

2015-2020年中国瓶装水行业监测及发展机遇预测报告

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

《2015-2020年中国瓶装水行业监测及发展机遇预测报告》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/201508/124571.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

2014年，瓶装水行业销售收入达1131.55亿元，同比增长11.6%，增速创近年新低，相较2013年23.2%的增速更是大幅下滑一倍。2014年瓶装水行业资产规模达740.53亿元，同比增长24.8%，资产负债率54.35%，行业资产负债率继续呈现上升态势。2014年，瓶装水行业利润总额达首次超过100亿元，同比增长7.59%同样创新低，2014年多个高端饮用水大势进军市场，在高企的营销推广费用下，瓶装水行业利润增速大幅下滑。

随着人们的生活水平的提高，对瓶装水的需求也越来越大。而瓶装水进入中国市场，却是近20年来发生的事情。在气候条件最为适宜，市场竞争最为活跃的华南，水行业的一路走来，不仅成为中国改革开放的试验田，也是引领了全国的行业发展模式。20年一轮回，和任何快消品行业一样，瓶装水行业终于星火燎原发展至群雄逐鹿。

近年来，我国瓶装水产业发展迅速，不仅产销量快速增长、消费人群扩大，且生产区域也由沿海发达城市、中心城市向内地欠发达地区延伸。同时，瓶装水企业的生产规模也呈现多元化，既有外资企业、大型国有企业等实力雄厚企业的饮用水企业，也有民间资本投资的小型微型饮用水生产企业。可以说，瓶装水行业既有繁荣发展的一面，也有竞争异常激烈的另一面。在激烈的市场竞争中，为了生存，众多瓶装水企业使出浑身解数，在促进自身发展的同时，也带来了不少问题：产品微生物超标、夸大宣传、低价恶性竞争、标准混乱等。这些问题的存在，影响了瓶装水产业的进一步发展。

为规范瓶装水产业发展，2014年12月31日，国家卫计委颁布了37项食品安全国家标准，其中的《食品安全国家标准瓶装水》（GB19298-2014）（下称瓶装水新国标）将于2015年5月24日起实施。该瓶装水新标准已将多个饮用水标准进行统一整合，对微生物指标做了调整，包括大肠杆菌、铜绿假单胞菌等微生物指标。

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、中企顾问网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国瓶装水市场进行了分析研究。报告在总结中国瓶装水行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国瓶装水行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为瓶装水企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一章 中国瓶装水行业PEST模型分析

第一节 瓶装水行业定义统计标准

一、瓶装水行业概念及分类

二、瓶装水行业统计部门和统计口径

三、瓶装水行业产业链结构分析

四、瓶装水行业发展周期分析

第二节 中国瓶装水行业政策环境分析（P）

一、行业相关政策动向

二、行业产品质量标准

三、行业生产安全标准

四、行业贸易环境分析

五、行业“十二五”发展规划

第三节 中国瓶装水行业经济环境分析（E）

一、国际宏观经济及对瓶装水行业影响

二、国内宏观经济及对瓶装水行业影响

三、食品制造行业主要经济指标分析

四、瓶装水行业在食品制造行业地位分析

第四节 中国瓶装水行业社会环境分析（S）

一、我国人口因素及对瓶装水行业影响

二、瓶装水人均消费及发展影响

三、国内生活方式及对瓶装水行业影响

第五节 中国瓶装水行业技术环境分析（T）

一、生产技术

二、安全检测技术

第二章 2013-2014年全球瓶装水行业市场发展状况分析

第一节 2013-2014年世界瓶装水行业发展状况

一、世界瓶装水行业发展情况

二、世界瓶装水消费及趋势分析

三、世界瓶装水行业发展趋势分析

第二节 美国瓶装水行业现状分析

一、美国瓶装水行业的市场现状

二、美国瓶装水行业的市场特征

第三节 日本瓶装水行业现状分析

一、日本瓶装水行业的市场规模

二、日本瓶装水行业的市场特征

三、日本饮料市场销售特征

第四节 欧洲瓶装水行业市场状况

一、欧洲瓶装水行业的市场现状

二、欧洲瓶装水行业的市场特征

第五节 主要跨国瓶装水公司在中国市场的投资布局

第三章 2013-2014年我国瓶装水行业现状及市场发展分析

第一节 2013-2014年我国瓶装水行业发展现状

一、瓶装水行业市场规模

二、瓶装水行业产品发展现状

三、瓶装水行业消费市场现状

第二节 2013-2014年瓶装水行业发展特点分析

一、市场格局特点

二、产品创新特点

三、营销服务特点

四、市场品牌特点

第三节 2013-2014年瓶装水市场结构和价格走势分析

一、2013-2014年我国瓶装水市场结构和价格走势概述

二、2013-2014年我国瓶装水市场结构分析

三、2013-2014年我国瓶装水市场价格走势分析

第四节 2013-2014年重点城市瓶装水市场发展情况

第四章 2013-2014年中国瓶装水行业财务指标与供需情况分析

第一节 2013-2014年中国瓶装水行业经济运行主要特点

第二节 2013-2014年瓶装水行业财务指标分析

一、经营效益

二、盈利能力

三、运营能力

四、偿债能力

五、发展能力

第三节 2013-2014年全国瓶装水行业供给情况分析

一、全国瓶装水行业总产值分析

二、全国瓶装水行业产成品分析

三、各地区瓶装水行业供给情况分析

第四节 2013-2014年全国瓶装水行业需求情况分析

一、全国瓶装水行业销售产值分析

二、全国瓶装水行业销售收入分析

第五节 2013-2014年中国瓶装水行业进出口分析

一、行业出口分析

二、行业进口分析

第五章 瓶装水区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2013-2014年消费者的偏好分析

六、2015-2020年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2015-2020年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2013-2014年消费者的偏好分析

六、2015-2020年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2013-2014年市场销售特性分析

六、2015-2020年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2013-2014年市场发展分析

六、2015-2020年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2013-2014年消费者的偏好分析

六、2015-2020年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2013-2014年水源安全分析

六、2015-2020年行业发展趋势分析

第六章 中国瓶装水行业消费市场分析

第一节 中国瓶装水消费者收入分析

一、2014年中国人口、人民生活分析

二、2014年消费者收入水平

三、2014年消费者信心指数分析

第二节 瓶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 瓶装水市场消费需求分析

一、瓶装水市场的消费需求变化

二、瓶装水行业的需求情况分析

三、2015年瓶装水品牌市场消费需求趋势

第四节 瓶装水消费市场状况分析

一、瓶装水行业消费特点

二、瓶装水消费者分析

三、瓶装水消费结构分析

四、瓶装水消费的市场变化

五、瓶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

五、包装的影响程度

第六节 瓶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、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、瓶装水行业品牌忠诚度调查

六、瓶装水行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第七章 瓶装水行业竞争格局与竞争策略分析

第一节 波特五力模型分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

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年瓶装水行业竞争格局分析

一、2013-2014年国内外瓶装水竞争分析

二、2013-2014年我国瓶装水市场竞争分析

三、2015-2020年国内主要瓶装水企业动向

四、2014年国内瓶装水拟在建项目分析

第四节 瓶装水市场竞争策略分析

一、2014年瓶装水市场增长潜力分析

二、2014年瓶装水主要潜力品种分析

三、现有瓶装水产品竞争策略分析

四、典型企业品牌竞争策略分析

第五节 瓶装水企业竞争策略分析

一、瓶装水行业竞争格局的影响因素分析

二、2015-2020年我国瓶装水市场竞争趋势

三、2015-2020年瓶装水行业竞争策略分析

四、2015-2020年瓶装水企业竞争策略分析

第八章 主要瓶装水企业竞争分析

第一节 法国达能集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第二节 杭州娃哈哈集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第三节 昆仑山矿泉水有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第四节 西藏5100水资源控股有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、产品介绍/生产工艺

第五节 雀巢(中国)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第六节 青岛崂山矿泉水有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第七节 农夫山泉股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第八节 华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第九节 深圳市景田食品饮料有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第十节 康师傅控股有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2015-2020年发展战略

第九章 瓶装水行业发展趋势与前景预测

第一节 我国瓶装水行业前景与机遇分析

一、我国瓶装水行业发展前景

二、我国瓶装水发展机遇分析

第二节 2015-2020年中国瓶装水市场趋势分析

一、2013-2014年瓶装水市场趋势总结

二、2015-2020年瓶装水产业政策趋向

三、2015-2020年瓶装水技术革新趋势

四、2015-2020年瓶装水价格走势分析

五、2015-2020年瓶装水发展趋势分析

第三节 未来瓶装水需求与消费预测

一、2015-2020年瓶装水行业总产值预测

二、2015-2020年瓶装水行业销售收入预测

三、2015-2020年瓶装水市场规模预测

第四节 2015-2020年中国瓶装水行业供需预测

一、2015-2020年中国瓶装水供给预测

二、2015-2020年中国瓶装水需求预测

三、2015-2020年中国瓶装水供需平衡预测

四、2015-2020年中国瓶装水产品价格趋势

五、2015-2020年主要瓶装水产品进出口预测

第十章 瓶装水行业投资现状与投资环境分析

第一节 2013-2014年瓶装水行业投资情况分析

一、2014年投资规模及增速

三、2014年分行业投资分析

四、2014年分地区投资分析

五、2014年外商投资情况

第二节 经济发展环境分析

一、我国宏观经济形势分析

二、2015-2020年投资趋势及其影响预测

第三节 政策法规环境分析

第四节 技术发展环境分析

一、2014年瓶装水技术发展分析

二、2015-2020年瓶装水技术发展趋势分析

第五节 社会发展环境分析

第十一章 瓶装水行业投资机会与风险分析

第一节 行业投资收益率比较及分析

一、2014年相关产业投资收益率比较

二、2011-2014年行业投资收益率分析

第二节 瓶装水行业投资效益分析

一、2013-2014年瓶装水行业投资状况分析

二、2015-2020年瓶装水行业投资效益分析

四、2015-2020年瓶装水行业的投资方向

五、2015-2020年瓶装水行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第三节 影响瓶装水行业发展的主要因素（SWOT分析）

一、2015-2020年影响瓶装水行业运行的有利因素分析

二、2015-2020年影响瓶装水行业运行的不利因素分析

三、2015-2020年我国瓶装水行业发展面临的挑战分析

四、2015-2020年我国瓶装水行业发展面临的机遇分析

第四节 瓶装水行业投资风险及控制策略分析

一、2015-2020年瓶装水行业市场风险及控制策略

二、2015-2020年瓶装水行业政策风险及控制策略

三、2015-2020年瓶装水行业经营风险及控制策略

四、2015-2020年瓶装水行业技术风险及控制策略

五、2015-2020年瓶装水行业同业竞争风险及控制策略

六、2015-2020年瓶装水行业其他风险及控制策略

第十二章 瓶装水行业投资战略研究

第一节 瓶装水行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国瓶装水品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、瓶装水实施品牌战略的意义

三、我国瓶装水企业的品牌战略

四、瓶装水品牌战略管理的策略

第三节 瓶装水经营策略分析

一、瓶装水市场细分策略

二、瓶装水市场创新策略

三、饮料品牌定位与品类规划

四、瓶装水新产品差异化战略

第四节 投资战略研究

一、2014年瓶装水投资战略

二、2014年瓶装水行业投资战略

三、2015-2020年瓶装水行业投资战略

图表目录：

图表：行业发展周期

图表：行业生命周期图

图表：2010-2014年食品制造业主营业务收入及增长率分析

图表：2010-2014年食品制造业利润总额及增长率分析

图表：2010-2014年食品制造业毛利率走势分析

图表：我国食品工业增加值及增速分析

图表：2014年食品工业经济效益指标

图表：2014年食品消费价格指数走势（%）

图表：2014年分地区的食品工业经济效益

图表：2014年食品工业固定资产投资情况

图表：不含CO₂气体矿泉水的加工工艺流程

图表：含CO₂气体矿泉水的加工工艺流程

图表：反渗透饮用纯水生产工艺流程

图表：色度原始数据记录表

图表：臭和味的强度等级

图表：净含量原始记录表

图表：标准缓冲溶液在不同温度时的pH

图表：pH原始记录表

图表：电导率原始记录表

图表：菌落总数原始记录表

图表：综合产品报告

图表：2013-2014年我国瓶装水产量与销售额分析

图表：低端瓶装水市场占比情况

图表：我国瓶装水品牌特点

图表：2013-2014年全国包装饮用水产量分析

图表：2014年中国包装饮用水产量分省市统计表

图表：2013-2014年全国包装饮用水产量分析

图表：2013-2014年全国瓶装水销售收入分析

图表：2013-2014年我国瓶装水出口数据分析

图表：2013-2014年我国矿泉水出口数据分析

图表：2013-2014年我国天然水出口数据分析

图表：2013-2014年我国瓶装水进口数据分析

图表：2013-2014年我国矿泉水进口数据分析

图表：2013-2014年我国天然水进口数据分析

图表：2014年北京地区包装饮用水产量分析

图表：北京地区消费者购买瓶装水考虑因素调查分析

图表：2014年吉林省包装饮用水产量分析

图表：2014年上海包装饮用水产量分析

图表：2014年广东省包装饮用水产量分析

图表：2014年四川省包装饮用水产量分析

图表：2014年青海省包装饮用水产量分析

图表：2014年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比

图表：2014年居民消费者价格指数

图表：2014年消费者信心指数分析

图表：2007-2014年我国瓶装水销售情况分析

图表：国内瓶装水消费人群分析

图表：分城市瓶装水消费量占全国瓶装水消费量比例

图表：消费者对瓶装水行业品牌认识度分析

图表：国内主要瓶装水品牌市场占有率情况

图表：康师傅瓶装水TOP20城市渗透率对比柱形图

图表：农夫山泉瓶装水TOP20城市渗透率对比柱形图

图表：哇哈哈瓶装水TOP20城市渗透率对比柱形图

图表：乐百氏瓶装水TOP20城市渗透率对比柱形图

图表：冰露矿泉水TOP20城市渗透率对比柱形图

图表：雀巢矿泉水TOP20城市渗透率对比柱形图

图表：怡宝瓶装水TOP20城市渗透率对比柱形图

图表：屈臣氏瓶装水TOP20城市渗透率对比柱形图

图表：景田百岁山瓶装水TOP20城市渗透率对比柱形图

图表：瓶装水行业市场集中度分析

图表：2014年全国瓶装水产量集中度分析

图表：2014年瓶装水行业上榜品牌C-BPI得分

图表：2014年瓶装水行业上榜品牌排名变化表

图表：2013年C-BPI瓶装水行业细分指标

图表：我国瓶装水市场竞争格局

图表：2015-2020年瓶装水行业产值预测

图表：2015-2020年瓶装水行业销售收入预测

图表：2015-2020年瓶装水市场利润总额预测

图表：2015-2020年瓶装水行业供给预测

图表：2015-2020年中国瓶装水市场需求预测

图表：2013-2014年我国瓶装水出口数据预测

图表：2013-2014年我国瓶装水进口数据预测

图表：2013-2014年瓶装水行业毛利率增长趋势图

图表：2011-2014年瓶装水行业销售收入及增长分析

图表：2011-2014年中国瓶装水行业利润总额及其增长分析图

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/201508/124571.html>