

2009-2012年中国饮用水行业 调研及战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2009-2012年中国饮用水行业调研及战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/qitashipin/Q361894YFG.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

[b]2009-2012年中国[b]饮用水[/b]行业调研及战略咨询报告 内容介绍：[/b]

【备注】此报告是根据我们能力而设计的报告目录，保证为客户提供与目录完全一致的报告。提交时间一般为3个工作日，如客户需求特别急，最快为当天下单，第二天提交。

本报告主要依据国家统计局、国家商务部、国务院发展研究中心、轻工业统计局、全国商业信息中心、中国饮料工业协会、国民经济景气监测中心、中国经济信息中心、国内外相关刊物的基础信息以及饮用水行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于饮用水行业整体发展环境，对中国饮用水市场扫描

二、东欧市场瓶装水需求大增

三、美国瓶装水市场调研市场分析

四、比利时瓶装水消费分析

五、瓶装水行业发展带来的问题

六、美国抵制瓶装水遭遇的难题

第二节 2008-2009年中国瓶装水产业发展方向

第三节 2008-2009年中国瓶装饮用水营销分析

一、瓶装饮用水市场营销特性

二、瓶装饮用水销售的主要线路

三、瓶装水龙头企业营销策略比较

[b]第七章 2008-2009年中国矿泉水产业发展面临的挑战及对策

一、中国矿泉水产业发展的制约因素解析

二、我国与欧盟在矿泉水质量保证方面的差距

三、中国矿泉水产业发展的建议

[b]第八章 2008-2009年中国其他种类饮用水行业重点企业分析[/b]

第一节 杭州娃哈哈保健食品有限公司

一、公司简介

二、公司发展情况分析

三、公司未来战略分析

第二节 沈阳润田食品饮料有限公司

一、公司简介

二、公司发展情况分析

三、公司未来战略分析

第三节 天津顶津食品有限公司

一、公司简介

二、公司发展情况分析

三、公司未来战略分析

第四节 桂林娃哈哈食品有限公司

一、公司简介

二、公司发展情况分析

三、公司未来战略分析

第五节 怡宝食品饮料（深圳）有限公司

一、公司简介

二、公司发展情况分析

三、公司未来战略分析

第六节 山东文登黑豹矿泉水有限公司

一、公司简介

二、公司发展情况分析

三、公司未来战略分析

第七节 广州屈臣氏食品饮料有限公司

一、公司简介

二、公司发展情况分析

三、公司未来战略分析

第八节 巢湖娃哈哈饮料有限公司

一、公司简介

二、公司发展情况分析

三、公司未来战略分析

第九节 健力宝（成都）饮料有限公司

一、公司简介

二、公司发展情况分析

三、公司未来战略分析

第十节 农夫山泉股份有限公司建德分公司

一、公司简介

二、公司发展情况分析

三、公司未来战略分析

[b]第四部分 行业发展趋势及策略探讨[/b]

[b]第十一章 2009-2012年中国饮用水发展趋势

第二节 2009-2012年中国饮用水行业市场预测分析

一、2009-2012年瓶（罐）装饮用水制造业预测

二、瓶（罐）装饮用水制造产量预测

三、饮用水需求预测分析

第三节 2009-2012年中国饮用水行业盈利预测分析

[b]第十二章 2009-2012年中国饮用水行业投资机会与风险分析[/b]

第一节 2009-2012年中国饮用水行业投资环境分析

第二节 2009-2012年中国饮用水行业投资机会分析

一、进军矿泉水市场机会分析

二、透视饮用水市场未来商机

三、终端直饮水产业投资收益剖析

第三节 2009-2012年中国饮用水行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、政策性风险

三、技术风险

四、进入退出风险

第四节 专家投资建议

[b]第十三章 金融危机对饮用水产业的影响及企业应对策略分析[/b]

第一节 金融危机对饮用水产业的影响

一、2009年金融危机对中国实体经济的影响基本面分析

二、金融危机对中国饮用水产业的传导机制

三、中国饮用水(饮用水出口数据)出口需求受金融危机影响分析

四、2008年中国出台对饮用水(出台对饮用水出口数据)出口利好政策解析

第二节 我国饮用水产业应对金融危机的主要策略探讨

一、政策角度

二、增强内功修炼，提升产品质量

三、出口企业转战国内市场策略

四、海外并购策略

第三节 应对金融危机建议

[b]部分图表目录[/b]

图表：矿泉水、纯净水、净水、天然净水的区别

图表：饮用超标饮用水的人口比例表

图表：全国各种水源饮用人口比例表

图表：全国各种供水方式饮用人口比例

图表：全国各种饮用水水质超标情况

图表：全国35个大城市供水卫生指标合格率

图表：美国瓶装水厂商销量和销售额变化

图表：美国瓶装水人均消费量

图表：美国瓶装水各细分市场调研市场总量及变化一览表

图表：全球瓶装水消费前十位国家消费总量和复利年增长率一览表

图表：全球瓶装水人均消费前十五位国家人均消费量一览表

图表：瓶装饮用水销售主要路线图表

图表：2006年1-12月瓶（灌）装饮用水全国合计

图表：2006年1-12月瓶（灌）装饮用水广东省合计

图表：2006年1-12月瓶（灌）装饮用水浙江省合计

图表：2006年1-12月瓶（灌）装饮用水山东省合计

图表：2006年1-12月瓶（灌）装饮用水上海市合计

图表：2006年1-12月瓶（灌）装饮用水四川省合计

图表：2006年1-12月瓶（灌）装饮用水辽宁省合计

图表：2006年1-12月瓶（灌）装饮用水湖南省合计

图表：2007年1-12月全国瓶（罐）装饮用水产量数据

图表：2007年1-12月广东省瓶（罐）装饮用水产量数据

图表：2007年1-12月浙江省瓶（罐）装饮用水产量数据

图表：2007年1-12月四川省瓶（罐）装饮用水产量数据

图表：2007年1-12月山东省瓶（罐）装饮用水产量数据

图表：2007年1-12月上海市瓶（罐）装饮用水产量数据

图表：2007年1-12月辽宁省瓶（罐）装饮用水产量数据

图表：2007年1-12月河南省瓶（罐）装饮用水产量数据

图表：2008年1-12月全国瓶（罐）装饮用水产量数据

图表：2008年1-12月广东省瓶（罐）装饮用水产量数据

图表：2008年1-12月浙江省瓶（罐）装饮用水产量数据

图表：2008年1-12月吉林省瓶（罐）装饮用水产量数据

图表：2008年1-12月辽宁省瓶（罐）装饮用水产量数据

图表：2008年1-12月河南省瓶（罐）装饮用水产量数据

图表：2008年1-12月山东省瓶（罐）装饮用水产量数据

图表：2008年1-12月四川省瓶（罐）装饮用水产量数据

图表：北京市批准矿泉水可采储量

图表：北京市矿泉水资源类型及占有资源量

图表：上海消费者最长购买的矿泉水品牌

图表：上海消费者对各个品牌的使用经验

图表：上海高档矿泉水品牌知名度

图表：上海影响购买的各种因素的重要程度

图表：上海消费者最常购买的矿泉水包装种类

图表：上海最受欢迎的高档矿泉水的包装

图表：上海购买矿泉水频率最高的场所

图表：上海高档矿泉水的购买场所

图表：上海消费者最常购买的矿泉水档次

图表：上海消费者参加过的矿泉水促销活动

图表：上海消费者对各种促销活动的喜爱程度

图表：上海消费者了解矿泉水的信息渠道

图表：上海消费者对各种信息途径的认同程度

图表：2005年13亿人口的情况

图表：2010-2025年人口展望

图表：直饮机三大构成军团

图表：按分离原理分类的分离膜

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qitashipin/Q361894YFG.html>