



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国自来水市场运行态势及投资策略报告

## 一、调研说明

《2015-2020年中国自来水市场运行态势及投资策略报告》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/251227.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

### 第一章 2014年自来水行业发展综述

#### 第一节 自来水行业界定

##### 一、行业经济特性

##### 二、主要产品品种/主要细分行业

##### 三、产业链结构分析

#### 第二节 自来水行业发展成熟度分析

##### 一、行业发展周期分析

##### 二、行业中外市场成熟度对比

##### 三、行业及其主要子行业成熟度分析

### 第二章 2015-2020年中国自来水企业PEST（环境）分析

#### 第一节 经济环境分析

#### 第二节 政策环境分析

#### 第三节 社会环境分析

#### 第四节 技术环境分析

### 第三章 自来水行业生产技术分析

#### 第一节 自来水行业生产技术的发展现状

#### 第二节 自来水行业产品生产工艺特点或流程

#### 第三节 自来水行业生产技术的发展趋势分析

### 第四章 2014年中国自来水企业发展情况分析

#### 第一节 中国自来水企业发展分析

##### 一、2014年自来水企业运行情况及特点分析

##### 二、2014年自来水企业投资情况分析

##### 三、中国自来水企业产品结构分析

##### 四、中国自来水企业与宏观经济相关性分析

#### 第二节 中国企业区域发展分析

##### 一、企业重点区域分布特点及变化

##### 二、华北地区市场分析

##### 三、华东地区市场分析

##### 四、东北地区市场分析

##### 五、中南地区市场分析

## 六、西部市场市场分析

## 七、华南市场市场分析

## 第五章 2014年中国自来水市场供需调查分析

### 第一节 2014年中国自来水市场供给分析

#### 一、产品市场供给

#### 二、价格供给

#### 三、渠道供给

### 第二节 2014年中国自来水市场需求分析

#### 一、产品市场需求

#### 二、价格需求

#### 三、渠道需求

#### 四、购买需求

### 第三节 2014年中国自来水市场特征分析

#### 一、2014年中国自来水产品特征分析

#### 二、2014年中国自来水价格特征分析

#### 三、2014年中国自来水渠道特征

#### 四、2014年中国自来水购买特征

## 第六章 2014年自来水企业市场竞争格局分析

### 第一节 2014年中国自来水企业集中度分析

### 第二节 2014年中国自来水企业规模经济情况分析

### 第三节 2014年中国自来水企业格局以及竞争态势分析

#### 一、企业整体竞争格局及态势分析

#### 二、区域市场竞争格局及态势分析

### 第四节 中国企业进入和退出壁垒分析

### 第五节 2014年中国自来水企业主要优势企业竞争力综合评价

## 第七章 2014年自来水企业主要竞争对手分析

### 第一节 企业A

#### 一、企业简介

#### 二、主导产品分析

#### 三、经营状况分析

#### 四、企业盈利能力分析

#### 五、企业偿债能力分析

## 六、企业经营策略和发展战略分析

### 第二节 企业B

#### 一、企业简介

#### 二、主导产品分析

#### 三、经营状况分析

#### 四、企业盈利能力分析

#### 五、企业偿债能力分析

#### 六、企业经营策略和发展战略分析

### 第三节 企业C

#### 一、企业简介

#### 二、主导产品分析

#### 三、经营状况分析

#### 四、企业盈利能力分析

#### 五、企业偿债能力分析

#### 六、企业经营策略和发展战略分析

### 第四节 企业D

#### 一、企业简介

#### 二、主导产品分析

#### 三、经营状况分析

#### 四、企业盈利能力分析

#### 五、企业偿债能力分析

#### 六、企业经营策略和发展战略分析

### 第五节 企业E

#### 一、企业简介

#### 二、主导产品分析

#### 三、经营状况分析

#### 四、企业盈利能力分析

#### 五、企业偿债能力分析

#### 六、企业经营策略和发展战略分析

## 第八章 2015-2020年中国自来水企业上下游产业链分析及其影响

### 第一节 2014中国自来水企业上游企业发展及影响分析

#### 一、2014中国自来水企业上游企业运行现状分析

## 二、对本企业产生的影响分析

### 第二节 2014中国自来水企业下游企业发展及影响分析

#### 一、2014中国自来水企业下游企业运行现状分析

#### 二、对本企业产生的影响分析

### 第三节 其他相关企业发展及影响分析

## 第九章 2015-2020年中国自来水企业发展趋势预测

### 第一节 2015-2020年政策变化趋势预测

### 第二节 2015-2020年供求趋势预测

#### 一、产品供给预测

#### 二、产品需求预测

### 第三节 2015-2020年进出口趋势预测

### 第四节 2015-2020年技术发展趋势

### 第五节 2015-2020年竞争趋势预测

## 第十章 2015-2020年自来水企业投资潜力与价值分析

### 第一节 2015-2020年自来水企业投资环境分析

### 第二节 2015-2020年自来水企业SWOT模型分析

#### 一、优势

#### 二、劣势

#### 三、机会

#### 四、威胁

### 第三节 2015-2020年我国自来水企业投资潜力分析

### 第四节 2015-2020年我国自来水企业前景展望分析

### 第五节 2015-2020年我国自来水企业盈利能力预测

## 第十一章 2015-2020年自来水企业投资风险预警

### 第一节 政策和体制风险

### 第二节 宏观经济波动风险

### 第三节 市场风险

### 第四节 技术风险

### 第五节 原材料压力风险分析

### 第六节 市场竞争风险

### 第七节 外资进入现状及对未来市场的威胁

### 第八节 营销风险

## 第九节 相关企业风险

## 第十节 区域风险

## 第十一节 资金短缺风险

## 第十二节 经营风险分析

## 第十三节 管理风险分析

## 第十二章 2015-2020年自来水产业投资机会及投资策略分析

### 第一节 2015-2020年自来水企业区域投资机会

### 第二节 2015-2020年自来水企业主要产品投资机会

### 第三节 2015-2020年自来水企业出口市场投资机会

### 第四节 2015-2020年中国自来水企业投资策略分析

#### 一、产品定位策略

#### 二、产品开发策略

#### 三、渠道销售策略

#### 四、品牌经营策略

#### 五、服务策略

## 第十三章 自来水行业企业观点综述及专家建议

### 第一节 企业观点综述

### 第二节 专家投资建议

#### 图表目录：

图表：2010-2011年世界自来水产量及其增速走势图

图表：世界主要国家自来水集中度情况

图表：2015-2020年世界自来水需求量及其增速预测

图表：自来水行业与宏观经济的关系

图表：自来水行业发展的政策环境

图表：我国自来水行业发展的社会环境

图表：2009-2014年自来水行业销售收入及增速走势

图表：2009-2014年自来水行业产量及其增速走势

图表：2009-2014年自来水行业投资额情况

图表：自来水主要产品及应用

图表：2009-2014年我国GDP增速与自来水产量的关系分析

图表：自来水行业生命周期

图表：2014年我国自来水重点区域分布

图表：2014年华北地区自来水企业分布情况

图表：2014年华北地区自来水企业规模情况

图表：2014年华东地区自来水企业分布情况

图表：2014年华东地区自来水企业规模情况

图表：2014年东北地区自来水企业分布情况

图表：2014年东北地区自来水企业规模情况

图表：2014年中南地区自来水企业分布情况

图表：2014年中南地区自来水企业规模情况

图表：2014年西部地区自来水企业分布情况

图表：2014年西部地区自来水企业规模情况

图表：2014年华南地区自来水企业分布情况

图表：2014年华南地区自来水企业规模情况

图表：2014年我国自来水产品市场供给比例分析

图表：2014年份我国自来水主要供给渠道

图表：2015-2020年我国自来水需求量预测

图表：2015-2020年我国自来水销售渠道变化图

图表：2015-2020年影响自来水购买需求因素关系

图表：2014年份我国自来水主要销售渠道调查

图表：用户购买自来水信息获取渠道

图表：用户购买自来水考虑的主要因素

图表：2015-2020年我国自来水行业企业集中度预测

图表：2009-2014年自来水行业市场规模走势

图表：2014年份我国自来水市场上主要品牌市场渗透率

图表：2014年我国自来水行业区域竞争格局

图表：自来水市场进入/退出博弈

图表：自来水新进入者的盈利分析

图表：我国自来水优势企业竞争力评价

图表：2010-2014年企业A管理费用及管理费用率

图表：2010-2014年企业A经营状况

图表：企业A产品构成

图表：2015-2020年企业B业务经营目标

图表：企业BSWOT分析



图表：上游产业对自来水行业的影响

图表：下游产业对自来水业的影响

图表：2015-2020年我国自来水行业产量及增速预测

图表：2015-2020年我国自来水行业投资预测

图表：2015-2020年我国自来水市场需求预测

图表：2007-2008年我国自来水行业进出口对比图

图表：2015-2020年我国自来水产品进出口预测

图表：2015-2020年我国自来水行业的优势

图表：2015年我国自来水行业投资份额构成预测

图表：2015-2020年我国自来水行业盈利能力指标预测

图表：2015-2020年GDP走势预测

图表：典型城市的风险区域

图表：我国自来水渠道模式

图表：金融危机下自来水企业成本控制策略

图表：自来水企业竞价时考虑的主要因素：

图表：金融危机下自来水企业竞争策略

图表：金融危机下自来水企业的并购重组策略

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/251227.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](http://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提供投资咨询报告、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。