

中国饮用水市场销售策略及投资商机 研究报告（2011-2015年）

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

《中国饮用水市场销售策略及投资商机研究报告（2011-2015年）》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/201106/68875.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

刚刚跨进2011年，沉寂了一年多的饮用水行业突然热闹起来，新闻不断：华润怡宝联手日本麒麟，鼎湖山泉又将扩产，益寿泉等多家水店整合，日之泉进军饮料行业……种种迹象表明，合营、整合、扩产、跨界将成为2011年饮用水行业的关键词，水业的强者之争时代已离我们不远。

《中国饮用水市场销售策略及投资商机研究报告（2011-2015年）》对我国饮用水的市场环境、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，对饮用水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。

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，银行采集数据、税务部门采集数据、证券交易采集数据，商务部采集数据以及经济信息中心各类市场监测数据库。

第一章 饮用水概述

第一节 饮用水的概念及分类

一、饮用水的概念

二、饮用水的分类

第二节 饮用水与健康

一、饮用水有关健康知识

二、饮用水选购应因人而异

三、孩子经常喝瓶桶装水容易蛀牙

四、饮用水安全已成全球性问题

第二章 2010-2011年中国饮用水产业运行环境分析

第一节 2010-2011年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2010-2011年中国饮用水行业政策环境分析

- 一、国外饮用水水质标准介绍
- 二、中国《饮用水卫生标准》的回顾和发展
- 三、两大饮用水新国标相继出台

第三节 2010-2011年中国饮用水行业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析

第三章 2010-2011年中国饮用水行业运行形势分析

第一节 2010-2011年中国饮用水行业发展分析

- 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“科研课题取得突出成绩”
- 四、中国饮用水产业迈入生态时代
- 五、矿物质水正式成为我国饮用水第六水种

第二节 2010-2011年中国饮用水市场运行动态分析

- 一、中国饮用水市场想像空间正不断被放大
- 二、外资巨头抢滩饮用水市场
- 三、中国高端饮用水市场进入爆发期

第三节 2010-2011年中国饮用水行业存在问题及面临的挑战

- 一、中国饮用水安全面临多重挑战
- 二、中国农村饮用水存在的问题
- 三、中国饮用水行业面临的成本压力

第四章 2006-2011年中国瓶（罐）装饮用水制造行业规模以上企业经济运行数据监测

第一节 2006-2011年（按季度更新）中国瓶（罐）装饮用水制造行业数据监测回顾

- 一、竞争企业数量
- 二、亏损面情况
- 三、市场销售额增长
- 四、利润总额增长
- 五、投资资产增长性

六、行业从业人数调查分析

第二节 2006-2011年（按季度更新）中国瓶（罐）装饮用水制造行业投资价值测算

一、销售利润率

二、销售毛利率

三、资产利润率

四、未来5年瓶（罐）装饮用水制造盈利能力预测

第三节 2006-2011年（按季度更新）中国瓶（罐）装饮用水制造行业产销率调查

一、工业总产值

二、工业销售产值

三、产销率调查

四、未来5年瓶（罐）装饮用水制造产品产销预测

第四节 2006-2011年（按季度更新）瓶（罐）装饮用水制造出口交货值数据

一、出口交货值增长

二、出口交货值占工业产值的比重

第五章 2001-2009年中国未加糖或其他甜物质及未加味的水进出口数据统计情况

第一节 2001-2009年中国未加糖或其他甜物质及未加味的水出口统计

第二节 2001-2009年中国未加糖或其他甜物质及未加味的水进口统计

第三节 2001-2009年中国未加糖或其他甜物质及未加味的水进出口价格对比

第四节 中国未加糖或其他甜物质及未加味的水进出口主要来源地及出口目的地

第五节 中国未加糖或其他甜物质及未加味的水进出口省市分析

第六章 2010-2011年中国桶装水产业运行动态分析

第一节 2010-2011年中国桶装水行业分析

一、桶装水行业受管道直饮水冲击

二、桶装水企业加入电子监管网已显现积极效应

三、桶装水消费者分析

四、桶装水市场价差较大

五、农村成桶装水市场又一增长点

第二节 2010-2011年中国各地区桶装水市场状况分析

一、深圳关外桶装水市场存在“三乱”；

二、昆明桶装水市场日趋成熟

三、郑州桶装水市场状况分析及对策

四、烟台低价桶装水扰乱市场

五、义乌桶装水市场状况分析

第三节 2010-2011年中国桶装水行业发展存在的问题及对策分析

- 一、桶装水工业发展亟需解决的缺点
- 二、桶装水企业发展存在的问题
- 三、桶装水生产企业发展的建议
- 四、乐百氏桶装水以差异化竞争赢取市场

第七章 2010-2011年中国瓶装水产业市场运行态势分析

第一节 2010-2011年国际瓶装水市场发展分析

- 一、全球瓶装水市场扫描
- 二、东欧市场瓶装水需求大增
- 三、美国瓶装水市场分析
- 四、比利时瓶装水消费分析
- 五、瓶装水行业发展带来的问题
- 六、美国抵制瓶装水遭遇的难题

第二节 2010-2011年中国瓶装水产业市场动态分析

- 一、简述中国瓶装水的商业史
- 二、中国瓶装水市场竞争格局
- 三、矿物质水和矿泉水将成为我国瓶装水发展方向

第三节 2010-2011年中国瓶装饮用水营销分析

- 一、瓶装饮用水市场营销特性
- 二、瓶装饮用水销售的主要线路
- 三、瓶装水龙头企业营销策略比较

第八章 2010-2011年中国矿泉水产业市场格局分析

第一节 2010-2011年中国矿泉水资源开发分析

- 一、中国矿泉水资源开发利用状况及对策分析
- 二、透视北京饮用天然矿泉水资源开发利用状况及发展
- 三、长白山天然矿泉水资源保护及开采战略剖析
- 四、广州矿泉水开采存在的主要问题

第二节 2010-2011年中国矿泉水行业运行概况

- 一、发达国家矿泉水产品发展特点

二、中国矿泉水行业发展简况

三、中国矿泉水战略崛起的要素分析

第三节 2010-2011年中国矿泉水新标准实施及其影响分析

一、矿泉水新标准实施简述

二、我国矿泉水新标准与国际接轨

三、新标准实施对矿泉水产业发展的影响分析

第四节 2010-2011年中国主要地区矿泉水行业分析

一、吉林长白山天然矿泉水产业迅速崛起

二、黑龙江矿泉水行业发展透析

三、贵州矿泉水产业发展概况

四、上海矿泉水市场消费需求分析

五、水企巨头争抢深圳高端矿泉水市场

六、拉萨市饮用天然矿泉水行业研究

第五节 2010-2011年中国矿泉水产业发展面临的挑战及对策

一、中国矿泉水产业发展的制约因素解析

二、我国与欧盟在矿泉水质量保证方面的差距

三、我国矿泉水产业发展的建议

第九章 2010-2011年中国其他种类饮用水市场走势分析

第一节 纯净水

一、中国纯净水市场的发展概况

二、中国纯净水标准滞后不利行业健康发展

三、中国纯净水市场较混乱

四、纯净水市场品牌派生策略分析

第二节 功能水

一、功能水简介

二、中国功能水行业发展概况

三、中国功能水行业进入新发展阶段

第三节 袋装水

一、袋装水出击市场

二、袋装水凭优势打破桶装水市场格局

三、新型袋装水有望代替桶装水

第四节 直饮水

- 一、居民直饮水行业发展状况
- 二、直饮水爆炸式增长挑战桶装水
- 三、直饮水行业的未来市场趋势分析

第十章 2010-2011年中国饮用水产业市场竞争格局分析

第一节 2010-2011年中国饮用水市场竞争分析

- 一、中国饮用水行业的竞争格局
- 二、健康水成竞争焦点
- 三、矿泉水与纯净水的较量

第二节 2010-2011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、直饮机欲争夺桶装水市场
- 三、国外品牌抢滩桶装水市场

第三节 2010-2011年中国矿泉水市场竞争态势分析

- 一、我国矿泉水市场竞争现状
- 二、国内矿泉水企业发展动态
- 三、矿泉水企业市场分析

第十一章 2010-2011年中国饮用水行业重点企业关键性数据分析

第一节 杭州娃哈哈保健食品有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第二节 天津顶津食品有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第三节 沈阳润田食品饮料有限公司

- 一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第四节 怡宝食品饮料（深圳）有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第五节 湖南长沙娃哈哈饮料有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第六节 农夫山泉股份有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第七节 广州屈臣氏食品饮料有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第八节 郑州顶津食品有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第十二章 2011-2015年中国饮用水行业投资机会与风险分析

第一节 2011-2015年中国饮用水行业投资环境分析

第二节 2011-2015年中国饮用水行业投资机会分析

一、进军矿泉水市场机会分析

二、透视饮用水市场未来商机

三、终端直饮水产业投资收益剖析

第三节 2009-2015年中国饮用水行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、政策性风险

三、技术风险

四、进入退出风险

第四节 专家投资建议

第十三章 2011-2015年中国饮用水行业发展前景趋势分析

第一节 2011-2015年中国饮用水行业前景趋势

一、中国瓶装饮用水行业发展趋势分析

二、天然矿泉水将主导未来饮用水市场

三、中国饮用水处理技术发展趋势

第二节 2011-2015年中国饮用水行业市场预测分析

一、瓶（罐）装饮用水制造业预测

二、瓶（罐）装饮用水制造产量预测

三、饮用水需求预测分析

第三节 2011-2015年中国饮用水行业盈利预测分析

图表名称：部分

图表 2006-2010年中国瓶（罐）装饮用水制造行业企业数量增长趋势图

图表 2006-2010年中国瓶（罐）装饮用水制造行业亏损企业数量及亏损面积

图表 2006-2010年中国瓶（罐）装饮用水制造行业总体销售额增长趋势图

图表 2006-2010年中国瓶（罐）装饮用水制造行业总体利润总额增长

图表 2006-2010年中国瓶（罐）装饮用水制造行业总体从业人数分析

图表 2006-2010年中国瓶（罐）装饮用水制造行业投资资产增长性分析

图表 2011年2月中国各省市瓶（罐）装饮用水制造行业企业数量统计表

图表 2011年2月中国各省市瓶（罐）装饮用水制造行业企业数量分布图

图表 2011年2月中国各省市瓶（罐）装饮用水制造行业销售收入统计表

图表 2011年2月中国各省市瓶（罐）装饮用水制造行业销售收入分布图

图表 2011年2月中国各省市瓶（罐）装饮用水制造行业利润总额统计表

图表 2011年2月中国各省市瓶（罐）装饮用水制造行业利润总额分布图

图表 2011年2月中国各省市瓶（罐）装饮用水制造行业利润总额增长最快的省市对比图

图表 2011年2月底中国各省市瓶（罐）装饮用水制造行业资产统计表

图表 2011年2月底中国各省市瓶（罐）装饮用水制造行业资产分布图

图表 2011年2月中国各省市瓶（罐）装饮用水制造行业资产增长速度对比图

图表 2011年2月中国各省市瓶（罐）装饮用水制造行业工业总产值

图表 2011年2月中国各省市瓶（罐）装饮用水制造行业工业销售产值

图表 2011年瓶（罐）装饮用水制造行业产销率（数据均可更新至最新月份）

图表 2001-2009年中国未加糖或其他甜物质及未加味的水出口统计

图表 2001-2009年中国未加糖或其他甜物质及未加味的水进口统计

图表 2001-2009年中国未加糖或其他甜物质及未加味的水进出口价格对比

图表 中国未加糖或其他甜物质及未加味的水进出口主要来源地及出口目的地

图表 中国未加糖或其他甜物质及未加味的水进出口省市分析

图表 杭州娃哈哈保健食品有限公司盈利指标情况

图表 杭州娃哈哈保健食品有限公司资产运行指标状况

图表 杭州娃哈哈保健食品有限公司资产负债能力指标分析

图表 杭州娃哈哈保健食品有限公司盈利能力情况

图表 杭州娃哈哈保健食品有限公司销售收入情况

图表 杭州娃哈哈保健食品有限公司成本费用构成情况

图表 天津顶津食品有限公司盈利指标情况

图表 天津顶津食品有限公司资产运行指标状况

图表 天津顶津食品有限公司资产负债能力指标分析

图表 天津顶津食品有限公司盈利能力情况

图表 天津顶津食品有限公司销售收入情况

图表 天津顶津食品有限公司成本费用构成情况

图表 沈阳润田食品饮料有限公司盈利指标情况

图表 沈阳润田食品饮料有限公司资产运行指标状况

图表 沈阳润田食品饮料有限公司资产负债能力指标分析

图表 沈阳润田食品饮料有限公司盈利能力情况

图表 沈阳润田食品饮料有限公司销售收入情况

图表 沈阳润田食品饮料有限公司成本费用构成情况

图表 怡宝食品饮料（深圳）有限公司盈利指标情况

图表 怡宝食品饮料（深圳）有限公司资产运行指标状况

图表 怡宝食品饮料（深圳）有限公司资产负债能力指标分析

图表 怡宝食品饮料（深圳）有限公司盈利能力情况

图表 怡宝食品饮料（深圳）有限公司销售收入情况

图表 怡宝食品饮料（深圳）有限公司成本费用构成情况

图表 湖南长沙娃哈哈饮料有限公司盈利指标情况

图表 湖南长沙娃哈哈饮料有限公司资产运行指标状况

图表 湖南长沙娃哈哈饮料有限公司资产负债能力指标分析

图表 湖南长沙娃哈哈饮料有限公司盈利能力情况

图表 湖南长沙娃哈哈饮料有限公司销售收入情况

图表 湖南长沙娃哈哈饮料有限公司成本费用构成情况

图表 农夫山泉股份有限公司盈利指标情况

图表 农夫山泉股份有限公司资产运行指标状况

图表 农夫山泉股份有限公司资产负债能力指标分析

图表 农夫山泉股份有限公司盈利能力情况

图表 农夫山泉股份有限公司销售收入情况

图表 农夫山泉股份有限公司成本费用构成情况

图表 广州屈臣氏食品饮料有限公司盈利指标情况

图表 广州屈臣氏食品饮料有限公司资产运行指标状况

图表 广州屈臣氏食品饮料有限公司资产负债能力指标分析

图表 广州屈臣氏食品饮料有限公司盈利能力情况

图表 广州屈臣氏食品饮料有限公司销售收入情况

图表 广州屈臣氏食品饮料有限公司成本费用构成情况

图表 郑州顶津食品有限公司盈利指标情况

图表 郑州顶津食品有限公司资产运行指标状况

图表 郑州顶津食品有限公司资产负债能力指标分析

图表 郑州顶津食品有限公司盈利能力情况

图表 郑州顶津食品有限公司销售收入情况

图表 郑州顶津食品有限公司成本费用构成情况

图表 略…………

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201106/68875.html>