

2016-2022年中国饮用水行业发展专项调研及十三五盈利空间评估报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国饮用水行业发展专项调研及十三五盈利空间评估报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/243896243896.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

21世纪以来，中国饮用水行业进入稳步成长阶段。各种品牌的纯净水、矿泉水、蒸馏水、山泉水、天然水、矿物质水频频出现在全国市场。中国饮用水市场竞争日趋激烈。随着人们生活水平的日益提高，消费者对饮用水的要求也越来越高。纵观中国饮用水市场，众多企业把主战场放在低端饮用水产品，经历多年价格战后，这一市场的利润已日渐微薄。在消费市场出现扩大的同时，许多企业开始尝试拓展新领域，越来越多的企业抢占高端市场，希望得到一席之地。

目前，包装饮用水已稳居全国饮料市场头把交椅。2014年全年，我国包装饮用水产量为7816.14万吨同比增长9.37%。2015年1-12月全国包装饮用水产量为8766.09万吨。

2015年5月24日，《食品安全国家标准包装饮用水》正式开始实施，对“概念水”进行了规范，对微生物指标进行了调整。但还是给了在售的包装饮用水一个缓冲期，各企业标签标识于2016年1月1日起全面实施。

当前，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”。“便捷时代”，消费者缺乏基本的饮水安全、健康意识，消费目标多以水饮品为主。“健康时代”，消费者对饮用水的需求提升到健康的高度，饮用水行业开始向水家电、水装修、水处理等领域进行延展，技术和产品创新优势开始显现。围绕健康，形成对节能、环保、营养、服务等综合性需求，行业逐渐围绕消费者开始构建饮用水和谐生态环境，技术和产品创新动力大幅提升，同时围绕产品的服务能力和解决方案能力形成新的市场契机，作为我国饮用水发展最高阶段的“生态时代”是产业发展的又一次机遇。

《2016-2022年中国饮用水行业发展专项调研及十三五盈利空间评估报告》由观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者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。

【报告大纲】

第一章 饮用水概述

1.1 饮用水的概念及分类

1.1.1 饮用水简介

1.1.2 饮用水的分类

1.2 饮用水与健康

1.2.1 饮用水有关健康知识

1.2.2 饮用水选购应因人而异

1.2.3 孩子经常喝瓶装水容易蛀牙

1.2.4 饮用水安全已成全球性问题

第二章 2013-2015年饮用水行业分析

2.1 2013-2015年饮用水行业政策环境分析

2.1.1 包装饮用水发布新国标

2.1.2 规范集中饮用水源编码

2.1.3 水资源相关政策

2.2 2013-2015年饮用水行业的发展

2.2.1 饮用水源监测

2.2.2 行业外部形势

2.2.3 行业发展规模

2.2.4 行业发展态势

2.2.5 行业结构调整

2.3 2013-2015年饮用水市场格局分析

2.3.1 市场品牌格局

2.3.2 渠道竞争升级

2.3.3 消费群体分析

2.3.4 高端市场动向

2.4 2013-2015年全国包装饮用水类产量分析

2.4.1 2013-2015年全国包装饮用水类产量趋势

2.4.2 2013年全国包装饮用水类产量情况

2.4.3 2014年全国包装饮用水类产量情况

2.4.4 2015年全国包装饮用水类产量情况

2.4.5 2015年包装饮用水类产量分布情况

2.5 2013-2015年各地区饮用水市场状况

2.5.1 黑龙江

2.5.2 上海

2.5.3 安徽

2.5.4 广西

2.5.5 海南

2.5.6 福建

2.5.7 西藏

2.6 中国饮用水存在的问题及发展对策

2.6.1 存在的问题

2.6.2 面临的挑战

2.6.3 监管待加强

2.6.4 相关发展建议

第三章 2013-2015年桶装水行业发展分析

3.1 2013-2015年桶装水行业的发展

3.1.1 桶装水行业简况

3.1.2 全球桶装水行业规模

3.1.3 中国桶装水行业规模

3.1.4 行业自律文件出炉

3.1.5 小包装桶装水的发展

3.2 2013-2015年桶装水市场格局

3.2.1 桶装水市场结构分析

3.2.2 净水器侵蚀桶装水市场

3.2.3 桶装水市场高端化升级

3.2.4 国外品牌抢滩桶装水市场

3.2.5 桶装水市场竞争激烈

3.3 2013-2015年部分地区桶装水行业分析

3.3.1 郑州

3.3.2 长沙

3.3.3 广东

3.3.4 北京

3.3.5 深圳

3.3.6 张家港

3.4 桶装水行业发展存在的问题及对策

3.4.1 企业发展困境

3.4.2 行业存在的问题

3.4.3 企业策略分析

3.4.4 企业发展建议

3.4.5 行业发展策略

第四章 2013-2015年瓶装水行业发展分析

4.1 国际瓶装水市场分析

4.1.1 全球市场规模

4.1.2 欧洲市场分析

4.1.3 英国市场分析

4.1.4 韩国市场格局

4.2 2013-2015年中国瓶装水市场分析

4.2.1 行业经济规模

4.2.2 市场结构分析

4.2.3 品类市场格局

4.2.4 优势企业分析

4.2.5 行业运行特征

4.2.6 行业形势分析

4.3 2013-2015年中国瓶（罐）装饮用水制造行业财务状况分析

4.3.1 行业经济规模分析

4.3.2 盈利能力指标分析

4.3.3 营运能力指标分析

4.3.4 偿债能力指标分析

4.3.5 财务状况综合评价

4.4 瓶装饮用水营销分析

4.4.1 市场营销特性

4.4.2 销售主要线路

4.4.3 营销策略案例

4.5 中国瓶装水行业存在的问题

4.5.1 市场较为混乱

4.5.2 标签有待规范

4.5.3 产业监管待加强

第五章 2013-2015年矿泉水行业发展分析

5.1 矿泉水相关介绍

5.1.1 矿泉水简介

5.1.2 矿泉水的类型

5.1.3 矿泉水的特点

5.1.4 矿物质水和矿泉水的区别

5.1.5 矿泉水适应的人群及适应症

5.2 国际矿泉水行业发展综述

5.2.1 国外矿泉水产品特点

5.2.2 国外矿泉水消费规模

5.2.3 欧洲矿泉水市场格局

5.3 中国矿泉水资源开发利用状况

5.3.1 总体情况

5.3.2 长白山

5.3.3 西藏

5.3.4 湖南省

5.3.5 重庆

5.3.6 贵州

5.4 2013-2015年中国矿泉水市场运行分析

5.4.1 市场结构分析

5.4.2 行业经济规模

5.4.3 行业发展态势

5.4.4 市场品牌格局

5.4.5 国内竞争态势

5.4.6 营销模式分析

5.4.7 行业标准分析

5.5 中国主要地区矿泉水行业分析

5.5.1 五大连池市

5.5.2 吉林省

5.5.3 青海省

5.5.4 广州市

5.5.5 深圳市

5.5.6 湖南省

5.5.7 广西

5.6 中国矿泉水产业发展面临的挑战及对策

5.6.1 产业发展问题

5.6.2 制约因素解析

5.6.3 质量保证差距

5.6.4 产业政策扶持

5.6.5 产业发展建议

5.6.6 产业发展措施

第六章 2013-2015年其他种类饮用水行业发展分析

6.1 纯净水

6.1.1 市场发展概况

6.1.2 行业发展特点

6.1.3 市场竞争格局

6.1.4 项目建设动态

6.1.5 品牌派生策略

6.1.6 未来发展前景

6.2 苏打水

6.2.1 市场发展综述

6.2.2 行业发展特征

6.2.3 市场竞争格局

6.2.4 产业基地建设

6.2.5 市场发展前景

6.3 袋装水

6.3.1 市场发展概况

6.3.2 市场发展规模

6.3.3 机遇与挑战

6.3.4 行业技术趋势

6.4 直饮水

6.4.1 行业运行动态

6.4.2 地方政策法规

6.4.3 行业发展思路

6.4.4 行业发展机遇

6.4.5 市场发展前景

第七章 2013-2015年水家电市场发展分析

7.1 水家电市场概况

7.1.1 市场产品种类

7.1.2 市场发展规模

7.1.3 市场竞争态势

7.1.4 市场品牌格局

7.1.5 市场渠道解析

7.1.6 市场发展难题

7.1.7 行业发展趋势

7.2 饮水机

7.2.1 总体发展状况

7.2.2 行业产量规模

7.2.3 市场竞争格局

7.2.4 市场结构分布

7.2.5 主流品牌销售

7.2.6 市场发展隐患

7.2.7 市场对策措施

7.3 净水机

7.3.1 市场发展特征

7.3.2 市场发展规模

7.3.3 市场竞争格局

7.3.4 行业标准情况

7.3.5 行业发展挑战

7.3.6 市场发展方向

7.3.7 行业发展趋势

7.3.8 行业发展前景

7.4 电热水壶

7.4.1 行业发展形势

7.4.2 电商销售规模

7.4.3 市场品牌规模

7.4.4 市场竞争格局

7.4.5 产品智能化水平

7.4.6 出口企业策略

7.5 直饮机

7.5.1 行业发展优势

7.5.2 行业基本特征

7.5.3 行业发展不足

7.5.4 市场潜力巨大

7.6 水家电行业投资分析及前景趋势

7.6.1 行业投资潜力

7.6.2 行业发展前景

7.6.3 市场发展趋势

第八章 2013-2015年饮用水替代品行业发展分析

8.1 碳酸饮料

8.1.1 行业发展形势

8.1.2 行业产量规模

8.1.3 行业运营情况

8.1.4 市场态势分析

8.2 果蔬汁饮料

8.2.1 产业运行规模

8.2.2 进口市场规模

8.2.3 行业竞争格局

8.2.4 行业标准发布

8.2.5 行业发展瓶颈

8.2.6 发展策略分析

8.2.7 产品发展方向

8.3 茶饮料

8.3.1 行业发展现状

8.3.2 企业发展形势

8.3.3 行业竞争格局

8.3.4 消费者满意度

8.3.5 行业发展困境

8.3.6 产品发展方向

8.4 功能饮料

8.4.1 市场发展状况

8.4.2 市场竞争态势

8.4.3 市场监管问题

8.4.4 市场发展潜力

8.4.5 未来前景可期

第九章 观研网对饮用水行业投资及前景趋势分析

9.1 饮用水行业投资分析

9.1.1 进军矿泉水市场机会

9.1.2 外资看好饮用水市场

9.1.3 终端直饮水投资收益

9.1.4 高端饮用水投资前景

9.2 饮用水行业未来发展趋势

9.2.1 天然矿泉水市场发展趋势

9.2.2 饮用水高端市场发展空间

9.2.3 瓶装饮用水行业发展趋势

9.2.4 饮用水处理技术趋势

9.2.5 城市饮用水保障规划

9.3 观研网对2016-2022年中国瓶（罐）装饮用水制造行业预测分析

9.3.1 观研网对中国瓶（罐）装饮用水制造行业发展影响因素分析

9.3.2 观研网对2016-2022年中国瓶（罐）装饮用水制造行业销售预测

9.3.3 观研网对2016-2022年中国瓶（罐）装饮用水制造行业利润预测

第十章 2013-2015年饮用水行业重点企业运营状况分析

10.1 农夫山泉股份有限公司

10.1.1 企业发展概况

10.1.2 企业发展特点

10.1.3 企业盈利规模

10.1.4 企业产品动态

10.1.5 企业品牌策略

10.2 娃哈哈集团

10.2.1 企业发展概况

10.2.2 业务布局状况

10.2.3 企业发展现状

10.2.4 企业营销困境

10.2.5 企业营销策略

10.2.6 企业路线转变

10.3 华润怡宝饮料（中国）有限公司

10.3.1 企业发展概况

10.3.2 企业市场规模

10.3.3 企业发展动态

10.3.4 企业品牌策略

10.3.5 企业发展战略

10.4 深圳市景田食品饮料有限公司

10.4.1 企业发展概况

10.4.2 企业基地介绍

10.4.3 企业营销策略

10.4.4 企业战略动态

10.5 昆仑山矿泉水有限公司

10.5.1 企业发展概况

10.5.2 企业发展挑战

10.5.3 企业发展前景

10.6 康师傅控股有限公司

10.6.1 企业发展概况

10.6.2 2013年康师傅经营状况

10.6.3 2014年康师傅经营状况

10.6.4 2015年康师傅经营状况

附录

附录一：《生活饮用水卫生标准》

图表目录

图表1 矿泉水、纯净水、净水、天然净水的区别

图表2 我国水资源相关法律法规

图表3 2014年各水资源一级区水资源量

图表4 2014年各水资源一级区供用水量

图表5 我国水质占比状况

图表6 2004-2014年我国发生的严重水污染事件

图表7 2014中国饮用水十大品牌排行

图表8 2015中国包装饮用水企业市场份额

图表9 饮用水客群年龄分布

图表10 各品牌饮用水消费者年龄段分析

图表11 2013-2015年全国包装饮用水类产量趋势图

图表12 2013年全国包装饮用水类产量数据

图表13 2013年主要省份包装饮用水类产量占全国产量比重情况

图表14 2014年全国包装饮用水类产量数据

图表15 2014年主要省份包装饮用水类产量占全国产量比重情况

图表16 2015年全国包装饮用水类产量数据

图表17 2015年主要省份包装饮用水类产量占全国产量比重情况

图表18 2015年包装饮用水类产量集中程度示意图

图表19 2015年上海市主要河流断面水质类别比例

图表20 2011-2015年上海市主要河流氨氮浓度变化趋势

图表21 全球桶装水行业发展周期

图表22 2011-2014年全球桶装水行业市场需求量及增长情况

图表23 2011-2013年我国桶装水行业市场供需情况

图表24 2013年我国桶装水行业各细分市场占总市场的结构比例

图表25 2013年饮料行业各品类销量同比增速状况

图表26 2013年瓶装水市场各品牌市场占有率情况

图表27 2013年瓶装水市场各品牌销售量及产品均价

图表28 2013年瓶装水市场各品牌市场覆盖率情况

图表29 2013年整体瓶装水市场品牌市场份额变化情况

图表30 2013年农夫山泉分区域市场份额变化情况

图表31 2013年西南、华北和华南市场各品牌市场份额变化情况

图表32 2013年瓶装水各品类下的市场情况

图表33 2013年瓶装水行业的品类细分的销售额

图表34 2014年瓶装水行业上榜品牌

图表35 2014年瓶装水上榜品牌排名变化表

图表36 2005-2014年高、低端瓶装水销量

图表37 2005-2014年高、低端瓶装水销售额

图表38 主要包装材料优缺点对比

图表39 2014年瓶装水市场份额情况

图表40 2011-2015年瓶（罐）装饮用水制造业销售收入

图表41 2011-2014年瓶（罐）装饮用水制造业销售收入增长趋势图

图表42 2011-2015年瓶（罐）装饮用水制造业利润总额

图表43 2011-2014年瓶（罐）装饮用水制造业利润总额增长趋势图

图表44 2011-2015年瓶（罐）装饮用水制造业资产总额

图表45 2011-2014年瓶（罐）装饮用水制造业总资产增长趋势图

图表46 2011-2015年瓶（罐）装饮用水制造业亏损面

图表47 2011-2015年瓶（罐）装饮用水制造业亏损企业亏损总额

图表48 2011-2014年瓶（罐）装饮用水制造业销售毛利率趋势图

图表49 2011-2015年瓶（罐）装饮用水制造业成本费用率

图表50 2011-2014年瓶（罐）装饮用水制造业成本费用利润率趋势图

图表51 2011-2014年瓶（罐）装饮用水制造业销售利润率趋势图

图表52 2011-2014年瓶（罐）装饮用水制造业应收账款周转率对比图

图表53 2011-2014年瓶（罐）装饮用水制造业流动资产周转率对比图

图表54 2011-2014年瓶（罐）装饮用水制造业总资产周转率对比图

图表55 2011-2014年瓶（罐）装饮用水制造业资产负债率对比图

图表56 2011-2015年瓶（罐）装饮用水制造业利息保障倍数对比图

图表57 瓶装饮用水销售主要路线图表

图表58 2015年中国苏打水市场重点竞争企业

图表59 2013年我国电冷热饮水机行业产量月度增长统计

图表60 2013年中国电冷热饮水机行业产量集中度情况

图表61 2014年我国电冷热饮水机产量情况

图表62 2015年电冷热饮水机产量情况

图表63 2015年我国饮水机品牌排名情况

图表64 2013年中国饮水机市场品牌关注比例分布

图表65 2013年中国饮水机市场产品关注排名

图表66 2013年中国饮水机市场不同类型产品关注比例分布

图表67 2013年中国饮水机市场不同价格段产品关注比例分布

图表68 2013年中国饮水机市场主流品牌市售产品数量对比

图表69 2013年中国饮水机市场主流品牌单品关注率对比

图表70 2015年净水器品牌活跃占比情况

图表71 2015年净水器排名品牌活跃度占比

图表72 2015年上榜十大品牌五大区域活跃度分布

图表73 2015年外资品牌占据上榜十大品牌的份额

图表74 2015年八大电商平台电水壶的销售额市场份额

图表75 2015年八大电商平台电水壶的销售量市场份额

图表76 2015年线上在售电水壶在售品牌数量

图表77 2015年中国电水壶十大品牌排行榜

图表78 2013年中国碳酸饮料产量分省市统计

图表79 2013年中国碳酸饮料行业产量区域集中度分析

图表80 2010-2014年中国碳酸饮料产量增长态势

图表81 2014年中国碳酸饮料产量分省市统计

图表82 2014年全国碳酸饮料类（汽水）产量集中度分析

图表83 2015年中国碳酸饮料类（汽水）产量前十省市

图表84 2011-2013年中国果菜汁及果菜汁饮料制造行业总资产及营收情况

图表85 2015年中国果蔬汁饮料行业进口情况

图表86 2016年中国果蔬汁饮料行业进口情况

图表87 2015年中国果蔬汁饮料行业出口情况

图表88 2016年中国果蔬汁饮料行业出口情况

图表89 2014年果蔬汁饮料重点竞争企业

图表90 2015年茶饮料重点竞争企业

图表91 直饮机三大构成军团

图表92 按分离原理分类的分离膜

图表93 观研网对2016-2022年中国瓶（罐）装饮用水制造行业销售收入预测

图表94 观研网对2016-2022年中国瓶（罐）装饮用水制造行业利润总额预测

图表95 2010-2014年农夫山泉股份有限公司收入增长

图表96 娃哈哈集团国内业务分布

图表97 2012-2013年康师傅综合收益表

图表98 2012-2013年康师傅不同产品销售情况表

图表99 2013-2014年康师傅综合收益表

图表100 2013-2014康师傅不同产品销售情况表

图表101 2014-2015年康师傅综合收益表

图表102 2014-2015年康师傅收入分产品资料

图表103 水质常规指标及限值

图表104 饮用水中消毒剂常规指标及要求

图表105 水质非常规指标及限值

图表106 小型集中式供水和分散式供水部分水质指标及限值

图表107 生活饮用水水质参考指标及限值

图表详见正文 (GY XFT)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/243896243896.html>