

2014-2018年中国桶装水行业市场深度分析与投资 前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2014-2018年中国桶装水行业市场深度分析与投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/150466.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

目前国内市场上最常见的桶装水类型有纯净水、天然山泉水、矿泉水、雪融水等类型，在市场调研中，41%的家庭最常饮用的桶装水是纯净水，这一比例略比同期上升1个百分点；35%的家庭最常饮用山泉水和矿泉水。在问及家庭最希望饮用的桶装水类型时，38%的消费者认为天然山泉水因含有丰富均衡的、保持身心自然状态的有益矿物质成分，溶解及渗透力强，极易被人体吸收，尤其适合老人、孕妇、儿童饮用，促进新陈代谢，天然润化，颐养身心，是一种特别适于长期饮用的健康的饮用水而备受推崇；而天然矿泉水以其矿物质含量丰富和甜润的口感被更多消费者所选择，32%的消费者最希望饮用；再其次是纯净水，23%的消费者表示最希望饮用，7%的家庭最希望饮用蒸馏水及其他。桶装水市场开发的热点之一主要是在水的种类创新上。乐百氏、娃哈哈等领先品牌开发出兼有矿泉水和纯净水之长的矿物质水，这是很有竞争力的一举。

《2014-2018年中国桶装水行业市场深度分析与投资前景预测报告》根据对桶装水产品监测统计数据指标体系，通过技术手段，形成的连续性监测数据，反映了一定时期内中国桶装水产品生产消费的现状、变化及趋势。本报告以桶装水行业作为切入点，通过对桶装水行业特征和统计数据的全面分析，确定桶装水行业发展概况和基本特征；运用科学的方法和模型，帮助企业掌握市场动向，明确桶装水行业竞争趋势。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

报告目录：

第一章 中国包装饮用水市场运行态势分析

第一节 中国饮用水市场运行综述

- 一、中国饮用水市场现状分析
- 二、中国饮用水市场空间正不断被放大
- 三、中国高端饮用水市场进入爆发期
- 四、中国城市饮用水源水质达标情况
- 五、饮用水行业呈现两极分化

第二节 中国各地区饮用水市场动态分析

- 一、贵州省“四大举措”保护饮用水源地
- 二、浙江省饮用水工程建设成效显著
- 三、河南农村饮用水补助及环境卫生监测
- 四、新疆改善农村居民饮用水

第三节 中国饮用水市场存在的问题探讨

- 一、饮用水水质问题
- 二、农村饮水安全现状和存在的问题

第二章 中国桶装水行业运行环境解析

第一节 2012年中国桶装水行业政策环境分析

- 一、国外饮用水水质标准介绍
- 二、中国《生活饮用水卫生标准》的回顾和发展
- 三、中国饮用水新标准正式实施
- 四、中国饮用水新标准特点解析

第二节 2013年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2014年中国宏观经济发展预测分析

第三节 中国桶装水行业发展环境分析

- 一、中国城镇居民的饮水现状分析
- 二、中国农村饮用水现状
- 三、中国饮用水行业首个“863”科研课题取得突出成绩
- 四、中国饮用水产业迈入生态时代

第四节 中国桶装水行业社会环境分析

- 一、中国淡水资源紧缺
- 二、中国饮用水质情况

第三章 中国桶装水市场运行动态分析

第一节 中国桶装水行业运行概况

- 一、桶装水行业特点分析
- 二、桶装水行业受管道直饮水冲击
- 三、桶装水企业加入电子监管网已显现积极效应

第二节 中国桶装水市场剖析

- 一、桶装水市场供需状况
- 二、桶装水市场规模分析
- 三、桶装水市场价差较大
- 四、农村成桶装水市场又一增长点
- 五、桶装水市场“正规军”产品渐成主角
- 六、桶装水品牌市场需求分析

第三节 中国各地区桶装水市场动态分析

- 一、深圳关外桶装水市场存在“三乱”
- 二、郑州桶装水市场状况分析及对策

三、泉州桶装饮用水市场抽查

四、烟台低价桶装水扰乱市场

五、义乌桶装水市场状况分析

第四节 中国桶装水市场存在的问题探讨

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

第五节 中国桶装水行业发展建议及策略分析

一、桶装水企业应对市场分割策略分析

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 2010-2012年中国桶装水生产行业数据监测分析

第一节 2010-2012年中国桶装水生产行业总体数据分析

一、2010年中国桶装水生产行业全部企业数据分析

二、2011年中国桶装水生产行业全部企业数据分析

三、2012年中国桶装水生产行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国桶装水生产行业不同规模企业数据分析

一、2010年中国桶装水生产行业不同规模企业数据分析

二、2011年中国桶装水生产行业不同规模企业数据分析

三、2012年中国桶装水生产行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国桶装水生产行业不同所有制企业数据分析

一、2010年中国桶装水生产行业不同所有制企业数据分析

二、2011年中国桶装水生产行业不同所有制企业数据分析

三、2012年中国桶装水生产行业不同所有制企业数据分析

第五章 2011-2013年中国包装饮用水相关产量分析

第一节 包装饮用水产量情况分析

第二节 各区域包装饮用水产量

第三节 包装饮用水产量集中度

第六章 中国桶装水产品市场消费者调查分析

第一节 中国桶装水产品市场消费者群体分析

一、家庭用户

二、单位用户

第二节 中国桶装水产品消费者行为特征分析

一、消费偏好分析

二、消费周期与频次分析

第三节 中国重点城市桶装饮用水消费者研究

一、家庭消费者桶装水类型偏好

二、消费者对分质供水的兴趣

三、消费者对自动售水机购买偏好

四、消费者对桶装水的品牌认知与消费

五、居民对桶装水的满意度评价

第四节 影响中国桶装水产品消费者购买决策的因素分析

一、质量

二、口感

三、企业品牌

四、送水服务

五、其他因素

第七章 中国饮用水市场营销策略析

第一节 中国瓶装饮用水的营销特性

一、需求性

二、流动性

三、气候性与地域性

四、活动性

五、区域性

六、导向性

第二节 中国桶装饮用水市场营销问题探析

一、首要的营销目标

二、品牌定位的依据

三、品牌个性表现策略

四、市场细分变量的确定

五、产品的主要诉求点

六、送水上门与数据库营销

七、深度分销

八、零售终端的管理

第八章 2006-2013年中国桶装水相关产品进出口贸易市场数据分析

第一节 2006-2013年中国饮用纯净水进出口贸易分析

- 一、饮用纯净水进出口数量分析
- 二、饮用纯净水进出口金额分析
- 三、饮用纯净水进出口国家及地区分析

第二节 2006-2013年中国天然水进出口贸易分析

- 一、天然水进出口数量分析
- 二、天然水进出口金额分析
- 三、天然水进出口国家及地区分析

第三节 2006-2013年中国矿泉水进出口贸易分析

- 一、矿泉水进出口数量分析
- 二、矿泉水进出口金额分析
- 三、矿泉水进出口国家及地区分析

第九章 2013年中国桶装水产市场竞争状况分析

第一节 2013年中国桶装水市场竞争状况分析

- 一、自动售水机挑战桶装水
- 二、外资巨头抢滩饮用水市场
- 三、直饮机欲争夺桶装水市场
- 四、国外品牌抢滩桶装水市场

第二节 2013年中国桶装水集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、区域集中度分析

第三节 2013年中国桶装水竞争趋势分析

第十章 中国桶装水重点企业竞争性指标分析

第一节 农夫山泉股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、品牌介绍
- 三、水源地分布
- 四、市场定位战略

第二节 广东乐百氏集团

- 一、公司基本情况
- 二、产品种类介绍

三、配送网络

四、工艺流程

第三节 雀巢集团

一、公司基本情况

二、产品特点概述

三、区域品牌分析

第四节 华润怡宝食品饮料（深圳）有限公司

一、公司基本情况

二、品牌介绍

三、品牌荣誉

四、销售网络

第五节 杭州娃哈哈集团有限公司

一、公司基本情况

二、产品种类介绍

三、销售网络

四、品牌优势

第六节 深圳市景田食品饮料有限公司

一、公司基本情况

二、公司桶装水品牌

三、公司经营情况

第七节 屈臣氏蒸馏水公司

一、公司基本情况

二、企业发展历程

三、产品的特点

第八节 达能益力公司

一、公司基本情况

二、产品特点分析

三、公司的竞争优势

第九节 广东鼎湖山泉有限公司

一、公司基本情况

二、品牌产品介绍

三、水源地介绍

第十节 上海正广和饮用水有限公司

一、公司基本情况

二、产品介绍

三、品牌荣誉

第十一节 北京汇源集团怀化有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第十二节 北京娃哈哈桶装水高碑店有限责任公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第十三节 北京新源食品饮料有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第十四节 北京中富热灌装容器有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第十五节 大冶天台泉饮品有限责任公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第十六节 乐百氏重庆食品饮料有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十七节 蒙阴蒙山麦饭石矿泉水有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十八节 青岛青啤朝日饮品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十九节 浙江健天下生态资源开发有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十一章 中国桶装水相关行业运行分析

第一节 中国饮水机行业发展概况分析

一、饮水机品牌格局

二、无热胆饮水机

三、铜内胆饮水机

四、饮水机主要品牌技术亮点

（一）美的—“沸腾胆”技术

（二）海尔—“MAZE技术”

五、中国饮水机产量分析

六、中国饮水机区域市场分析

七、2014-2018年中国饮水机市场趋势分析

第二节 2012年中国瓶装水行业发展概况分析

一、瓶装水市场透析-高端瓶装水成为市场新亮点

二、名牌瓶装水统治地位不容置疑

- 三、中国瓶装水市场销售情况分析
- 四、瓶装饮用水质量合格率分析
- 五、渠道：最爱喝超市的水
- 六、2014-2018年中国瓶装水市场发展趋势分析
- 第三节 2012年中国其他种类饮用水发展状况分析
 - 一、国内纯净水市场逐渐壮大
 - 二、纯净水行业发展分析
 - 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、新型袋装水有望代替桶装水
 - 八、直饮水进家庭面临难题
 - 九、2014-2018年中国饮用水发展趋势预测分析

第十二章 2014-2018年中国桶装水行业前景预测分析

- 第一节 2014-2018年中国饮用水行业发展趋势
 - 一、品牌扩张趋势
 - 二、服务、品牌竞争趋势
 - 三、集中化趋势
- 第二节 2014-2018年中国桶装水市场预测分析
 - 一、桶装水市场供给情况分析
 - 二、桶装水市场需求预测分析
 - 三、桶装水市场规模预测分析
 - 四、中国纯净水、
- 第三节 2014-2018年中国桶装水市场盈利预测分析

第十三章 2014-2018年中国桶装水产业投资前景预测

- 第一节 中国桶装水行业投资概况
 - 一、桶装水行业投资特性
 - 二、桶装水具有良好的投资价值
- 第二节 2014-2018年中国桶装水投资机会分析
 - 一、桶装水区域投资潜力分析
 - 二、与产业链相关的投资机会分析
- 第三节 2014-2018年中国桶装水投资风险及防范

一、市场运营机制风险

二、金融风险分析

三、政策风险分析

四、竞争风险分析

第四节 2014-2018年桶装水行业投资策略及建议

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/150466.html>