

2014-2019年中国桶装水市 场竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2019年中国桶装水市场竞争力分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/yinliao1404/Y67504IMF0.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-04-08

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国桶装水市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十三章，报告对我国桶装水的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。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。

前言

2013年1-12月，我国累计生产包装饮用水6651.14万吨，与2012年同期相比增长19.57%。目前，包装饮用水已经取代碳酸饮料长期垄断的地位，连续多年以40%以上的比重稳居十大饮料头把交椅。包装饮用水行业每年的高速增幅便得益于消费者消费习惯的养成。正是因为有了这种消费习惯，使整个水市的容量不断提升。而消费者的饮水需求在任何时候都不会减少。我国瓶装饮用水行业进入稳步成长阶段，目前形成了纯净水、矿物质水、矿泉水和天然水各领风骚的局面。未来，以康师傅为代表的矿物质水，以娃哈哈、华润怡宝为代表的纯净水，以农夫山泉为代表的天然水，四强之间的竞争将更加激烈。

近年来，高达40%~50%的年增长率的桶装水行业这两年已开始呈现缓慢增长，进入发展瓶颈，桶装水经过这几年的高速发展，已经达到一定的饱和度，一般家庭都在使用桶装水，同行之间的竞争，基本是在蚕食竞争对手的客户，由于市场饱和和行业恶性竞争，市场利润开始大幅下滑。

饮用方便、水质优是桶装水的一个优点，桶装水的出现引发了一场饮水革命。桶装水的出现，顺应了对生活质量日益提高的人们对于饮水健康，安全的需求，并且随着饮水机、水桶、生产设备价格的降低，桶装水价格也不断降低，市场得以快速成长。

随着市场日益成熟饱和、竞争激烈白日化，市场消费主体也逐步从家庭到单位用户和工地、工厂等的转变。在这个蜕变的过程中，桶装水市场出现了高端桶装水阵营收缩、低端水趋于不断普及和饱和。这是因为桶装水市场进入门槛低，导致各种牌子的桶装水层出不穷，各个小厂家趋向于低质、低价的竞争特点，低价水的价格普遍降到2元/桶左右，使桶装水市场变得异常混乱，各种桶装水品牌质量良莠不齐。由于桶装水本身饮水时间长，开封后存在的二次污染问题为消费者所不理解而诟病，形成桶装水行业的发展瓶颈。

目录

第一章 2013-2014年中国包装饮用水市场运行态势分析 1

第一节 2013-2014年中国饮用水市场运行综述	1
一、饮用水市场规模分析	1
二、中国饮用水市场空间正不断被放大	1
三、中国高端饮用水市场进入爆发期	2
四、2013-2014年中国城市饮用水源水质达标率情况	3
五、饮用水行业整合与扩张情况	4
第二节 2013-2014年中国各地区饮用水市场动态分析	5
一、吉林省饮用水市场酝酿重新洗牌	5
二、浙江省饮用水工程建设成效显著	6
三、广东饮用水行业保持高速增长	7
四、乌鲁木齐610万项目改善农村居民饮用水	8
第三节 2013-2014年中国饮用水市场存在的问题探讨	9
一、饮用水水质问题	9
二、农村饮水安全现状和存在的问题	9

第二章 2013-2014年中国桶装水行业运行环境解析 12

一、国外饮用水水质标准介绍	12
二、中国《饮用水卫生标准》的回顾和发展	14
三、中国饮用水新标准正式实施	15
四、两大类饮用水新国标相继出台	16
第二节 国内宏观经济环境分析	16
一、GDP历史变动轨迹分析	16
二、固定资产投资历史变动轨迹分析	23
三、2013年中国经济发展预测分析	26

第三章 2013-2014年中国桶装水市场运行动态分析 28

第一节 2013-2014年中国桶装水行业运行概况 28

一、桶装水行业特点分析	28
二、桶装水行业受管道直饮水冲击	30
三、桶装水企业加入电子监管网已显现积极效应	31

第二节 2013-2014年中国桶装水市场剖析 31

一、桶装水市场价差较大	31
-------------	----

二、农村成桶装水市场又一增长点	32
三、桶装水市场“正规军”产品渐成主角	33
四、消费需求继续扩大，桶装水稳据饮用水市场主导	33
五、潜在消费群继续扩大	34
第三节 2013-2014年中国各地区桶装水市场动态分析	34
一、深圳关外桶装水市场存在“三乱”	34
二、郑州桶装水市场状况分析及对策	36
三、泉州桶装饮用水市场平稳度过炎夏	39
四、烟台低价桶装水扰乱市场	40
五、义乌桶装水市场状况分析	41
第四节 2013-2014年中国桶装水市场存在的问题探讨	42
一、桶装水市场价格混乱不堪	42
二、桶装水流通时也可能受污染	44
三、桶装水饮用时可能会二次污染	45
四、桶装水市场利润大滑	46
五、中国桶装水产业面临原材料成本上涨	46
第五节 2013-2014年中国桶装水行业发展建议及策略分析	46
一、桶装水企业应对市场分割策略分析	46
二、桶装水企业亟待加强管理规范	48
三、乐百氏桶装水以差异化竞争赢取市场	49
第四章 2011-2013年中国桶装水生产行业主要数据监测分析	54
第一节 2011-2013年中国桶装水生产行业规模分析	54
一、企业数量增长分析	54
二、从业人数增长分析	54
三、资产规模增长分析	55
第二节 2013年中国桶装水生产行业结构分析	55
一、企业数量结构分析	55
1、不同类型分析	55
2、不同所有制分析	55
二、销售收入结构分析	56
1、不同类型分析	56

2、不同所有制分析 56

第三节2011-2013年中国桶装水生产行业产值分析 57

一、产成品增长分析 57

二、工业销售产值分析 57

三、出口交货值分析 58

第四节2011-2013年中国桶装水生产行业成本费用分析 58

一、销售成本分析 58

二、费用分析 59

第五节2011-2013年中国桶装水生产行业盈利能力分析 59

一、主要盈利指标分析 59

二、主要盈利能力指标分析 60

第五章 2010-2013年中国桶装水产量统计分析 61

第一节 2009-2013年全国包装饮用水产量分析 61

第二节 2013年1-12月全国及主要省份包装饮用水产量分析 61

第三节 2013年1-12月包装饮用水产量集中度分析 63

第六章 2013-2014年中国桶装水产品市场消费者调查分析 64

第一节 2013-2014年中国桶装水产品市场消费者群体分析 64

一、家庭用户 64

二、单位用户 64

第二节 2013-2014年中国桶装水产品消费者行为特征分析 65

一、消费偏好分析 65

二、消费周期与频次分析 65

第三节 2013-2014年中国重点城市桶装饮用水消费者研究 66

一、三大城市家庭消费者桶装水类型偏好 66

二、三大城市城镇居民的桶装水消费情况 67

三、消费者对分质供水的兴趣 67

四、消费者对桶装水的品牌认知与消费 68

五、三大城市居民对桶装水的满意度评价 68

第四节 2013-2014年影响中国桶装水产品消费者购买决策的因素分析 69

一、质量 69

- 二、口感 69
- 三、企业品牌 70
- 四、送水服务 70
- 五、包装 70
- 六、广告 71

第七章 2013-2014年中国饮用水市场营销策略析 72

第一节 2013-2014年中国瓶装饮用水的营销特性 72

- 一、需求性 72
- 二、流动性 72
- 三、气候性与地域性 72
- 四、活动性 73
- 五、区域性 73
- 六、导向性 73

第二节 2013-2014年中国桶装饮用水市场营销问题探析 74

- 一、首要的营销目标 74
- 二、品牌定位的依据 74
- 三、品牌个性表现策略 75
- 四、市场细分变量的确定 75
- 五、产品的主要诉求点 76
- 六、送水上门与数据库营销 76
- 七、深度分销 76
- 八、零售终端的管理 77

第八章 2013-2014年中国桶装水相关产品进出口贸易市场数据分析 77

第一节 2009-2013年中国饮用纯净水进出口贸易分析28510090 77

- 一、2009-2013年中国饮用纯净水进口数据分析 77
- 二、2009-2013年中国饮用纯净水出口数据分析 78
- 三、2009-2013年中国饮用纯净水进出口平均单价分析 78
- 四、2009-2013年中国饮用纯净水进出口国家及地区分析 78

第二节 2009-2013年中国天然水进出口贸易分析22019010 80

- 一、2009-2013年中国天然水进口数据分析 80

- 二、2009-2013年中国天然水出口数据分析 80
- 三、2009-2013年中国天然水进出口平均单价分析 81
- 四、2009-2013年中国天然水进出口国家及地区分析 81
- 第三节 2009-2013年中国矿泉水进出口贸易分析 22011010 82
- 一、2009-2013年中国矿泉水进口数据分析 82
- 二、2009-2013年中国矿泉水出口数据分析 83
- 三、2009-2013年中国矿泉水进出口平均单价分析 83
- 四、2009-2013年中国矿泉水进出口国家及地区分析 83

第九章 2013-2014年中国桶装水产市场竞争状况分析 86

第一节 2013-2014年中国桶装水市场竞争状况分析 86

- 一、自动售水机挑战桶装水 86
- 二、外资巨头抢滩饮用水市场 87
- 三、直饮机欲争夺桶装水市场 87
- 四、国外品牌抢滩桶装水市场 89

第二节 2013-2014年中国桶装水集中度分析 90

- 一、市场集中度分析 90
- 二、区域集中度分析 90

第三节 2013-2014年中国桶装水竞争趋势分析 90

第十章 中国桶装水重点企业竞争性指标分析 92

第一节 北京新源食品饮料有限公司 92

- 一、企业概况 92
- 二、企业主要经济指标分析 92
- 三、企业盈利能力分析 96
- 四、企业偿债能力分析 96
- 五、企业运营能力分析 97
- 六、企业成长能力分析 97

第二节 乐百氏重庆食品饮料有限公司 97

- 一、企业概况 97
- 二、企业主要经济指标分析 98
- 三、企业盈利能力分析 103

四、企业偿债能力分析	103
五、企业运营能力分析	104
六、企业成长能力分析	104
第三节 蒙阴蒙山麦饭石矿泉水有限公司	104
一、企业概况	104
二、企业主要经济指标分析	104
三、企业盈利能力分析	108
四、企业偿债能力分析	108
五、企业运营能力分析	109
六、企业成长能力分析	109
第四节 北京汇源集团怀化有限公司	110
一、企业概况	110
二、企业主要经济指标分析	110
三、企业盈利能力分析	112
四、企业偿债能力分析	112
五、企业运营能力分析	112
六、企业成长能力分析	113
第五节 大冶天台泉饮品有限责任公司	113
一、企业概况	113
二、企业主要经济指标分析	113
三、企业盈利能力分析	117
四、企业偿债能力分析	117
五、企业运营能力分析	118
六、企业成长能力分析	118
第六节 北京中富热灌装容器有限公司	119
一、企业概况	119
二、企业主要经济指标分析	119
三、企业盈利能力分析	123
四、企业偿债能力分析	123
五、企业运营能力分析	124
六、企业成长能力分析	124
第七节 青岛青啤朝日饮品有限公司	125

一、企业概况	125
二、企业主要经济指标分析	125
三、企业盈利能力分析	131
四、企业偿债能力分析	131
五、企业运营能力分析	131
六、企业成长能力分析	132
第八节 北京娃哈哈桶装水高碑店有限责任公司	132
一、企业概况	132
二、企业主要经济指标分析	133
三、企业盈利能力分析	136
四、企业偿债能力分析	137
五、企业运营能力分析	137
六、企业成长能力分析	137
第九节 浙江健天下生态资源开发有限公司	138
一、企业概况	138
二、企业主要经济指标分析	139
三、企业盈利能力分析	142
四、企业偿债能力分析	143
五、企业运营能力分析	143
六、企业成长能力分析	143
第十一章 2013-2014年中国桶装水相关行业运行分析	145
第一节 2013-2014年中国饮水机行业发展概况分析	145
一、饮水机品牌格局面临调整	145
二、无热胆饮水机发展迅速	146
三、首款抑菌饮水机宁波上市	147
四、饮水机主要品牌技术亮点	147
五、近三年中国饮水机产量分析	150
六、中国区域市场饮水机品牌占有率分析	151
七、2014-2019年中国饮水机市场趋势分析	152
第二节 2013-2014年中国瓶装水行业发展概况分析	152
一、瓶装水市场透析-高端瓶装水成为市场新亮点	152

- 二、中国名牌瓶装水统治地位不容置疑 152
- 三、中国瓶装水年销量已居世界第三 153
- 四、瓶装饮用水质量合格率分析 153
- 五、渠道：最爱喝超市的水 153
- 六、2014-2019年中国瓶装水市场发展趋势分析 154
- 第三节 2013-2014年中国其他种类饮用水发展状况分析 154
 - 一、国内纯净水市场逐渐壮大 154
 - 二、纯净水行业发展分析 155
 - 三、功能水国际市场速生速长 156
 - 四、功能水机市场突起 157
 - 五、中国发布首个功能水行业标准 157
 - 六、袋装水出击市场 158
 - 七、袋装水凭优势打破桶装水市场格局 158
 - 八、新型袋装水有望代替桶装水 159
 - 九、直饮水进家庭面临难题 160
 - 十、2014-2019年中国饮用水发展趋势预测分析 161

第十二章 2014-2019年中国桶装水行业前景预测分析 162

第一节 2014-2019年中国饮用水行业发展趋势 162

- 一、品牌扩张趋势 162
- 二、服务、品牌竞争趋势 162
- 三、集中化趋势 163

第二节 2014-2019年中国桶装水市场预测分析 163

- 一、桶装水市场供给情况分析 163
- 二、桶装水市场需求预测分析 163

第三节 2014-2019年中国桶装水市场盈利预测分析 164

第十三章 2014-2019年中国桶装水产业投资前景预测 165

第一节 2014-2019年中国桶装水行业投资概况 165

- 一、桶装水行业投资特性 165
- 二、桶装水具有良好的投资价值 165

第二节 2014-2019年中国桶装水投资机会分析 166

- 一、桶装水区域投资潜力分析 166
- 二、与产业链相关的投资机会分析 166
- 第三节 2014-2019年中国桶装水投资风险及防范 167
 - 一、市场运营机制风险 167
 - 二、金融风险分析 167
 - 三、政策风险分析 167
 - 四、竞争风险 168

本研究咨询报告由博思数据研究中心领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家发改委、国务院发展研究中心、中国人民银行、中国上市公司资讯、国内外相关刊物的基础信息以及桶装水专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于当前世界后金融危机整体发展局势，对我国桶装水行业的生产发展状况、市场情况、消费变化、重点企业以及市场发展机会进行了详细的分析，并对桶装水行业市场品牌及市场销售渠道等着重进行了调查和研究。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yinliao1404/Y67504IMF0.html>