

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

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：<http://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: 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

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：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/5350153501.html>