



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年中国桶装水产业市 场分析及发展前景咨询报告

## 一、调研说明

《2009-2012年中国桶装水产业市场分析及发展前景咨询报告》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/73914.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 2008年全球桶装水产业发展状况

#### 第一节 2008年全球桶装水产业发展概况

##### 一、全球桶装水特点

##### 二、全球桶装水市场运行

##### 三、全球桶装水品牌

#### 第二节 2008年全球主要国家桶装水产业发展情况

##### 一、法国

##### 二、美国

##### 三、日本

#### 第三节 2009-2012年全球桶装水产业发展趋势

### 第二章 2008年中国桶装水行业发展环境

#### 第一节 2008年中国宏观经济环境

##### 一、2008年中国GDP增长状况

##### 二、2008年中国居民家庭可支配收入及恩格尔系数

##### 三、2008年中国CPI及PPI

#### 第二节 2008年中国桶装水行业发展政策环境

##### 一、桶装水行业产业政策

##### 二、桶装水行业相关标准

##### 三、国内桶装水管理政策

#### 第三节 2008年中国桶装水行业发展社会环境

#### 第四节 2008年中国桶装水行业发展技术环境

##### 一、桶装水加工技术现状

##### 二、桶装水技术发展水平

##### 三、影响桶装水技术相关因素

### 第三章 2008年中国桶装水行业发展状况

#### 第一节 2008年中国桶装水行业发展概况

##### 一、桶装水行业受管道直饮水冲击

##### 二、桶装水企业加入电子监管网已显现积极效应

#### 第二节 2008年中国桶装水市场存在的问题

- 一、桶装水市场价格混乱不堪
  - 二、桶装水流通时也可能受污染
  - 三、桶装水饮用时可能会二次污染
  - 四、桶装水市场利润大滑
  - 五、中国桶装水产业面临原材料成本上涨
- 第三节 2008年中国桶装水行业发展建议及策略
- 一、桶装水企业应对市场分割策略
  - 二、桶装水企业亟待加强管理规范
  - 三、乐百氏桶装水以差异化竞争赢取市场

#### 第四章 2008年中国桶装水产业市场运行动态

##### 第一节 2008年中国桶装水市场发展状态

- 一、桶装水市场价差较大
- 二、农村成桶装水市场又一增长点
- 三、桶装水市场"正规军"产品渐成主角
- 四、消费需求继续扩大，桶装水稳据饮用水市场主导
- 五、潜在消费群继续扩大

##### 第二节 2008年中国各地区桶装水市场状况

- 一、深圳关外桶装水市场存在"三乱"
- 二、郑州桶装水市场状况及对策
- 三、泉州桶装饮用水市场平稳度过炎夏
- 四、烟台低价桶装水扰乱市场
- 五、义乌桶装水市场状况

##### 第三节 2008年中国桶装水行业对外贸易

#### 第五章 2006-2008年中国瓶(罐)装饮用水产量数据统计

##### 第一节 2007年全国瓶(罐)装饮用水产量数据

- 一、2007年全国瓶(罐)装饮用水产量数据
- 二、2007年重点省市瓶(罐)装饮用水产量数据

##### 第二节 2008年全国瓶(罐)装饮用水产量数据

- 一、2008年全国瓶(罐)装饮用水产量数据
- 二、2008年重点省市瓶(罐)装饮用水产量数据

### 第三节 全国瓶(罐)装饮用水产量增长性

## 第六章 2008年中国桶装水产品市场消费者调查

### 第一节 2008年中国桶装水产品市场消费者群体

#### 一、家庭用户

#### 二、单位用户

### 第二节 2008年中国桶装水产品消费者行为特征

#### 一、消费偏好

#### 二、消费周期与频次

### 第三节 2008年中国重点城市桶装饮用水消费者研究

#### 一、三大城市家庭消费者桶装水类型偏好

#### 二、三大城市城镇居民的桶装水消费情况

#### 三、消费者对分质供水的兴趣

#### 四、消费者对桶装水的品牌认知与消费

#### 五、三大城市居民对桶装水的满意度评价

### 第四节 2008年影响中国桶装水产品消费者购买决策的因素

#### 一、质量

#### 二、口感

#### 三、企业品牌

#### 四、送水服务

#### 五、包装

#### 六、广告

## 第七章 2008年中国桶装水产品市场竞争状况

### 第一节 2008年中国桶装水市场竞争状况

#### 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

### 第二节 2008年中国桶装水行业竞争现状

#### 一、行业现有的竞争能力

#### 二、行业供应商议价能力

#### 三、行业客户的议价能力

四、行业替代产品威胁力

五、行业潜在进入者威胁力

第三节 2008年中国桶装水行业地区发展状况比较

第八章 2008年中国桶装水优势企业经营与竞争

第一节 乐百氏（广东）饮用水有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略

第二节 北京娃哈哈桶装水高碑店有限责任公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略

第三节 浙江农夫山泉饮用水有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略

第四节 吉林省林海雪源饮品有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略

第五节 上海雀巢饮用水有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略

第六节 华润食品饮料（深圳）有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略

#### 第七节 蒙阴蒙山麦饭石矿泉水有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略

#### 第八节 青藏高原特色资源开发有限责任公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略

#### 第九节 略.....

### 第九章 2008年中国桶装水相关行业发展概况

#### 第一节 2008年中国饮水机行业发展概况

一、中国饮水机市场发展现状

二、中国饮水机市场走势

三、浙江慈溪市饮水机引领产业发展潮流

#### 第二节 2008年中国瓶装水行业发展概况

一、瓶装水市场透析-高端瓶装水成为市场新亮点

二、中国名牌瓶装水统治地位不容置疑

三、中国瓶装水年销量已居亚洲第二

四、瓶装饮用水质量合格率

五、渠道：最爱喝超市的水

六、2009-2012年中国瓶装水市场发展趋势

#### 第三节 2008年中国其他种类饮用水发展状况

一、国内纯净水市场逐渐壮大

二、纯净水行业发展

三、功能水国际市场速生速长

四、功能水机市场突起

- 五、中国发布首个功能水行业标准
- 六、袋装水出击市场
- 七、袋装水凭优势打破桶装水市场格局
- 八、新型袋装水有望代替桶装水
- 九、直饮水进家庭面临难题
- 十、2009-2012年中国饮用水发展趋势预测

## 第十章 2009-2012年中国桶装水行业发展趋势预测

### 第一节 2009-2012年中国桶装水行业发展趋势预测

- 一、中国桶装水发展规模预测
- 二、中国桶装水包装趋势预测
- 三、影响中国桶装水发展的因素

### 第二节 2009-2012年中国桶装水行业市场运行状况预测

- 一、中国桶装水市场供给预测
- 二、中国桶装水市场需求预测
- 三、中国桶装水行业市场价格预测

### 第三节 2009-2012年中国桶装水行业市场盈利预测

## 第十一章 2009-2012年中国桶装水行业投资机会与风险

### 第一节 2009-2012年中国桶装水行业投资环境

### 第二节 2009-2012年中国桶装水行业投资机会

### 第三节 2009-2012年中国桶装水行业投资风险

- 一、金融风险
- 二、竞争风险
- 三、市场风险
- 四、其他风险

### 第四节 2009-2012年中国桶装水市场竞争与发展的对策

- 一、产业创新：构想未来产业竞争优势致胜
- 二、渠道和物流制胜战略：建立网络商务平台
- 三、精细化服务质量提升产品综合价值和客户满意度
- 四、差异化营销策略



## 第十二章 金融危机对桶装水产业的影响及企业应对策略

### 第一节 金融危机对桶装水产业的影响

- 一、金融业与桶装水产业的关系
- 二、当前金融危机对全球桶装水产业的影响
- 三、当前金融危机对我国的影响
- 四、次贷危机对我国桶装水行业的影响
- 五、次贷危机对我国桶装水企业发展的影响
- 六、我国桶装水产业当前政策与金融危机的关系

### 第二节 我国桶装水产业应对金融危机的主要策略探讨

- 一、政策角度
- 二、上、下游市场角度
- 三、企业管理角度
- 四、我国桶装水产业应对金融危机的主要策略评价

### 第三节 专家建议

图表名称：部分

图表 2008年中国GDP增长状况

图表 2008年中国居民家庭可支配收入及恩格尔系数

图表 2008年中国CPI及PPI

图表 2006年全国瓶(罐)装饮用水产量数据

图表 2006年重点省市瓶(罐)装饮用水产量数据

图表 2007年全国瓶(罐)装饮用水产量数据

图表 2007年重点省市瓶(罐)装饮用水产量数据

图表 2008年全国瓶(罐)装饮用水产量数据

图表 2008年重点省市瓶(罐)装饮用水产量数据

图表 全国瓶(罐)装饮用水产量增长性

图表 乐百氏(广东)饮用水有限公司盈利指标情况

图表 乐百氏(广东)饮用水有限公司资产运行指标状况

图表 乐百氏(广东)饮用水有限公司资产负债能力指标

图表 乐百氏(广东)饮用水有限公司盈利能力情况

图表 乐百氏(广东)饮用水有限公司销售收入情况

图表 乐百氏(广东)饮用水有限公司成本费用构成情况

图表 北京娃哈哈桶装水高碑店有限责任公司盈利指标情况

图表 北京娃哈哈桶装水高碑店有限责任公司资产运行指标状况

图表 北京娃哈哈桶装水高碑店有限责任公司资产负债能力指标

图表 北京娃哈哈桶装水高碑店有限责任公司盈利能力情况

图表 北京娃哈哈桶装水高碑店有限责任公司销售收入情况

图表 北京娃哈哈桶装水高碑店有限责任公司成本费用构成情况

图表 浙江农夫山泉饮用水有限公司盈利指标情况

图表 浙江农夫山泉饮用水有限公司资产运行指标状况

图表 浙江农夫山泉饮用水有限公司资产负债能力指标

图表 浙江农夫山泉饮用水有限公司盈利能力情况

图表 浙江农夫山泉饮用水有限公司销售收入情况

图表 浙江农夫山泉饮用水有限公司成本费用构成情况

图表 吉林省林海雪源饮品有限公司盈利指标情况

图表 吉林省林海雪源饮品有限公司资产运行指标状况

图表 吉林省林海雪源饮品有限公司资产负债能力指标

图表 吉林省林海雪源饮品有限公司盈利能力情况

图表 吉林省林海雪源饮品有限公司销售收入情况

图表 吉林省林海雪源饮品有限公司成本费用构成情况

图表 上海雀巢饮用水有限公司盈利指标情况

图表 上海雀巢饮用水有限公司资产运行指标状况

图表 上海雀巢饮用水有限公司资产负债能力指标

图表 上海雀巢饮用水有限公司盈利能力情况

图表 上海雀巢饮用水有限公司销售收入情况

图表 上海雀巢饮用水有限公司成本费用构成情况

图表 华润食品饮料（深圳）有限公司盈利指标情况

图表 华润食品饮料（深圳）有限公司资产运行指标状况

图表 华润食品饮料（深圳）有限公司资产负债能力指标

图表 华润食品饮料（深圳）有限公司盈利能力情况

图表 华润食品饮料（深圳）有限公司销售收入情况

图表 华润食品饮料（深圳）有限公司成本费用构成情况

图表 蒙阴蒙山麦饭石矿泉水有限公司盈利指标情况

图表 蒙阴蒙山麦饭石矿泉水有限公司资产运行指标状况

图表 蒙阴蒙山麦饭石矿泉水有限公司资产负债能力指标  
图表 蒙阴蒙山麦饭石矿泉水有限公司盈利能力情况  
图表 蒙阴蒙山麦饭石矿泉水有限公司销售收入情况  
图表 蒙阴蒙山麦饭石矿泉水有限公司成本费用构成情况  
图表 青藏高原特色资源开发有限责任公司盈利指标情况  
图表 青藏高原特色资源开发有限责任公司资产运行指标状况  
图表 青藏高原特色资源开发有限责任公司资产负债能力指标  
图表 青藏高原特色资源开发有限责任公司盈利能力情况  
图表 青藏高原特色资源开发有限责任公司销售收入情况  
图表 青藏高原特色资源开发有限责任公司成本费用构成情况  
图表 2009-2012年中国桶装水行业市场运行状况预测  
图表 2009-2012年中国桶装水行业市场盈利预测  
图表 略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/73914.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。