

2006年中国饮用水市场研究报告

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《2006年中国饮用水市场研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2876628766.html>

报告价格：电子版: 5000元 纸介版：6000元 电子和纸介版: 6500

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

目录第一章	世界饮用水行业发展状况分析	7	第一节	美国瓶装水市场分析	7	第二节	意大利矿泉水市场分析	8	第三节	欧洲矿泉水产业分析	9	第四节	其他国家饮用水市场分析	12	
12	第二章	中国饮用水发展现状分析	15	第一节	中国饮用水发展历程	15	一、	从自来水到健康饮用水	15	二、	桶装水带动饮水机的发展	15	三、	健康饮用水深入人心	16
16	第二节	1999-2005年中国饮用水市场规模变化分析	16	第三节	中国饮用水市场状况分析	18	第四节	2004年全国各省市饮用水产量分析	33	第五节	2005年全国及各省市饮用水产量分析	46	第六节	中国饮用水种类结构变化分析	55
55	第三章	中国饮用水关联行业发展分析	56	第一节	中国饮水机市场分析	56	一、	国内饮水机市场发展空间依然很大	56	二、	2005年9月饮水机品牌市场占有率分析	58	1、	2005年9月全国饮水机品牌市场占有率	58
58			2、	2005年9月东北地区饮水机品牌市场占有率	60	3、	2005年9月华北地区饮水机品牌市场占有率	61	4、	2005年9月华东地区饮水机品牌市场占有率	63	三、	饮水机行业现状与竞争状况	64	
64	四、	美的饮水机的技术优势及市场攻略	65	五、	饮水机市场前景和存在的问题	66	第二节	中国软饮料市场分析	68	一、	我国软饮料行业发展概况	68	二、	我国软饮料行业供给量分析	78
78	三、	软饮料消费特征分析	84	四、	软饮料市场竞争特征分析	90	第三节	中国碳酸饮料市场分析	91	一、	碳酸饮料消费市场分析	91	二、	全国碳酸饮料供给分析	92
92	三、	碳酸饮料行业集中度分析	96	第四节	中国果汁饮料市场分析	96	一、	果汁饮料消费需求分析	96	二、	果汁饮料行业集中度分析	100	三、	果汁饮料供给分析	100
100	四、	果汁市场竞争特点分析	105	五、	果汁市场竞争趋势分析	107	第五节	中国茶饮料市场分析	108	一、	茶饮料消费需求分析	108	二、	茶饮料行业集中度分析	111
111	三、	茶饮料供给情况分析	111	第四章	中国饮用水细分市场分析	113	第一节	中国瓶装饮用水市场分析	113	一、	我国瓶装水发展历程	113	二、	中国瓶装水现状分析	114
114	三、	中国瓶装水需求分析	114	四、	中国瓶装水市场竞争格局分析	116	五、	中国瓶装水市场发展趋势分析	118	第三节	中国桶装水市场分析	119	一、	桶装水发展现状	119
119	二、	桶装水存在的问题	119	三、	管状水对桶装水替代性分析	120	四、	高端饮水机对桶装水替代性分析	121	五、	桶装水市场未来的发展趋势	121	六、	中国桶装饮用水设备市场分析	122
122	第四节	中国矿泉水市场分析	125	一、	矿泉水的特点	125	二、	矿泉水市场发展状况	127	三、	矿泉水规模和产量	129	四、	矿泉水品牌	130
130	五、	影响矿泉水生产企业发展的主要因素分析	131	七、	矿泉水资源开发利用潜力分析	132	八、	入世后我国矿泉水产业的发展	134	第五节	中国纯净水市场分析	135	一、	国内纯净水市场逐渐壮大	135
135	二、	纯净水超越矿泉水	137	三、	纯净水市场发展分析	137									

138第六节	中国蒸馏水市场分析	140第五章	中国饮用水区域市场分析	142第一节	广东饮用水市场分析
142第二节	浙江饮用水市场分析	151第三节	北京饮用水市场分析	154第四节	上海饮用水市场分析
159第五节	部分重点城市饮用水市场分析	162第六章	中国饮用水消费者分析	170第一节	饮用水消费者基本特征分析
170第二节	桶装饮用水消费者调查分析	171第三节	瓶装饮用水消费趋势分析	175一、	瓶装水正受冷落
175二、	功能水：瓶装水市场的新希望	175三、	广告：瓶装水消费的最佳“导购”	176四、	渠道：最爱喝超市的水
177第七章	中国饮用水市场营销策略分析	179第一节	饮用水营销特性分析	179第二节	饮用水一般销售模式分析
181一、	厂家直销	181二、	网络销售	182三、	平台式销售
182四、	农贸批发市场向周边自然辐射的模式	182第三节	饮用水销售模式的优化	183一、	网络 平台
183二、	直销 网络	183三、	农贸批发市场 平台式	183四、	网络销售 直销
184五、	销售终端领先策略	184六、	饮用水的“五条终端线路”	186七、	饮用水的广告创新策略
187第八章	我国饮用水的危机与商机分析	190第一节	我国饮用水目前存在的主要问题分析	191一、	水体污染今非昔比
191二、	水质性缺水问题日益突出	191三、	农村水污染和水设施落后的问题	192四、	自然资源存在的问题：
192五、	我国人民饮用水现况	192第二节	我国分质供水存在问题分析	195一、	瓶(桶)装水行业整体质量水平不高
1951、	微生物超标是合格率不高的主要原因	1962、	桶装水品牌多。价差大，什么是好水令人困惑	196二、	家用净水器(机)存在的问题
1971、	器材不标准不规范	1972、	“三无器材”滥竽充数	1973、	弄虚作假、坑蒙百姓
1984、	“三化”水平低，“技术”无创新	198三、	管道直饮水市场混乱	199四、	售后服务问题
1991、	桶装水和饮水机	1992、	净水器(机)品牌众多，用户分散，售后服务难度大	199第三节	水危机必然发生
200第四节	水市场未来商机分析	201一、	我国饮用净水产量及普及率	201二、	目前水市场情况及发展前景分析
2011、	瓶(桶)装水市场分析	2012、	饮水机市场分析	2023、	净水器(机)市场分析
2034、	管道直饮水市场分析	203三、	未来水市场发展趋势预测	203第九章	饮用水行业投资分析
206第一节	饮用水投资特性分析	206一、	行业壁垒低	206二、	风险小，建设周期短
206三、	区域性明显	206四、	单位产品成本低、价值低，利润率高	206五、	投资空间巨大
207第二节	饮用水投资建议	207一、	新产品投资方向建议	207二、	中小企业营销策略创新建议
208三、	渠道创新建议	213第十章	中国饮用水竞争分析	217第一节	饮用水市场竞争分析
217一、	水种之争	217二、	饮用水竞争状况分析	219第二节	饮用水市场竞争格局分析
220一、	我国饮水市场竞争格局的形成	220二、	市场竞争格局及其变动	222三、	区域竞争格局分析
223第三节	瓶装水市场竞争格局分析	224一、	我国瓶装水市场竞争的地区格局	224二、	不同性质企业的市场份额情况
225三、	我国瓶装水市场竞争状况	226第四节			

我国饮水市场设备竞争格局形成的由来与行业展望 231第五节 饮用水市场竞争策略分析
234第六节 饮用水市场竞争趋势分析 235第十一章 中国饮用水部分重点企业分析 239第一节
农夫山泉股份有限公司 239一、公司介绍及其发展历程 239二、农夫山泉水源介绍
240三、农夫山泉优势 242四、农夫山泉营销策略分析 243五、农夫山泉操作策略解析
245第二节 娃哈哈集团 246一、企业的发展分析 246二、主要经营产品分析
248三、娃哈哈营销策略分析 250第三节 广东乐百氏集团有限公司
252一、乐百氏集团发展历程 252二、乐百氏集团投资状况分析 254三、综合竞争力分析
254四、事件行销成就乐百氏桶装水 255部分图表目录图表
1999-2005年我国饮用水产量变化图图表 2000-2005年我国饮用水增长速度变化图图表
2002-2004年各月瓶(罐)装饮用水情况图表 2000-2005年我国分质供水产量及增长趋势图表
2005-2025年15亿人口的用水情况图表 2005-2025年我国分质供水产量及增长趋势图图表
2005年13亿人口的用水情况图表 2003-2005年广东省瓶装饮用水产量变化图图表
2002-2005年浙江省瓶装饮用水产量变化图图表
2002-2005年北京市瓶装饮用水产量变化图图表
2003-2005年上海市瓶装饮用水产量变化图图表
2003-2005年天津市瓶装饮用水产量变化图图表
2003-2005年海南省瓶装饮用水产量变化图图表 1995-2005我国软饮料产量变化图图表
1996-2005年我国软饮料产量增长率变化图图表 1999-2005年我国碳酸饮料产量图图表
2005年全国软饮料产量及累计图表 2005年碳酸饮料全国合计图表
2005年果汁及果汁饮料全国合计图表
2005年12月全国瓶(罐)装饮用水制造业经济指标(1)图表
2005年12月全国瓶(罐)装饮用水制造业经济指标(2)图表
2005年12月全国瓶(罐)装饮用水制造业经济指标(3)图表
2005年12月全国瓶(罐)装饮用水制造业经济指标(4)图表
2005年2-12月全国瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月河北省瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月山西省瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月辽宁省瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月吉林省瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月黑龙江省瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月江苏省瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月安徽省瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月福建省瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月江西省瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月山东省瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表

2005年2-12月河南省瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月湖北省瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月湖南省瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月广西瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月重庆市瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月四川省瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月贵州省瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月云南省瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月陕西省瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月甘肃省瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月新疆瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月内蒙古瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月青海省瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月西藏瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月广东省瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月浙江省瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月北京市瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月上海市瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月天津市瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年2-12月海南省瓶(罐)装饮用水产量及增长情况图表
2005年9月全国饮水机品牌市场占有率图表 2005年9月全国饮水机前10名市场占有率图表
2005年9月全国饮水机前10名零售额市场占有率图表
2005年9月东北地区饮水机品牌市场占有率图表
2005年9月东北地区饮水机前10名市场占有率图表
2005年9月东北地区饮水机前10名零售额市场占有率图表
2005年9月华北地区饮水机品牌市场占有率图表
2005年9月华北地区饮水机前10名市场占有率图表
2005年9月华北地区饮水机前10名零售额市场占有率图表
2005年9月华东地区饮水机品牌市场占有率图表
2005年9月华东地区饮水机前10名市场占有率图表
2005年9月华东地区饮水机前10名零售额市场占有率图表 饮用水消费者结构图图表
消费者家中没有购买桶装矿泉水/纯净水的原因图表
消费者对桶装水具有哪种保健功能非常感兴趣图表
如家中购买桶装矿泉水/纯净水每月所愿承担的费用图表
消费者在购买桶装水时对哪些因素比较看重图表 消费者对不同饮用水品种偏好度图表

影响消费者购买瓶装水的因素图图表

瓶装水消费者购买渠道情况图图表

瓶装饮用水销售主要路线图图表

2003.1 - 2004.12天津市瓶装饮用水产量图表

2003.1 - 2004.12海南省瓶装饮用水产量图表

2004年11月份全国瓶（罐）装饮用水制造业经济指标（1）图表

2004年11月份全国瓶（罐）装饮用水制造业经济指标（2）图表

2004年11月份全国瓶（罐）装饮用水制造业经济指标（3）图表

2004年11月份全国瓶（罐）装饮用水制造业经济指标（4）图表

2004年1-12月饮料制造业主要经济效益指标（1）图表

2004年1-12月饮料制造业主要经济效益指标（2）图表

2004年1-12月饮料制造业主要经济效益指标（3）图表

2004年1-12月饮料制造业主要经济效益指标（4）图表

2004年1-12月饮料制造业主要经济效益指标（5）图表

2004年1-12月饮料制造业主要经济效益指标（6）图表

2004年1-12月软饮料产量图表

2004年全国软饮料产量及累计图表

2004年碳酸饮料全国合计图表

2002-2004年各月碳酸饮料生产情况图表

2002-2004年各月果汁及果汁饮料生产情况图表

2004年瓶(罐)装饮用水全国合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水安徽省合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水福建省合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水甘肃省合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水广西合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水贵州省合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水海南省合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水河北省合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水河南省合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水黑龙江省合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水湖北省合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水湖南省合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水吉林省合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水江苏省合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水江西省合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水辽宁省合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水内蒙古合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水青海省合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水山东省合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水山西省合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水陕西省合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水四川省合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水天津市合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水新疆合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水云南省合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水重庆市合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水广东省合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水浙江省合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水北京市合计图表

2004年瓶(罐)装饮用水上海市合计图表

饮用超标饮用水的人口比例表图表

全国各种水源饮用人口比例表图表

全国各种供水方式饮用人口比例图表

全国各种饮用水水质超标情况图表

全国35个大城市供水部分卫生指标合格率图表

消费者冬、夏季对饮料种类的偏好情况图图表

我国茶饮料消费者最常饮茶饮料比例图图表

我国消费者茶饮料品种选择比例图图表

我国茶饮料消费者种类选择性别差异图图表 我国瓶装饮用水品牌消费者选择比例图图表
天然矿泉水的国家标准

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2876628766.html>