



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年饮用水行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年饮用水行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/126869.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

随着老百姓生活水平的增高,瓶装饮用水成为热点;进入21世纪,我国瓶装饮用水行业进入稳步成长阶段,以40%左右的市场份额位居各品类饮料前列,中国瓶装饮用水也形成了纯净水、矿泉水、天然水和矿物质水各领风骚;独占部分市场的局面;随着市场运行成本的不断上涨,市场竞争白热化程度的加剧,现在中国瓶装饮用水行业进入了新的阶段;近几年,随着各大的品牌商的努力,以及中国消费者对安全与健康消费意识的觉悟,中国整个饮用水市场正在走向健康发展的道路;根据中国调查机构提供的调查和分析,在瓶装饮用水市场曾经一度占"绝对"份额的纯净水,现在正被矿泉水和矿物质水侵蚀;在全国七大中心城市的调查数据中表明有48.9%的人喜欢矿泉水和矿物质水,30.1%的人喜欢纯净水;由此可见以矿泉水和矿物质水为代表瓶装饮用水将是整个行业发展的趋势;瓶装饮用水行业的快速发展是顺应了人们现实生活的需求。无论是在解决水源污染问题方面,还是在应对突发公共安全事件中,瓶装饮用水都发挥了重要作用。

水是生命之源;饮用水安全问题不仅是关系到人身体健康的大事,也是社会和谐稳定的保证;瓶装饮用水和人们的生活息息相关,迅速发展的中国瓶装饮用水市场应将安全与健康放在首要位置;随着人们对饮水多元化需求的提升,在保障水源安全;工艺安全以及物流安全的前提下,矿物质水成为中国瓶装饮用水重要发展方向;根据国标《饮料通则》,矿物质水从2008年12月1日正式成为我国饮用水的第六水种,虽为新水种,矿物质水却有着惊人的市场增长;根据AC尼尔森数据显示,2008年底,矿物质水已经成为瓶装水的第二大品类,占整个包装水行业的28%,是近年来成长最快速的包装水品种;一项涉及全国七大中心城市的调查数据中表明,约48.9%的被调查者称自己喜欢矿物质水和矿泉水,之所以经常购买,还因为其快速供应和广泛铺货,从城市的超市到农村的小卖点,随处都可以买到,十分便利;而且矿物质水经济实惠,只需花更少的钱就可以满足身心需求;根据行业部门的统计,自7年前康师傅矿物质水面世以来,先后有可口可乐;娃哈哈;屈臣氏;统一;乐百氏;达利园和今麦郎等品牌加入矿物质水的生产行列,无形中加速了市场的成长速度,提高了消费者的接受程度;尤其是2008年矿物质水成功进入奥运赛场,成为运动员和观众的首选瓶装水,促使整个行业从07年到08年成长41%;08年到09年成长13%的业绩骄人;

2008年的金融风暴对整个饮用水行业确实造成了一定冲击,但对上了规模的大企业、一线品牌、中高档品牌冲击有限。可以说,金融风暴甚至还是一线品牌的一次机遇,因为随着二三线水厂的逐渐消亡,让出了部份市场份额,同时食品安全危机让消费者更关注品牌,对食品的大品牌关注度会提升,在此环境下,更有利于名牌水企的发展。2008年,广东饮用水领头羊怡宝、山泉水第一品牌鼎湖山泉、矿泉水名牌益力、景田等均交出了较好的成绩单,尤

其是怡宝，保持了30%的高速增长。由国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会联合发布的饮用天然矿泉水国家新标准2009年内正式实施，该稿中相对原有的《饮用天然矿泉水》(GB8537-1995)有了几项较大的改动，尤其是删除了菌落总数这一项指标，得到了行业内多数企业的欢迎。取消菌落总数，有助于提高行业合格率。国家取消菌落总数这一指标，是基于行业的整体水平在提高，可以与国际接轨，也有利于出口贸易的正常往来，不会因双重标准而造成尴尬。该改动是推动了行业的进步和发展，日后行业的合格率也将随之提高。

本研究咨询报告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、国务院发展研究中心、国家海关总署、中国饮料工业协会、中国轻工业统计局、中国经济景气监测中心、全国商业信息中心、海内外多种相关报刊杂志的基础信息，以及饮用水专业研究单位公布和提供的大量资料，结合对广东、浙江、北京等重点区域市场的最新调研数据资料，对我国饮用水行业的现状、重点区域市场状况、领先企业研究、关联行业分析、产业竞争格局等内容进行详细的阐述和深入的分析，并根据饮用水行业的发展轨迹及多年的实践经验对饮用水未来的发展趋势作出审慎的判断，为饮用水产业投资者寻找新的投资亮点。最后对投资饮用水产业的一般效益作出客观的评析，阐明饮用水行业有没有投资的空间，指明投资方向，提出研究者的战略创新建议，以供投资决策者参考。本报告是饮用水生产企业、科研单位、饮用水销售企业准确了解饮用水行业发展动态，把握市场机会，作出正确的企业定位和明确企业发展方向不可多得的精品。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 饮用水行业发展概述

第一节 饮用水的定义及分类

一、饮用水的定义

二、饮用水的分类

三、饮用水的特性

第二节 饮用水产业链分析

一、市场特点

二、行业经济特性

三、产业链结构分析

第三节 饮用水行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球饮用水市场发展分析

第一节 2008年全球饮用水市场分析

一、2008年全球饮用水市场回顾

二、2008年全球饮用水市场环境

三、2008年全球饮用水销售分析

四、2008年全球饮用水市场规模

第二节 2009年全球饮用水市场分析

一、2009年全球饮用水需求分析

二、2009年全球饮用水市场规模

三、2009年全球饮用水品牌分析

四、2009年中外饮用水市场对比

第三节 主要国家地区饮用水市场分析

一、2008-2009年美国饮用水市场分析

二、2008-2009年欧洲饮用水市场分析

三、2008-2009年日本饮用水市场分析

四、2008-2009年韩国饮用水市场分析

五、2008-2009年其他国家饮用水市场

第三章 我国饮用水行业发展现状

第一节 我国饮用水行业发展现状

一、饮用水行业品牌发展现状

二、饮用水行业消费市场现状

三、饮用水市场消费层次分析

四、我国饮用水市场走向分析

第二节 2007-2009年饮用水业发展情况分析

一、2007年饮用水行业发展情况分析

二、2008年饮用水行业发展情况分析

三、2009年饮用水行业发展特点分析

四、2009年1-5月饮用水行业发展情况

第三节 2008-2009年饮用水行业运行分析

一、2008-2009年饮用水业产销存运行分析

二、2008-2009年饮用水行业利润情况分析

三、2008-2009年饮用水行业发展周期分析

四、2009-2012年饮用水行业发展机遇分析

五、2009-2012年饮用水行业利润增速预测

第四章 我国饮用水市场发展研究

第一节 2008年我国饮用水市场发展研究

一、2008年1季度我国饮用水市场研究

二、2008年2季度我国饮用水市场研究

三、2008年3季度我国饮用水市场研究

四、2008年4季度我国饮用水市场研究

第二节 2009年我国饮用水市场情况

一、2009年1-5月我国饮用水产销情况

二、2009年1-5月我国饮用水市场价格情况

三、2009年1-5月重点城市饮用水市场发展情况

四、2009年1-5月我国饮用水市场发展情况

第三节 2009年我国饮用水市场结构和价格走势分析

一、2009年Q1我国饮用水市场结构和价格走势概述

二、2009年Q1我国饮用水市场结构分析

三、2009年Q1我国饮用水市场价格走势分析

四、2009年1-5月我国饮用水市场结构和价格走势概述

五、2009年1-5月我国饮用水市场结构分析

六、2009年1-5月我国饮用水市场价格走势分析

第四节 2009年我国饮用水业市场发展特点分析

一、2009年Q1我国饮用水市场格局特点

二、2009年Q1我国饮用水产品创新特点

三、2009年Q1我国饮用水市场服务特点

四、2009年Q1我国饮用水市场品牌特点

第五章 我国饮用水市场调查分析

第一节 2008年我国饮用水市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、整体市场关注度
- 五、品牌关注度格局
- 六、产品关注度调查
- 七、厂商分析

第二节 2009年1季度我国饮用水市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、整体市场关注度
- 五、品牌关注度格局
- 六、产品关注度调查
- 七、厂商分析

第三节 2009年4月份中国饮用水市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、整体市场关注度
- 五、品牌关注度格局
- 六、产品关注度调查
- 七、厂商分析

第四节 2009年5月份中国饮用水市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、整体市场关注度
- 五、品牌关注度格局
- 六、产品关注度调查

七、厂商分析

第六章 饮用水行业经济运行分析

第一节 2008-2009年饮用水产量分析

一、2008年饮用水产量分析

二、2009年1-5月饮用水产量分析

第二节 2008-2009年饮用水行业主要经济指标分析

一、销售收入前十家企业分析

二、2008年饮用水行业主要经济指标分析

三、2009年1-5月饮用水行业主要经济指标分析

第三节 2008-2009年我国饮用水行业绩效分析

一、2008-2009年行业产销情况

二、2008-2009年行业规模情况

三、2008-2009年行业盈利能力

四、2008-2009年行业经营发展能力

五、2008-2009年行业偿债能力分析

第七章 我国饮用水行业细分市场分析

第一节 瓶装水

一、2008-2009年行业产销情况分析

二、2008-2009年行业发展现状分析

三、2008-2009年市场需求情况分析

四、2008-2009年市场规模情况分析

五、2008-2009年行业竞争格局分析

六、2008-2009年消费者的偏好分析

七、2009-2012年行业发展趋势分析

第二节 桶装水

一、2008-2009年行业产销情况分析

二、2008-2009年行业发展现状分析

三、2008-2009年市场需求情况分析

四、2008-2009年市场规模情况分析

五、2008-2009年行业竞争格局分析

六、2008-2009年消费者的偏好分析

七、2009-2012年行业发展趋势分析

第三节 袋装水

一、2008-2009年行业产销情况分析

二、2008-2009年行业发展现状分析

三、2008-2009年市场需求情况分析

四、2008-2009年市场规模情况分析

五、2008-2009年行业竞争格局分析

六、2008-2009年消费者的偏好分析

七、2009-2012年行业发展趋势分析

第四节 矿泉水

一、2008-2009年行业产销情况分析

二、2008-2009年行业发展现状分析

三、2008-2009年市场需求情况分析

四、2008-2009年市场规模情况分析

五、2008-2009年行业竞争格局分析

六、2008-2009年消费者的偏好分析

七、2009-2012年行业发展趋势分析

第五节 纯净水

一、2008-2009年行业产销情况分析

二、2008-2009年行业发展现状分析

三、2008-2009年市场需求情况分析

四、2008-2009年市场规模情况分析

五、2008-2009年行业竞争格局分析

六、2008-2009年消费者的偏好分析

七、2009-2012年行业发展趋势分析

第六节 功能水

一、2008-2009年行业产销情况分析

二、2008-2009年行业发展现状分析

三、2008-2009年市场需求情况分析

四、2008-2009年市场规模情况分析

五、2008-2009年行业竞争格局分析

六、2008-2009年消费者的偏好分析

七、2009-2012年行业发展趋势分析

第八章 直饮水市场发展分析

第一节 直饮水市场现状

一、直饮水概况

二、居民直饮水市场发展观

三、中国直饮水发展策略

四、终端直饮水行业市场趋势分析

第二节 直饮机市场发展分析

一、直饮水机的主要功能

二、直饮机市场前景分析

三、2009年直饮机市场分析

第三节 饮水机市场分析

一、国内饮水机市场发展空间分析

二、2008年底我国饮水机行业国标

三、2009年底我国饮水机行业发展分析

第九章 饮用水区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第十章 中国饮用水行业消费市场分析

第一节 中国饮用水消费者收入分析

- 一、中国人口、人民生活分析
- 二、2008-2009年消费者收入水平
- 三、2009年消费者信心指数分析

第二节 饮用水行业产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 饮用水市场消费需求分析

- 一、饮用水市场的消费需求变化
- 二、饮用水行业的需求情况分析
- 三、2009年饮用水品牌市场消费需求分析

第四节 饮用水消费市场状况分析

- 一、饮用水行业消费特点
- 二、饮用水消费者分析
- 三、饮用水消费结构分析
- 四、饮用水消费的市场变化
- 五、饮用水市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

第六节 饮用水行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、饮用水行业品牌忠诚度调查
- 六、饮用水行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第二部分 行业竞争格局

第十一章 饮用水行业竞争格局分析

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 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 中国饮用水行业竞争格局综述

- 一、2008年饮用水行业集中度
- 二、2008年饮用水行业竞争程度
- 三、2008年饮用水企业与品牌数量
- 四、2008年饮用水行业竞争格局分析

第四节 2008-2009年饮用水行业竞争格局分析

- 一、2008-2009年国内外饮用水竞争分析
- 二、2008-2009年我国饮用水市场竞争分析
- 三、2008-2009年我国饮用水市场集中度分析
- 四、2009-2012年国内主要饮用水企业动向
- 五、2009年国内饮用水拟在建项目分析

第十二章 饮用水企业竞争策略分析

第一节 饮用水市场竞争策略分析

一、2009年饮用水市场增长潜力分析

二、2009年饮用水主要潜力品种分析

三、现有饮用水产品竞争策略分析

四、潜力饮用水品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 饮用水企业竞争策略分析

一、金融危机对饮用水行业竞争格局的影响

二、金融危机后饮用水行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国饮用水市场竞争趋势

四、2009-2012年饮用水行业竞争格局展望

五、2009-2012年饮用水行业竞争策略分析

六、2009-2012年饮用水企业竞争策略分析

第十三章 主要饮用水企业竞争分析

第一节 农夫山泉股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 杭州娃哈哈集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 乐百氏

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 怡宝食品饮料（深圳）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 青岛崂山矿泉水有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 康师傅（台湾顶新集团）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十四章 饮用水行业发展趋势分析

第一节 我国饮用水行业前景与机遇分析

一、我国饮用水行业发展前景

二、我国饮用水发展机遇分析

三、2009年饮用水的发展机遇分析

四、金融危机对饮用水行业的影响分析

第二节 2009-2012年中国饮用水市场趋势分析

一、2008-2009年饮用水市场趋势总结

二、2009-2012年饮用水发展趋势分析

三、2009-2012年饮用水市场发展空间

四、2009-2012年饮用水产业政策趋向

五、2009-2012年饮用水技术革新趋势

六、2009-2012年饮用水价格走势分析

七、2009-2012年国际环境对行业的影响

第十五章 未来饮用水行业发展预测

第一节 未来饮用水需求与消费预测

- 一、2009-2012年饮用水产品消费预测
- 二、2009-2012年饮用水市场规模预测
- 三、2009-2012年饮用水行业总产值预测
- 四、2009-2012年饮用水行业销售收入预测
- 五、2009-2012年饮用水行业总资产预测
- 第二节 2009-2012年中国饮用水行业供需预测
- 一、2008-2012年中国饮用水供给预测
- 二、2009-2012年中国饮用水产量预测
- 三、2009-2012年中国饮用水需求预测
- 四、2009-2012年中国饮用水供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国饮用水产品价格预测
- 六、2009-2012年主要饮用水产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十六章 饮用水行业投资现状分析

第一节 2008年饮用水行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1-5月饮用水行业投资情况分析

- 一、2009年1-5月总体投资及结构
- 二、2009年1-5月投资规模情况
- 三、2009年1-5月投资增速情况
- 四、2009年1-5月分行业投资分析
- 五、2009年1-5月分地区投资分析
- 六、2009年1-5月外商投资情况

第十七章 饮用水行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年饮用水行业政策环境分析
- 二、2009年国内宏观政策对其影响
- 三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

- 一、国内饮用水技术现状
- 二、2009年饮用水技术发展分析
- 三、2009-2012年饮用水技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2009年社会环境发展分析
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第十八章 饮用水行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2009年相关产业活力系数比较
- 二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2009年相关产业投资收益率比较
- 二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 饮用水行业投资效益分析

- 一、2008-2009年饮用水行业投资状况分析
- 二、2009-2012年饮用水行业投资效益分析
- 三、2009-2012年饮用水行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年饮用水行业的投资方向
- 五、2009-2012年饮用水行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响饮用水行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响饮用水行业运行的有利因素分析

- 二、2009-2012年影响饮用水行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响饮用水行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国饮用水行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国饮用水行业发展面临的机遇分析

第五节 饮用水行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年饮用水行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年饮用水行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年饮用水行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年饮用水行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年饮用水行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2009-2012年饮用水行业其他风险及控制策略

第十九章 饮用水行业投资战略研究

第一节 饮用水行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国饮用水品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、饮用水实施品牌战略的意义
- 三、饮用水企业品牌的现状分析
- 四、我国饮用水企业的品牌战略
- 五、饮用水品牌战略管理的策略

第三节 饮用水行业投资战略研究

- 一、2009年饮料行业投资战略
- 二、2009年饮用水行业投资战略
- 三、2009-2012年饮用水行业投资战略
- 四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：饮用水产业链分析

图表：国际饮用水市场规模

图表：国际饮用水生命周期

图表：2003-2008年中国饮用水行业市场规模

图表：2002-2008年全球饮用水产业市场规模

图表：2006-2008年饮用水重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国饮用水行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国饮用水行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国饮用水行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国饮用水发展能力分析

图表：2008-2009年中国饮用水竞争力分析

图表：2009-2012年中国饮用水产能预测

图表：2009-2012年中国饮用水消费量预测

图表：2009-2012年中国饮用水市场前景预测

图表：2009-2012年中国饮用水市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国饮用水发展前景预测

图表：2008年1-12月饮用水产量全国合计

图表：2008年1-12月饮用水产量北京市合计

图表：2008年1-12月饮用水产量天津市合计

图表：2008年1-12月饮用水产量河北省合计

图表：2008年1-12月饮用水产量山西省合计

图表：2008年1-12月饮用水产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月饮用水产量吉林省合计

图表：2008年1-12月饮用水产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月饮用水产量上海市合计

图表：2008年1-12月饮用水产量江苏省合计

图表：2008年1-12月饮用水产量浙江省合计

图表：2008年1-12月饮用水产量安徽省合计

图表：2008年1-12月饮用水产量福建省合计

图表：2008年1-12月饮用水产量江西省合计

图表：2008年1-12月饮用水产量山东省合计

图表：2008年1-12月饮用水产量河南省合计

图表：2008年1-12月饮用水产量湖北省合计

图表：2008年1-12月饮用水产量湖南省合计

图表：2008年1-12月饮用水产量广东省合计

图表：2008年1-12月饮用水产量广西区合计

图表：2008年1-12月饮用水产量海南省合计

图表：2008年1-12月饮用水产量重庆市合计

图表：2008年1-12月饮用水产量四川省合计

图表：2008年1-12月饮用水产量贵州省合计

图表：2008年1-12月饮用水产量云南省合计

图表：2008年1-12月饮用水产量陕西省合计

图表：2008年1-12月饮用水产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月饮用水产量新疆区合计

图表：2008年1-12月饮用水产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月饮用水产量全国合计

图表：2009年1-5月饮用水产量北京市合计

图表：2009年1-5月饮用水产量天津市合计

图表：2009年1-5月饮用水产量河北省合计

图表：2009年1-5月饮用水产量山西省合计

图表：2009年1-5月饮用水产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月饮用水产量吉林省合计

图表：2009年1-5月饮用水产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月饮用水产量上海市合计

图表：2009年1-5月饮用水产量江苏省合计

图表：2009年1-5月饮用水产量浙江省合计

图表：2009年1-5月饮用水产量安徽省合计

图表：2009年1-5月饮用水产量福建省合计

图表：2009年1-5月饮用水产量江西省合计

图表：2009年1-5月饮用水产量山东省合计

图表：2009年1-5月饮用水产量河南省合计

图表：2009年1-5月饮用水产量湖北省合计

图表：2009年1-5月饮用水产量湖南省合计

图表：2009年1-5月饮用水产量广东省合计

图表：2009年1-5月饮用水产量广西区合计

图表：2009年1-5月饮用水产量海南省合计

图表：2009年1-5月饮用水产量重庆市合计

图表：2009年1-5月饮用水产量四川省合计

图表：2009年1-5月饮用水产量贵州省合计

图表：2009年1-5月饮用水产量云南省合计

图表：2009年1-5月饮用水产量陕西省合计

图表：2009年1-5月饮用水产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月饮用水产量新疆区合计

图表：2009年1-5月饮用水产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标全国合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月饮用水经济指标新疆区合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标全国合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月饮用水经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月饮用水进口数据

图表：2008年1季度饮用水进口数据

图表：2008年1月饮用水进口数据

图表：2008年2月饮用水进口数据

图表：2008年3月饮用水进口数据

图表：2008年2季度饮用水进口数据

图表：2008年4月饮用水进口数据

图表：2008年5月饮用水进口数据

图表：2008年6月饮用水进口数据

图表：2008年3季度饮用水进口数据

图表：2008年7月饮用水进口数据

图表：2008年8月饮用水进口数据

图表：2008年9月饮用水进口数据

图表：2008年4季度饮用水进口数据

图表：2008年10月饮用水进口数据

图表：2008年11月饮用水进口数据

图表：2008年12月饮用水进口数据

图表：2008年1-12月饮用水出口数据

图表：2008年1季度饮用水出口数据

图表：2008年1月饮用水出口数据

图表：2008年2月饮用水出口数据

图表：2008年3月饮用水出口数据

图表：2008年2季度饮用水出口数据

图表：2008年4月饮用水出口数据

图表：2008年5月饮用水出口数据

图表：2008年6月饮用水出口数据

图表：2008年3季度饮用水出口数据

图表：2008年7月饮用水出口数据

图表：2008年8月饮用水出口数据

图表：2008年9月饮用水出口数据

图表：2008年4季度饮用水出口数据

图表：2008年10月饮用水出口数据

图表：2008年11月饮用水出口数据

图表：2008年12月饮用水出口数据

图表：2009年1-5月饮用水进口数据

图表：2009年1季度饮用水进口数据

图表：2009年1月饮用水进口数据

图表：2009年2月饮用水进口数据

图表：2009年3月饮用水进口数据

图表：2009年2季度饮用水进口数据

图表：2009年4月饮用水进口数据

图表：2009年5月饮用水进口数据

图表：2009年1-5月饮用水出口数据

图表：2009年1季度饮用水出口数据

图表：2009年1月饮用水出口数据

图表：2009年2月饮用水出口数据

图表：2009年3月饮用水出口数据

图表：2009年2季度饮用水出口数据

图表：2009年4月饮用水出口数据

图表：2009年5月饮用水出口数据

图表：饮用水市场调查对象情况分析

图表：饮用水消费者消费习惯调查

图表：消费者对饮用水产品价格认同情况调查分析

图表：消费者购买渠道情况调查分析

图表：饮用水消费者品牌状况调查分析

图表：2008-2009年中国消费者饮用水品牌构成

图表：饮用水消费者性别比例

图表：饮用水消费者年龄分布

图表：饮用水消费者购买频率分析

图表：饮用水消费者购买饮用水的规格

图表：饮用水消费者购买饮用水消费金额

图表：消费者饮用水功能关注度调查分析

图表：影响消费者购买的因素调查分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/126869.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。