

2011-2015年中国瓶装纯净水市场深度调查与投资 战略咨询报告

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《2011-2015年中国瓶装纯净水市场深度调查与投资战略咨询报告》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/104153104153.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

目前，在我国桶装饮用水市场上，主要有纯净水、矿泉水、泉水和天然水、矿物质水等，由于矿泉水、泉水等受资源限制，而纯净水是利用自来水经过一定的生产流程进行生产，因此市场上老百姓饮用最多的还是纯净水，纯净水的质量和老百姓的生活有着密切的关系。

中国报告网发布的《2011-2015年中国瓶装纯净水市场深度调查与投资战略咨询报告》共十六章。首先介绍了中国瓶装纯净水行业的概念，接着分析了中国瓶装纯净水行业发展环境，然后对中国瓶装纯净水行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国瓶装纯净水行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国瓶装纯净水行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

第一章 瓶装纯净水概述

第一节 瓶装纯净水定义

第二节 瓶装纯净水行业发展历程

第三节 瓶装纯净水分类情况

第四节 瓶装纯净水产业链分析

一、产业链模型介绍

二、瓶装纯净水产业链模型分析

第二章 中国瓶装纯净水行业发展环境分析

第一节 国内瓶装纯净水经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2011年中国瓶装纯净水经济发展预测分析

第二节 中国瓶装纯净水行业政策环境分析

第三章 中国瓶装纯净水生产现状分析

第一节 瓶装纯净水行业总体规模

第一节 瓶装纯净水产能概况

一、2008-2010年1-11月产能分析

二、2011-2015年产能预测

第三节 瓶装纯净水市场容量概况

一、2008-2010年1-11月市场容量分析

二、产能配置与产能利用率调查

三、2011-2015年市场容量预测

第四节 瓶装纯净水产业的生命周期分析

第五节 瓶装纯净水产业供需情况

第四章 瓶装纯净水国内产品价格走势及影响因素分析

第一节 国内产品2008-2010年价格回顾

第二节 国内产品当前市场价格及评述

第三节 国内产品价格影响因素分析

第四节 2011-2015年国内产品未来价格走势预测

第五章 2010年我国瓶装纯净水行业发展现状分析

第一节 我国瓶装纯净水行业发展现状

一、瓶装纯净水行业品牌发展现状

二、瓶装纯净水行业需求市场现状

三、瓶装纯净水市场需求层次分析

四、我国瓶装纯净水市场走向分析

第二节 中国瓶装纯净水产品技术分析

一、2010年瓶装纯净水产品技术变化特点

二、2010年瓶装纯净水产品市场的新技术

三、2010年瓶装纯净水产品市场现状分析

第三节 中国瓶装纯净水行业存在的问题

一、瓶装纯净水产品市场存在的主要问题

二、国内瓶装纯净水产品市场的三大瓶颈

三、瓶装纯净水产品市场遭遇的规模难题

第四节 对中国瓶装纯净水市场的分析及思考

一、瓶装纯净水市场特点

二、瓶装纯净水市场分析

三、瓶装纯净水市场变化的方向

四、中国瓶装纯净水行业发展的新思路

五、对中国瓶装纯净水行业发展的思考

第六章 2010年中国瓶装纯净水行业发展概况

第一节 2010年中国瓶装纯净水行业发展态势分析

第二节 2010年中国瓶装纯净水行业发展特点分析

第三节 2010年中国瓶装纯净水行业市场供需分析

第七章 瓶装纯净水行业市场竟争策略分析

第一节 行业竞争结构分析

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 瓶装纯净水市场竞争策略分析

一、瓶装纯净水市场增长潜力分析

二、瓶装纯净水产品竞争策略分析

三、典型企业产品竞争策略分析

第三节 瓶装纯净水企业竞争策略分析

一、2011-2015年我国瓶装纯净水市场竞争趋势

二、2011-2015年瓶装纯净水行业竞争格局展望

三、2011-2015年瓶装纯净水行业竞争策略分析

第八章 瓶装纯净水行业投资与发展前景分析

第一节 2010年1-11月瓶装纯净水行业投资情况分析

一、2010年1-11月总体投资结构

二、2010年1-11月投资规模情况

三、2010年1-11月投资增速情况

四、2010年1-11月分地区投资分析

第二节 瓶装纯净水行业投资机会分析

一、瓶装纯净水投资项目分析

二、可以投资的瓶装纯净水模式

三、2010年1-11月瓶装纯净水投资机会

四、2010年1-11月瓶装纯净水投资新方向

第三节 瓶装纯净水行业发展前景分析

一、金融危机下瓶装纯净水市场的发展前景

二、2010年1-11月瓶装纯净水市场面临的发展商机

第九章 2011-2015年中国瓶装纯净水行业发展前景预测分析

第一节 2011-2015年中国瓶装纯净水行业发展预测分析

一、未来瓶装纯净水发展分析

二、未来瓶装纯净水行业技术开发方向

三、总体行业十二五整体规划及预测

第二节 2011-2015年中国瓶装纯净水行业市场前景分析

一、产品差异化是企业发展的方向

二、渠道重心下沉

第十章 瓶装纯净水上游原材料供应状况分析

第一节 主要原材料

第二节 主要原材料2008—2010年1-10月价格及供应情况

第三节 2011-2015年主要原材料未来价格及供应情况预测

第十一章 瓶装纯净水行业上下游行业分析

第一节 上游行业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、行业新动态及其对瓶装纯净水行业的影响

四、行业竞争状况及其对瓶装纯净水行业的意义

第二节 下游行业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、市场现状分析

四、行业新动态及其对瓶装纯净水行业的影响

五、行业竞争状况及其对瓶装纯净水行业的意义

第十二章 2011-2015年瓶装纯净水行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前瓶装纯净水存在的问题

第二节 瓶装纯净水未来发展预测分析

一、中国瓶装纯净水发展方向分析

二、2011-2015年中国瓶装纯净水行业发展规模

三、2011-2015年中国瓶装纯净水行业发展趋势预测

第三节 2011-2015年中国瓶装纯净水行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第十三章 瓶装纯净水国内重点生产厂家分析

第一节 A公司

一、企业基本概况

二、2009-2010年企业经营与财务状况分析

三、2009-2010年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第二节 B公司

- 一、企业基本概况
- 二、2009-2010年企业经营与财务状况分析
- 三、2009-2010年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第三节C公司

- 一、企业基本概况
- 二、2009-2010年企业经营与财务状况分析
- 三、2009-2010年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第四节D公司

- 一、企业基本概况
- 二、2009-2010年企业经营与财务状况分析
- 三、2009-2010年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第五节E公司

- 一、企业基本概况
- 二、2009-2010年企业经营与财务状况分析
- 三、2009-2010年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第六节F公司

- 一、企业基本概况
- 二、2009-2010年企业经营与财务状况分析
- 三、2009-2010年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第十四章 瓶装纯净水地区销售分析

第一节 中国瓶装纯净水区域销售市场结构变化

第二节 瓶装纯净水东北地区销售分析

- 一、2008-2010年东北地区销售规模
- 二、东北地区规格销售分析
- 三、2008-2010年东北地区规格销售规模分析

第三节 瓶装纯净水华北地区销售分析

- 一、2008-2010年华北地区销售规模
- 二、华北地区规格销售分析
- 三、2008-2010年华北地区规格销售规模分析

第四节 瓶装纯净水中南地区销售分析

一、2008-2010年中南地区销售规模

二、中南地区规格销售分析

三、2008-2010年中南地区规格销售规模分析

第五节 瓶装纯净水华东地区销售分析

一、2008-2010年华东地区销售规模

二、华东地区规格销售分析

三、2008-2010年华东地区规格销售规模分析

第六节 瓶装纯净水西北地区销售分析

一、2008-2010年西北地区销售规模

二、西北地区规格销售分析

第十五章2011-2015年中国瓶装纯净水行业投资战略研究

第一节2011-2015年(1-10月)年中国瓶装纯净水行业投资策略分析

一、瓶装纯净水投资策略

二、瓶装纯净水投资筹划策略

三、2010年瓶装纯净水品牌竞争战略

第二节2011-2015年中国瓶装纯净水行业品牌建设策略

一、瓶装纯净水的规划

二、瓶装纯净水的建设

三、瓶装纯净水业成功之道

第十六章 市场指标预测及行业项目投资建议

第一节 中国瓶装纯净水行业市场发展趋势预测

第二节 瓶装纯净水产品投资机会

第三节 瓶装纯净水产品投资趋势分析

第四节HYZS项目投资建议

一、行业投资环境考察

二、投资风险及控制策略

三、产品投资方向建议

四、项目投资建议

1、技术应用注意事项

2、项目投资注意事项

3、生产开发注意事项

4、销售注意事项

图表目录（部分）：

图表 2005-2010年上半年国内生产总值

图表 2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表 2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表 2005-2010年上半国家外汇储备

图表 2005-2010年上半年财政收入

图表 2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表 2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表 2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表瓶装纯净水质量指标情况表

图表：2008-2010年1-11月我国瓶装纯净水市场规模统计表

图表：2008-2010年1-11月我国瓶装纯净水市场规模及增长率变化图

图表：2008-2010年1-11月我国瓶装纯净水产能统计表

图表：2008-2010年1-11月我国瓶装纯净水产能及增长率变化图

图表：2011-2015年中国瓶装纯净水产能及增长率预测

图表：2008-2010年1-11月我国瓶装纯净水市场容量统计表

图表：2008-2010年1-11月我国瓶装纯净水市场容量及增长率变化图

图表、2008-2010年1-11月中国瓶装纯净水产能利用率变化

图表、2008-2010年1-11月中国瓶装纯净水产能利用率变化

图表：2011-2015年中国瓶装纯净水市场容量及增长率预测

图表、瓶装纯净水行业环境波特五力分析模型

图表：2008-2010年1-11月我国瓶装纯净水市场规模及增长率变化

图表、2011—2015年瓶装纯净水五强企业市场占有率预测

图表、瓶装纯净水生产企业定价目标选择

图表、瓶装纯净水企业对付竞争者降价的程序

图表：2010年消费者对瓶装纯净水品牌认知度调查

图表：瓶装纯净水产品功能影响程度分析

图表：瓶装纯净水产品质量影响程度分析

图表：瓶装纯净水产品价格影响程度分析

图表：瓶装纯净水产品价格影响程度分析

图表：瓶装纯净水产品价格影响程度分析

图表、2011-2015年中国瓶装纯净水行业发展规模预测

图表、2011-2015年中国瓶装纯净水行业发展趋势预测

图表、2010年瓶装纯净水各地区对比销售分析

图表、华东地区瓶装纯净水规格销售分析

图表、华东地区瓶装纯净水CR5与CR10厂家市场销售份额

图表、华北地区瓶装纯净水规格销售分析

图表、华北地区瓶装纯净水CR5与CR10厂家市场销售份额

图表、华南地区瓶装纯净水规格销售分析

图表、华南地区瓶装纯净水CR5与CR10厂家市场销售份额

图表、东北地区瓶装纯净水规格销售分析

图表、东北地区瓶装纯净水CR5与CR10厂家市场销售份额

图表：三元评价模型

图表：2008-2010年Q1瓶装纯净水产品行业投资方向

图表：2011-2015年中国瓶装纯净水市场赢利净值规模预测

图表：2011-2015年中国瓶装纯净水市场容量预测

图表 中国瓶装纯净水项目风险控制建议与收益潜力提升措施

图表：2011-2015年瓶装纯净水产品行业同业竞争风险及控制策略

图表：2011-2015年我国瓶装纯净水产品行业发展面临机遇

图表：2011-2015年瓶装纯净水产品行业投资趋势预测

图表：2008-2010年中国瓶装纯净水各区域销售额增速变化

图表、瓶装纯净水目标客户对价格的意见调查

图表、瓶装纯净水目标客户对质量的满意度调查

图表、瓶装纯净水客户对产品发展的建议

图表、瓶装纯净水渠道策略示意图

图表、瓶装纯净水产业链投资示意图

图表、瓶装纯净水行业生产开发策略

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/104153104153.html>