

2015-2020年中国饮用水市 场调研及发展趋势预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2015-2020年中国饮用水市场调研及发展趋势预测报告》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/201502/120272.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

我国主要饮水类型为自来水、桶装水、瓶装矿泉水和自动售水机售水。目前，中国饮用水市场的是呈现百家争鸣的状态，主要的企业有康师傅、乐思饮、农夫山泉、哇哈哈、怡宝、大峡谷等等品牌企业。2004-2014年中国包装饮用水行业产量走势

数据来源：国家统计局 本饮用水行业研究报告共十章是中企顾问网的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。中企顾问网在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。饮用水行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由中企顾问网公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了饮用水行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国饮用水做了重点企业经营状况分析，并分析了中国饮用水行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。报告目录：第一章 概述1

1.1 饮用水的概念及分类1

1.1.1 饮用水简介1

1.1.2 饮用水的分类1

1.2 饮用水与健康3

1.2.1 饮用水有关健康知识3

1.2.2 饮用水选购应因人而异8

1.2.3 孩子经常喝瓶桶装水容易蛀牙9

1.2.4 饮用水安全已成全球性问题10第二章 2011-2013年饮用水行业分析12

2.1 2011-2013年饮用水行业政策环境分析12

2.1.1 2010年两项净水器国家标准发布12

2.1.2 2011年起我国将饮用水卫生安全巡查纳入医改项目13

2.1.3 2011年我国净水市场三大标准实施13

2.1.4 2011年WHO发布新版饮用水质量指导标准14

2.1.5 2012年我国饮用水新国标正式实施15

2.1.6 2013年我国饮用水行业政策法规动向	15
2.1.7“十二五”环保部拟定饮用水保护“蓝图”	16
2.2 2011-2013年饮用水行业的发展	18
2.2.1 矿物质水正式成为我国饮用水第六水种	18
2.2.2 2011年中国饮用水行业热点分析	18
2.2.3 2011年我国饮用水源地水质达标情况	19
2.2.4 2012年我国饮用水监测点已覆盖全国省地市	22
2.2.5 2013年我国饮用水行业遭遇风波	23
2.3 2011-2013年饮用水市场概况	24
2.3.1 中国饮用水市场品牌概况	24
2.3.2 我国饮用水市场安全问题备受关注	25
2.3.3 2013年我国饮用水市场发展态势	26
2.3.4 中国高端饮用水市场进入爆发期	30
2.3.5 饮用水市场再次酝酿产品升级革命	32
2.4 2011-2013年全国及主要省份包装饮用水类产量分析	33
2.4.1 2011年1-12月全国及主要省份包装饮用水类产量分析	33
2.4.2 2012年1-12月全国及主要省份包装饮用水类产量分析	34
2.4.3 2013年1-12月全国及主要省份包装饮用水类产量分析	36
2.5 各地区饮用水市场状况	39
2.5.1 2011年陕西出台规划保护饮用水水源地环境	39
2.5.2 2011年深圳《学校饮用水卫生管理工作指引》出台	40
2.5.3 2012年安徽马鞍山饮用水总体情况良好	46
2.5.4 2012年南宁饮用水合格率监测情况	46
2.5.5 2012年山西省农村饮用水质量情况	47
2.5.6 2013年黑龙江省严密监控饮用水源地	48
2.5.7 2014年四川农村饮用水合格率将达90%	48
2.6 中国饮用水存在的问题及发展对策	49
2.6.1 中国饮用水存在的主要问题	49
2.6.2 我国城市饮用水安全保障存在五大问题	51
2.6.3 我国包装饮用水行业面临的主要挑战	52
2.6.4 饮用水市场监管有待加强	53
2.6.5 我国农村饮用水存在的安全问题及对策分析	56

2.6.6 国内企业进军高端饮用水市场应注意的问题58第三章 2011-2013年桶装水行业发展分析60

3.1 2011-2013年桶装水行业的发展60

3.1.1桶装水行业简况60

3.1.2 我国桶装水行业现状概述60

3.1.3 2012年中国桶装饮用水行业自律文件出炉62

3.1.4 我国小包装桶装水发展辨析67

3.2 2011-2013年桶装水市场的发展69

3.2.1 桶装水市场价差较大69

3.2.2 国外品牌抢滩桶装水市场70

3.2.3 2012年中国高端桶装水市场再添新军71

3.2.4 直饮机争夺桶装水市场73

3.3 部分地区桶装水行业状况75

3.3.1 郑州桶装水市场状况分析及对策75

3.3.2 广西桶装水行业出台赔偿方法78

3.3.3 2012年广东桶装水行业新标准实施79

3.3.4 2012年广东桶装水行业创新经营模式80

3.3.5 2013年张家港开展桶装水行业专项整治81

3.4 桶装水行业发展存在的问题及对策83

3.4.1 桶装水企业发展存在的问题83

3.4.2 桶装水行业质量问题分析84

3.4.3 桶装水产业亟待升级85

3.4.4 桶装水企业应对市场分割策略分析85

3.4.5 桶装水生产企业发展的建议86第四章 2011-2013年瓶装水行业发展分析88

4.1 国际瓶装水市场概况88

4.1.1欧洲瓶装水行业发展概述88

4.1.2 美国瓶装水行业发展动态90

4.1.3 英国瓶装水行业发展状况92

4.1.4 瑞士瓶装水行业受法律严格监管93

4.1.5 韩国瓶装水市场发展潜力看好93

4.2 2011-2013年中国瓶装水发展分析94

4.2.1 中国瓶装饮用水行业进入新阶段94

4.2.2 2011年我国瓶装水行业发展概况95

4.2.3 2012年中国瓶装水市场发展概述	96
4.2.4 2012年我国高价瓶装水市场现况	97
4.2.5 2013年我国瓶装水市场发展态势	99
4.2.6 我国高端瓶装水市场有望快速发展	101
4.2.7 矿物质水和矿泉水将成为我国瓶装水发展方向	102
4.3 中国瓶（罐）装饮用水制造行业财务状况分析	104
4.3.1 2009-2013年中国瓶（罐）装饮用水制造行业经济规模	104
4.3.2 2009-2013年中国瓶（罐）装饮用水制造行业盈利能力指标分析	104
4.3.3 2009-2013年中国瓶（罐）装饮用水制造行业营运能力指标分析	105
4.3.4 2009-2013年中国瓶（罐）装饮用水制造行业偿债能力指标分析	105
4.3.5 2009-2013年中国瓶（罐）装饮用水制造行业财务状况综合评价	106
4.4 瓶装饮用水营销分析	106
4.4.1 瓶装饮用水市场营销特性	106
4.4.2 瓶装饮用水销售的主要线路	108
4.4.3 瓶装水龙头企业营销策略比较	110
4.5 中国瓶装水行业存在的问题	114
4.5.1 我国瓶装水市场比较混乱	114
4.5.2 瓶装水标签有待规范	114
4.5.3 瓶装水产业亟需加强监管	115
第五章 2011-2013年矿泉水行业发展分析	118
5.1 矿泉水相关介绍	118
5.1.1 矿泉水简介	118
5.1.2 矿泉水的类型	118
5.1.3 矿泉水的特点	120
5.1.4 矿物质水和矿泉水的区别	120
5.1.5 矿泉水适应的人群及适应症	121
5.2 矿泉水资源开发	122
5.2.1 中国矿泉水资源开发利用状况分析	122
5.2.2 西藏优势矿泉水资源开发受资本青睐	123
5.2.3 重庆矿泉水资源开发现状	124
5.2.4 长白山天然矿泉水资源保护及开采战略剖析	125
5.2.5 广州矿泉水开采存在的主要问题	125
5.3 2011-2013年国内外矿泉水行业概况	125

5.3.1 发达国家矿泉水产品发展特点	125
5.3.2 2013年度日本矿泉水市场规模概况	127
5.3.3 中国矿泉水市场已迎来高端时代	127
5.3.4 2013中国矿泉水市场品牌排行	128
5.3.5 2013年我国高端矿泉水企业渠道谋变	129
5.3.6 中国矿泉水战略崛起的要素分析	130
5.4 矿泉水标准实施及其影响分析	135
5.4.1 矿泉水新标准实施简述	135
5.4.2 我国矿泉水新标准与国际接轨	135
5.4.3 《饮用天然矿泉水》新国标对行业的影响分析	136
5.5 中国主要地区矿泉水行业分析	139
5.5.1 2011年吉林高端矿泉水项目投资百亿	139
5.5.2 2011年5100冰川矿泉水领跑国内市场走向国际	139
5.5.3 2012年深圳矿泉水市场再添新军	140
5.5.4 2012年吉林矿泉水品牌进入韩国市场	141
5.5.5 2013年广州最大矿泉水生产基地投产	141
5.5.6 贵州矿泉水产业发展概况	142
5.5.7 拉萨市饮用天然矿泉水行业研究	143
5.5.8 青海省矿泉水行业亟需加大开发力度	146
5.6 矿泉水产业发展面临的挑战及对策	147
5.6.1 我国矿泉水产业发展存在的问题	147
5.6.2 中国矿泉水产业发展的制约因素解析	148
5.6.3 我国与欧盟在矿泉水质量保证方面的差距	150
5.6.4 我国矿泉水产业有待政策扶持	152
5.6.5 我国矿泉水产业发展的建议	153
5.6.6 推动矿泉水产业健康发展的有利措施	154
第六章 2011-2013年其他种类饮用水行业发展分析	157
6.1 纯净水	157
6.1.1 中国纯净水市场的发展概况	157
6.1.2 纯净水市场发展特点分析	158
6.1.3 中国纯净水市场较混乱	159
6.1.4 纯净水市场品牌派生策略分析	161

6.2 苏打水	167
6.2.1 中国苏打水市场发展状况概述	167
6.2.2 我国苏打水市场正走向成熟	167
6.2.3 黑龙江克东县打造我国高端天然苏打水产业基地	169
6.2.4 2012年我国首款海藻苏打水上市	171
6.2.5 我国苏打水市场前景看好	172
6.3 功能水	173
6.3.1 功能水简介	173
6.3.2 中国功能水行业发展概况	174
6.3.3 中国首个功能水行业标准发布	175
6.3.4 中国功能水行业进入新发展阶段	177
6.4 袋装水	177
6.4.1 袋装水出击市场	177
6.4.2 袋装水市场发展现状概述	179
6.4.3 袋装水发展面临的机遇与挑战	179
6.4.4 袋装水行业的技术趋势分析	180
6.5 直饮水	182
6.5.1 直饮水爆炸式增长挑战桶装水	182
6.5.2 2011年山西长治市王庄煤矿直饮水工程启动	184
6.5.3 2011年神东直饮水工程试供水成功	184
6.5.4 2012年万绿湖直饮水供穗工程启动	185
6.5.5 2013年上海规划建设中小校园直饮水工程	186
6.5.6 直饮水行业的未来市场趋势分析	187
第七章 2011-2013年水家电市场发展分析	191
7.1 水家电市场概况	191
7.1.1 水家电的主要种类	191
7.1.2 中国水家电行业飞速发展	192
7.1.3 我国水家电市场发展态势分析	193
7.1.4 主要水家电的目标市场分析	194
7.1.5 水家电市场发展存在三大难题	195
7.2 饮水机	198
7.2.1 我国饮水机市场总体发展状况	198
7.2.2 2011年中国饮水机市场发展分析	198

7.2.3 2012年中国饮水机市场发展分析	199
7.2.4 2013年中国饮水机行业发展态势	199
7.2.5 我国饮水机产品存在主要问题	200
7.2.6 我国饮水机市场的隐患及对策	200
7.3 净水机	201
7.3.1 中国净水机市场发展综述	201
7.3.2 2011年中国净水器行业发展概述	202
7.3.3 2012年中国净水器市场发展状况	202
7.3.4 2013年中国净水机市场发展态势	203
7.3.5 中国净水机市场的制约因素及策略建议	203
7.3.6 中国净水器市场前景喜人	204
7.4 直饮机	204
7.4.1 直饮机亮相饮水市场	204
7.4.2 直饮机市场潜力巨大	205
7.4.3 直饮机行业的基本特征	206
7.4.4 影响直饮机行业发展进程的因素	207
7.5 水家电行业投资分析及前景趋势	208
7.5.1 中国水家电行业投资分析	208
7.5.2 中国水家电发展前景广阔	208
7.5.3 水家电市场发展趋势透析	210
第八章 2011-2013年饮用水替代品行业发展分析	214
8.1 碳酸饮料	214
8.1.1 2011年中国碳酸饮料产量状况	214
8.1.2 2012年中国碳酸饮料产量状况	215
8.1.3 2013年中国碳酸饮料产量状况	217
8.1.4 我国碳酸饮料市场份额呈下滑趋势	218
8.1.5 我国碳酸饮料市场价格变化动态	219
8.2 果汁饮料	222
8.2.1 2011年我国果汁饮料行业准入门槛提高	222
8.2.2 2011年我国果汁市场竞争态势	223
8.2.3 2012年我国果汁行业发展状况	223
8.2.4 2012年我国果汁行业发展动态	224
8.2.5 2013年我国果菜汁饮料产量状况	227

8.2.6 果汁饮料行业瓶颈及发展对策	229
8.2.7 中国果汁饮料产品发展方向	231
8.3 茶饮料	233
8.3.1 中国茶饮料市场总体概述	233
8.3.2 我国茶饮料行业特征分析	236
8.3.3 2011年我国茶饮料市场竞争再添新军	237
8.3.4 2012年我国茶饮料市场的发展特点	238
8.3.5 茶饮料市场大品牌最具优势	239
8.3.6 茶饮料行业产品发展方向	239
8.4 功能饮料	240
8.4.1 2011年中高端功能饮料品牌崛起	240
8.4.2 2012年我国功能饮料的发展动态	241
8.4.3 2012年国外顶尖功能饮料进军中国	247
8.4.4 2013年中国功能饮料市场发展态势	249
8.4.5 2013年中国功能饮料市场竞争激烈	251
8.4.6 国内功能饮料监管市场存在缺失	252
8.4.7 中国功能饮料市场前景可期	252
第九章 2014-2019年中国饮用水行业投资及前景趋势分析	254
9.1 饮用水行业投资分析	254
9.1.1 进军矿泉水市场机会分析	254
9.1.2 饮用水净化市场将迎来新投资主题	256
9.1.3 终端直饮水产业投资收益剖析	257
9.1.4 我国高端饮用水市场的投资前景及风险分析	264
9.2 饮用水行业前景趋势	269
9.2.1 2014-2019年中国瓶（罐）装饮用水制造行业预测分析	269
9.2.2 中国瓶装饮用水行业发展趋势分析	269
9.2.3 天然矿泉水将主导未来饮用水市场	278
9.2.4 中国饮用水处理技术发展趋势	282
第十章 2006-2013年饮用水行业重点企业运营状况分析	285
10.1 杭州娃哈哈保健食品有限公司	285
10.1.1 2006-2013年公司发展概况	285
10.1.2 公司总体规模与盈利状况	285

10.1.3 公司偿债能力分析	286
10.1.4 公司营运能力分析	286
10.1.5 公司获利能力分析	286
10.1.6 公司成长能力分析	287
10.2 桂林娃哈哈食品有限公司	287
10.2.1 2006-2013年公司发展概况	287
10.2.2 公司总体规模与盈利状况	288
10.2.3 公司偿债能力分析	289
10.2.4 公司营运能力分析	289
10.2.5 公司获利能力分析	289
10.2.6 公司成长能力分析	289
10.3 华润怡宝食品饮料（深圳）有限公司	290
10.3.1 2006-2013年公司发展概况	290
10.3.2 公司总体规模与盈利状况	290
10.3.3 公司偿债能力分析	291
10.3.4 公司营运能力分析	291
10.3.5 公司获利能力分析	291
10.3.6 公司成长能力分析	291
10.4 沈阳润田食品饮料有限公司	292
10.4.1 2006-2013年公司发展概况	292
10.4.2 公司总体规模与盈利状况	292
10.4.3 公司偿债能力分析	292
10.4.4 公司营运能力分析	293
10.4.5 公司获利能力分析	293
10.4.6 公司成长能力分析	293
10.5 四川蓝光饮品实业有限公司	294
10.5.1 2006-2013年公司发展概况	294
10.5.2 公司总体规模与盈利状况	294
10.5.3 公司偿债能力分析	295
10.5.4 公司营运能力分析	295
10.5.5 公司获利能力分析	295
10.5.6 公司成长能力分析	295

10.6 兰州顶津食品有限公司	296
10.6.1 2006-2013年公司发展概况	296
10.6.2 公司总体规模与盈利状况	296
10.6.3 公司偿债能力分析	297
10.6.4 公司营运能力分析	297
10.6.5 公司获利能力分析	297
10.6.6 公司成长能力分析	298
10.7 农夫山泉湖北丹江口有限公司	298
10.7.1 2006-2013年公司发展概况	298
10.7.2 公司总体规模与盈利状况	299
10.7.3 公司偿债能力分析	299
10.7.4 公司营运能力分析	299
10.7.5 公司获利能力分析	300
10.7.6 公司成长能力分析	300
10.8 厦门娃哈哈饮料有限公司	300
10.8.1 2006-2013年公司发展概况	300
10.8.2 公司总体规模与盈利状况	301
10.8.3 公司偿债能力分析	301
10.8.4 公司营运能力分析	301
10.8.5 公司获利能力分析	302
10.8.6 公司成长能力分析	302
10.9 河南省恒润饮品有限公司	302
10.9.1 2006-2013年公司发展概况	302
10.9.2 公司总体规模与盈利状况	303
10.9.3 公司偿债能力分析	304
10.9.4 公司营运能力分析	304
10.9.5 公司获利能力分析	304
10.9.6 公司成长能力分析	305
10.10 广州屈臣氏食品饮料有限公司	305
10.10.1 2006-2013年公司发展概况	305
10.10.2 公司总体规模与盈利状况	305
10.10.3 公司偿债能力分析	306

10.10.4	公司营运能力分析	306
10.10.5	公司获利能力分析	306
10.10.6	公司成长能力分析	307
10.11	山东文登黑豹矿泉水有限公司	307
10.11.1	2006-2013年公司发展概况	307
10.11.2	公司总体规模与盈利状况	307
10.11.3	公司偿债能力分析	308
10.11.4	公司营运能力分析	308
10.11.5	公司获利能力分析	308
10.11.6	公司成长能力分析	309
10.12	杭州娃哈哈百立食品有限公司	309
10.12.1	2006-2013年公司发展概况	309
10.12.2	公司总体规模与盈利状况	309
10.12.3	公司偿债能力分析	310
10.12.4	公司营运能力分析	310
10.12.5	公司获利能力分析	310
10.12.6	公司成长能力分析	310
10.13	白山娃哈哈饮料有限公司	311
10.13.1	2006-2013年公司发展概况	311
10.13.2	公司总体规模与盈利状况	311
10.13.3	公司偿债能力分析	312
10.13.4	公司营运能力分析	312
10.13.5	公司获利能力分析	312
10.13.6	公司成长能力分析	313
10.14	莱阳鲁花矿泉水有限公司	313
10.14.1	2006-2013年公司发展概况	313
10.14.2	公司总体规模与盈利状况	313
10.14.3	公司偿债能力分析	314
10.14.4	公司营运能力分析	314
10.14.5	公司获利能力分析	314
10.14.6	公司成长能力分析	315
10.15	农夫山泉广东万绿湖有限公司	315

10.15.1 2006-2013年公司发展概况	315
10.15.2 公司总体规模与盈利状况	316
10.15.3 公司偿债能力分析	316
10.15.4 公司营运能力分析	317
10.15.5 公司获利能力分析	317
10.15.6 公司成长能力分析	317
10.16 农夫山泉吉林长白山有限公司	318
10.16.1 2006-2013年公司发展概况	318
10.16.2 公司总体规模与盈利状况	318
10.16.3 公司偿债能力分析	319
10.16.4 公司营运能力分析	319
10.16.5 公司获利能力分析	319
10.16.6 公司成长能力分析	320
10.17 陕西娃哈哈食品有限公司	320
10.17.1 2006-2013年公司发展概况	320
10.17.2 公司总体规模与盈利状况	320
10.17.3 公司偿债能力分析	321
10.17.4 公司营运能力分析	321
10.17.5 公司获利能力分析	321
10.17.6 公司成长能力分析	321
10.18 枣庄市傻子水业有限公司	322
10.18.1 2006-2013年公司发展概况	322
10.18.2 公司总体规模与盈利状况	322
10.18.3 公司偿债能力分析	323
10.18.4 公司营运能力分析	323
10.18.5 公司获利能力分析	323
10.18.6 公司成长能力分析	323
10.19 福建省新中亚食品有限公司（长乐市）	324
10.19.1 2006-2013年公司发展概况	324
10.19.2 公司总体规模与盈利状况	325
10.19.3 公司偿债能力分析	325
10.19.4 公司营运能力分析	325

10.19.5 公司获利能力分析	326
10.19.6 公司成长能力分析	326
10.20 江西润田饮料有限责任公司	326
10.20.1 2006-2013年公司发展概况	326
10.20.2 公司总体规模与盈利状况	328
10.20.3 公司偿债能力分析	328
10.20.4 公司营运能力分析	328
10.20.5 公司获利能力分析	329
10.20.6 公司成长能力分析	329附录
附录一：《生活饮用水卫生标准》	330

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201502/120272.html>