



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年中国矿泉水产业市场发展前景咨询报告

## 一、调研说明

《2009-2012年中国矿泉水产业市场发展前景咨询报告》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/73860.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 矿泉水产业相关介绍

#### 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
- 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 2008年全球矿泉水产业发展状况

#### 第一节 2008年全球矿泉水产业运行概况

- 一、全球矿泉水行业特点
- 二、全球矿泉水产业市场
- 三、全球著名矿泉水品牌"依云"市场

#### 第二节 2008年全球主要国家矿泉水产业发展情况

- 一、美国
- 二、韩国
- 三、加拿大

#### 第三节 2009-2012年全球矿泉水产业发展趋势

### 第三章 2008年中国矿泉水产业运行环境

#### 第一节 2008年中国宏观经济环境

- 一、中国GDP
- 二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数
- 三、人民币升值

#### 第二节 2008年中国矿泉水产业发展政策环境

- 一、国外饮用水水质标准状况
- 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 2008年中国矿泉水产业发展社会环境

### 第四章 2008年中国矿泉水产业运行形势

#### 第一节 2008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

##### 三、一线品牌资本运营

#### 第二节 2007年中国部分地区矿泉水行业

##### 一、上海矿泉水市场消费需求

##### 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 2008年中国矿泉水产业所面临的困难

### 第五章 2006-2008年中国瓶(罐)装饮用水产量数据统计

#### 第一节 2006年中国瓶(罐)装饮用水产量数据

##### 一、2006年全国瓶(罐)装饮用水产量数据

##### 二、2006年重点省市瓶(罐)装饮用水产量数据

#### 第二节 2007年全国瓶(罐)装饮用水产量数据

##### 一、2007年全国瓶(罐)装饮用水产量数据

##### 二、2007年重点省市瓶(罐)装饮用水产量数据

#### 第三节 2008年全国瓶(罐)装饮用水产量数据

##### 一、2008年全国瓶(罐)装饮用水产量数据

##### 二、2008年重点省市瓶(罐)装饮用水产量数据

#### 第四节 全国瓶(罐)装饮用水产量增长性

### 第六章 2008年中国矿泉水同行业主要细分市场

#### 第一节 2008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

三、中国瓶装水市场发展趋势

第二节2008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

四、高端纯水机对桶装水替代性

五、桶装水市场未来的发展趋势

第三节2008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

第七章 2008年中国矿泉水产业市场营销及销售

第一节2008年中国瓶装水的营销策略

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2008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

第五章 中国矿泉水行业消费及销售

一、城市矿泉水消费

二、矿泉水市场销售价格趋势

三、矿泉水市场销售百家争鸣

第八章 2008年中国矿泉水产业消费者特征及需求调查

第一节2008年中国矿泉水消费者购买特征

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 2008年中国矿泉水产业消费者调查

- 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
- 四、消费者理想品牌排名
- 五、消费者购买商品的考虑因素

## 第九章 2008年中国矿泉水产业市场竞争格局

### 第一节 2008年中国矿泉水产业竞争现状

- 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 2008年中国矿泉水产业重点省市竞争

- 一、北京
- 二、上海
- 三、南京

### 第三节 2009-2012年中国矿泉水产业敬恒预测

## 第十章 2008年中国矿泉水产业优势企业竞争力及财务数据

### 第一节 农夫山泉吉林长白山有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司主要财务及主要指标
- 三、公司成本费用情况
- 四、公司未来战略

### 第二节 白山娃哈哈饮料有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司主要财务及主要指标
- 三、公司成本费用情况
- 四、公司未来战略

### 第三节 吉林省林海雪源饮品有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司主要财务及主要指标

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略

#### 第四节 天津雀巢天然矿泉水有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略

#### 第五节 莱阳金岗口矿泉水有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略

#### 第六节 深圳达能益力饮品有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略

#### 第七节 华润食品饮料(成都)有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略

#### 第八节 蒙阴蒙山麦饭石矿泉水有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略

#### 第九节 济南白云集团有限责任公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略

## 第十节 青藏高原特色资源开发有限责任公司

### 一、公司简介

### 二、公司主要财务及主要指标

### 三、公司成本费用情况

### 四、公司未来战略

## 第十一节 略.....

## 第十一章 2009-2012年中国矿泉水产业发展趋势预测

### 第一节 2009-2012年中国矿泉水产业发展前景

#### 一、行业发展趋势

#### 二、产品开发方向

#### 三、行业"十一五"规划

### 第二节 2009-2012年中国矿泉水产业市场预测

#### 一、市场供给预测

#### 二、产品需求预测

#### 三、价格预测

### 第三节 2009-2012年中国矿泉水产业盈利预测

## 第十二章 2009-2012年中国矿泉水产业投资机会与风险

### 第一节 2009-2012年中国矿泉水产业投资环境

### 第二节 2009-2012年中国矿泉水产业投资机会

#### 一、区域投资机会

#### 二、投资热点

### 第三节 2009-2012年中国矿泉水产业投资风险

#### 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

## 第十三章 金融危机对矿泉水产业的影响及企业应对策略

### 第一节 金融危机对矿泉水产业的影响



- 一、金融业与矿泉水产业的关系
  - 二、当前金融危机对全球矿泉水产业的影响
  - 三、当前金融危机对我国的影响
  - 四、次贷危机对我国矿泉水行业的影响
  - 五、次贷危机对我国矿泉水企业发展的影响
  - 六、我国矿泉水产业当前政策与金融危机的关系
- 第二节 我国矿泉水产业应对金融危机的主要策略探讨
- 一、政策角度
  - 二、上、下游市场角度
  - 三、企业管理角度
  - 四、我国矿泉水产业应对金融危机的主要策略评价
- 第三节 专家建议

图表名称：部分

图表 2006-2008年中国GDP

图表 2006-2008年中国城乡居民家庭人均可支配收入

图表 2006-2008年中国恩格尔系数

图表 2006-2008年中国人民币升值

图表 2006年全国瓶(罐)装饮用水产量数据

图表 2006年瓶(罐)装饮用水重点省市数据

图表 2007年全国瓶(罐)装饮用水产量数据

图表 2007年瓶(罐)装饮用水重点省市数据

图表 2008年全国瓶(罐)装饮用水产量数据

图表 2008年瓶(罐)装饮用水重点省市数据

图表 2008年中国瓶(罐)装饮用水产量增长性

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

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销售收入情况

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盈利指标情况

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

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销售收入情况

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盈利指标情况

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

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销售收入情况

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盈利指标情况

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

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销售收入情况

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 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

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销售收入情况

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盈利指标情况

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

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销售收入情况

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)有限公司盈利指标情况

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

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)有限公司销售收入情况  
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盈利指标情况  
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  
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销售收入情况  
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 济南白云集团有限责任公司盈利指标情况  
图表 济南白云集团有限责任公司资产运行指标状况  
图表 济南白云集团有限责任公司资产负债能力指标  
图表 济南白云集团有限责任公司盈利能力情况  
图表 济南白云集团有限责任公司销售收入情况  
图表 济南白云集团有限责任公司成本费用构成情况  
图表 青藏高原特色资源开发有限责任公司盈利指标情况  
图表 青藏高原特色资源开发有限责任公司资产运行指标状况  
图表 青藏高原特色资源开发有限责任公司资产负债能力指标  
图表 青藏高原特色资源开发有限责任公司盈利能力情况  
图表 青藏高原特色资源开发有限责任公司销售收入情况  
图表 青藏高原特色资源开发有限责任公司成本费用构成情况  
图表 2009-2012年中国矿泉水市场供给预测  
图表 2009-2012年中国矿泉水产品需求预测  
图表 2009-2012年中国矿泉水价格预测  
图表 2009-2012年中国矿泉水产业盈利预测  
图表 略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/73860.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。