



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008-2009年中国饮用水市场调查与投资咨询市场分析及发展趋势研究报告

# 一、调研说明

《2008-2009年中国饮用水市场调查与投资咨询市场分析及发展趋势研究报告》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/40589.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 中国饮用水行业概述

#### 第一节 饮用水行业研究的范畴 1

#### 第二节 中国饮用水行业发展回顾 2

##### 一、自来水作为饮用水的衰落 2

##### 二、健康饮水催生瓶装水 2

##### 三、桶装水和饮水机的盛行 3

##### 四、净水器与桶装水的竞争 3

#### 第三节 饮用水与软饮料行业比较研究 3

##### 一、2002-2007产量比较 3

##### 二、规模比较 4

##### 三、产值、收入比较 5

##### 四、行业利润比较 6

##### 五、行业效率比较 6

### 第二章 世界饮用水行业发展状况分析

#### 第一节 美国瓶装水市场分析 8

#### 第二节 意大利矿泉水市场分析 9

#### 第三节 欧洲矿泉水产业分析 10

#### 第四节 其他国家饮用水市场分析 15

### 第三章 中国饮用水行业发展现状分析

#### 第一节 2002-2007年中国饮用水规模变化分析 17

##### 一、2002-2007年饮用水产量分析 17

##### 二、2003-2007年饮用水月度产量分析 17

#### 第二节 2003-2006年规模以上企业总体分析 20

##### 一、2003-2006规模以上企业资产规模分析 21

##### 二、2003-2006规模以上企业销售收入分析 21

##### 三、2003-2006规模以上企业利润分析 23

##### 四、2003-2006规模以上企业利润率分析 23

### 第三节 2002-2007年饮用水生产的地区结构 24

#### 一、各地区产量对比分析 24

#### 二、各地区增长速度对比分析 27

#### 三、产量与增速交叉分析 30

## 第四章 中国饮用水关联行业发展分析

### 第一节 中国饮水机市场分析 33

#### 一、国内饮水机市场发展空间依然很大 33

#### 二、2005年饮水机品牌市场占有率分析 35

#### 三、饮水机市场前景和存在的问题 49

### 第二节 中国碳酸饮料市场分析 50

#### 一、中国碳酸饮料行业概况 50

#### 二、2005-2007（1-10）年各月份碳酸饮料产量变化与分析 51

#### 三、2003-2006年碳酸饮料制造业规模分析 54

#### 四、2003-2006年碳酸饮料行业利润分析 54

### 第三节 中国果汁饮料市场分析 54

#### 一、中国果汁饮料市场现状 54

#### 二、1999-2007（1-10）年中国果汁饮料行业生产情况 55

#### 三、2003-2006年中国果汁饮料行业规模分析 57

#### 四、2003-2006年果汁饮料行业利润分析 58

### 第四节 中国茶饮料市场分析 58

#### 一、中国茶饮料概述 58

#### 二、中国茶饮料市场现状 58

#### 三、中国茶饮料生产企业现状 60

#### 四、2003-2006年茶饮料行业规模分析 60

#### 五、2003-2006年茶饮料行业利润分析 61

## 第五章 中国饮用水细分市场分析

### 第一节 中国瓶装饮用水市场分析 62

#### 一、中国瓶装水发展历程 62

#### 二、中国瓶装水现状分析 63

#### 三、中国瓶装水市场竞争格局分析 64

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| 四、中国瓶装水市场发展趋势分析              | 65  |
| 第二节 中国桶装水市场分析                | 66  |
| 一、桶装水发展现状                    | 66  |
| 二、桶装水存在的问题                   | 68  |
| 三、管网供水水对桶装水替代性分析             | 71  |
| 四、高端饮水机对桶装水替代性分析             | 72  |
| 五、桶装水市场未来的发展趋势               | 73  |
| 第三节 中国矿泉水市场分析                | 74  |
| 一、矿泉水的特点                     | 74  |
| 二、矿泉水市场发展状况                  | 75  |
| 三、矿泉水规模和产量                   | 78  |
| 四、矿泉水品牌                      | 79  |
| 五、影响矿泉水生产企业发展的主要因素分析         | 80  |
| 六、矿泉水资源状况                    | 81  |
| 七、矿泉水的发展潜力分析                 | 82  |
| 第四节 中国纯净水市场分析                | 85  |
| 一、国内纯净水市场逐渐壮大                | 85  |
| 二、纯净水行业发展分析                  | 88  |
| 第五节 中国蒸馏水市场分析                | 90  |
| 一、蒸馏水的特点                     | 90  |
| 二、中国蒸馏水市场现状                  | 90  |
| 三、蒸馏水的市场前景                   | 91  |
| <br>第六章 中国饮用水区域市场分析          |     |
| 第一节 广东饮用水市场分析                | 92  |
| 一、广东饮用水市场动态                  | 92  |
| 二、品牌竞争分析                     | 93  |
| 三、2002-2007年1-10月广东省饮用水生产情况  | 99  |
| 四、2003 - 2006年广东省饮用水企业生产格局   | 101 |
| 五、2004-2006年1-6月广东省饮用水企业竞争格局 | 104 |
| 六、2005-2006年广东省饮用水企业竞争格局     | 109 |
| 第二节 浙江饮用水市场分析                | 110 |

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| 一、市场现状分析                       | 110 |
| 二、浙江饮用水产业高速发展因素分析              | 111 |
| 三、2002-2007年1-10月浙江省饮用水生产情况分析  | 112 |
| 第三节 北京饮用水市场分析                  | 118 |
| 一、北京市饮用水市场现状                   | 118 |
| 二、北京市饮用水市场消费者分析                | 118 |
| 三、2002-2007年1-10月北京市饮用水生产情况与分析 | 120 |
| 四、2004年北京市饮用水生产企业格局            | 122 |
| 五、2005年北京市主要饮用水企业经营状况          | 123 |
| 六、2006年1-6月北京市主要饮用水企业经营状况      | 124 |
| 第四节 上海饮用水市场分析                  | 124 |
| 一、上海市饮用水市场概述                   | 124 |
| 二、2002-2007年1-10月上海市饮用水生产情况分析  | 125 |
| 三、2004 - 2006年上海市饮用水生产企业格局     | 126 |
| 四、上海饮用水市场对浙江的依赖性               | 129 |
| 第五节 山东饮用水市场分析                  | 131 |
| 一、山东饮用水市场概况                    | 131 |
| 二、2002-2007年1-10月山东省饮用水生产情况与分析 | 132 |
| 三、2004 - 2006年山东省饮用水生产企业格局     | 134 |
| 第六节 四川省饮用水市场分析                 | 138 |
| 一、四川省饮用水市场概况                   | 138 |
| 二、2002-2007年1-10月四川省饮用水生产情况与分析 | 140 |
| 三、2004 - 2006年四川省饮用水生产企业格局     | 141 |
| 第七节 湖北饮用水市场分析                  | 144 |
| 一、湖北饮用水市场概况                    | 144 |
| 二、2002-2007年1-10月湖北饮用水生产情况分析   | 144 |
| 三、2004-2006年湖北省饮用水生产企业格局       | 146 |
| 第八节 吉林饮用水市场分析                  | 150 |
| 一、吉林饮用水市场现状                    | 150 |
| 二、2002-2007年1-10月吉林饮用水生产情况分析   | 151 |
| 三、2004-2006年吉林饮用水生产企业格局        | 152 |
| 第九节 天津饮用水市场分析                  | 156 |

- 一、天津市饮用水市场概况 156
- 二、2002-2007年1-10月天津饮用水生产情况分析 156
- 三、2004 - 2006年天津市饮用水生产企业格局 157

## 第七章 中国饮用水竞争分析

### 第一节 纯净水与矿泉水的竞争 160

- 一、纯净水与矿泉水的市场份额之变 160
- 二、大企业的竞争改变水种格局 160
- 三、舆论对水种格局的影响 163

### 第二节 饮用水品牌竞争分析 164

- 一、九大城市消费者最常用饮用水品牌分析 164
- 二、九大城市消费者最理想饮用水品牌分析 165

### 第三节 饮用水市场竞争状况 166

- 一、饮用水竞争状况分析 166
- 二、饮用水竞争方向 167

### 第四节 饮用水市场竞争策略分析 168

### 第五节 饮用水市场竞争趋势分析 169

## 第八章 中国饮用水消费者分析

### 第一节 消费者基本特征分析 173

- 一、各城市饮用水消费频率比较 173
- 二、各城市不同年龄层消费者消费频率分析 174
- 三、各城市不同收入层消费者消费频率分析 188

### 第二节 饮水消费习惯分析 199

- 一、主要城市消费者不同场合的消费习惯分析 199
- 二、主要城市消费者品牌习惯研究 204

### 第三节 饮用水包装形式偏好分析 205

- 一、各城市不同年龄层消费者包装形式喜好研究 205
- 二、各城市不同收入层消费者包装形式喜好研究 210

### 第四节 饮用水重度消费者研究 216

- 一、重度消费者年龄分布 216
- 二、影响重度消费者的购买因素分析 217

|                   |         |
|-------------------|---------|
| 三、重度消费者包装偏好       | 218     |
| 第五节 瓶装饮用水消费趋势分析   | 164 219 |
| 一、瓶装水正受冷落         | 219     |
| 二、功能水：瓶装水市场的新希望   | 220     |
| 三、广告：瓶装水消费的最佳“导购” | 220     |
| 四、渠道：最爱喝超市的水      | 221     |

## 第九章 中国饮用水部分重点企业分析

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 第一节 农夫山泉股份有限公司           | 222 |
| 一、公司介绍及其发展历程             | 222 |
| 二、农夫山泉水源介绍               | 224 |
| 三、2003 - 2006年主要生产企业经营情况 | 225 |
| 四、农夫山泉优势                 | 227 |
| 五、农夫山泉营销策略分析             | 229 |
| 六、农夫山泉操作策略解析             | 232 |
| 第二节 娃哈哈集团                | 233 |
| 一、娃哈哈的发展历程               | 233 |
| 二、主要经营产品分析               | 235 |
| 三、2003 - 2006年主要生产企业经营情况 | 237 |
| 四、娃哈哈营销策略分析              | 244 |
| 第三节 广东乐百氏集团有限公司          | 248 |
| 一、乐百氏集团发展历程              | 248 |
| 二、乐百氏集团投资状况分析            | 249 |
| 三、2003 - 2006年主要生产企业经营情况 | 250 |
| 四、综合竞争力分析                | 253 |
| 五、事件营销成就乐百氏桶装水           | 255 |
| 第四节 深圳达能益力泉饮品有限公司        | 261 |
| 一、公司简介                   | 261 |
| 二、公司的主要矿泉水生产基地           | 262 |
| 三、2003 - 2006年主要生产企业经营情况 | 262 |
| 四、达能益力市场策略分析             | 263 |
| 五、益力与乐百氏的重组              | 264 |



|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 第五节 怡宝食品饮料（深圳）有限公司    | 267 |
| 一、公司简介                | 267 |
| 二、怡宝主要市场和产品分析         | 270 |
| 三、2003-2006年公司经营情况分析  | 271 |
| 第六节 广州屈臣氏/北京屈臣氏       | 271 |
| 一、屈臣氏集团概况             | 271 |
| 二、广州屈臣氏               | 272 |
| 三、北京屈臣氏               | 273 |
| 四、2003 - 2006年屈臣氏运行情况 | 273 |
| 第七节 青岛崂山矿泉水有限公司       | 275 |
| 一、公司简介                | 275 |
| 二、公司的主要饮用水产品          | 277 |
| 三、2003-2006年公司运营情况分析  | 277 |
| 第八节 上海正广和饮用水有限公司      | 279 |
| 一、公司简介                | 279 |
| 二、公司产品介绍              | 279 |
| 三、2003-2006年公司运营情况分析  | 279 |
| <br>                  |     |
| 第十章 中国饮用水市场营销策略分析     |     |
| 第一节 饮用水营销特性分析         | 282 |
| 一、市场状态分析              | 282 |
| 二、市场营销特性              | 282 |
| 第二节 饮用水一般销售模式分析       | 284 |
| 一、厂家直销                | 284 |
| 二、销售网络                | 285 |
| 三、平台式销售               | 286 |
| 四、农贸批发市场向周边自然辐射的模式    | 286 |
| 第三节 饮用水销售模式的优化        | 287 |
| 一、网络平台                | 287 |
| 二、直销网络                | 287 |
| 三、农贸批发市场 平台式          | 287 |
| 四、网络销售 直销             | 288 |

|                  |     |
|------------------|-----|
| 五、销售终端领先策略       | 288 |
| 六、饮用水的“五条终端线路”   | 290 |
| 七、饮用水的广告创新策略     | 291 |
| 第四节 桶装水营销的关键因素分析 | 293 |
| 一、营销人员的培训。       | 293 |
| 二、加强成本和费用控制      | 293 |
| 三、调整市场开发作业模式     | 293 |
| 四、改变送水作业模式       | 294 |
| 五、慎重对待销售价格       | 294 |
| 六、关注细分市场和新市场     | 294 |
| 七、关注竞争对手营销新举措    | 294 |

## 第十一章 中国饮用水的危机与商机分析

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 第一节 中国饮用水目前存在的主要问题分析 | 295 |
| 一、水体污染今非昔比           | 295 |
| 二、水质性缺水问题日益突出        | 295 |
| 三、农村水污染和水设施落后的问题     | 296 |
| 四、自然水资源存在的问题         | 296 |
| 五、中国人民饮用水现状          | 297 |
| 第二节 中国分质供水存在问题分析     | 300 |
| 一、瓶(桶)装水行业整体质量水平不高   | 300 |
| 二、家用净水器(机)存在的问题      | 301 |
| 三、管道直饮水市场混乱          | 303 |
| 四、售后服务问题             | 303 |
| 第三节 水危机必然发生          | 304 |
| 第四节 水市场未来商机          | 306 |
| 一、中国饮用净水产量及普及率       | 306 |
| 二、目前水市场情况及发展前景分析     | 306 |
| 三、未来水市场发展趋势预测        | 308 |

## 第十二章 饮用水行业发展趋势及投资分析

|                |     |
|----------------|-----|
| 第一节 饮用水行业的发展趋势 | 309 |
|----------------|-----|

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 一、饮用水产业将与生命科学、营养学紧密结合  | 309 |
| 二、含有高新技术的新兴“水家电”产业开始显现 | 311 |
| 三、瓶装饮用水产业孕育着第三方物流平台    | 312 |
| 第二节 饮用水投资特性分析          | 313 |
| 一、行业壁垒低                | 313 |
| 二、风险小，建设周期短            | 314 |
| 三、区域性明显                | 314 |
| 四、单位产品成本低、价值低，利润率高     | 314 |
| 五、投资空间巨大               | 314 |
| 第三节 饮用水投资建议            | 315 |
| 一、产品细分市场投资机会分析         | 315 |
| 二、区域细分市场投资机会分析         | 317 |
| 三、饮用水投资环境分析            | 319 |

## 图表目录

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| 图表 1 2002-2007年饮用水与软饮料产量比较表       | 4  |
| 图表 2 2002-2005年饮用水与软饮料资产规模比较表     | 4  |
| 图表 3 2002-2005年饮用水与软饮料产值比较表       | 5  |
| 图表 4 2002-2005年饮用水与软饮料销售收入比较表     | 5  |
| 图表 5 2002-2005年饮用水与软饮料利润总额比较表     | 6  |
| 图表 6 2002-2005年饮用水与软饮料成本费用利润率比较表  | 6  |
| 图表 7 2002-2005年饮用水与软饮料人均销售额比较表    | 7  |
| 图表 8 2002-2005年饮用水与软饮料人均利润比较表     | 7  |
| 图表 9 意大利矿泉水产销量                    | 9  |
| 图表 10 意大利矿泉水市场份额                  | 10 |
| 图表 11 2002-2007年中国瓶（桶）装水产量及增长趋势图  | 17 |
| 图表 12 2003年中国瓶（桶）装水月度产量统计表        | 18 |
| 图表 13 2004年中国瓶（桶）装水月度产量统计表        | 18 |
| 图表 14 2005年中国瓶（桶）装水月度产量统计表        | 19 |
| 图表 15 2006年中国瓶（桶）装水月度产量统计表        | 19 |
| 图表 16 2007年中国瓶（桶）装水月度产量统计表        | 20 |
| 图表 17 2003-2007年中国瓶（桶）装水月度产量变化趋势图 | 20 |

|       |                                     |    |
|-------|-------------------------------------|----|
| 图表 18 | 2003-2006年规模以上饮用水生产企业资产变化图          | 21 |
| 图表 19 | 2003-2006年规模以上饮用水生产企业销售收入变化图        | 22 |
| 图表 20 | 2002-2004年不同销售收入规模的饮用水企业数量比例图       | 22 |
| 图表 21 | 2002-2004年不同规模的饮用水企业销售收入比例图         | 23 |
| 图表 22 | 2003-2006年规模以上饮用水生产企业利润总额变化图        | 23 |
| 图表 23 | 2003-2006年规模以上饮用水生产企业利润率及销售利润率水平变化图 | 24 |
| 图表 24 | 2003-2005年中国各省（市）饮用水产量表             | 24 |
| 图表 25 | 2005年饮用水产量主要地区比例图                   | 26 |
| 图表 26 | 2006年饮用水产量主要地区比例图                   | 26 |
| 图表 27 | 2007年1-10月主要省份饮用水产量比例图              | 27 |
| 图表 28 | 2002-2005年饮用水产量高速增长地区               | 28 |
| 图表 29 | 2006年中国饮用水产量高速增长地区（前10名）            | 28 |
| 图表 30 | 2007年中国饮用水产量高速增长地区（前10名）            | 28 |
| 图表 31 | 2002-2005年饮用水产量平稳低速增长地区             | 29 |
| 图表 32 | 2006-2007年中国饮用水产量低速增长地区             | 29 |
| 图表 33 | 2002-2005年饮用水产量波动增长地区               | 30 |
| 图表 34 | 2005年广东等成熟市场饮用水产量及增长率比较图            | 31 |
| 图表 35 | 2005年成长型市场饮用水产量及增长比较图               | 32 |
| 图表 36 | 2005年华中地区饮水机品牌市场占有率调查表              | 36 |
| 图表 37 | 2005年华中地区饮水机前10名市场占有率调查图            | 36 |
| 图表 38 | 2005年9月华中地区饮水机前10名零售额市场占有率          | 37 |
| 图表 39 | 2005年9月全国饮水机品牌市场占有率                 | 37 |
| 图表 40 | 2005年9月全国饮水机前10名市场占有率               | 38 |
| 图表 41 | 2005年9月全国饮水机前10名零售额市场占有率            | 38 |
| 图表 42 | 2005年9月华东地区饮水机品牌市场占有率               | 39 |
| 图表 43 | 2005年9月华东地区饮水机前10名市场占有率             | 39 |
| 图表 44 | 2005年9月华东地区饮水机前10名零售额市场占有率          | 40 |
| 图表 45 | 2005年9月华中地区饮水机品牌市场占有率               | 40 |
| 图表 46 | 2005年9月华中地区饮水机前10名市场占有率             | 41 |
| 图表 47 | 2005年9月华中地区饮水机前10名市场占有率             | 41 |
| 图表 48 | 2005年9月华南地区饮水机品牌市场占有率               | 42 |
| 图表 49 | 2005年9月华南地区饮水机前10名市场占有率             | 42 |

|       |                              |    |
|-------|------------------------------|----|
| 图表 50 | 2005年9月华南地区饮水机前10名市场占有率      | 43 |
| 图表 51 | 2005年9月华北地区饮水机品牌市场占有率        | 43 |
| 图表 52 | 2005年9月华北地区饮水机前10名市场占有率      | 44 |
| 图表 53 | 2005年9月华北地区饮水机前10名零售额市场占有率   | 44 |
| 图表 54 | 2005年9月东北地区饮水机品牌市场占有率        | 45 |
| 图表 55 | 2005年9月东北地区饮水机前10名市场占有率      | 45 |
| 图表 56 | 2005年9月东北地区饮水机前10名零售额市场占有率   | 46 |
| 图表 57 | 2005年9月西南地区饮水机品牌市场占有率        | 46 |
| 图表 58 | 2005年9月西南地区饮水机前10名市场占有率      | 47 |
| 图表 59 | 2005年9月西南地区饮水机前10名零售额市场占有率   | 47 |
| 图表 60 | 2005年9月西北地区饮水机品牌市场占有率        | 48 |
| 图表 61 | 2005年9月西北地区饮水机前10名市场占有率      | 48 |
| 图表 62 | 2005年9月西北地区饮水机前10名市场占有率      | 49 |
| 图表 63 | 2005年各月中国碳酸饮料产量变化图           | 51 |
| 图表 64 | 2006年各月中国碳酸饮料产量变化图           | 51 |
| 图表 65 | 2007（1-10）年各月中国碳酸饮料产量变化图     | 52 |
| 图表 66 | 2005年各月中国碳酸饮料产量同比增长量对比图      | 52 |
| 图表 67 | 2006年各月中国碳酸饮料产量同比增长对比图       | 53 |
| 图表 68 | 2007（1-10）年各月中国碳酸饮料产量同比增长对比图 | 53 |
| 图表 69 | 2003-2006年碳酸饮料行业规模指标一览表      | 54 |
| 图表 70 | 2003-2006年碳酸饮料行业利润指标表        | 54 |
| 图表 71 | 1999-2006年果汁饮料产量变化图          | 55 |
| 图表 72 | 2005年各月份果汁饮料产量变化图            | 56 |
| 图表 73 | 2006年各月份果汁饮料产量变化图            | 56 |
| 图表 74 | 2007（1-10）年各月份果汁饮料产量变化图      | 57 |
| 图表 75 | 2003-2006年果汁饮料行业规模指标一览表      | 57 |
| 图表 76 | 2003-2006年果汁饮料行业利润指标表        | 58 |
| 图表 77 | 2003-2006年茶饮料行业规模指标一览表       | 60 |
| 图表 78 | 2003-2006年茶饮料行业利润指标表         | 61 |
| 图表 79 | 天然矿泉水的国家标准                   | 75 |
| 图表 80 | 广东饮用水品牌在不同居民户中的市场渗透率         | 94 |
| 图表 81 | 广东饮用水品牌在不同人口群体中的市场渗透率        | 95 |

|  |     |
|--|-----|
| 图表 82 广东饮用水品牌在不同类型居民户中的市场占有率（按数量）        | 96  |
| 图表 83 广东饮用水品牌在不同类型居民户中的市场占有率（按金额）        | 96  |
| 图表 84 广东饮用水品牌在不同人口群体中的市场占有率（按数量计算）       | 97  |
| 图表 85 广东饮用水品牌在不同人口群体中的市场占有率（按金额计算）       | 97  |
| 图表 86 广东饮用水品牌在不同购买地点的市场占有率（按数量计算）        | 98  |
| 图表 87 广东饮用水品牌在不同购买地点的市场占有率（按金额计算）        | 98  |
| 图表 88 2002-2007年1-10月广东省饮用水产量及增长率图       | 99  |
| 图表 89 2004-2007年广东省饮用水产量月度变化折线图          | 100 |
| 图表 90 2007年1-10月广东省饮用水产量月度变化折线图          | 100 |
| 图表 91 2003 - 2005年广东主要饮用水企业产量一览表         | 101 |
| 图表 92 2006年1-6月广东主要饮用水企业产量一览表            | 101 |
| 图表 93 2004年广东省不同产量规模企业数量比较图              | 102 |
| 图表 94 2005年广东省不同产量规模企业数量比较图              | 102 |
| 图表 95 2006年（1-6月）年广东省不同产量规模企业数量比较图       | 103 |
| 图表 96 2004年广东省不同产量规模企业产量比较图              | 103 |
| 图表 97 2005年广东省不同产量规模企业产量比较图              | 104 |
| 图表 98 2006年（1-6月）广东省不同产量规模企业产量比较图        | 104 |
| 图表 99 2004年广东省主要饮用水生产企业资产、销售收入一览表        | 105 |
| 图表 100 2004年广东省不同饮用水企业销售收入规模结构图          | 106 |
| 图表 101 2005广东省主要饮用水生产企业资产、销售收入一览表        | 106 |
| 图表 102 2005年广东省不同饮用水企业销售收入规模结构图          | 107 |
| 图表 103 2006年（1-6月）广东省主要饮用水生产企业资产、销售收入一览表 | 107 |
| 图表 104 2006年（1-6月）广东省不同饮用水企业销售收入规模结构图    | 108 |
| 图表 105 2004年广东饮用水企业利润结构比较表               | 109 |
| 图表 106 2005年广东省主要饮用水生产企业资产、销售收入一览表       | 109 |
| 图表 107 2006年1-6月广东省主要饮用水生产企业资产、销售收入一览表   | 110 |
| 图表 108 2002-2007年1-10月浙江省饮用水产量及增长率图      | 112 |
| 图表 109 2004年浙江省饮用水产量月度变化折线图              | 113 |
| 图表 110 2005年浙江省饮用水产量月度变化折线图              | 113 |
| 图表 111 2006年浙江省饮用水产量月度变化折线图              | 114 |
| 图表 112 2007年（1-10月）浙江省饮用水产量月度变化折线图       | 114 |
| 图表 113 2003-2005年浙江省主要饮用水生产企业产量          | 115 |

|        |                                  |     |
|--------|----------------------------------|-----|
| 图表 114 | 2006年1-6月浙江省主要饮用水生产企业产量          | 115 |
| 图表 115 | 2004年浙江大型饮用水生产企业产量比较图            | 116 |
| 图表 116 | 2004年浙江省部分饮用水生产企业经营情况比较表         | 116 |
| 图表 117 | 2005年浙江省主要饮用水生产企业经营情况比较表         | 117 |
| 图表 118 | 2006年1-6月浙江省主要饮用水生产企业经营情况比较表     | 117 |
| 图表 119 | 2002-2007年1-10月北京市饮用水产量及增长率图     | 121 |
| 图表 120 | 2004 - 2007年1-10月北京市饮用水产量月度变化折线图 | 122 |
| 图表 121 | 2004年北京市主要饮用水生产企业资产、销售收入、利润表     | 123 |
| 图表 122 | 2005年北京市主要饮用水生产企业资产、销售收入、利润表     | 123 |
| 图表 123 | 2006年1-6月北京市主要饮用水生产企业资产、销售收入、利润表 | 124 |
| 图表 124 | 2002-2007年1-10月上海市饮用水产量及增长率图     | 125 |
| 图表 125 | 2004 - 2007年1-10月上海市饮用水产量月度变化折线图 | 126 |
| 图表 126 | 2004年上海市主要饮用水生产企业基本情况一览表         | 127 |
| 图表 127 | 2004年上海市饮用水企业销售收入规模结构图           | 127 |
| 图表 128 | 2004年上海饮用水企业利润结构比较表              | 128 |
| 图表 129 | 2005年上海市主要饮用水生产企业基本情况表           | 128 |
| 图表 130 | 2006年1 - 6月上海市主要饮用水生产企业基本情况表     | 128 |
| 图表 131 | 2002-2007年1-10月山东省饮用水产量及增长率图     | 133 |
| 图表 132 | 2004 - 2007年1-10月山东省饮用水产量月度变化折线图 | 134 |
| 图表 133 | 2004年山东省主要饮用水生产企业基本情况一览表         | 135 |
| 图表 134 | 2005年山东省主要饮用水生产企业基本情况一览表         | 135 |
| 图表 135 | 2006年1 - 6月山东省主要饮用水生产企业基本情况一览表   | 136 |
| 图表 136 | 2004年山东省饮用水生产行业销售收入结构图           | 136 |
| 图表 137 | 2005年山东省饮用水生产行业销售收入结构图           | 137 |
| 图表 138 | 2004年山东省饮用水行业利润结构比较表             | 138 |
| 图表 139 | 2002-2007年1-10月四川省饮用水产量及增长率图     | 140 |
| 图表 140 | 2004 - 2007年1-10月四川省饮用水产量月度变化折线图 | 141 |
| 图表 141 | 2004年四川省主要饮用水生产企业基本情况一览表         | 142 |
| 图表 142 | 2005年四川省主要饮用水生产企业基本情况一览表         | 142 |
| 图表 143 | 2006年1-6月四川省主要饮用水生产企业基本情况一览表     | 143 |
| 图表 144 | 2004年四川省饮用水生产行业销售收入结构图           | 143 |
| 图表 145 | 2005年四川省饮用水生产行业销售收入结构图           | 144 |

|        |                                  |     |
|--------|----------------------------------|-----|
| 图表 146 | 2002-2007年1-10月湖北省饮用水产量及增长率图     | 145 |
| 图表 147 | 2004 - 2007年1-10月湖北省饮用水产量月度变化折线图 | 146 |
| 图表 148 | 2004年湖北省主要饮用水生产企业基本情况表           | 147 |
| 图表 149 | 2005年湖北省主要饮用水生产企业基本情况表           | 147 |
| 图表 150 | 2006年1-6月湖北省主要饮用水生产企业基本情况表       | 148 |
| 图表 151 | 2004年湖北省饮用水生产行业销售收入结构图           | 148 |
| 图表 152 | 2005年湖北省饮用水生产行业销售收入结构图           | 149 |
| 图表 153 | 2004年湖北省饮用水行业利润结构比较表             | 149 |
| 图表 154 | 2002-2007年1-10月吉林省饮用水产量及增长率图     | 151 |
| 图表 155 | 2004 - 2007年1-10月吉林省饮用水产量月度变化折线图 | 152 |
| 图表 156 | 2004年吉林省主要饮用水生产企业基本情况一览表         | 153 |
| 图表 157 | 2005年吉林省主要饮用水生产企业基本情况表           | 153 |
| 图表 158 | 2006年1 - 6月吉林省主要饮用水生产企业基本情况表     | 154 |
| 图表 159 | 2004年吉林省饮用水生产行业销售收入结构图           | 154 |
| 图表 160 | 2005年吉林省饮用水生产行业销售收入结构图           | 155 |
| 图表 161 | 2004年吉林省饮用水行业利润结构比较表             | 155 |
| 图表 162 | 2002-2007年1-10月天津市饮用水产量及增长率图     | 157 |
| 图表 163 | 2004 - 2007年1-10月天津市饮用水产量月度变化折线图 | 157 |
| 图表 164 | 2004年天津市主要饮用水生产企业基本情况一览表         | 158 |
| 图表 165 | 2005年天津市主要饮用水生产企业基本情况一览表         | 158 |
| 图表 166 | 2006年1-6月天津市主要饮用水生产企业基本情况一览表     | 159 |
| 图表 167 | 2004年天津市饮用水行业利润结构比较表             | 159 |
| 图表 168 | 1999 ~ 2003年矿泉水、纯净水的消费比例变化图      | 160 |
| 图表 169 | 主要城市消费者最常用品牌排名                   | 164 |
| 图表 170 | 主要城市消费者最理想饮用水品牌排名                | 165 |
| 图表 171 | 中国各主要城市包装水 / 矿泉水消费频率比较表          | 173 |
| 图表 172 | 中国各主要城市饮用水消费频率比较图                | 174 |
| 图表 173 | 北京市不同性别、年龄消费者包装水 / 矿泉水消费频率比较表    | 174 |
| 图表 174 | 北京市不同年龄的消费者饮用水消费频率比较图            | 175 |
| 图表 175 | 上海市不同性别、年龄消费者包装水 / 矿泉水消费频率比较表    | 176 |
| 图表 176 | 上海市不同年龄的消费者饮用水消费频率比较图            | 177 |
| 图表 177 | 广州市不同性别、年龄消费者包装水 / 矿泉水消费频率比较表    | 177 |



|        |                                |     |
|--------|--------------------------------|-----|
| 图表 178 | 广州市不同年龄的消费者饮用水消费频率比较图          | 178 |
| 图表 179 | 成都市不同性别、年龄消费者包装水 / 矿泉水消费频率比较表  | 179 |
| 图表 180 | 成都市不同年龄的消费者饮用水消费频率比较图          | 180 |
| 图表 181 | 成都市不同消费频率饮用水消费者人数比较图           | 180 |
| 图表 182 | 重庆市不同性别、年龄消费者包装水 / 矿泉水消费频率比较表  | 181 |
| 图表 183 | 重庆市不同消费频率饮用水消费者人数比较图           | 181 |
| 图表 184 | 重庆市不同年龄的消费者饮用水消费频率比较图          | 182 |
| 图表 185 | 武汉市不同性别、年龄消费者包装水 / 矿泉水消费频率比较表  | 182 |
| 图表 186 | 武汉市不同消费频率饮用水消费者人数比较图           | 183 |
| 图表 187 | 武汉市不同年龄的消费者饮用水消费频率比较图          | 184 |
| 图表 188 | 西安市不同性别、年龄消费者包装水 / 矿泉水消费频率比较表  | 184 |
| 图表 189 | 西安市不同消费频率饮用水消费者人数比较图           | 185 |
| 图表 190 | 西安市不同年龄的消费者饮用水消费频率比较图          | 185 |
| 图表 191 | 沈阳市不同性别、年龄消费者包装水 / 矿泉水消费频率比较表  | 186 |
| 图表 192 | 沈阳市不同年龄的消费者饮用水消费频率比较图          | 187 |
| 图表 193 | 南京市不同性别、年龄消费者包装水 / 矿泉水消费频率比较表  | 187 |
| 图表 194 | 南京市不同年龄的消费者饮用水消费频率比较图          | 188 |
| 图表 195 | 北京市不同性别、收入层消费者包装水 / 矿泉水消费频率比较表 | 188 |
| 图表 196 | 北京市不同收入层饮用水消费者消费频率比较图          | 189 |
| 图表 197 | 上海市不同性别、收入层消费者包装水 / 矿泉水消费频率比较表 | 189 |
| 图表 198 | 上海市不同收入层饮用水消费者消费频率比较图          | 190 |
| 图表 199 | 广州市不同性别、收入层消费者包装水 / 矿泉水消费频率比较表 | 191 |
| 图表 200 | 广州市不同收入层饮用水消费者消费频率比较图          | 191 |
| 图表 201 | 成都市不同性别、收入层消费者包装水 / 矿泉水消费频率比较表 | 192 |
| 图表 202 | 成都市不同收入层饮用水消费者消费频率比较图          | 192 |
| 图表 203 | 重庆市不同性别、收入层消费者包装水 / 矿泉水消费频率比较表 | 193 |
| 图表 204 | 重庆市不同收入层饮用水消费者消费频率比较图          | 194 |
| 图表 205 | 武汉市不同性别、收入层消费者包装水 / 矿泉水消费频率比较表 | 194 |
| 图表 206 | 武汉市不同收入层饮用水消费者消费频率比较图          | 195 |
| 图表 207 | 西安市不同性别、收入层消费者包装水 / 矿泉水消费频率比较表 | 195 |
| 图表 208 | 西安市不同收入层饮用水消费者消费频率比较图          | 196 |
| 图表 209 | 沈阳市不同性别、收入层消费者包装水 / 矿泉水消费频率比较表 | 196 |

|        |                                |     |
|--------|--------------------------------|-----|
| 图表 210 | 沈阳市不同收入层饮用水消费者消费频率比较图          | 197 |
| 图表 211 | 南京市不同性别、收入层消费者包装水 / 矿泉水消费频率比较表 | 198 |
| 图表 212 | 南京市不同收入层饮用水消费者消费频率比较图          | 198 |
| 图表 213 | 北京市不同性别各年龄层最常饮用的场合比较表          | 199 |
| 图表 214 | 上海市不同性别各年龄层最常饮用的场合比较表          | 199 |
| 图表 215 | 广州市不同性别各年龄层最常饮用的场合比较表          | 200 |
| 图表 216 | 成都市不同性别各年龄层最常饮用的场合比较表          | 200 |
| 图表 217 | 重庆市不同性别各年龄层最常饮用的场合比较表          | 201 |
| 图表 218 | 武汉市不同性别各年龄层最常饮用的场合比较表          | 202 |
| 图表 219 | 西安市不同性别各年龄层最常饮用的场合比较表          | 202 |
| 图表 220 | 沈阳市不同性别各年龄层最常饮用的场合比较表          | 203 |
| 图表 221 | 南京市不同性别各年龄层最常饮用的场合比较表          | 203 |
| 图表 222 | 主要城市消费者饮用水品牌更换习惯比较表            | 204 |
| 图表 223 | 各主要城市基本固定饮用一个牌子的饮用水消费者比例       | 204 |
| 图表 224 | 各主要城市比较固定地饮用两个或三个牌子的饮用水消费者比例   | 205 |
| 图表 225 | 各主要城市基本上不太固定牌子的饮用水消费者比例        | 205 |
| 图表 226 | 北京市不同性别、年龄消费者最常喝的饮用水包装形式比较表    | 206 |
| 图表 227 | 上海市不同性别、年龄消费者常喝的饮用水包装形式比较表     | 206 |
| 图表 228 | 广州市不同性别、年龄消费者常喝的饮用水包装形式比较表     | 207 |
| 图表 229 | 成都市不同性别、年龄消费者常喝的饮用水包装形式比较表     | 207 |
| 图表 230 | 重庆市不同性别、年龄消费者常喝的饮用水包装形式比较表     | 208 |
| 图表 231 | 武汉市不同性别、年龄消费者常喝的饮用水包装形式比较表     | 208 |
| 图表 232 | 西安市不同性别、年龄消费者常喝的饮用水包装形式比较表     | 209 |
| 图表 233 | 沈阳市不同性别、年龄消费者常喝的饮用水包装形式比较表     | 209 |
| 图表 234 | 南京市不同性别、年龄消费者常喝的饮用水包装形式比较表     | 210 |
| 图表 235 | 北京市不同性别、收入层消费者常喝的饮用水包装形式比较表    | 211 |
| 图表 236 | 上海市不同性别、收入层消费者常喝的饮用水包装形式比较表    | 211 |
| 图表 237 | 广州市不同性别、收入层消费者常喝的饮用水包装形式比较表    | 212 |
| 图表 238 | 成都市不同性别、收入层消费者常喝的饮用水包装形式比较表    | 212 |
| 图表 239 | 重庆市不同性别、收入层消费者常喝的饮用水包装形式比较表    | 213 |
| 图表 240 | 武汉市不同性别、收入层消费者常喝的饮用水包装形式比较表    | 214 |
| 图表 241 | 西安市不同性别、收入层消费者常喝的饮用水包装形式比较表    | 214 |

|        |                                  |     |
|--------|----------------------------------|-----|
| 图表 242 | 沈阳市不同性别、收入层消费者常喝的饮用水包装形式比较表      | 215 |
| 图表 243 | 南京市不同性别、收入层消费者常喝的饮用水包装形式比较表      | 215 |
| 图表 244 | 北京市饮用水重度消费者年龄分布                  | 216 |
| 图表 245 | 北京市饮用水重度消费者年龄比较图                 | 217 |
| 图表 246 | 主要城市重度消费者选择饮用水时考虑的因素比较           | 217 |
| 图表 247 | 各主要城市饮用水重度消费者购买因素综合比较图           | 218 |
| 图表 248 | 主要城市重度消费者饮用水包装形式喜好               | 218 |
| 图表 249 | 各城市饮用水重度消费者包装偏好综合比例              | 219 |
| 图表 250 | 2003-2006年农夫山泉股份有限公司经营情况表        | 225 |
| 图表 251 | 2003-2006年浙江农夫山泉饮用水有限公司经营情况表     | 226 |
| 图表 252 | 2003-2005年农夫山泉杭州千岛湖饮用水有限公司经营情况表  | 226 |
| 图表 253 | 2003-2006年农夫山泉吉林长白山有限公司经营情况表     | 227 |
| 图表 254 | 娃哈哈饮料结构图                         | 236 |
| 图表 255 | 2003-2006年北京娃哈哈桶装水高碑店有限责任公司运行情况  | 237 |
| 图表 256 | 2003-2006年北京娃哈哈桶装水高碑店有限责任公司运行分析  | 237 |
| 图表 257 | 2003-2005年长沙娃哈哈食品有限公司运行情况        | 237 |
| 图表 258 | 2003-2006年长沙娃哈哈食品有限公司运行分析        | 238 |
| 图表 259 | 2003-2006年广元娃哈哈食品有限公司运行情况        | 238 |
| 图表 260 | 2003-2006年广元娃哈哈食品有限公司运行分析        | 238 |
| 图表 261 | 2003-2006年桂林娃哈哈食品有限公司运行情况        | 239 |
| 图表 262 | 2003-2006年桂林娃哈哈食品有限公司运行分析        | 239 |
| 图表 263 | 2003-2006年吉林娃哈哈饮用水有限公司运行情况       | 240 |
| 图表 264 | 2003-2006年桂林娃哈哈食品有限公司运行分析        | 240 |
| 图表 265 | 2003-2006年山东泰山娃哈哈桶装水公司运行情况       | 240 |
| 图表 266 | 2003-2006年山东泰山娃哈哈桶装水公司运行分析       | 241 |
| 图表 267 | 2003-2006年沈阳娃哈哈饮料有限公司运行情况        | 241 |
| 图表 268 | 2003-2006年沈阳娃哈哈饮料有限公司运行分析        | 241 |
| 图表 269 | 2003-2006年天水娃哈哈有限责任公司运行情况        | 242 |
| 图表 270 | 天水娃哈哈有限责任公司运行分析                  | 242 |
| 图表 271 | 2003-2006年娃哈哈集团巢湖市有限责任公司运行情况     | 242 |
| 图表 272 | 2003-2006年娃哈哈集团巢湖市有限责任公司运行情况运行分析 | 243 |
| 图表 273 | 2003-2006年娃哈哈饮料（高碑店）有限公司运行情况     | 243 |

|        |                                   |     |
|--------|-----------------------------------|-----|
| 图表 274 | 2003-2006年娃哈哈饮料（高碑店）有限公司运行分析      | 243 |
| 图表 275 | 2003-2006年新乡娃哈哈食品有限公司运行情况         | 244 |
| 图表 276 | 2003-2005年新乡娃哈哈食品有限公司运行分析         | 244 |
| 图表 277 | 2003-2005年乐百氏（郑州）食品饮料有限公司运行情况     | 250 |
| 图表 278 | 2003-2005年乐百氏（郑州）食品饮料有限公司运行分析     | 250 |
| 图表 279 | 2003-2006年乐百氏饮用水有限公司运行情况          | 251 |
| 图表 280 | 2003-2006年乐百氏饮用水有限公司运行分析          | 251 |
| 图表 281 | 2003-2006年乐百氏（无锡）食品饮料有限公司运行情况     | 251 |
| 图表 282 | 2003-2006年乐百氏（无锡）食品饮料有限公司运行分析     | 252 |
| 图表 283 | 2003-2006年西安乐百氏食品有限公司运行情况         | 252 |
| 图表 284 | 2003-2006年西安乐百氏食品有限公司运行分析         | 252 |
| 图表 285 | 2003-2006年乐百氏（重庆）食品饮料有限公司运行情况     | 253 |
| 图表 286 | 2003-2006年乐百氏（重庆）食品饮料有限公司运行分析     | 253 |
| 图表 287 | 2003-2006年深圳达能益力饮品有限公司运行情况        | 262 |
| 图表 288 | 2003-2006年深圳达能益力饮品有限公司运行分析        | 262 |
| 图表 289 | 2003-2005年深圳达能益力泉饮品有限公司运行情况       | 263 |
| 图表 290 | 2003-2005年深圳达能益力泉饮品有限公司运行分析       | 263 |
| 图表 291 | 怡宝食品饮料（深圳）有限公司主要产品、产量、销售地区、市场定位表  | 270 |
| 图表 292 | 2003-2006年怡宝食品饮料（深圳）有限公司运行情况      | 271 |
| 图表 293 | 2003-2006年怡宝食品饮料（深圳）有限公司运行分析      | 271 |
| 图表 294 | 2003 - 2006年广州屈臣氏食品饮料有限公司运行情况     | 273 |
| 图表 295 | 2003 - 2006年广州屈臣氏食品饮料有限公司运行分析     | 274 |
| 图表 296 | 2003 - 2005年北京屈臣氏蒸馏水有限公司运行情况      | 274 |
| 图表 297 | 2003 - 2006年北京屈臣氏蒸馏水有限公司运行分析      | 274 |
| 图表 298 | 2003 - 2006年青岛崂山矿泉水有限公司运行情况       | 277 |
| 图表 299 | 2003 - 2006年青岛崂山矿泉水有限公司运行分析       | 278 |
| 图表 300 | 2003 - 2005年青岛崂山白花蛇草水有限公司运行情况     | 278 |
| 图表 301 | 2003 - 2005年青岛崂山白花蛇草水有限公司运行分析     | 278 |
| 图表 302 | 2003 - 2006年上海梅林正广和(绵阳)股份有限公司运行情况 | 279 |
| 图表 303 | 2003 - 2006年上海梅林正广和(绵阳)股份有限公司运行分析 | 280 |
| 图表 304 | 2003 - 2006年上海正广和饮用水有限公司运行情况      | 280 |
| 图表 305 | 2003 - 2006年上海正广和饮用水有限公司运行分析      | 280 |

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| 图表 306 饮用水厂家直销示意图          | 285 |
| 图表 307 饮用水销售网络示意图          | 285 |
| 图表 308 饮用水平台式销售示意图         | 286 |
| 图表 309 瓶装饮用水销售主要路线图表       | 290 |
| 图表 310 饮用超标饮用水的人口比例表       | 297 |
| 图表 311 饮用超标饮用水的人口比例表       | 297 |
| 图表 312 全国各种供水方式饮用人口比例      | 298 |
| 图表 313 全国各种饮用水水质超标情况       | 298 |
| 图表 314 全国35个大城市供水部分卫生指标合格率 | 299 |
| 图表 315 中国各地区饮用水生产与经济发展比较表  | 317 |

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/40589.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](http://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。