



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
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
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、关注细分市场和新兴市场	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）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。