

# 2017-2022年中国桶装水行业市场供需预测及投资 战略咨询报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国桶装水行业市场供需预测及投资战略咨询报告》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/300558.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

桶装水是指采用自来水或抽取地下水，经过现代工业技术（反渗透、电渗析、蒸馏、树脂软化等）处理而成的纯净水或矿泉水，由灌装生产线灌装至PC桶得到的产品。分为纯净水、矿泉水和矿物质水（由纯净水人工加入矿物质而成）等。

桶装水的出现改变了人们长久以来的饮水习惯。

日前我国主要饮水类型为自来水、桶装水、分质供水和自动售水机售水。穗京沪三地调查显示，2005年日常饮用水仍然保持饮用自来水的市民为28070}2006年这一比例则有较大幅度下降。相反，选择桶装水的市民由2005年的71%升至86%，选择分质供水、自动售水机的比例分别为10%和4%，这说明桶装水步入家庭，并成公众喜爱的消费方式，日益得到巩固和发展，牢牢占据饮用水市场主导地位。同时，消费者选择桶装水作为饮用水的比例上升15个百分点，更多的家庭用户进入到使用桶装水行列，消费者需求进一步扩大。

目前我国桶装水区域集中较高，从区域分步来看，东部地区仍然是我国桶装水行业的主产区，其产量占我国桶装水总产量的五成以上，其中广东省桶装水占全国桶装水产量的五分之一左右。

我国桶装水产业区域集中度

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章中国包装饮用水市场运行态势分析 19

第一节中国饮用水市场运行综述 19

一、中国饮用水市场现状分析 19

二、中国饮用水市场空间正不断被放大 19

三、中国高端饮用水市场进入爆发期 20

四、中国城市饮用水源水质达标情况 22

五、饮用水行业呈现两极分化 25

第二节中国各地区饮用水市场动态分析 27

一、贵州省“四大举措”保护饮用水源地 27

二、浙江省饮用水工程建设成效显著 27

三、河南农村饮用水补助及环境卫生监测 28

#### 四、新疆改善农村居民饮用水 29

##### 第三节中国饮用水市场存在的问题探讨 29

###### 一、饮用水水质问题 29

###### 二、农村饮水安全现状和存在的问题 31

#### 第二章中国桶装水行业运行环境解析 34

##### 第一节2016年中国桶装水行业政策环境分析 34

###### 一、国外饮用水水质标准介绍 34

###### (一)《美国饮用水水质标准》 34

###### (二)《欧盟饮用水水质指令》 41

###### 二、中国《生活饮用水卫生标准》的回顾和发展 45

###### 三、中国饮用水新标准正式实施 46

###### 四、中国饮用水新标准特点解析 46

##### 第二节2016年中国宏观经济环境分析 46

###### 一、2016年中国gdp增长情况分析 46

###### 二、2016年工业经济发展形势分析 47

###### 三、2016年全社会固定资产投资分析 49

###### 四、2016年社会消费品零售总额分析 51

###### 五、2016年城乡居民收入与消费分析 52

###### 六、2016年对外贸易的发展形势分析 53

##### 第三节中国桶装水行业发展环境分析 56

###### 一、中国城镇居民的饮水现状分析 56

###### 二、中国农村饮用水现状 61

###### 三、中国饮用水行业首个“863”科研课题取得突出成绩 62

###### 四、中国饮用水产业迈入生态时代 63

##### 第四节中国桶装水行业社会环境分析 64

###### 一、中国淡水资源紧缺 64

###### 二、中国饮用水质情况 67

#### 第三章中国桶装水市场运行动态分析 70

##### 第一节中国桶装水行业运行概况 70

###### 一、桶装水行业特点分析 70

###### 二、桶装水行业受管道直饮水冲击 70

###### 三、桶装水企业加入电子监管网已显现积极效应 73

##### 第二节中国桶装水市场剖析 73

- 一、桶装水市场供需状况 73
- 二、桶装水市场规模分析 75
- 三、桶装水市场价差较大 75
- 四、农村成桶装水市场又一增长点 78
- 五、桶装水市场“正规军”产品渐成主角 80
- 六、桶装水品牌市场需求分析 82
- 第三节中国各地区桶装水市场动态分析 83
  - 一、深圳关外桶装水市场存在“三乱” 83
  - 二、郑州桶装水市场状况分析及对策 88
  - 三、泉州桶装饮用水市场抽查 91
  - 四、烟台低价桶装水扰乱市场 92
  - 五、义乌桶装水市场状况分析 94
- 第四节中国桶装水市场存在的问题探讨 97
  - 一、桶装水市场价格混乱不堪 97
  - 二、桶装水流通时也可能受污染 98
  - 三、桶装水饮用时可能会二次污染 99
  - 四、桶装水市场利润大滑 99
- 第五节中国桶装水行业发展建议及策略分析 100
  - 一、桶装水企业应对市场分割策略分析 100
  - 二、桶装水企业亟待加强管理规范 105
  - 三、乐百氏桶装水以差异化竞争赢取市场 106
  
- 第四章2012-2016年中国桶装水生产行业数据监测分析 113
  - 第一节2015-2016年中国桶装水所属行业发展分析 113
    - 一、2015年中国桶装水所属行业发展概况 113
    - 二、2016年中国桶装水所属行业发展概况 114
  - 第二节2012-2016年中国桶装水所属行业规模分析 114
    - 一、企业数量增长分析 114
    - 二、资产规模增长分析 115
    - 三、销售规模增长分析 115
    - 四、利润规模增长分析 116
  - 第三节2011-2016年中国桶装水所属行业结构分析 117
    - 一、企业数量结构分析 117
    - 二、资产规模结构分析 117
    - 三、销售规模结构分析 117

#### 四、利润规模结构分析 118

##### 第四节2012-2016年中国桶装水所属行业产值分析 118

###### 一、产成品增长分析 118

###### 二、工业销售产值分析 119

###### 三、出货值分析 119

##### 第五节2012-2016年中国桶装水所属行业成本费用分析 120

###### 一、销售成本分析 120

###### 二、主要费用分析 120

##### 第六节2012-2016年中国桶装水所属行业运营效益分析 121

###### 一、偿债能力分析 121

###### 二、盈利能力分析 122

###### 三、运营能力分析 122

##### 第七节2012-2016年中国桶装水所属行业集中度分析 123

###### 一、资产集中度分析 123

###### 二、销售集中度分析 123

###### 三、利润集中度分析 123

#### 第五章2011-2016年中国包装饮用水相关产量分析 125

##### 第一节包装饮用水产量情况分析 125

##### 第二节各区域包装饮用水产量 125

##### 第三节包装饮用水产量集中度 132

#### 第六章中国桶装水产品市场消费者调查分析 139

##### 第一节中国桶装水产品市场消费者群体分析 139

###### 一、家庭用户 139

###### 二、单位用户 139

##### 第二节中国桶装水产品消费者行为特征分析 140

###### 一、消费偏好分析 140

###### 消费者对不同饮用水类型偏好度

###### 二、消费周期与频次分析 141

##### 第三节中国重点城市桶装饮用水消费者研究 142

###### 一、家庭消费者桶装水类型偏好 142

###### 二、消费者对分质供水的兴趣 143

###### 三、消费者对自动售水机购买偏好 143

四、消费者对桶装水的品牌认知与消费 144

五、居民对桶装水的满意度评价 144

第四节影响中国桶装水产品消费者购买决策的因素分析 144

一、质量 144

二、口感 145

三、企业品牌 145

四、送水服务 145

五、其他因素 146

第七章中国饮用水市场营销策略析 147

第一节中国瓶装饮用水的营销特性 147

一、需求性 147

二、流动性 147

三、气候性与地域性 147

四、活动性 148

五、区域性 148

六、导向性 149

第二节中国桶装饮用水市场营销问题探析 149

一、首要的营销目标 149

二、品牌定位的依据 150

三、品牌个性表现策略 150

四、市场细分变量的确定 151

五、产品的主要诉求点 151

六、送水上门与数据库营销 151

七、深度分销 152

八、零售终端的管理 152

第八章2011-2016年中国桶装水相关产品进出口贸易市场数据分析 153

第一节2011-2016年中国饮用纯净水进出口贸易分析 153

一、饮用纯净水进出口数量分析 153

二、饮用纯净水进出口金额分析 154

三、饮用纯净水进出口国家及地区分析 155

第二节2011-2016年中国天然水进出口贸易分析 156

一、天然水进出口数量分析 156

二、天然水进出口金额分析 157

- 三、天然水进出口国家及地区分析 158
- 第三节2011-2016年中国矿泉水进出口贸易分析 159
  - 一、矿泉水进出口数量分析 159
  - 二、矿泉水进出口金额分析 160
  - 三、矿泉水进出口国家及地区分析 161
  
- 第九章2016年中国桶装水产市场竞争状况分析 163
  - 第一节2016年中国桶装水市场竞争状况分析 163
    - 一、自动售水机挑战桶装水 163
    - 二、外资巨头抢滩饮用水市场 164
    - 三、直饮机欲争夺桶装水市场 164
    - 四、国外品牌抢滩桶装水市场 166
  - 第二节2016年中国桶装水集中度分析 167
    - 一、市场集中度分析 167
    - 二、区域集中度分析 167
  - 第三节2016年中国桶装水竞争趋势分析 168
  
- 第十章中国桶装水重点企业竞争性指标分析 169
  - 第一节农夫山泉股份有限公司 169
    - 一、公司基本情况 169
    - 二、品牌介绍 170
    - 三、水源地分布 170
    - 四、市场定位战略 170
  - 第二节广东乐百氏集团 175
    - 一、公司基本情况 175
    - 二、产品种类介绍 176
    - 三、配送网络 178
    - 四、工艺流程 181
  - 第三节雀巢集团 181
    - 一、公司基本情况 181
    - 二、产品特点概述 182
    - 三、区域品牌分析 191
  - 第四节华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司 193
    - 一、公司基本情况 193
    - 二、品牌介绍 194



三、品牌荣誉 194

四、销售网络 195

第五节杭州娃哈哈集团有限公司 195

一、公司基本情况 195

二、产品种类介绍 196

三、销售网络 198

四、品牌优势 198

第六节深圳市景田食品饮料有限公司 200

一、公司基本情况 200

二、公司桶装水品牌 200

三、公司经营情况 201

第七节屈臣氏蒸馏水公司 202

一、公司基本情况 202

二、企业发展历程 203

三、产品的特点 203

第八节达能益力公司 204

一、公司基本情况 204

二、产品特点分析 204

三、公司的竞争优势 204

第九节广东鼎湖山泉有限公司 205

一、公司基本情况 205

二、品牌产品介绍 205

三、水源地介绍 206

第十节上海正广和饮用水有限公司 207

一、公司基本情况 207

二、产品介绍 207

三、品牌荣誉 207

第十一节北京汇源集团怀化有限公司 208

一、公司基本情况 208

二、企业主要经济指标 208

三、企业偿债能力分析 209

四、企业盈利能力分析 209

五、企业运营能力分析 210

第十二节北京娃哈哈桶装水高碑店有限责任公司 210

一、公司基本情况 210

- 二、企业主要经济指标 211
- 三、企业偿债能力分析 212
- 四、企业盈利能力分析 212
- 五、企业运营能力分析 212
- 第十三节北京新源食品饮料有限公司 213
  - 一、公司基本情况 213
  - 二、企业主要经济指标 213
  - 三、企业偿债能力分析 214
  - 四、企业盈利能力分析 214
  - 五、企业运营能力分析 214
- 第十四节北京中富热灌装容器有限公司 215
  - 一、公司基本情况 215
  - 二、企业主要经济指标 215
  - 三、企业偿债能力分析 216
  - 四、企业盈利能力分析 216
  - 五、企业运营能力分析 217
- 第十五节大冶天台泉饮品有限责任公司 217
  - 一、公司基本情况 217
  - 二、企业主要经济指标 217
  - 三、企业偿债能力分析 218
  - 四、企业盈利能力分析 218
  - 五、企业运营能力分析 218
- 第十六节乐百氏重庆食品饮料有限公司 219
  - 一、公司基本情况 219
  - 二、企业主要经济指标 219
  - 三、企业偿债能力分析 219
  - 四、企业盈利能力分析 220
  - 五、企业运营能力分析 220
- 第十七节蒙阴蒙山麦饭石矿泉水有限公司 220
  - 一、公司基本情况 220
  - 二、企业主要经济指标 221
  - 三、企业偿债能力分析 221
  - 四、企业盈利能力分析 222
  - 五、企业运营能力分析 222
- 第十八节青岛青啤朝日饮品有限公司 222

- 一、公司基本情况 222
- 二、企业主要经济指标 223
- 三、企业偿债能力分析 224
- 四、企业盈利能力分析 224
- 五、企业运营能力分析 224
- 第十九节浙江健天下生态资源开发有限公司 225
  - 一、公司基本情况 225
  - 二、企业主要经济指标 225
  - 三、企业偿债能力分析 226
  - 四、企业盈利能力分析 226
  - 五、企业运营能力分析 226
  
- 第十一章中国桶装水相关行业运行分析 228
  - 第一节中国饮水机行业发展概况分析 228
    - 一、饮水机品牌格局 228
    - 二、无热胆饮水机 234
    - 三、铜内胆饮水机 235
    - 四、饮水机主要品牌 技术亮点 237
      - (一) 美的—“沸腾胆”技术 237
      - (二) 海尔—“maze技术” 238
    - 五、中国饮水机产量分析 239
    - 六、中国饮水机区域市场分析 240
    - 七、2017-2022年中国饮水机市场趋势分析 242
  - 第二节2016年中国瓶装水行业发展概况分析 243
    - 一、瓶装水市场透析-高端瓶装水成为市场新亮点 243
    - 二、名牌瓶装水统治地位不容置疑 244
    - 三、中国瓶装水市场销售情况分析 245
    - 四、瓶装饮用水质量合格率分析 247
    - 五、渠道：最爱喝超市的水 248
    - 六、2017-2022年中国瓶装水市场发展趋势分析 249
  - 第三节2016年中国其他种类饮用水发展状况分析 251
    - 一、国内纯净水市场逐渐壮大 251
    - 二、纯净水行业发展分析 253
    - 三、功能水国际市场速生速长 254
    - 四、功能水机市场突起 255

- 五、中国发布首个功能水行业标准 258
- 六、袋装水出击市场 259
- 七、新型袋装水有望代替桶装水 262
- 八、直饮水进家庭面临难题 262
- 九、2017-2022年中国饮用水发展趋势预测分析 265
  
- 第十二章2017-2022年中国桶装水行业前景预测分析 268
  - 第一节2017-2022年中国饮用水行业发展趋势 268
    - 一、品牌扩张趋势 268
    - 二、服务、品牌竞争趋势 268
    - 三、集中化趋势 269
  - 第二节2017-2022年中国桶装水市场预测分析 269
    - 一、桶装水市场供给情况分析 269
    - 二、桶装水市场需求预测分析 270
    - 三、桶装水市场规模预测分析 270
    - 四、中国纯净水、矿泉水进出口贸易预测分析 271
  - 第三节2017-2022年中国桶装水市场盈利预测分析 272
  
- 第十三章2017-2022年中国桶装水产业投资前景预测 273
  - 第一节中国桶装水行业投资概况 273
    - 一、桶装水行业投资特性 273
    - 二、桶装水具有良好的投资价值 273
  - 第二节2017-2022年中国桶装水投资机会分析 274
    - 一、桶装水区域投资潜力分析 274
    - 二、与产业链相关的投资机会分析 274
  - 第三节2017-2022年中国桶装水投资风险及防范 276
    - 一、市场运营机制风险 276
    - 二、金融风险分析 276
    - 三、政策风险分析 277
    - 四、竞争风险 277
  - 第四节2017-2022年桶装水行业投资策略及建议 277

图表目录：

图表1：美国饮用水污染物 34

图表2：美国饮用水二级标准 38

- 图表3：a.微生物学参数 41
- 图表4：以下指标用于瓶装或桶装饮用水 41
- 图表5：b.化学物质参数 41
- 图表6：c.指示参数 43
- 图表7：2012-2016年国内生产总值及其增长速度 47
- 图表8：2016年规模以上工业增加值增速 47
- 图表9：2016年主要工业产品产量及其增长速度 48
- 图表10：2016年固定资产投资增速 50
- 图表11：2016年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 50
- 图表12：2016年固定资产投资新增主要生产能力 50
- 图表13：2016年社会消费品零售总额 51
- 图表14：2012-2016年农村居民人均纯收入 52
- 图表15：2012-2016年城镇居民人均纯收入 52
- 图表16：2016年居民消费价格月度涨跌幅度 53
- 图表17：2016年居民消费价格比上年涨跌幅度 53
- 图表18：2012-2016年货物进出口总额 54
- 图表19：2016年货物进出口总额及其增长速度 54
- 图表20：2016年主要商品出口数量、金额及其增长速度 54
- 图表21：2016年主要商品进口数量、金额及其增长速度 55
- 图表22：2016年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 55
- 图表23：2011-2016年我国桶装水产量分析 73
- 图表24：2011-2016年我国桶装水需求量分析 74
- 图表25：2011-2016年我国桶装水市场供需分析 74
- 图表26：2011-2016年我国桶装水市场规模分析 75
- 图表27：2016年中国瓶（罐）装饮用水制造行业经济指标 113
- 图表28：2016年中国瓶（罐）装饮用水制造行业经济指标 114
- 图表29：2012-2016年我国瓶（罐）装饮用水制造行业企业数量增长分析 114
- 图表30：2012-2016年我国瓶（罐）装饮用水制造行业资产规模增长分析 115
- 图表31：2012-2016年我国瓶（罐）装饮用水制造行业销售规模增长分析 115
- 图表32：2012-2016年我国瓶（罐）装饮用水制造行业利润规模增长分析 116
- 图表33：2016年中国瓶（罐）装饮用水制造行业企业数量结构分析 117
- 图表34：2016年中国瓶（罐）装饮用水制造行业资产规模结构分析 117
- 图表35：2016年中国瓶（罐）装饮用水制造行业销售收入结构分析 117
- 图表36：2016年中国瓶（罐）装饮用水制造行业利润规模结构分析 118
- 图表37：2012-2016年我国瓶（罐）装饮用水制造行业产成品增长分析 118

- 图表38：2012-2016年我国瓶（罐）装饮用水制造行业工业销售产值分析 119
- 图表39：2012-2016年我国瓶（罐）装饮用水制造行业出货值分析 119
- 图表40：2012-2016年我国瓶（罐）装饮用水制造行业销售成本分析 120
- 图表41：2012-2016年我国瓶（罐）装饮用水制造行业主要费用分析 120
- 图表42：2012-2016年瓶（罐）装饮用水制造行业资产负债率情况 121
- 图表43：2012-2016年瓶（罐）装饮用水制造行业销售利润率情况 122
- 图表44：2012-2016年瓶（罐）装饮用水制造行业总资产周转率情况 122
- 图表45：2016年瓶（罐）装饮用水制造行业资产集中度分析 123
- 图表46：2016年瓶（罐）装饮用水制造行业销售集中度分析 123
- 图表47：2016年瓶（罐）装饮用水制造行业利润集中度分析 123
- 图表48：2011-2016年我国包装饮用水产量分析 125
- 图表49：2014年中国包装饮用水类产量及增长速度统计（分省市） 125
- 图表50：2015年中国包装饮用水类分省市产量数据表 127
- 图表51：2016年中国包装饮用水类产量分省市统计 128
- 图表52：2016年全国包装饮用水类产量分省市汇总表 130
- 图表53：2013年包装饮用水产量集中度 132
- 图表54：2014年包装饮用水产量集中度 133
- 图表55：2015年包装饮用水产量集中度 135
- 图表56：2016年包装饮用水产量集中度 136
- 图表57：消费者家中没有购买桶装矿泉水/纯净水的原因 140
- 图表58：消费者对桶装水具有哪种保健功能非常感兴趣 141
- 图表59：如家中购买桶装矿泉水/纯净水每月所愿承担的费用 142
- 图表60：桶装水行业质量敏感程度 145
- 图表61：桶装水行业口感敏感程度 145
- 图表62：桶装水行业企业品牌敏感程度 145
- 图表63：桶装水行业送水服务敏感程度 145
- 图表64：桶装水行业习惯喝某种品牌敏感程度 146
- 图表65：桶装水行业水店是否靠近住处敏感程度 146
- 图表66：2011-2016年中国饮用纯净水进口数量统计 153
- 图表67：2011-2016年中国饮用纯净水出口数量统计 153
- 图表68：2011-2016年中国饮用纯净水进口金额统计 154
- 图表69：2011-2016年中国饮用纯净水出口金额统计 154
- 图表70：2016年中国饮用纯净水进口来源地结构分布图 155
- 图表71：2016年中国饮用纯净水出口流向结构分布图 155
- 图表72：2011-2016年中国天然水进口数量统计 156

- 图表73：2011-2016年中国天然水出口数量统计 156
- 图表74：2011-2016年中国天然水进口金额统计 157
- 图表75：2011-2016年中国天然水出口金额统计 157
- 图表76：2016年中国天然水进口来源地结构分布图 158
- 图表77：2016年中国天然水出口流向结构分布图 158
- 图表78：2011-2016年中国矿泉水进口数量统计 159
- 图表79：2011-2016年中国矿泉水出口数量统计 159
- 图表80：2011-2016年中国矿泉水进口金额统计 160
- 图表81：2011-2016年中国矿泉水出口金额统计 160
- 图表82：2016年中国矿泉水进口来源地结构分布图 161
- 图表83：2016年中国矿泉水出口流向结构分布图 161
- 图表84：2016年桶装水行业企业集中度分析 167
- 图表85：2016年桶装水行业需求区域集中度分析 167
- 图表86：企业主要经济指标分析 201
- 图表87：企业偿债能力分析 202
- 图表88：企业盈利能力分析 202
- 图表89：企业运营能力分析 202
- 图表90：企业主要经济指标分析 208
- 图表91：企业偿债能力分析 209
- 图表92：企业盈利能力分析 209
- 图表93：企业运营能力分析 210
- 图表94：企业主要经济指标分析 211
- 图表95：企业偿债能力分析 212
- 图表96：企业盈利能力分析 212
- 图表97：企业运营能力分析 212
- 图表98：企业主要经济指标分析 213
- 图表99：企业偿债能力分析 214
- 图表100：企业盈利能力分析 214
- 图表101：企业运营能力分析 214
- 图表102：企业主要经济指标分析 215
- 图表103：企业偿债能力分析 216
- 图表104：企业盈利能力分析 216
- 图表105：企业运营能力分析 217
- 图表106：企业主要经济指标分析 217
- 图表107：企业偿债能力分析 218

- 图表108：企业盈利能力分析 218
- 图表109：企业运营能力分析 218
- 图表110：企业主要经济指标分析 219
- 图表111：企业偿债能力分析 219
- 图表112：企业盈利能力分析 220
- 图表113：企业运营能力分析 220
- 图表114：企业主要经济指标分析 221
- 图表115：企业偿债能力分析 221
- 图表116：企业盈利能力分析 222
- 图表117：企业运营能力分析 222
- 图表118：企业主要经济指标分析 223
- 图表119：企业偿债能力分析 224
- 图表120：企业盈利能力分析 224
- 图表121：企业运营能力分析 224
- 图表122：企业主要经济指标分析 225
- 图表123：企业偿债能力分析 226
- 图表124：企业盈利能力分析 226
- 图表125：企业运营能力分析 226
- 图表126：2016年中国饮水机市场品牌关注比例分布 228
- 图表127：2016年中国饮水机市场产品关注排名 229
- 图表128：2016年中国饮水机市场不同类型产品关注比例分布 230
- 图表129：2016年中国饮水机市场不同价格段产品关注比例分布 231
- 图表130：2016年中国饮水机市场主流品牌市售产品数量对比 232
- 图表131：2016年中国饮水机市场主流品牌单品关注率对比 233
- 图表132：2011-2016年我国饮水机产量分析 239
- 图表133：2011-2016年我国电冷热饮水机产量分析 239
- 图表134：2016年我国电冷热饮水机产量分省市 240
- 图表135：瓶装水消费者购买渠道情况图 248
- 图表136：2017-2022年中国桶装水市场供给预测 269
- 图表137：2017-2022年中国桶装水市场需求预测 270
- 图表138：2017-2022年中国桶装水市场规模预测 270
- 图表139：2017-2022年中国纯净水进出口贸易预测 271
- 图表140：2017-2022年中国矿泉水进出口贸易预测 271
- 图表141：2017-2022年中国桶装水行业盈利能力预测 272
- 图表142：中国桶装水项目风险控制建议与收益潜力提升措施 277



图表143：桶装水产品技术应用注意事项分析 278

图表144：桶装水产品项目投资注意事项图 279

图表145：桶装水产品行业生产开发注意事项 280

图表146：桶装水产品销售注意事项 280

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/300558.html>