

2014-2019年中国桶装水市场监测与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2019年中国桶装水市场监测与发展趋势研究报告》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.cction.com/report/201408/110927.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、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PVC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。近年来，高达40%~50%的年增长率的桶装水行业在这两年来已开始呈现缓慢增长，进入行业发展的瓶颈期。2013年我国累计生产瓶（桶）装水饮用水6651.14万吨，与2012年同期相比增长19.57%。

截止2013年全国有2000多家生产桶装水企业，品牌不少于二百多个，造国内桶装水目前这种状况的原因有两个，一是因为桶装水市场潜在的发展空间大，吸引了众多商家争相分利。二是水行业的进入门槛太低，而政府监督力量有限。而发展至今，目前我国桶装饮用水行业渐渐步入成熟，市场格局已基本形成，各个品牌都拥有自己固定的消费群体，各大品牌的市场占有率也相对比较稳定。饮用水市场上品牌集中度逐渐提高，其中，排名前七的康师傅、娃哈哈、农夫山泉、怡宝、景田、乐百氏、益力七大饮用水巨头占到整个市场的半壁江山。而在2013年，农夫山泉陷“质量门”事件，质量为王已不再是口号。随着行业进入成熟阶段，消费者也将更加理性，未来行业竞争将更加激烈，竞争将更多体现在企业美誉度、品牌亲和力、食品安全、产品质量、产品特质、渠道渗透。这对桶装水行业来说，既是挑战，也是机遇。

而我国经济发展迅速，高端水的市场正在慢慢培养起来，一些诸如依云的老品牌成为高端饮用水的代表。在消费市场出现扩大的同时，越来越多的企业开始抢占高端市场，希望得到一席之地。我国饮用水产业经过多年的发展逐渐走向成熟，在“便捷时代”、“健康时代”之后进入“生态时代”。2014年，国家卫生计生委办公厅下发了《包装饮用水》等14项食品安全国家标准对矿物质水进行重新修订。一些企业在2014年下半年将完全退出矿物质水市场，未来聚焦中高价位包装水。我国有五大饮用天然矿泉水分布区，分别是黑龙江五大连池、吉林长白山区、内蒙古察右后旗、苏皖交界处和广东雷琼地区，其中长白山区是近期最热门的水源地。

本行业报告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、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、国内外相关报刊杂志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。对我国桶装水行业作了详尽深入的分析，为桶装水产业投资者寻找新的投资机会。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一部分 桶装水行业发展现状

第一章 桶装水行业发展概述

第一节 桶装水的定义及分类

一、桶装水的定义

二、桶装水的分类

三、桶装水的特性

第二节 桶装水产业链分析

一、市场特点

二、行业经济特性

三、产业链结构分析

第三节 桶装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 我国桶装水行业发展现状

第一节 2013-2014年桶装水业发展情况分析

一、2013年桶装水行业发展情况分析

二、2014年桶装水行业发展特点分析

第二节 2013-2014年桶装水行业运行分析

一、2013-2014年桶装水业产销存运行分析

二、2013-2014年桶装水行业利润情况分析

三、2014-2019年桶装水行业发展机遇分析

第三节 2013年中国桶装水市场存在的问题分析

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

第三章 我国桶装水市场发展研究

第一节 2013-2014年我国桶装水市场情况

第二节 2013年我国桶装水市场结构和价格走势分析

第三节 2014年我国桶装水业市场发展特点分析

第四章 我国桶装水市场调查分析

第一节 2013年我国桶装水市场调查分析

- 一、市场结构分析
- 二、价格走势分析
- 三、整体市场关注度
- 四、品牌关注度格局

第二节 2014年我国桶装水市场调查分析

- 一、市场结构分析
- 二、价格走势分析
- 三、整体市场关注度

第五章 桶装水行业经济运行分析

第一节 2013-2014年桶装水产量分析

- 一、2013年桶装水产量分析
- 二、2014年桶装水产量分析

第二节 2013-2014年桶装水行业主要经济指标分析

- 一、销售收入前十家企业分析
- 二、2013年桶装水行业主要经济指标分析
- 三、2014年桶装水行业主要经济指标分析

第三节 2013-2014年我国桶装水行业绩效分析

- 一、2013-2014年行业产销情况
- 二、2013-2014年行业规模情况
- 三、2013-2014年行业盈利能力
- 四、2013-2014年行业经营发展能力
- 五、2013-2014年行业偿债能力分析

第六章 桶装水区域市场情况分析

第一节 华北地区

第二节 东北地区

第三节 华东地区

第四节 华南地区

第五节 中南地区

第六节 西南地区

第七节 西北地区

第七章 中国桶装水行业消费市场分析

第一节 中国桶装水消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、2013-2014年消费者收入水平

三、2014年消费者信心指数分析

第二节 桶装水行业产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 桶装水市场消费需求分析

一、桶装水市场的消费需求变化

二、桶装水行业的需求情况分析

三、2014年桶装水品牌市场消费需求分析

第四节 桶装水消费市场状况分析

一、桶装水行业消费特点

二、桶装水消费者分析

三、桶装水消费结构分析

四、桶装水消费的市场变化

五、桶装水市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

第六节 桶装水行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业品牌的首要认知渠道

三、消费者经常购买的品牌调查

第二部分 桶装水行业竞争格局

第八章 桶装水行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、行业内现有企业的竞争

二、新进入者的威胁

三、替代品的威胁

四、供应商的讨价还价能力

五、购买者的讨价还价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 2013-2014年桶装水行业竞争格局分析

一、2013-2014年国内外桶装水竞争分析

二、2013-2014年我国桶装水市场竞争分析

三、2014-2019年国内主要桶装水企业动向

四、2014年国内桶装水拟在建项目分析

第九章 桶装水企业竞争策略分析

第一节 桶装水市场竞争策略分析

一、2014年桶装水市场增长潜力分析

二、2014年桶装水主要潜力品种分析

三、现有桶装水产品竞争策略分析

四、典型企业产品竞争策略分析

第二节 桶装水企业竞争策略分析

一、金融危机对桶装水行业竞争格局的影响

二、金融危机后桶装水行业竞争格局的变化

三、2014-2019年桶装水行业竞争格局展望

四、2014-2019年桶装水企业竞争策略分析

第十章 主要桶装水企业竞争分析

第一节 乐百氏集团有限公司

一、企业概况

二、乐百氏物流分析

三、企业发展战略

第二节 农夫山泉股份有限公司

一、企业概况

二、公司市场策略

三、企业发展战略

第三节 娃哈哈集团有限公司

一、企业概况

二、发展策略

三、企业发展战略

第四节 四川蓝剑集团

一、企业概况

二、发展策略

三、企业发展动向

第五节 广东鼎湖山泉有限公司

一、企业概况

二、市场竞争策略

三、发展战略

第六节 天津雀巢天然矿泉水公司

一、企业概况

二、发展状况

三、雀巢水源

四、企业发展动态

第七节 上海梅林正广和股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况

三、发展战略分析

第八节 怡宝食品饮料（深圳）有限公司

一、企业概况

二、品牌发展策略

三、企业发展战略

第九节 深圳达能益力泉饮品有限公司

一、企业概况

二、企业发展策略

三、2014年公司动态

第十节 深圳市景田食品饮料有限公司

一、企业概况

二、产品发展情况

三、2014年公司动态

第三部分 桶装水行业前景分析

第一章 桶装水行业发展趋势分析

第一节 我国桶装水行业前景与机遇分析

一、我国桶装水行业发展前景

二、我国桶装水发展机遇分析

三、2014年桶装水的发展机遇分析

第二节 2014-2019年中国桶装水市场趋势分析

一、2013-2014年桶装水市场趋势总结

二、2014-2019年桶装水发展趋势分析

三、2014-2019年桶装水产业政策趋向

四、2014-2019年桶装水技术革新趋势

第十二章 未来桶装水行业发展预测

第一节 未来桶装水需求与消费预测

一、2014-2019年桶装水产品消费预测

二、2014-2019年桶装水行业总产值预测

三、2014-2019年桶装水行业销售收入预测

第二节 2014-2019年中国桶装水行业供需预测

一、2014-2019年中国桶装水产量预测

二、2014-2019年中国桶装水需求预测

三、2014-2019年中国桶装水供需平衡预测

四、2014-2019年中国桶装水产品价格预

第四部分 桶装水行业投资战略研究

第十三章 桶装水行业投资现状分析

第一节 2014年桶装水行业投资情况分析

一、2014年总体投资及结构

二、2014年分行业投资分析

三、2014年分地区投资分析

四、2014年外商投资情况

第二节 2014-2019年桶装水行业投资情况分析

一、2014-2019年总体投资及结构

二、2014-2019年投资规模情况

三、2014-2019年分行业投资分析

四、2014-2019年外商投资情况

第十四章 桶装水行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2013-2014年我国宏观经济运行情况

二、2014-2019年我国宏观经济形势分析

三、2014-2019年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2014年桶装水行业政策环境分析

二、2014年国内宏观政策对其影响

三、2014年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

一、国内桶装水技术现状

二、2014年桶装水技术发展分析

三、2014-2019年桶装水技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2014年社会环境发展分析

三、2014-2019年社会环境对行业的影响分析

第十五章 桶装水行业投资机会与风险

第一节 影响桶装水行业发展的主要因素

一、2014-2019年影响桶装水行业运行的有利因素分析

二、2014-2019年影响桶装水行业运行的稳定因素分析

三、2014-2019年影响桶装水行业运行的不利因素分析

四、2014-2019年我国桶装水行业发展面临的挑战分析

五、2014-2019年我国桶装水行业发展面临的机遇分析

第二节 桶装水行业投资风险及控制策略分析

一、2014-2019年桶装水行业市场风险及控制策略

二、2014-2019年桶装水行业政策风险及控制策略

三、2014-2019年桶装水行业经营风险及控制策略

四、2014-2019年桶装水行业技术风险及控制策略

五、2014-2019年桶装水行业同业竞争风险及控制策略

第十六章 桶装水行业投资战略研究

第一节 桶装水行业发展战略研究

一、技术开发战略

二、产业战略规划

三、业务组合战略

四、营销战略规划

五、区域战略规划

六、企业信息化战略规划

第二节 对我国桶装水品牌的战略思考

一、品牌的基本含义

二、品牌战略在企业发展中的重要性

三、桶装水品牌的特性和作用

四、桶装水品牌价值战略研究

五、我国桶装水品牌竞争趋势

六、桶装水企业品牌发展战略

七、桶装水行业品牌竞争策略

第三节 桶装水行业投资战略研究

一、2014年饮用水行业投资战略

二、2014年桶装水行业投资战略

三、2014-2019年桶装水行业投资战略

四、2014-2019年细分行业投资战略

图表目录

图表：桶装水生产工艺流程

图表：桶装水空桶处理流程

图表：中国饮用水市场上产品细分情况分析

图表：2010-2013年我国瓶（桶）装水产量增长分析

图表：2013-2014年我国桶装水行业产销率情况分析

图表：2013-2014年我国桶装水行业利润情况分析

图表：我国桶装水区域集中度分析

图表：我国七大桶装水品牌

图表：2013全国城市平均工资排行榜

图表：2014年全国城市平均工资排名

图表：2014年全国居民消费价格指数情况

图表：2013年我国瓶（桶）装饮用水产量

图表：2014年我国瓶（桶）装饮用水产量

图表：2013年我国瓶（桶）装饮用水产值分析

图表：2013年我国瓶（桶）装饮用水销售收入分析

图表：2013年我国瓶（桶）装饮用水利润收入分析

图表：2014年我国瓶（桶）装饮用水产值分析

图表：2014年我国瓶（桶）装饮用水销售收入分析

图表：2014年我国瓶（桶）装饮用水利润收入分析

图表：2013-2014年我国桶装水行业产销率情况分析

图表：2013-2014年我国桶装水行业市场规模情况分析

图表：2013-2014年我国桶装水行业营业利润率情况分析

图表：2013-2014年我国桶装水行业营业收入增长率情况分析

图表：2013-2014年我国桶装水行业流动比率情况分析

图表：2013-2014年我国华北地区桶装水市场情况分析

图表：2013-2014年我国东北地区桶装水市场情况分析

图表：2013-2014年我国华东桶装水市场情况分析

图表：2013-2014年我国华南地区桶装水市场情况分析

图表：2013-2014年我国中南地区桶装水市场情况分析

图表：2013-2014年我国西南地区桶装水市场情况分析

图表：2013-2014年我国西北地区桶装水市场情况分析

图表：2013年年末人口数及其构成

图表：2011-2013年全国大陆总人口数量情况分析

图表：2012年中国老龄化程度前五位主要城市

图表：2009-2013年农村居民人均纯收入

图表：2009-2013年城镇居民人均可支配收入

图表：消费者对不同饮用水类型偏好度分析

图表：2011-2013年我国瓶（桶）装水需求量情况分析

图表：2010-2013年我国净水器产量增长情况分析

图表：2012-2013年我国桶装水行业市场集中度分析

图表：2013年我国桶装水行业区域集中度分析

图表：三化多氧水与纯净水的区别

图表：杭州娃哈哈集团有限公司全国销售网络

图表：2013-2014年上海梅林正广和股份有限公司资产负债表

图表：2013-2014年上海梅林正广和股份有限公司利润表

图表：2013-2014年上海梅林正广和股份有限公司现金流量表

图表：2013-2014年上海梅林正广和股份有限公司盈利能力分析

图表：2013-2014年上海梅林正广和股份有限公司成长能力分析

图表：2014年中国矿泉水十大品牌排行榜

图表：2014-2019年我国桶装水产品消费预测

图表：2014-2019年我国桶装水行业产值情况分析

图表：2014-2019年我国桶装水行业销售收入情况分析

图表：2014-2019年我国桶装水行业产值情况分析

图表：2014-2019年我国桶装水行业需求情况分析

图表：2013-2014年我国桶装水行业供给情况分析

图表：2014-2019年我国桶装水行业利润收入情况分析

图表：2014-2019年我国桶装水行业资产投资规模情况分析

图表：桶装水行业品牌价值指数情况分析

图表：2006-2013年国内生产总值及其增长速度

图表：2012-2013年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表：2006-2013年全社会固定资产投资及其增长速度

图表：2013年我国居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表：2008-2013年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2006-2013年我国货物进出口总额

图表：2009-2013年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：行业发展周期

图表：行业生命周期图

图表：区域发展战略咨询流程图

图表：区域SWOT战略分析图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201408/110927.html>