



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年矿泉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年矿泉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/128045.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。

2009年,倍受关注的国家矿泉水新标终于浮出水面,该标准最大的革新在于增加了溴酸盐及三项致病菌指标,同时删除了菌落总数。日前,国家标准化管理委员会批准发布了《饮用天然矿泉水》和《饮用天然矿泉水检验方法》两个国家标准。《饮用天然矿泉水》(GB8537-2008)实施时间为2009年10月1日,《饮用天然矿泉水检验方法》(GB/T 8538-2008)实施时间为2009年4月1日。目前大多数矿泉水企业在溴酸盐问题上都不过关。现在还没有一个很成熟的、大家公认的方法来解决。早在08年该标准进行意见征询时,整个矿泉水行业已经进入了紧急技术攻关的状态中。目前各企业施行的办法很多,由于溴酸盐是臭氧杀菌的副产物,那么现在能用什么来替代臭氧是个头疼的问题,毕竟臭氧是最有效的消毒方法。于是有人重新提出十几年前用过的紫外线,但紫外线杀菌并不彻底。如果用二氧化氯,就会有股氯气味。也有企业通过加二氧化碳降低PH值,分阶段加臭氧,通过活性炭的吸附等,但是同时又会出现新的问题,例如大量使用活性炭,对离子吸附很敏感,会影响离子成份变化,把溴酸盐降下来的同时又可能降低了有益的偏硅酸等。现在大家拼命在攻关,最后怎样,还没有一个公认的方法,都是实验阶段。

这次国家修订的矿泉水标准基本与CAC(国际食品法典委员会)标准接轨。溴酸盐在国际上被定为2B级潜在致癌物,它是矿泉水或山泉水等天然水源在经过臭氧消毒后生成的副产物。在国际上,世界卫生组织和美国环保局所规定的饮水中,溴酸盐最高允许浓度在0.01mg/L以内。我国矿泉水新标准中该项指标已与国际一致。同时与CAC达到一致的是取消了菌落总数。矿泉水国标过去一直对菌落总数限定严格,每毫升不得超过50个。而这正是不少水企为之头痛的指标,尤其是桶装水,在流通领域中出现菌落总数超标的事件时有发生。从2005年至2008年,菌落总数超标是导致饮用水产品抽检不合格的最主要原因。2005年为91批次,2006

年为96批次，2007年为108批次，2008年情况较好，为49批次，但仍然占据所有不合格原因之首。而正因为菌落总数限定严格，致使众矿泉水企业为控制菌落总数而加大臭氧投放量，也增大了致癌物溴酸盐产生的几率。而在WHO、美国EPA等标准中，都没有细菌总数指标，但是对致病菌的控制越来越严格。2007年，118吨法国依云矿泉水因菌落总数超标被我国检验检疫局退港处理，这正是因为国际标准与国内标准的差异造成。

新国标的出台并非是一个标准出台那么简单，新增了溴酸盐和三个致病指标看似简单，实际上企业要整改的环节涉及到所有的生产流程。因此，众企业将新国标的实施看作是行业大洗牌的一个契机。如果不加臭氧，消毒剂浓度、净化间、灌装间、管道、水源，每一个都要控制得很好。首先不是成本增加的问题，在政府加强监管的情况下，这是直接淘汰问题。用臭氧控制最简单，如果不用，要保证所有环节没有细菌，这个难度很大。这是一次洗牌和出局的挑战，每一次国家标准的出台，对行业都是一次集中的机会。新国标的出台将对行业进行大洗牌，将是对企业综合实力的大检阅。因为要符合新国标的要求，企业必须有技术、资金以及企业良性循环的实力。新国标是与国际接轨的，它的实施等于正式将整个行业的门槛和技术水平提升了一个档次。当然，大厂有技术力量和资金的注入要符合新国标的要求没有太大的问题。但是不排除一些小厂自身质量控制不严格，而且不愿投入资金进行改造的，会面临一定的困难。

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、国家海关总署、国家商务部、国务院发展研究中心、国家经济信息中心、国家农业部、中国饮料工业协会、中国食品工业协会、广东省食品工业协会、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息以及矿泉水专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国矿泉水的行业现状、市场各类经营指标的发展变化、关联产业的发展状况、重点区域市场状况、消费者策略、产业竞争格局等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对2009年的饮料市场发展动向作了详尽深入的分析，并根据矿泉水行业的发展轨迹及多年的实践经验对矿泉水未来的发展趋势作了审慎的判断，为饮料产业投资者寻找新的投资亮点。最后阐明矿泉水行业的投资空间，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。报告还揭示了2009年饮料流行趋势，并深入研究了矿泉水行业优势企业的发展、经营状况，是矿泉水生产企业、科研单位、销售企业准确了解矿泉水行业发展动态，把握市场机会，作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 矿泉水行业发展概述

第一节 矿泉水的定义及分类

一、矿泉水的定义

二、矿泉水的分类

三、矿泉水的特性

第二节 矿泉水产业链分析

一、市场特点

二、行业经济特性

三、产业链结构分析

第三节 矿泉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 全球矿泉水市场发展分析

第一节 2008年全球矿泉水市场分析

一、2008年全球矿泉水市场回顾

二、2008年全球矿泉水市场环境

三、2008年全球矿泉水销售分析

四、2008年全球矿泉水市场规模

第二节 2009年全球矿泉水市场分析

一、2009年全球矿泉水需求分析

二、2009年全球矿泉水市场规模

三、2009年全球矿泉水品牌分析

四、2009年中外矿泉水市场对比

第三节 主要国家地区矿泉水市场分析

一、2008-2009年美国矿泉水市场分析

二、2008-2009年欧洲矿泉水市场分析

三、2008-2009年日本矿泉水市场分析

四、2008-2009年韩国矿泉水市场分析

五、2008-2009年其他国家矿泉水市场

第三章 我国矿泉水行业发展现状

第一节 我国矿泉水行业发展现状

- 一、矿泉水行业品牌发展现状
- 二、矿泉水行业消费市场现状
- 三、矿泉水市场消费层次分析
- 四、我国矿泉水市场走向分析

第二节 2007-2009年矿泉水业发展情况分析

- 一、2007年矿泉水行业发展情况分析
- 二、2008年矿泉水行业发展情况分析
- 三、2009年矿泉水行业发展特点分析
- 四、2009年1-5月矿泉水行业发展情况

第三节 2008-2009年矿泉水行业运行分析

- 一、2008-2009年矿泉水业产销存运行分析
- 二、2008-2009年矿泉水行业利润情况分析
- 三、2008-2009年矿泉水行业发展周期分析
- 四、2009-2012年矿泉水行业发展机遇分析
- 五、2009-2012年矿泉水行业利润增速预测

第四章 我国矿泉水市场发展研究

第一节 2008年我国矿泉水市场发展研究

- 一、2008年1季度我国矿泉水市场研究
- 二、2008年2季度我国矿泉水市场研究
- 三、2008年3季度我国矿泉水市场研究
- 四、2008年4季度我国矿泉水市场研究

第二节 2009年我国矿泉水市场情况

- 一、2009年1-5月我国矿泉水产销情况
- 二、2009年1-5月我国矿泉水市场价格情况
- 三、2009年1-5月重点城市矿泉水市场发展情况
- 四、2009年1-5月我国矿泉水市场发展情况

第三节 2009年我国矿泉水市场结构和价格走势分析

- 一、2009年Q1我国矿泉水市场结构和价格走势概述
- 二、2009年Q1我国矿泉水市场结构分析

- 三、2009年Q1我国矿泉水市场价格走势分析
- 四、2009年1-5月我国矿泉水市场结构和价格走势概述
- 五、2009年1-5月我国矿泉水市场结构分析
- 六、2009年1-5月我国矿泉水市场价格走势分析
- 第四节 2009年我国矿泉水业市场发展特点分析
 - 一、2009年Q1我国矿泉水市场格局特点
 - 二、2009年Q1我国矿泉水产品创新特点
 - 三、2009年Q1我国矿泉水市场服务特点
 - 四、2009年Q1我国矿泉水市场品牌特点

第五章 我国矿泉水市场调查分析

第一节 2008年我国矿泉水市场调查分析

- 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季度我国矿泉水市场调查分析

- 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月份中国矿泉水市场调查分析

- 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月份中国矿泉水市场调查分析

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 矿泉水行业经济运行分析

第一节 2008-2009年矿泉水产量分析

一、2008年矿泉水产量分析

二、2009年1-5月矿泉水产量分析

第二节 2008-2009年饮料行业主要经济指标分析

一、销售收入前十家企业分析

二、2008年饮料行业主要经济指标分析

三、2009年1-5月饮料行业主要经济指标分析

第三节 2008-2009年我国矿泉水行业绩效分析

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 我国矿泉水行业进出口分析

第一节 我国矿泉水进口分析

一、2008年进口总量分析

二、2008年进口结构分析

三、2008年进口区域分析

第二节 我国矿泉水出口分析

一、2008年出口总量分析

二、2008年出口结构分析

三、2008年出口区域分析

第三节 我国矿泉水进出口预测

一、2009年1季度进口分析

二、2009年1季度出口分析

三、2009年矿泉水进口预测

四、2009年矿泉水出口预测

第八章 矿泉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

第九章 中国矿泉水行业消费市场分析

第一节 中国矿泉水消费者收入分析

- 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 矿泉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 矿泉水市场消费需求分析

一、矿泉水市场的消费需求变化

二、矿泉水行业的需求情况分析

三、2009年矿泉水品牌市场消费需求分析

第四节 矿泉水消费市场状况分析

一、矿泉水行业消费特点

二、矿泉水消费者分析

三、矿泉水消费结构分析

四、矿泉水消费的市场变化

五、矿泉水市场的消费方向

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 矿泉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、矿泉水行业品牌忠诚度调查

六、矿泉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

第十章 矿泉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 中国矿泉水行业竞争格局综述

一、2008年矿泉水行业集中度

二、2008年矿泉水行业竞争程度

三、2008年矿泉水企业与品牌数量

四、2008年矿泉水行业竞争格局分析

第四节 2008-2009年矿泉水行业竞争格局分析

一、2008-2009年国内外矿泉水竞争分析

二、2008-2009年我国矿泉水市场竞争分析

三、2008-2009年我国矿泉水市场集中度分析

四、2009-2012年国内主要矿泉水企业动向

五、2009年国内矿泉水拟在建项目分析

第十一章 矿泉水企业竞争策略分析

第一节 矿泉水市场竞争策略分析

一、2009年矿泉水市场增长潜力分析

二、2009年矿泉水主要潜力品种分析

三、现有矿泉水产品竞争策略分析

四、潜力矿泉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 矿泉水企业竞争策略分析

一、金融危机对矿泉水行业竞争格局的影响

- 二、金融危机后矿泉水行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国矿泉水市场竞争趋势
- 四、2009-2012年矿泉水行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年矿泉水行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年矿泉水企业竞争策略分析

第十二章 主要矿泉水品牌竞争分析

第一节 益力

- 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 农夫山泉

- 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 娃哈哈

- 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

- 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 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

第六节 景田

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

第七节 崂山

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

第八节 5100西藏冰川

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

第九节 统一

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

第十节 泉阳泉

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

第十三章 矿泉水行业发展趋势分析

第一节 我国矿泉水行业前景与机遇分析

一、我国矿泉水行业发展前景

二、我国矿泉水发展机遇分析

三、2009年矿泉水的发展机遇分析

四、金融危机对矿泉水行业的影响分析

第二节 2009-2012年中国矿泉水市场趋势分析

- 一、2008-2009年矿泉水市场趋势总结
- 二、2009-2012年矿泉水发展趋势分析
- 三、2009-2012年矿泉水市场发展空间
- 四、2009-2012年矿泉水产业政策趋向
- 五、2009-2012年矿泉水技术革新趋势
- 六、2009-2012年矿泉水价格走势分析
- 七、2009-2012年国际环境对行业的影响

第十四章 未来矿泉水行业发展预测

第一节 未来矿泉水需求与消费预测

- 一、2009-2012年矿泉水产品消费预测
- 二、2009-2012年矿泉水市场规模预测
- 三、2009-2012年矿泉水行业总产值预测
- 四、2009-2012年矿泉水行业销售收入预测
- 五、2009-2012年矿泉水行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国矿泉水行业供需预测

- 一、2008-2012年中国矿泉水供给预测
- 二、2009-2012年中国矿泉水产量预测
- 三、2009-2012年中国矿泉水需求预测
- 四、2009-2012年中国矿泉水供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国矿泉水产品价格预测
- 六、2009-2012年主要矿泉水产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十五章 矿泉水行业投资现状分析

第一节 2008年矿泉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月矿泉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

第十六章 矿泉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年矿泉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、国内矿泉水技术现状

二、2009年矿泉水技术发展分析

三、2009-2012年矿泉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

第十七章 矿泉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 矿泉水行业投资效益分析

一、2008-2009年矿泉水行业投资状况分析

二、2009-2012年矿泉水行业投资效益分析

三、2009-2012年矿泉水行业投资趋势预测

四、2009-2012年矿泉水行业的投资方向

五、2009-2012年矿泉水行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响矿泉水行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响矿泉水行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响矿泉水行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响矿泉水行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国矿泉水行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国矿泉水行业发展面临的机遇分析

第五节 矿泉水行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年矿泉水行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年矿泉水行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年矿泉水行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年矿泉水行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年矿泉水行业同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年矿泉水行业其他风险及控制策略

第十八章 矿泉水行业投资战略研究

第一节 矿泉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 对我国矿泉水品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、矿泉水实施品牌战略的意义

三、矿泉水企业品牌的现状分析

四、我国矿泉水企业的品牌战略

五、矿泉水品牌战略管理的策略

第三节 矿泉水经营策略分析

一、矿泉水市场细分策略

二、矿泉水市场创新策略

三、饮料品牌定位与品类规划

四、矿泉水新产品差异化战略

第四节 矿泉水行业投资战略研究

一、2009年饮料行业投资战略

二、2009年矿泉水行业投资战略

三、2009-2012年矿泉水行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：矿泉水产业链分析

图表：国际矿泉水市场规模

图表：国际矿泉水生命周期

图表：2003-2008年中国矿泉水行业市场规模

图表：2002-2008年全球矿泉水产业市场规模

图表：2006-2008年矿泉水重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国矿泉水行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国矿泉水行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国矿泉水行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国矿泉水发展能力分析

图表：2008-2009年中国矿泉水竞争力分析

图表：2009-2012年中国矿泉水产能预测

图表：2009-2012年中国矿泉水消费量预测

图表：2009-2012年中国矿泉水市场前景预测

图表：2009-2012年中国矿泉水市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国矿泉水发展前景预测

图表：2008年1-12月矿泉水产量全国合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量北京市合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量天津市合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量河北省合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量山西省合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量吉林省合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量上海市合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量江苏省合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量浙江省合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量安徽省合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量福建省合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量江西省合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量山东省合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量河南省合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量湖北省合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量湖南省合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量广东省合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量广西区合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量海南省合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量重庆市合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量四川省合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量贵州省合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量云南省合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量陕西省合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量新疆区合计

图表：2008年1-12月矿泉水产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量全国合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量北京市合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量天津市合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量河北省合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量山西省合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量吉林省合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量上海市合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量江苏省合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量浙江省合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量安徽省合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量福建省合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量江西省合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量山东省合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量河南省合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量湖北省合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量湖南省合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量广东省合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量广西区合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量海南省合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量重庆市合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量四川省合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量贵州省合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量云南省合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量陕西省合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量新疆区合计

图表：2009年1-5月矿泉水产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月饮料行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月饮料行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月饮料行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月饮料行业经济指标河北省合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标山西省合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标内蒙古合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标辽宁省合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标吉林省合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标黑龙江合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标上海市合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标江苏省合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标浙江省合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标安徽省合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标福建省合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标江西省合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标山东省合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标河南省合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标湖北省合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标湖南省合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标广东省合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标广西区合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标海南省合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标重庆市合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标四川省合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标贵州省合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标云南省合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标陕西省合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标甘肃省合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标青海省合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标宁夏区合计
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标新疆区合计
图表：2009年1-5月饮料行业经济指标全国合计
图表：2009年1-5月饮料行业经济指标北京市合计
图表：2009年1-5月饮料行业经济指标天津市合计
图表：2009年1-5月饮料行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月矿泉水进口数据

图表：2008年1季度矿泉水进口数据

图表：2008年1月矿泉水进口数据

图表：2008年2月矿泉水进口数据

图表：2008年3月矿泉水进口数据

图表：2008年2季度矿泉水进口数据
图表：2008年4月矿泉水进口数据
图表：2008年5月矿泉水进口数据
图表：2008年6月矿泉水进口数据
图表：2008年3季度矿泉水进口数据
图表：2008年7月矿泉水进口数据
图表：2008年8月矿泉水进口数据
图表：2008年9月矿泉水进口数据
图表：2008年4季度矿泉水进口数据
图表：2008年10月矿泉水进口数据
图表：2008年11月矿泉水进口数据
图表：2008年12月矿泉水进口数据
图表：2008年1-12月矿泉水出口数据
图表：2008年1季度矿泉水出口数据
图表：2008年1月矿泉水出口数据
图表：2008年2月矿泉水出口数据
图表：2008年3月矿泉水出口数据
图表：2008年2季度矿泉水出口数据
图表：2008年4月矿泉水出口数据
图表：2008年5月矿泉水出口数据
图表：2008年6月矿泉水出口数据
图表：2008年3季度矿泉水出口数据
图表：2008年7月矿泉水出口数据
图表：2008年8月矿泉水出口数据
图表：2008年9月矿泉水出口数据
图表：2008年4季度矿泉水出口数据
图表：2008年10月矿泉水出口数据
图表：2008年11月矿泉水出口数据
图表：2008年12月矿泉水出口数据
图表：2009年1-5月矿泉水进口数据
图表：2009年1季度矿泉水进口数据
图表：2009年1月矿泉水进口数据

图表：2009年2月矿泉水进口数据
图表：2009年3月矿泉水进口数据
图表：2009年2季度矿泉水进口数据
图表：2009年4月矿泉水进口数据
图表：2009年5月矿泉水进口数据
图表：2009年1-5月矿泉水出口数据
图表：2009年1季度矿泉水出口数据
图表：2009年1月矿泉水出口数据
图表：2009年2月矿泉水出口数据
图表：2009年3月矿泉水出口数据
图表：2009年2季度矿泉水出口数据
图表：2009年4月矿泉水出口数据
图表：2009年5月矿泉水出口数据
图表：矿泉水市场调查对象情况分析
图表：矿泉水消费者消费习惯调查
图表：消费者对矿泉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：矿泉水消费者品牌状况调查分析
图表：2008-2009年中国消费者矿泉水品牌构成
图表：矿泉水消费者性别比例
图表：矿泉水消费者年龄分布
图表：矿泉水消费者购买频率分析
图表：矿泉水消费者购买矿泉水的规格
图表：矿泉水消费者购买矿泉水消费金额
图表：消费者矿泉水关注度调查分析
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/128045.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。