

2020年中国地下水修复市场分析报告- 行业深度分析与投资战略研究

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《2020年中国地下水修复市场分析报告-行业深度分析与投资战略研究》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/huanbao/468725468725.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

地下水修复是指地下水受到污染或其生态系统的结构受到损伤后，采取物理的、化学的或生物的方法，在利用水生生态系统本身的自适应、自组织、自调节功能的基础上，修复和强化水体环境系统的主要功能，使水体部分或者完全恢复到原始状态的过程。地下水修复的目的是保证水环境健康的前提下，满足人类可持续发展对水环境功能的要求。

地下水修复的主要技术

技术分类

技术名称

技术简介

物理

曝气/空气扰动

向受污染含水层注入空气或氧气，使挥发性污染物进入非饱和带，常与土壤气提技术联合使用

化学

多相提取

通过真空提取手段，抽取地下污染区域的土壤气体、地下水和浮油等到地面进行相分离及处理

土壤气提

常与空气扰动法联用，使用真空装置清除土壤（非饱和带）中的挥发性/半挥发性污染物

原位热处理

使用电阻加热、高频加热等方法使地下水中的污染物（如非水相流体）气化进入土壤（非饱和带），进而由收集井等装置提取污染物使地下水得到净化

抽出处理

布设抽水井将受污染地下水（污染物）抽出后进行处理

原位修复

使用还原剂（如零价铁）降解地下水中的有毒有机污染物、无机污染物

原位氧化

使用氧化剂对挥发性及半挥发性污染物进行降解

纳米技术

使用纳米材料（如零价铁、二氧化钛等）降解污染物

可渗透反应墙技术

由反应填料构建地下反应墙使流经的受污染地下水得以净化

生物

生物修复

使用微生物降解地下水中的污染物

信息来源：观研天下整理

我国是一个水资源短缺、水旱灾害频繁的国家，虽然总量排名靠前，但人均水资源较少，是全球人均水资源贫乏的国家之一。国土资源部发布的《2015中国国土资源公报》显示，2015年我国地市级行政区地下水水质为优良、良好、较好、较差、极差的比例分别为9.11%、24.97%、4.61%、42.48%、18.84%。同时公报显示，个别监测点水质存在砷、铅、六价铬、镉等重金属超标现象。

自2002年开始，我国逐渐增加对废水治理的投入。2002年至2015年间我国县城污水实际处理率从11.02%增长至85.22%。目前单纯的水体污染治理已无法满足市场需求。“十二五”期间，我国水体污染控制与治理从污染防治阶段迈向地下水修复阶段。

我国废水治理投资总额情况

数据来源：环保局

我国县城污水处理率情况

数据来源：环保局

经济的高速粗放式发展是导致地下水污染的主要因素之一，因此地下水污染程度与地域经济发展存在较大的关系。并且经济发达地区，群众对于地下水修复意识更强烈。因而我国地下水修复行业存在一定的地域性。

我国地下水污染现状严峻，随着国家对于环境保护的充分重视，地下水修复相关法规政策逐渐出台，地下水修复市场逐步启动，市场前景良好。随着法律监管体系的不断完善，行业标准逐步形成，地下水修复技术逐渐成熟，再加上社会资本的积极参与，未来地下水修复市场发展空间较大。（YZ）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国地下水修复市场分析报告-行业深度分析与投资战略研究》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2019年中国地下水修复行业发展概述

第一节 地下水修复行业发展情况概述

一、地下水修复行业相关定义

二、地下水修复行业基本情况介绍

三、地下水修复行业发展特点分析

第二节 中国地下水修复行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、地下水修复行业产业链条分析

三、中国地下水修复行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国地下水修复行业生命周期分析

一、地下水修复行业生命周期理论概述

二、地下水修复行业所属的生命周期分析

第四节 地下水修复行业经济指标分析

一、地下水修复行业的赢利性分析

二、地下水修复行业的经济周期分析

三、地下水修复行业附加值的提升空间分析

第五节 中国地下水修复行业进入壁垒分析

一、地下水修复行业资金壁垒分析

二、地下水修复行业技术壁垒分析

三、地下水修复行业人才壁垒分析

四、地下水修复行业品牌壁垒分析

五、地下水修复行业其他壁垒分析

第二章 2016-2019年全球地下水修复行业市场发展现状分析

第一节 全球地下水修复行业发展历程回顾

第二节 全球地下水修复行业市场区域分布情况

第三节 亚洲地下水修复行业地区市场分析

一、亚洲地下水修复行业市场现状分析

二、亚洲地下水修复行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲地下水修复行业市场前景分析

第四节 北美地下水修复行业地区市场分析

一、北美地下水修复行业市场现状分析

二、北美地下水修复行业市场规模与市场需求分析

三、北美地下水修复行业市场前景分析

第五节 欧盟地下水修复行业地区市场分析

一、欧盟地下水修复行业市场现状分析

二、欧盟地下水修复行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟地下水修复行业市场前景分析

第六节 2020-2026年世界地下水修复行业分布走势预测

第七节 2020-2026年全球地下水修复行业市场规模预测

第三章 中国地下水修复产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品地下水修复总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国地下水修复行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国地下水修复产业社会环境发展分析

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

五、消费观念分析

第四章 中国地下水修复行业运行情况

第一节 中国地下水修复行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国地下水修复行业市场规模分析

第三节 中国地下水修复行业供应情况分析

第四节 中国地下水修复行业需求情况分析

第五节 中国地下水修复行业供需平衡分析

第六节 中国地下水修复行业发展趋势分析

第五章 中国地下水修复所属行业运行数据监测

第一节 中国地下水修复所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国地下水修复所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国地下水修复所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2019年中国地下水修复市场格局分析

第一节 中国地下水修复行业竞争现状分析

一、中国地下水修复行业竞争情况分析

二、中国地下水修复行业主要品牌分析

第二节 中国地下水修复行业集中度分析

一、中国地下水修复行业市场集中度分析

二、中国地下水修复行业企业集中度分析

第三节 中国地下水修复行业存在的问题

第四节 中国地下水修复行业解决问题的策略分析

第五节 中国地下水修复行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2019年中国地下水修复行业需求特点与动态分析

第一节 中国地下水修复行业消费市场动态情况

第二节 中国地下水修复行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 地下水修复行业成本分析

第四节 地下水修复行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国地下水修复行业价格现状分析

第六节 中国地下水修复行业平均价格走势预测

一、中国地下水修复行业价格影响因素

二、中国地下水修复行业平均价格走势预测

三、中国地下水修复行业平均价格增速预测

第八章 2016-2019年中国地下水修复行业区域市场现状分析

第一节 中国地下水修复行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区地下水修复市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区地下水修复市场规模分析

四、华东地区地下水修复市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区地下水修复市场规模分析

四、华中地区地下水修复市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区地下水修复市场规模分析

四、华南地区地下水修复市场规模预测

第九章 2016-2019年中国地下水修复行业竞争情况

第一节 中国地下水修复行业竞争结构分析（波特五力模型）

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 中国地下水修复行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国地下水修复行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 地下水修复行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2020-2026年中国地下水修复行业发展前景分析与预测

第一节 中国地下水修复行业未来发展前景分析

- 一、地下水修复行业国内投资环境分析
- 二、中国地下水修复行业市场机会分析
- 三、中国地下水修复行业投资增速预测

第二节 中国地下水修复行业未来发展趋势预测

第三节 中国地下水修复行业市场发展前景预测

- 一、中国地下水修复行业市场规模预测
- 二、中国地下水修复行业市场规模增速预测
- 三、中国地下水修复行业产值规模预测
- 四、中国地下水修复行业产值增速预测
- 五、中国地下水修复行业供需情况预测
- 第四节 中国地下水修复行业盈利走势预测
 - 一、中国地下水修复行业毛利润同比增速预测
 - 二、中国地下水修复行业利润总额同比增速预测

第十二章 2020-2026年中国地下水修复行业投资风险与营销分析

第一节 地下水修复行业投资风险分析

- 一、地下水修复行业政策风险分析
- 二、地下水修复行业技术风险分析
- 三、地下水修复行业竞争风险
- 四、地下水修复行业其他风险分析

第二节 地下水修复行业企业经营发展分析及建议

- 一、地下水修复行业经营模式
- 二、地下水修复行业销售模式
- 三、地下水修复行业创新方向

第三节 地下水修复行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2020-2026年中国地下水修复行业发展战略及规划建议

第一节 中国地下水修复行业品牌战略分析

- 一、地下水修复企业品牌的重要性
- 二、地下水修复企业实施品牌战略的意义
- 三、地下水修复企业品牌的现状分析
- 四、地下水修复企业的品牌战略
- 五、地下水修复品牌战略管理的策略

第二节 中国地下水修复行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国地下水修复行业战略综合规划分析

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

第十四章 2020-2026年中国地下水修复行业发展策略及投资建议

第一节 中国地下水修复行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国地下水修复行业定价策略分析

第三节 中国地下水修复行业营销渠道策略

一、地下水修复行业渠道选择策略

二、地下水修复行业营销策略

第四节 中国地下水修复行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国地下水修复行业重点投资区域分析

二、中国地下水修复行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huanbao/468725468725.html>