



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2013年中国矿泉水市场深度研究与发展前景预测分析报告

一、调研说明

《2010-2013年中国矿泉水市场深度研究与发展前景预测报告》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/144944.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

第一章 矿泉水产业相关概述

第一节 矿泉水的相关概念

一、矿泉水的类型

二、矿泉水的特点

三、矿物质水和矿泉水的区别

四、矿泉水适应的人群及适应症

第二节 矿泉水资源开发

一、中国矿泉水资源开发利用状况及对策分析

二、透视北京饮用天然矿泉水资源开发利用状况及发展

三、长白山天然矿泉水资源保护及开采战略剖析

四、广州矿泉水开采存在的主要问题

第二章 2009-2010年世界矿泉水产业发展状况分析

第一节 2009-2010年世界矿泉水产业运行概况

一、世界矿泉水产销概况

二、世界矿泉水生产规模

三、主要国家瓶装水消费量的变化

第二节 2009-2010年世界主要国家矿泉水产业发展情况分析

一、美国

二、韩国

三、加拿大

第三节 2010-2013年世界矿泉水产业发展趋势分析

第三章 2009-2010年中国矿泉水产业运行形势分析

第一节 2009-2010年中国矿泉水产业发展综述

一、矿泉水市场产品发展特点

二、低端产品价格竞争分析

三、一线品牌资本运营分析

第二节 2007年中国部分地区矿泉水行业分析

一、上海矿泉水市场消费需求分析

二、水企巨头争抢深圳高端矿泉水市场

三、黑龙江矿泉水市场透析

四、吉林矿泉水产业快速增长

五、桂林矿泉水市场现状及发展前景

六、拉萨市饮用天然矿泉水行业研究

第三节 2009-2010年中国矿泉水产业所面临的困难分析

第四章 2007-2009年中国瓶(罐)装饮用水产量数据统计分析

第一节 2007-2008年中国瓶(罐)装饮用水产量数据分析

一、2007-2008年全国瓶(罐)装饮用水产量数据分析

二、2007-2008年瓶(罐)装饮用水重点省市数据分析

第二节 2009年中国瓶(罐)装饮用水产量数据分析

一、2009年全国瓶(罐)装饮用水产量数据分析

二、2009年瓶(罐)装饮用水重点省市数据分析

第三节 2009年中国瓶(罐)装饮用水产量增长性分析

一、产量增长

二、集中度变化

第五章 2005-2010年中国瓶(罐)装饮用水制造业运行经济指标监测与分析

第一节 2006-2009年中国瓶(罐)装饮用水制造业数据统计与监测分析

一、2006-2009年中国瓶(罐)装饮用水制造业企业数量增长分析

二、2006-2009年中国瓶(罐)装饮用水制造业从业人数调查分析

三、2005-2009年中国瓶(罐)装饮用水制造业总销售收入分析

四、2005-2009年中国瓶(罐)装饮用水制造业利润总额分析

五、2005-2009年中国瓶(罐)装饮用水制造业投资资产增长性分析

第二节 2010年1-2月中国瓶(罐)装饮用水制造业最新数据统计与监测分析

一、企业数量与分布

二、销售收入

三、利润总额

四、从业人数

第三节 2010年1-2月中国瓶(罐)装饮用水制造业投资状况监测

一、业资产区域分布

二、主要省市投资增速对比

第六章 2006-2009年中国未加糖及未加味的矿泉水（22011010）进出口数据统计情况

第一节 2006-2009年中国未加糖及未加味的矿泉水出口统计

- 一、2006-2009年中国未加糖及未加味的矿泉水出口量统计
- 二、2006-2009年中国未加糖及未加味的矿泉水出口金额统计

第二节 2006-2009年中国未加糖及未加味的矿泉水进口统计

- 一、2006-2009年中国未加糖及未加味的矿泉水出口量统计
- 二、2006-2009年中国未加糖及未加味的矿泉水出口金额统计

第三节 2006-2009年中国未加糖及未加味的矿泉水进出口价格分析

第七章 2009-2010年中国矿泉水同行业主要细分市场分析

第一节 2009-2010年中国瓶装饮用水市场概述

- 一、我国瓶装水的发展历程
- 二、中国瓶装水现状分析
- 三、中国瓶装水市场发展趋势分析

第二节 2009-2010年中国桶装饮用水市场概述

- 一、桶装水发展现状
- 二、桶装水存在的问题
- 三、管网供水对桶装水替代性分析
- 四、高端纯水机对桶装水替代性分析
- 五、桶装水市场未来的发展趋势

第三节 2009-2010年中国纯净水市场概述

- 一、纯净水市场品牌与杂牌之战
- 二、纯净水行业发展分析

第八章 2009-2010年中国矿泉水产业市场营销及销售分析

第一节 2009-2010年中国瓶装水的营销策略分析

- 一、瓶装水的市场营销特性
- 二、瓶装水销售策略之娃哈哈VS农夫山泉
- 三、瓶装饮用水的"五条线路"

第二节 2009-2010年中国桶装水市场营销策略

- 一、桶装水企业存在的问题
 - 二、桶装水营销成功案例
 - 三、后桶装水时代在"细分"上重新起跑
- 第三节 中国矿泉水行业消费及销售分析
- 一、城市矿泉水消费分析
 - 二、矿泉水市场销售价格趋势分析
 - 三、矿泉水市场销售百家争鸣

第九章 2009-2010年中国矿泉水产业消费者特征及需求调查分析

第一节 2009-2010年中国矿泉水消费者购买特征分析

- 一、瓶装水正受冷落
- 二、功能水：瓶装水市场的新希望
- 三、广告：瓶装水消费的最佳"导购"
- 四、渠道：最爱喝超市的水

第二节 2009-2010年中国矿泉水产业消费者调查分析

- 一、消费者饮用频率调查
- 二、消费者购买频率调查
- 三、消费者最常饮用品牌分析
- 四、消费者理想品牌排名
- 五、消费者购买商品的考虑因素

第十章 2009-2010年中国矿泉水产业市场竞争格局分析

第一节 2009-2010年中国矿泉水产业竞争现状分析

- 一、低端市场终端价格竞争白热
- 二、中国矿泉水市场酝酿高端竞争
- 三、"水源门"挑起矿泉水竞争

第二节 2009-2010年中国矿泉水产业集中度分析

- 一、矿泉水产量集中度分析
- 二、矿泉水市场集中度分析
- 三、矿泉水生产企业集中度分析

第三节 2009-2010年中国矿泉水企业提升竞争力策略分析

第十一章 2009-2010年中国矿泉水产业优势企业竞争力与关键性数据分析

第一节 农夫山泉吉林长白山有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第二节 白山娃哈哈饮料有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第三节 吉林省林海雪源饮品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第四节 天津雀巢天然矿泉水有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第五节 山东文登黑豹矿泉水有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第六节 莱阳金岗口矿泉水有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第七节 深圳达能益力饮品有限公司

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第八节 华润食品饮料(成都)有限公司

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第九节 蒙阴蒙山麦饭石矿泉水有限公司

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第十节 乐百氏(广东)饮用水有限公司北京分公司

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第十二章 2010-2013年中国矿泉水产业发展趋势预测分析

第一节 2010-2013年中国矿泉水产业发展前景分析

一、产品开发方向

二、矿泉水竞争格局预测分析

三、瓶(罐)装饮用水制造业预测分析

第二节 2010-2013年中国矿泉水产业市场预测分析

一、矿泉水供给预测分析

二、矿泉水产品需求预测分析

三、矿泉水进出口预测分析

第三节 2010-2013年中国矿泉水产业市场盈利预测分析

第十三章 2009-2010年中国矿泉水产业投资环境分析

第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入分析

三、全社会固定资产投资分析

四、进出口总额及增长率分析

五、社会消费品零售总额

第二节 2009-2010年中国矿泉水产业发展政策环境分析

一、国外饮用水水质标准状况分析

二、饮用水行业催生新标准出台

三、新标准出台对饮用水市场的影响

第三节 2009-2010年中国矿泉水产业发展社会环境分析

第十四章 2010-2013年中国矿泉水产业投资机会与风险分析

第一节 2010-2013年中国矿泉水产业投资环境分析

第二节 2010-2013年中国矿泉水产业投资机会分析

一、区域投资机会分析

二、投资热点分析

第三节 2010-2013年中国矿泉水产业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、政策风险

三、进入退出风险

四、其他风险

第四节 专家建议

图表目录：

图表：2009-2010年中国GDP分析

图表：2009-2010年中国城乡居民家庭人均可支配收入

图表：2007-2008年全国瓶(罐)装饮用水产量数据分析

图表：2007-2008年瓶(罐)装饮用水重点省市数据分析

图表：2009年全国瓶(罐)装饮用水产量数据分析

图表：2009年瓶(罐)装饮用水重点省市数据分析

图表：中国瓶(罐)装饮用水产量增长性分析

图表：2006-2009年瓶（罐）装饮用水制造业企业数量增长趋势图

图表：2006-2009年中国瓶（罐）装饮用水制造业亏损企业数量及亏损面情况变化图

图表：2006-2009年瓶（罐）装饮用水制造业累计从业人数及增长情况对比图

图表：2005-2009年中国瓶（罐）装饮用水制造业销售收入及增长趋势图

图表：2005-2009年中国瓶（罐）装饮用水制造业毛利率变化趋势图

图表：2005-2009年中国瓶（罐）装饮用水制造业利润总额及增长趋势图

图表：2006-2009年中国瓶（罐）装饮用水制造业总资产利润率变化图

图表：2005-2009年中国瓶（罐）装饮用水制造业总资产及增长趋势图

图表：2009-2010年中国瓶（罐）装饮用水制造业亏损企业对比图

图表：2010年1-2月中国瓶（罐）装饮用水制造业不同规模企业分布结构图

图表：2010年1-2月中国瓶（罐）装饮用水制造业不同所有制企业比例分布图

图表：2010年1-2月中国瓶（罐）装饮用水制造业主营业务收入与上年同期对比表

图表：2010年1-2月中国瓶（罐）装饮用水制造业收入前五位省市比例对比表

图表：2010年1-2月中国瓶（罐）装饮用水制造业销售收入排名前五位省市对比图

图表：2010年1-2月中国瓶（罐）装饮用水制造业收入前五位省区占全国比例结构图

图表：2010年1-2月中国瓶（罐）装饮用水制造业主营入同比增速前五省市对比 单位：千元

图表：2010年1-2月中国瓶（罐）装饮用水制造业主营业务收入增长速度前五省市增长趋势图

图表：2010年1-2月中国瓶（罐）装饮用水制造业利润总额及与上年同期对比图

图表：2010年1-2月中国瓶（罐）装饮用水制造业利润总额前五位省市统计表 单位：千元

图表：2010年1-2月中国瓶（罐）装饮用水制造业利润总额前五位省市对比图

图表：2010年中国瓶（罐）装饮用水制造业利润总额增长幅度最快的省市统计表 单位：千元

图表：2010年中国瓶（罐）装饮用水制造业利润总额增长最快省市变化趋势图

图表：2010年1-2月中国瓶（罐）装饮用水制造业从业人数与上年同期对比图

图表：2010年1-2月中国瓶（罐）装饮用水制造业资产总计及与上年同期对比图

图表：2010年1-2月中国瓶（罐）装饮用水制造业资产总计前五位省市统计表

图表：2010年1-2月中国瓶（罐）装饮用水制造业资产总计前五省市资产情况对比图

图表：2010年1-2月中国瓶（罐）装饮用水制造业资产总计前五位省市分布结构图

图表：2010年1-2月中国瓶（罐）装饮用水制造业资产增长幅度最快的省市统计表 单位：千元

图表：2010年1-2月中国瓶（罐）装饮用水制造业资产增速前五省市资产总计及增长趋势图

图表：2006-2009年中国未加糖及未加味的矿泉水出口量统计

图表：2006-2009年中国未加糖及未加味的矿泉水出口金额统计

图表：2006-2009年中国未加糖及未加味的矿泉水出口量统计

图表：2006-2009年中国未加糖及未加味的矿泉水出口金额统计

图表：2006-2009年中国未加糖及未加味的矿泉水进出口价格分析

图表：农夫山泉吉林长白山有限公司销售收入情况

图表：农夫山泉吉林长白山有限公司盈利指标情况

图表：农夫山泉吉林长白山有限公司盈利能力情况

图表：农夫山泉吉林长白山有限公司资产运行指标状况

图表：农夫山泉吉林长白山有限公司资产负债能力指标分析

图表：农夫山泉吉林长白山有限公司成本费用构成情况

图表：白山娃哈哈饮料有限公司销售收入情况

图表：白山娃哈哈饮料有限公司盈利指标情况

图表：白山娃哈哈饮料有限公司盈利能力情况

图表：白山娃哈哈饮料有限公司资产运行指标状况

图表：白山娃哈哈饮料有限公司资产负债能力指标分析

图表：白山娃哈哈饮料有限公司成本费用构成情况

图表：吉林省林海雪源饮品有限公司销售收入情况

图表：吉林省林海雪源饮品有限公司盈利指标情况

图表：吉林省林海雪源饮品有限公司盈利能力情况

图表：吉林省林海雪源饮品有限公司资产运行指标状况

图表：吉林省林海雪源饮品有限公司资产负债能力指标分析

图表：吉林省林海雪源饮品有限公司成本费用构成情况

图表：天津雀巢天然矿泉水有限公司销售收入情况

图表：天津雀巢天然矿泉水有限公司盈利指标情况

图表：天津雀巢天然矿泉水有限公司盈利能力情况

图表：天津雀巢天然矿泉水有限公司资产运行指标状况

图表：天津雀巢天然矿泉水有限公司资产负债能力指标分析

图表：天津雀巢天然矿泉水有限公司成本费用构成情况

图表：山东文登黑豹矿泉水有限公司销售收入情况

图表：山东文登黑豹矿泉水有限公司盈利指标情况

图表：山东文登黑豹矿泉水有限公司盈利能力情况

图表：山东文登黑豹矿泉水有限公司资产运行指标状况

图表：山东文登黑豹矿泉水有限公司资产负债能力指标分析

图表：山东文登黑豹矿泉水有限公司成本费用构成情况

图表：莱阳金岗口矿泉水有限公司销售收入情况

图表：莱阳金岗口矿泉水有限公司盈利指标情况

图表：莱阳金岗口矿泉水有限公司盈利能力情况

图表：莱阳金岗口矿泉水有限公司资产运行指标状况

图表：莱阳金岗口矿泉水有限公司资产负债能力指标分析

图表：莱阳金岗口矿泉水有限公司成本费用构成情况

图表：深圳达能益力饮品有限公司销售收入情况

图表：深圳达能益力饮品有限公司盈利指标情况

图表：深圳达能益力饮品有限公司盈利能力情况

图表：深圳达能益力饮品有限公司资产运行指标状况

图表：深圳达能益力饮品有限公司资产负债能力指标分析

图表：深圳达能益力饮品有限公司成本费用构成情况

图表：华润食品饮料(成都)有限公司销售收入情况

图表：华润食品饮料(成都)有限公司盈利指标情况

图表：华润食品饮料(成都)有限公司盈利能力情况

图表：华润食品饮料(成都)有限公司资产运行指标状况

图表：华润食品饮料(成都)有限公司资产负债能力指标分析

图表：华润食品饮料(成都)有限公司成本费用构成情况

图表：蒙阴蒙山麦饭石矿泉水有限公司销售收入情况

图表：蒙阴蒙山麦饭石矿泉水有限公司盈利指标情况

图表：蒙阴蒙山麦饭石矿泉水有限公司盈利能力情况

图表：蒙阴蒙山麦饭石矿泉水有限公司资产运行指标状况

图表：蒙阴蒙山麦饭石矿泉水有限公司资产负债能力指标分析

图表：蒙阴蒙山麦饭石矿泉水有限公司成本费用构成情况

图表：乐百氏（广东）饮用水有限公司北京分公司销售收入情况

图表：乐百氏（广东）饮用水有限公司北京分公司盈利指标情况

图表：乐百氏（广东）饮用水有限公司北京分公司盈利能力情况

图表：乐百氏（广东）饮用水有限公司北京分公司资产运行指标状况

图表：乐百氏（广东）饮用水有限公司北京分公司资产负债能力指标分析

图表：乐百氏（广东）饮用水有限公司北京分公司成本费用构成情况

图表：2010-2013年中国瓶（罐）装饮用水制造业预测分析

图表：2010-2013年中国矿泉水供给预测分析

图表：2010-2013年中国矿泉水产品需求预测分析

图表：2010-2013年中国矿泉水进出口预测分析

图表：2010-2013年中国矿泉水产业市场盈利预测分析

图表：略………………

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/144944.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提供专业投资咨询报告、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。