

# 2011-2015年中国饮用水市 场运营态势及投资前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2011-2015年中国饮用水市场运营态势及投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201107/71446.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

### 第一章 饮用水行业相关概述 1

#### 第一节 饮用水的概念及分类 1

##### 一、饮用水简介 1

##### 二、饮用水的分类 1

#### 第二节 饮用水与健康 3

##### 一、饮用水有关健康知识 3

##### 二、饮用水选购应因人而异 4

##### 三、孩子经常喝瓶桶装水容易蛀牙 5

##### 四、饮用水安全已成全球性问题 5

### 第二章 “十一五”期间饮用水行业全球发展状况分析 7

#### 第一节 “十一五”期间饮用水行业全球发展情况概述 7

#### 第二节 “十一五”期间饮用水行业重点地区发展状况分析 7

##### 一、北美洲 7

##### 二、欧洲 9

##### 三、亚洲 10

##### 四、其他地区 10

#### 第三节 “十一五”期间饮用水行业全球发展趋势预测 10

### 第三章 “十一五”期间中国饮用水行业发展环境分析 13

#### 第一节 国内宏观经济情况分析 13

##### 一、GDP历史变动轨迹分析 13

##### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 16

##### 三、2011年中国宏观经济发展预测分析 19

#### 第二节 中国饮用水行业政策环境分析 23

##### 一、国外饮用水水质标准介绍 23

##### 二、中国《饮用水卫生标准》的回顾和发展 26

##### 三、中国饮用水新标准 27

##### 四、包装饮用水行业自律公约 27

##### 五、我国严禁随意调整饮用水水源保护区 28

### 第四章 “十一五”期间我国饮用水行业发展现状分析 29

#### 第一节 2010年中国饮用水行业的发展概况分析 29

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| 一、中国饮用水行业发展回顾                  | 29 |
| 二、我国包装饮用水行业发展状况分析              | 32 |
| 三、中国饮用水产业迈入生态时代                | 32 |
| 四、矿物质水正式成为我国饮用水第六水种            | 33 |
| 五、我国重点城市饮用水源地水质达标情况            | 34 |
| 第二节 2010中国饮用水市场营运概况分析          | 36 |
| 一、饮用水市场状况分析                    | 36 |
| 二、我国饮用水市场品牌分析                  | 37 |
| 三、中国饮用水市场想像空间正不断被放大            | 38 |
| 四、外资巨头抢滩饮用水市场                  | 38 |
| 五、中国高端饮用水市场进入爆发期               | 39 |
| 六、高价饮用水并非高端饮用水                 | 40 |
| 七、饮用水市场再次酝酿产品升级革命              | 41 |
| 第三节 2006-2010年中国瓶（灌）装饮用水产量统计分析 | 42 |
| 一、2006-2010年全国瓶（灌）装饮用水产量分析     | 42 |
| 二、2011年1-4月全国及主要省份瓶（灌）装饮用水产量分析 | 42 |
| 三、2011年1-4月瓶（灌）装饮用水产量集中度分析     | 44 |
| 第四节 2010年中国各地区饮用水市场状况          | 45 |
| 一、吉林饮用水市场新法规                   | 45 |
| 二浙江省饮用水工程建设成效显著                | 50 |
| 三、广东饮用水行业盘点                    | 51 |
| 四、龙岩市包装饮用水行业发展现状及对策分析          | 52 |
| 第五节 2010年中国饮用水市场竞争格局分析         | 55 |
| 一、中国饮用水行业的竞争格局分析               | 55 |
| 二、矿泉水与纯净水的较量                   | 56 |
| 三、高端饮用水市场竞争状况分析                | 57 |
| 四、我国饮用水市场格局或将改写                | 59 |
| 第六节 2010年中国饮用水存在的问题及发展对策分析     | 60 |
| 一、中国饮用水存在的主要问题                 | 60 |
| 二、中国饮用水行业面临的成本压力               | 61 |
| 三、我国包装饮用水行业面临的主要挑战             | 63 |
| 四、饮用水市场监管有待加强                  | 63 |

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 五、我国饮用水水质按期达标有困难              | 64 |
| 六、我国农村饮用水存在的安全问题及对策分析         | 66 |
| 七、国内企业进军高端饮用水市场应注意的问题         | 70 |
| 第五章 2010年中国饮用水产业细分市场运行分析--桶装水 | 72 |
| 第一节 2010年中国桶装水行业发展概况分析        | 72 |
| 一、桶装水行业简况                     | 72 |
| 二、桶装水行业受管道直饮水冲击               | 72 |
| 三、桶装水企业加入电子监管网已显现积极效应         | 73 |
| 四、我国小包装桶装水发展辨析                | 74 |
| 五、桶装水行业面临政策考验                 | 77 |
| 第二节 2010年中国桶装水市场运营格局分析        | 77 |
| 一、我国桶装水市场占比呈上升态势              | 77 |
| 二、桶装水市场价差较大                   | 77 |
| 三、农村成桶装水市场又一增长点               | 78 |
| 第三节 2010年中国各地区桶装水市场状况分析       | 79 |
| 一、郑州桶装水市场状况分析及对策              | 79 |
| 二、广东桶装水行业“黑心桶”现象              | 82 |
| 三、广西桶装水赔偿方法                   | 83 |
| 第四节 2010年中国桶装水市场竞争状况分析        | 84 |
| 一、自动售水机挑战桶装水                  | 84 |
| 二、直饮机欲争夺桶装水市场                 | 85 |
| 三、国外品牌抢滩桶装水市场                 | 87 |
| 第五节 2010年中国桶装水行业发展存在的问题及对策    | 87 |
| 一、桶装水企业发展存在的问题                | 87 |
| 二、桶装水行业质量问题分析                 | 88 |
| 三、桶装水产业亟待升级                   | 89 |
| 四、桶装水企业应对市场分割策略分析             | 89 |
| 五、桶装水生产企业发展的建议                | 90 |
| 第六章 2010年中国饮用水产业细分市场运行分析--瓶装水 | 92 |
| 第一节 2010年国际瓶装水市营运概况           | 92 |
| 一、全球瓶装水市场扫描                   | 92 |
| 二、美国瓶装水市场分析                   | 93 |

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 三、澳洲东南部小镇禁销瓶装饮用水              | 94  |
| 四、比利时瓶装水消费分析                  | 95  |
| 五、瓶装水行业发展带来的问题                | 95  |
| 第二节 2010年中国瓶装水发展态势分析          | 96  |
| 一、简述中国瓶装水的商业史                 | 96  |
| 二、中国瓶装饮用水行业发展现状分析             | 97  |
| 三、瓶装水行业竞争又起硝烟                 | 98  |
| 四、我国高价瓶装水争夺市场                 | 99  |
| 五、矿物质水和矿泉水将成为我国瓶装水发展方向        | 100 |
| 第三节 2010年中国瓶装水行业存在的问题分析       | 102 |
| 一、我国瓶装水市场比较混乱                 | 102 |
| 二、瓶装水标签有待规范                   | 103 |
| 三、瓶装水产业亟需加强监管                 | 104 |
| 第四节 2010年中国瓶装饮用水营销分析          | 105 |
| 一、瓶装饮用水市场营销特性                 | 105 |
| 二、瓶装饮用水销售的主要线路                | 108 |
| 三、瓶装水龙头企业营销策略比较               | 110 |
| 第七章 2010年中国饮用水产业细分市场运行分析--矿泉水 | 114 |
| 第一节 矿泉水相关简释                   | 114 |
| 一、矿泉水简介                       | 114 |
| 二、矿泉水的类型                      | 114 |
| 三、矿泉水的特点                      | 115 |
| 四、矿物质水和矿泉水的区别                 | 115 |
| 五、矿泉水适应的人群及适应症                | 116 |
| 第二节 2010年中国矿泉水资源开发情况分析        | 117 |
| 一、中国矿泉水资源开发利用状况分析             | 117 |
| 二、透视北京饮用天然矿泉水资源开发利用状况及发展      | 119 |
| 三、长白山天然矿泉水资源保护及开采战略剖析         | 123 |
| 四、广州矿泉水开采存在的主要问题              | 129 |
| 第三节 2010年中国矿泉水行业运行概况          | 130 |
| 一、发达国家矿泉水产品发展特点               | 130 |
| 二、中国矿泉水行业发展简况                 | 131 |

### 三、中国矿泉水战略崛起的要素分析 132

#### 第四节 2010年中国矿泉水市场竞争态势分析 137

##### 一、我国矿泉水市场竞争格局 137

##### 二、矿泉水企业市场分析 137

##### 三、高端矿泉水竞争将加剧 138

#### 第五节 中国矿泉水新标准实施及其影响分析 139

##### 一、矿泉水新标准实施简述 139

##### 二、我国矿泉水新标准与国际接轨 139

##### 三、《饮用天然矿泉水》新国标对行业的影响分析 141

#### 第六节 2010年中国主要地区矿泉水行业分析 143

##### 一、吉林长白山天然矿泉水产业发展现状分析 143

##### 二、黑龙江五大连池矿泉水发展缓慢原因分析 145

##### 三、贵州矿泉水产业发展概况 145

##### 四、拉萨市饮用天然矿泉水行业研究 148

##### 五、溴酸盐限量新规为四川矿泉水发展提供良机 152

##### 六、青海省矿泉水行业亟需加大开发力度 153

##### 七、深圳矿泉水企业领跑全国 154

#### 第七节 2010年中国矿泉水产业发展面临的挑战及对策分析 155

##### 一、我国矿泉水产业发展存在的问题 155

##### 二、中国矿泉水产业发展的制约因素解析 156

##### 三、我国与欧盟在矿泉水质量保证方面的差距 158

##### 四、我国矿泉水产业有待政策扶持 160

##### 五、我国矿泉水产业发展的建议 161

##### 六、推动矿泉水产业健康发展的有利措施 162

#### 第八章 2010年中国饮用水产业细分市场运行分析--其他种类饮用水 164

##### 第一节 纯净水 164

##### 一、中国纯净水市场的发展概况 164

##### 二、纯净水市场发展特点分析 166

##### 三、中国纯净水市场较混乱 167

##### 四、纯净水市场品牌派生策略分析 167

##### 第二节 功能水 173

##### 一、功能水简介 173

|                                       |     |
|---------------------------------------|-----|
| 二 中国功能水行业发展概况                         | 174 |
| 三、中国功能水行业标准                           | 175 |
| 四、中国功能水行业进入新发展阶段                      | 177 |
| 第三节 袋装水                               | 177 |
| 一、袋装水出击市场                             | 177 |
| 二 袋装水越来越受市场关注                         | 179 |
| 三、袋装水发展面临的机遇与挑战                       | 179 |
| 四、袋装水行业的技术趋势分析                        | 180 |
| 第四节 直饮水                               | 182 |
| 一、居民直饮水行业发展状况                         | 182 |
| 二 直饮水爆炸式增长挑战桶装水                       | 183 |
| 三、湖南涟源成全国首个普供直饮水城市                    | 185 |
| 四、直饮水行业的未来市场趋势分析                      | 186 |
| 第九章 瓶（罐）装饮用水制造行业“十一五”规划期间行业运行监测数据分析   | 190 |
| 第一节 2009-2011年中国瓶（罐）装饮用水制造行业总体数据分析    | 190 |
| 一、2009年中国瓶（罐）装饮用水制造全部企业数据分析           | 190 |
| 二、2010年中国瓶（罐）装饮用水制造全部企业数据分析           | 192 |
| 三、2011年中国瓶（罐）装饮用水制造全部企业数据分析           | 194 |
| 第二节 2009-2011年中国瓶（罐）装饮用水制造不同规模企业数据分析  | 196 |
| 一、2009年中国瓶（罐）装饮用水制造不同规模企业数据分析         | 196 |
| 二、2010年中国瓶（罐）装饮用水制造不同规模企业数据分析         | 196 |
| 三、2011年中国瓶（罐）装饮用水制造不同规模企业数据分析         | 196 |
| 第三节 2009-2011年中国瓶（罐）装饮用水制造不同所有制企业数据分析 | 197 |
| 一、2009年中国瓶（罐）装饮用水制造不同所有制企业数据分析        | 197 |
| 二、2010年中国瓶（罐）装饮用水制造不同所有制企业数据分析        | 198 |
| 三、2011年中国瓶（罐）装饮用水制造不同所有制企业数据分析        | 198 |
| 第十章 2010年中国水家电市场运营态势分析                | 200 |
| 第一节 2010年中国水家电市场发展概况                  | 200 |
| 一、水家电的主要种类                            | 200 |
| 二、水家电市场发展态势分析                         | 201 |
| 三、水家电市场健康节能趋势                         | 203 |
| 四、水家电行业龙头发力三四级市场                      | 205 |

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 五、主要水家电的目标市场分析           | 206 |
| 六、水家电市场发展存在三大难题          | 207 |
| 第二节 饮水机                  | 210 |
| 一、我国饮水机市场总体发展状况          | 210 |
| 二、饮水机市场主要品牌的产品策略         | 211 |
| 三、慈溪饮水机行业发展领跑全国          | 218 |
| 四、我国饮水机市场存在的隐患           | 219 |
| 五、我国饮水机产品存在主要问题          | 219 |
| 六、规范我国饮水机市场的对策措施         | 222 |
| 第三节 净水机                  | 223 |
| 一、中国净水机市场发展综述            | 223 |
| 二、我国净水器行业标准制订取得进展        | 223 |
| 三、中国净水机行业发展势头良好          | 224 |
| 四、制约国内净水机市场发展的主要因素       | 225 |
| 五、拓展国内净水器市场的策略建议         | 226 |
| 六、未来净水器市场展望              | 227 |
| 第四节 直饮机                  | 227 |
| 一、直饮机亮相饮水市场              | 227 |
| 二、直饮机市场潜力巨大              | 228 |
| 三、直饮机行业的基本特征             | 229 |
| 四、影响直饮机行业发展进程的因素         | 230 |
| 五、我国直饮机国家标准将出台           | 231 |
| 第五节 水家电行业投资分析及前景趋势       | 233 |
| 一、中国水家电行业投资分析            | 233 |
| 二、中国水家电发展前景广阔            | 234 |
| 三、水家电市场发展趋势透析            | 235 |
| 第十一章 2010年中国饮用水替代品市场格局分析 | 238 |
| 第一节 碳酸饮料                 | 238 |
| 一、中国碳酸饮料主流地位受冲击          | 238 |
| 二、我国碳酸饮料市场发展状况分析         | 238 |
| 三、可口可乐与百事可乐战略方向分析        | 239 |
| 第二节 果汁饮料                 | 240 |

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 一、中国果汁饮料行业发展概况              | 240 |
| 二、果汁行业发展态势良好                | 240 |
| 三、果汁饮料市场的发展特点               | 241 |
| 四、中国果汁市场版图或将改写              | 244 |
| 五、果汁饮料行业瓶颈及发展对策             | 246 |
| 六、中国果汁饮料产品发展方向              | 250 |
| 第三节 茶饮料                     | 252 |
| 一、中国茶饮料市场发展现状分析             | 252 |
| 二、茶饮料市场大品牌最具优势              | 253 |
| 三、国内茶饮料市场格局分析               | 254 |
| 四、黑茶饮料渐被市场关注                | 254 |
| 五、中国茶饮料市场的竞争格局及策略分析         | 255 |
| 六、茶饮料行业产品发展方向               | 256 |
| 第四节 功能饮料                    | 258 |
| 一、我国功能饮料市场正加速细分             | 258 |
| 二、健康理念助功能饮料市场火爆             | 259 |
| 三、影响功能饮料发展的主要因素             | 260 |
| 四、红牛事件引发功能饮料地震              | 261 |
| 五、运动饮料新国标将推动功能饮料发展          | 263 |
| 六、国内功能饮料监管市场存在缺失            | 264 |
| 第十二章 饮用水行业“十二五”规划期重点企业竞争力分析 | 266 |
| 第一节 杭州娃哈哈保健食品有限公司           | 266 |
| 一、企业概况                      | 266 |
| 二、企业主要经济指标分析                | 267 |
| 三、企业盈利能力分析                  | 267 |
| 四、企业偿债能力分析                  | 267 |
| 五、企业运营能力分析                  | 268 |
| 六、企业成长能力分析                  | 268 |
| 第二节 华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司        | 268 |
| 一、企业概况                      | 268 |
| 二、企业主要经济指标分析                | 269 |
| 三、企业盈利能力分析                  | 269 |

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 四、企业偿债能力分析        | 269 |
| 五、企业运营能力分析        | 270 |
| 六、企业成长能力分析        | 270 |
| 第三节 沈阳润田食品饮料有限公司  | 270 |
| 一、企业概况            | 270 |
| 二、企业主要经济指标分析      | 270 |
| 三、企业盈利能力分析        | 271 |
| 四、企业偿债能力分析        | 271 |
| 五、企业运营能力分析        | 271 |
| 六、企业成长能力分析        | 272 |
| 第四节 哈尔滨顶津食品有限公司   | 272 |
| 一、企业概况            | 272 |
| 二、企业主要经济指标分析      | 273 |
| 三、企业盈利能力分析        | 273 |
| 四、企业偿债能力分析        | 273 |
| 五、企业运营能力分析        | 274 |
| 六、企业成长能力分析        | 274 |
| 第五节 农夫山泉浙江千岛湖有限公司 | 274 |
| 一、企业概况            | 274 |
| 二、企业主要经济指标分析      | 275 |
| 三、企业盈利能力分析        | 275 |
| 四、企业偿债能力分析        | 275 |
| 五、企业运营能力分析        | 276 |
| 六、企业成长能力分析        | 276 |
| 第六节 四川蓝光饮品实业有限公司  | 276 |
| 一、企业概况            | 276 |
| 二、企业主要经济指标分析      | 277 |
| 三、企业盈利能力分析        | 277 |
| 四、企业偿债能力分析        | 277 |
| 五、企业运营能力分析        | 278 |
| 六、企业成长能力分析        | 278 |
| 第七节 广州屈臣氏食品饮料有限公司 | 278 |

一、企业概况 278

二、企业主要经济指标分析 279

三、企业盈利能力分析 279

四、企业偿债能力分析 279

五、企业运营能力分析 280

六、企业成长能力分析 280

第八节 山东文登黑豹矿泉水有限公司 280

一、企业概况 280

二、企业主要经济指标分析 281

三、企业盈利能力分析 281

四、企业偿债能力分析 281

五、企业运营能力分析 282

六、企业成长能力分析 282

第九节 莱阳鲁花矿泉水有限公司 282

一、企业概况 282

二、企业主要经济指标分析 283

三、企业盈利能力分析 283

四、企业偿债能力分析 284

五、企业运营能力分析 284

六、企业成长能力分析 284

第十节 云南大山饮品有限公司 284

一、企业概况 284

二、企业主要经济指标分析 285

三、企业盈利能力分析 286

四、企业偿债能力分析 286

五、企业运营能力分析 286

六、企业成长能力分析 286

第十三章 “十二五”规划期中国饮用水行业投资及前景趋势分析 288

第一节 “十二五”规划期中国饮用水行业投资潜力分析 288

二、透视饮用水市场未来商机 288

三、终端直饮水产业投资收益剖析 290

四、我国高端饮用水市场的投资前景及风险分析 294

## 第二节“十二五”规划期中国饮用水行业前景趋势 295

### 一、“十二五”规划期中国瓶（罐）装饮用水制造行业预测分析 295

### 二、中国瓶装饮用水行业发展趋势分析 296

### 三、天然矿泉水将主导未来饮用水市场 297

### 四、中国饮用水处理技术发展趋势 298

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201107/71446.html>