2009-2010年中国桶装水行业市场调查及投资趋势研究报告

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《2009-2010年中国桶装水行业市场调查及投资趋势研究报告》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：https://baogao.chinabaogao.com/shipin/5350153501.html

报告价格：电子版: 6800元　纸介版：7000元　电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

第一章 2009年中国桶装水行业发展环境 1
一、2009年中国经济发展环境 1
（一）2009年一季度经济运行情况 1
（二）全球金融危机对中国产业格局影响 6
（三）中国应对金融危机的措施 9
二、2009年中国桶装水行业发展政策环境 19
（一）桶装水行业产业政策 19
（二）国内桶装水管理政策 19
三、2009年中国桶装水行业发展技术环境 20
（一）桶装水加工技术现状 20
（二）桶装水技术发展水平 22
（三）影响桶装水技术相关因素 27
第二章 2009年中国桶装水行业发展状况 29
一、2009年中国桶装水行业发展概况 29
（一）桶装水行业简况 29
（二）桶装水行业受管道直饮水冲击 31
（三）桶装水企业加入电子监管网已显现积极效应 33
二、2009年中国桶装水市场发展状态 34
（一）桶装水市场价差较大 34
（二）农村成桶装水市场又一增长点 35
（三）桶装水市场“正规军”产品渐成主角 35
（四）消费需求继续扩大，桶装水稳据饮用水市场主导 36
（五）潜在消费群继续扩大 36
三、2009年中国各地区桶装水市场状况 37
（一）深圳关外桶装水市场存在“三乱” 37
（二）郑州桶装水市场状况及对策 38
（三）泉州桶装饮用水市场平稳度过炎夏 41
（四）烟台低价桶装水扰乱市场 42
（五）义乌桶装水市场状况 43
四、2009年中国桶装水市场存在的问题 45
（一）桶装水市场价格混乱不堪 45
（二）桶装水流通时也可能受污染 46
（三）桶装水饮用时可能会二次污染 47

（四）桶装水市场利润大滑 48
（五）中国桶装水产业面临原材料成本上涨 48
五、2009年中国桶装水行业发展建议及策略 49
（一）桶装水企业应对市场分割策略 49
（二）桶装水企业亟待加强管理规范 50
（三）乐百氏桶装水以差异化竞争赢取市场 51
第三章 2009年中国桶装水产品市场发展状况 57
一、2009年中国桶装水产品市场供应形势 57
（一）国内桶装水行业特点 57
（二）国内桶装水产销现状 59
二、2009年中国桶装水产品市场消费形势 59
（一）国内桶装水消费规模 59
（二）国内桶装水消费结构 60
三、2009年中国桶装水产品市场行情 60
（一）国内桶装水市场现状 60
（二）国内桶装水价格特征 63
四、2009年中国桶装水行业对外贸易 64
第四章 2009年中国桶装水产品市场消费者调查 66
一、2009年中国桶装水产品市场消费者群体 66
（一）家庭用户 66
（二）单位用户 66
二、2009年中国桶装水产品消费者行为特征 66
（一）消费偏好 66
（二）消费周期与频次 67
三、2009年中国重点城市桶装饮用水消费者研究 67
（一）三大城市家庭消费者桶装水类型偏好 67
（二）三大城市城镇居民的桶装水消费情况 68
（三）消费者对分质供水的兴趣 69
（四）消费者对桶装水的品牌认知与消费 69
（五）三大城市居民对桶装水的满意度评价 70
四、2009年影响中国桶装水产品消费者购买决策的因素 71
（一）质量 71
（二）口感 72
（三）企业品牌 72
（四）送水服务 72

（五）包装 72
（六）广告 72
第五章 2009年中国桶装水产品市场竞争状况 73
一、2009年中国桶装水市场竞争状况 73
（一）自动售水机挑战桶装水 73
（二）直饮机欲争夺桶装水市场 73
（三）国外品牌抢滩桶装水市场 74
二、2009年中国桶装水行业竞争现状 74
三、2009年中国桶装水行业地区发展状况比较 77
第六章 中国桶装水优势企业 79
一、乐百氏集团有限公司 79
（一）企业概况 79
（二）企业经营状况 79
（三）企业竞争力 82
二、农夫山泉股份有限公司 83
（一）企业概况 83
（二）企业经营状况 84
（三）企业竞争力 87
三、娃哈哈集团有限公司 87
（一）企业概况 87
（二）企业经营状况 88
（三）企业竞争力 91
四、四川蓝剑集团 92
（一）企业概况 92
（二）企业经营状况 92
（三）企业竞争力 95
五、燕京啤酒股份有限公司 95
（一）企业概况 95
（二）企业经营状况 97
（三）企业竞争力 99
六、天津雀巢天然矿泉水公司 99
（一）企业概况 99
（二）企业经营状况 100
（三）企业竞争力 103
七、上海正广和公司 103

（一）企业概况 103
（二）企业经营状况 104
（三）企业竞争力 107
第七章 2009年中国桶装水相关行业发展概况 108
一、2009年中国饮水机行业发展概况 108
（一）中国饮水机市场发展现状 108
（二）中国饮水机市场走势 109
（三）浙江慈溪市饮水机引领产业发展潮流 110
（四）2009-2012年中国饮水机行业发展概况 112
二、2009年中国瓶装水行业发展概况 113
（一）瓶装水市场透析-高端瓶装水成为市场新亮点 113
（二）中国名牌瓶装水统治地位不容置疑 113
（三）中国瓶装水年销量已居亚洲第二 114
（四）瓶装饮用水质量合格率 114
（五）渠道：最爱喝超市的水 114
（六）2009-2012年中国瓶装水市场发展趋势 115
三、2009年中国其他种类饮用水发展状况 115
（一）国内纯净水市场逐渐壮大 115
（二）纯净水行业发展 116
（三）功能水全球市场速生速长 117
（四）功能水机市场突起 117
（五）中国发布首个功能水行业标准 118
（六）袋装水出击市场 119
（七）袋装水凭优势打破桶装水市场格局 119
（八）新型袋装水有望代替桶装水 120
（九）直饮水进家庭面临难题 121
（十）2009-2012年中国饮用水发展趋势预测 122
第八章 2009-2012年中国桶装水行业发展及投资 123
一、2009-2012年全球桶装水行业发展趋势预测 123
（一）全球桶装水发展趋势 123
（二）全球桶装水消费趋势 123
（三）影响全球桶装水发展的因素 123
二、2009-2012年中国桶装水行业发展趋势预测 124
（一）中国桶装水发展规模预测 124
（二）中国桶装水市场供给状况预测 124

（三）中国桶装水市场需求状况预测 124
三、2009-2012年中国桶装水行业投资 125
（一）中国桶装水行业投资环境 125
（二）中国桶装水行业投资机会 125
（三）中国桶装水行业投资风险 126
四、2009-2012年中国桶装水市场竞争与发展的对策 127
（一）产业创新：构想未来产业竞争优势致胜 127
（二）渠道和物流制胜战略：建立网络商务平台 127
（三）精细化服务质量提升产品综合价值和客户满意度 127
（四）差异化营销策略 128
图表目录：
图表 1：2006-2009年一季度中国GDP增长情况 1
图表 2：2009年一季度中国三大产业结构 2
图表 3：2003-2009年中国工业增加值增长率 2
图表 4：2005-2009年中国固定资产投资及消费品零售增长情况 3
图表 5：2007年9月-2009年9月中国CPI、PPI走势 4
图表 6：2009年1-9月中国外贸增长情况 4
图表 7：2009年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%） 7
图表 8：2009年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%） 8
图表 9：2009年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%） 8
图表 10：近期公布的刺激经济的政策一览表 11
图表 11：提高出口退税率的商品清单 15
图表 12：桶装水加工工艺流程 22
图表 13：一个合格食品级PC桶成本核算 35
图表 14：标准食品级PC桶与非食品级PC桶原料对比 35
图表 15：2009年桶装水消费结构 60
图表 16：市民最常饮用的桶装水与最希望饮用的桶装水 67
图表 17：穗京沪三地市民主要使用饮用水类型 68
图表 18：认知度最高的桶装水品牌（%） 70
图表 19：选择饮用桶装水的原因 71
图表 20：不使用桶装水的原因 71
图表 21：乐百氏（广东）食品饮料有限公司经营状况 79
图表 22：浙江农夫山泉饮用水有限公司经营状况 84
图表 23：杭州娃哈哈保健食品有限公司经营状况 88
图表 24：四川蓝剑投资管理有限公司经营状况 92

图表 25：燕京啤酒股份有限公司每股指标 97
图表 26：燕京啤酒股份有限公司获利能力 97
图表 27：燕京啤酒股份有限公司经营能力 98
图表 28：燕京啤酒股份有限公司偿债能力 98
图表 29：燕京啤酒股份有限公司资本结构 98
图表 30：燕京啤酒股份有限公司发展能力 98
图表 31：燕京啤酒股份有限公司现金流量 99
图表 32：天津雀巢天然矿泉水有限公司经营状况 100
图表 33：上海正广和饮用水有限公司经营状况 104
图表 34：2009十大饮水机品牌关注度排行榜 109
图表 35：2009-2012年市场品牌占有率预测 113
图表 36：2009-2012年中国饮水机市场供需情况预测 113
图表 37：2009-2012年中国瓶装水销售情况发展趋势图 116
图表 38：2009-2012年中国饮用水市场规模发展趋势 123
图表 39：2009-2012年中国桶装水市场规模 125
图表 40：2009-2012年中国桶装水市场供给 125
图表 41：2009-2012年中国桶装水市场需求 125

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/shipin/5350153501.html