加强
2.6.5 我国农村饮用水存在的安全问题及对策分析
2.6.6 国内企业进军高端饮用水市场应注意的问题

第三章 2011-2012年桶装水行业发展分析
3.1 2011-2012年桶装水行业的发展
3.1.1 桶装水行业简况
3.1.2 我国桶装水行业现状概述
3.1.3 2012年中国桶装饮用水行业自律文件出炉
3.1.4 我国小包装桶装水发展辨析
3.2 2011-2012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 2012年中国高端桶装水市场再添新军
3.2.4 直饮机争夺桶装水市场
3.3 部分地区桶装水行业状况
3.3.1 郑州桶装水市场状况分析及对策

3.3.2 广西桶装水行业出台赔偿方法
3.3.3 2012年广东桶装水行业新标准实施
3.3.4 2012年广东桶装水行业创新经营模式
3.4 桶装水行业发展存在的问题及对策
3.4.1 桶装水企业发展存在的问题
3.4.2 桶装水行业质量问题分析
3.4.3 桶装水产业亟待升级
3.4.4 桶装水企业应对市场分割策略分析
3.4.5 桶装水生产企业发展的建议

第四章 2011-2012年瓶装水行业发展分析
4.1 国际瓶装水市场概况
4.1.1 全球瓶装水市场发展回顾
4.1.2 美国瓶装水市场分析
4.1.3 韩国瓶装水市场发展潜力看好
4.1.4 比利时瓶装水消费分析
4.1.5 瓶装水行业发展带来的问题
4.2 2011-2012年中国瓶装水发展分析
4.2.1 中国瓶装饮用水行业进入新阶段
4.2.2 2011年我国瓶装水行业发展概况
4.2.3 2012年中国瓶装水市场发展概述
4.2.4 2012年我国高价瓶装水市场现况
4.2.5 我国高端瓶装水市场有望快速发展
4.2.6 矿物质水和矿泉水将成为我国瓶装水发展方向
4.3 中国瓶（罐）装饮用水制造行业财务状况分析
4.3.1 2008-2012年中国瓶（罐）装饮用水制造行业经济规模
4.3.2 2008-2012年中国瓶（罐）装饮用水制造行业盈利能力指标分析
4.3.3 2008-2012年中国瓶（罐）装饮用水制造行业营运能力指标分析
4.3.4 2008-2012年中国瓶（罐）装饮用水制造行业偿债能力指标分析
4.3.5 2008-2012年中国瓶（罐）装饮用水制造行业财务状况综合评价
4.4 瓶装饮用水营销分析
4.4.1 瓶装饮用水市场营销特性

4.4.2 瓶装饮用水销售的主要线路
4.4.3 瓶装水龙头企业营销策略比较
4.5 中国瓶装水行业存在的问题
4.5.1 我国瓶装水市场比较混乱
4.5.2 瓶装水标签有待规范
4.5.3 瓶装水产业亟需加强监管

第五章 2011-2012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 矿泉水资源开发
5.2.1 中国矿泉水资源开发利用状况分析
5.2.2 透视北京饮用天然矿泉水资源开发利用状况及发展
5.2.3 西藏优势矿泉水资源开发受资本青睐
5.2.4 长白山天然矿泉水资源保护及开采战略剖析
5.2.5 广州矿泉水开采存在的主要问题
5.3 2011-2012年国内外矿泉水行业概况
5.3.1 发达国家矿泉水产品发展特点
5.3.2 2011年度日本矿泉水市场规模概况
5.3.3 中国矿泉水市场已迎来高端时代
5.3.4 2012中国矿泉水市场品牌排行
5.3.5 2012年我国高端矿泉水企业渠道谋变
5.3.6 中国矿泉水战略崛起的要素分析
5.4 矿泉水标准实施及其影响分析
5.4.1 矿泉水新标准实施简述
5.4.2 我国矿泉水新标准与国际接轨
5.4.3 兑用天然矿泉水》新国标对行业的影响分析
5.5 中国主要地区矿泉水行业分析

5.5.1 吉林长白山天然矿泉水产业发展回顾
5.5.2 2011年吉林高端矿泉水项目投资百亿
5.5.3 2011年深圳矿泉水企业领跑全国
5.5.4 2012年深圳矿泉水市场再添新军
5.5.5 2012年吉林矿泉水品牌进入韩国市场
5.5.6 贵州矿泉水产业发展概况
5.5.7 拉萨市饮用天然矿泉水行业研究
5.5.8 青海省矿泉水行业亟需加大开发力度
5.6 矿泉水产业发展面临的挑战及对策
5.6.1 我国矿泉水产业发展存在的问题
5.6.2 中国矿泉水产业发展的制约因素解析
5.6.3 我国与欧盟在矿泉水质量保证方面的差距
5.6.4 我国矿泉水产业有待政策扶持
5.6.5 我国矿泉水产业发展的建议
5.6.6 推动矿泉水产业健康发展的有利措施

第六章 2011-2012年其他种类饮用水行业发展分析
6.1 纯净水
6.1.1 中国纯净水市场的发展概况
6.1.2 纯净水市场发展特点分析
6.1.3 中国纯净水市场较混乱
6.1.4 纯净水市场品牌派生策略分析
6.2 功能水
6.2.1 功能水简介
6.2.2 中国功能水行业发展概况
6.2.3 中国首个功能水行业标准发布
6.2.4 中国功能水行业进入新发展阶段
6.3 袋装水
6.3.1 袋装水出击市场
6.3.2 袋装水市场发展现状概述
6.3.3 袋装水发展面临的机遇与挑战
6.3.4 袋装水行业的技术趋势分析

6.4 直饮水
6.4.1 直饮水爆炸式增长挑战桶装水
6.4.2 湖南涟源成全国首个普供直饮水城市
6.4.3 2011年山西长治市王庄煤矿直饮水工程启动
6.4.4 2011年神东直饮水工程试供水成功
6.4.5 2012年万绿湖直饮水供穗工程启动
6.4.6 直饮水行业的未来市场趋势分析

第七章 2011-2012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
7.1.3 我国水家电市场发展态势分析
7.1.4 主要水家电的目标市场分析
7.1.5 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 2011年中国饮水机市场发展分析
7.2.3 2012年中国饮水机市场发展分析
7.2.4 我国饮水机产品存在主要问题
7.2.5 我国饮水机市场的隐患及对策
7.3 净水机
7.3.1 中国净水机市场发展综述
7.3.2 2011年中国净水器行业发展概述
7.3.3 2012年中国净水器市场发展态势
7.3.4 中国净水机市场的制约因素及策略建议
7.3.5 中国净水器市场前景喜人
7.4 直饮机
7.4.1 直饮机亮相饮水市场
7.4.2 直饮机市场潜力巨大
7.4.3 直饮机行业的基本特征
7.4.4 影响直饮机行业发展进程的因素
7.5 水家电行业投资分析及前景趋势

7.5.1 中国水家电行业投资分析
7.5.2 中国水家电发展前景广阔
7.5.3 水家电市场发展趋势透析

第八章 2011-2012年饮用水替代品行业发展分析
8.1 碳酸饮料
8.1.1 2010年中国碳酸饮料产量回顾
8.1.2 2011年中国碳酸饮料产量状况
8.1.3 2012年中国碳酸饮料产量状况
8.2 果汁饮料
8.2.1 果汁饮料市场的发展特点
8.2.2 2010年中国果汁饮料健康消费新趋势
8.2.3 2011年我国果汁市场竞争态势
8.2.4 2012年我国果汁行业发展动态
8.2.5 果汁饮料行业瓶颈及发展对策
8.2.6 中国果汁饮料产品发展方向
8.3 茶饮料
8.3.1 中国茶饮料市场总体概述
8.3.2 我国茶饮料行业特征分析
8.3.3 2011年我国茶饮料市场竞争再添新军
8.3.4 2012年我国茶饮料市场的发展特点
8.3.5 茶饮料市场大品牌最具优势
8.3.6 茶饮料行业产品发展方向
8.4 功能饮料
8.4.1 影响功能饮料发展的主要因素
8.4.2 2011年中高端功能饮料品牌崛起
8.4.3 2012年我国功能饮料的发展态势
8.4.4 2013年娃哈哈欲大力拓展功能饮料市场
8.4.5 国内功能饮料监管市场存在缺失
8.4.6 中国功能饮料市场前景可期

第九章 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 饮用水净化市场将迎来新投资主题
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 2013-2017年中国瓶（罐）装饮用水制造行业预测分析
9.2.2 中国瓶装饮用水行业发展趋势分析
9.2.3 天然矿泉水将主导未来饮用水市场
9.2.4 中国饮用水处理技术发展趋势

第十章 2006-2012年饮用水行业重点企业运营状况分析
10.1 杭州娃哈哈保健食品有限公司
10.1.1 2006-2012年公司发展概况
10.1.2 公司总体规模与盈利状况
10.1.3 公司偿债能力分析
10.1.4 公司营运能力分析
10.1.5 公司获利能力分析
10.1.6 公司成长能力分析
10.2 桂林娃哈哈食品有限公司
10.2.1 2006-2012年公司发展概况
10.2.2 公司总体规模与盈利状况
10.2.3 公司偿债能力分析
10.2.4 公司营运能力分析
10.2.5 公司获利能力分析
10.2.6 公司成长能力分析
10.3 华润怡宝食品饮料（深圳）有限公司
10.3.1 2006-2012年公司发展概况
10.3.2 公司总体规模与盈利状况
10.3.3 公司偿债能力分析
10.3.4 公司营运能力分析
10.3.5 公司获利能力分析

10.3.6 公司成长能力分析
10.4 江西润田饮料有限责任公司
10.4.1 2006-2012年公司发展概况
10.4.2 公司总体规模与盈利状况
10.4.3 公司偿债能力分析
10.4.4 公司营运能力分析
10.4.5 公司获利能力分析
10.4.6 公司成长能力分析
10.5 沈阳润田食品饮料有限公司
10.5.1 2006-2012年公司发展概况
10.5.2 公司总体规模与盈利状况
10.5.3 公司偿债能力分析
10.5.4 公司营运能力分析
10.5.5 公司获利能力分析
10.5.6 公司成长能力分析
10.6 四川蓝光饮品实业有限公司
10.6.1 2006-2012年公司发展概况
10.6.2 公司总体规模与盈利状况
10.6.3 公司偿债能力分析
10.6.4 公司营运能力分析
10.6.5 公司获利能力分析
10.6.6 公司成长能力分析
10.7 兰州顶津食品有限公司
10.7.1 2006-2012年公司发展概况
10.7.2 公司总体规模与盈利状况
10.7.3 公司偿债能力分析
10.7.4 公司营运能力分析
10.7.5 公司获利能力分析
10.7.6 公司成长能力分析
10.8 农夫山泉湖北丹江口有限公司
10.8.1 2006-2012年公司发展概况
10.8.2 公司总体规模与盈利状况

10.8.3 公司偿债能力分析
10.8.4 公司营运能力分析
10.8.5 公司获利能力分析
10.8.6 公司成长能力分析
10.9 农夫山泉股份有限公司建德分公司
10.9.1 2006-2012年公司发展概况
10.9.2 公司总体规模与盈利状况
10.9.3 公司偿债能力分析
10.9.4 公司营运能力分析
10.9.5 公司获利能力分析
10.9.6 公司成长能力分析
10.10 乐百氏（沈阳）食品饮料有限公司
10.10.1 2006-2012年公司发展概况
10.10.2 公司总体规模与盈利状况
10.10.3 公司偿债能力分析
10.10.4 公司营运能力分析
10.10.5 公司获利能力分析
10.10.6 公司成长能力分析
10.11 江西蓝宝实业发展有限公司
10.11.1 2006-2012年公司发展概况
10.11.2 公司总体规模与盈利状况
10.11.3 公司偿债能力分析
10.11.4 公司营运能力分析
10.11.5 公司获利能力分析
10.11.6 公司成长能力分析
10.12 山东文登黑豹矿泉水有限公司
10.12.1 2006-2012年公司发展概况
10.12.2 公司总体规模与盈利状况
10.12.3 公司偿债能力分析
10.12.4 公司营运能力分析
10.12.5 公司获利能力分析
10.12.6 公司成长能力分析

10.13 杭州娃哈哈百立食品有限公司
10.13.1 2006-2012年公司发展概况
10.13.2 公司总体规模与盈利状况
10.13.3 公司偿债能力分析
10.13.4 公司营运能力分析
10.13.5 公司获利能力分析
10.13.6 公司成长能力分析
10.14 白山娃哈哈饮料有限公司
10.14.1 2006-2012年公司发展概况
10.14.2 公司总体规模与盈利状况
10.14.3 公司偿债能力分析
10.14.4 公司营运能力分析
10.14.5 公司获利能力分析
10.14.6 公司成长能力分析
10.15 莱阳鲁花矿泉水有限公司
10.15.1 2006-2012年公司发展概况
10.15.2 公司总体规模与盈利状况
10.15.3 公司偿债能力分析
10.15.4 公司营运能力分析
10.15.5 公司获利能力分析
10.15.6 公司成长能力分析
10.16 农夫山泉广东万绿湖有限公司
10.16.1 2006-2012年公司发展概况
10.16.2 公司总体规模与盈利状况
10.16.3 公司偿债能力分析
10.16.4 公司营运能力分析
10.16.5 公司获利能力分析
10.16.6 公司成长能力分析
10.17 农夫山泉吉林长白山有限公司
10.17.1 2006-2012年公司发展概况
10.17.2 公司总体规模与盈利状况
10.17.3 公司偿债能力分析

10.17.4 公司营运能力分析
10.17.5 公司获利能力分析
10.17.6 公司成长能力分析
10.18 陕西娃哈哈食品有限公司
10.18.1 2006-2012年公司发展概况
10.18.2 公司总体规模与盈利状况
10.18.3 公司偿债能力分析
10.18.4 公司营运能力分析
10.18.5 公司获利能力分析
10.18.6 公司成长能力分析
10.19 吉林娃哈哈食品有限公司
10.19.1 2006-2012年公司发展概况
10.19.2 公司总体规模与盈利状况
10.19.3 公司偿债能力分析
10.19.4 公司营运能力分析
10.19.5 公司获利能力分析
10.19.6 公司成长能力分析
10.20 福建省新中亚食品有限公司（长乐市）
10.20.1 2006-2012年公司发展概况
10.20.2 公司总体规模与盈利状况
10.20.3 公司偿债能力分析
10.20.4 公司营运能力分析
10.20.5 公司获利能力分析
10.20.6 公司成长能力分析

详细请访问：https://www.icandata.com/view/243006.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提供专业投资咨询报告、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。