

2008年中国饮用水行业市场预测 与投资前景分析报告

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

《2008年中国饮用水行业市场预测与投资前景分析报告》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/U72719MP8G.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]2008年中国[b]饮用水[/b]行业市场预测与投资前景分析报告 内容介绍：[/b]

目 录

[b]第一章 饮用水概述 [/b]

1.1、饮用水的概念及分类

1.1.1、饮用水的概念

1.1.2、饮用水的分类

1.2、饮用水与健康

1.2.1、饮用水有关健康知识

1.2.2、饮用水选购应因人而异

1.2.3、孩子经常喝瓶桶装水容易蛀牙

[b]第二章 饮用水行业分析[/b]

2.1、饮用水行业政策环境分析

2.1.1、国外饮用水水质标准状况分析

2.1.2、饮用水行业催生新标准出台

2.1.3、新标准出台对饮用水市场的影响

2.2、饮用水行业的发展

2.2.1、中国城镇居民的饮水现状分析

2.2.2、中国饮用水市场扫描

4.1.2、美国瓶装水市场调研市场分析

4.1.3、欧洲瓶装水销量好

4.1.4、法国瓶装水饮用量巨大

4.1.5、东欧市场瓶装水需求大增

4.2、中国瓶装水概况

4.2.1、简述中国瓶装水的商业史

4.2.2、瓶装水市场透析

4.2.3、中国名牌瓶装水统治地位不容置疑

4.2.4、中国瓶装水年销量已居亚洲第二

4.2.5、瓶装水对环境的危害

4.3、瓶装饮用水营销分析

4.3.1、瓶装饮用水市场营销状况

4.3.2、瓶装饮用水市场营销特性

4.3.3、瓶装饮用水销售的主要线路

4.4、瓶（灌）装饮用水产量数据分析

4.4.1、2005年-2008年8月中国瓶（灌）装饮用水产量总体数据

4.4.2、2005年1-12月中国瓶（灌）装饮用水重点省市产量数据

4.4.3、2006年1-12月中国瓶（灌）装饮用水重点省市产量数据

4.4.4、2007-2008年10月中国瓶（灌）装饮用水重点省市产量数据

[b]第五章 矿泉水 [/b]

5.1、矿泉水相关介绍

5.1.1、矿泉水的相关概念

5.1.2、矿泉水的类型

5.1.3、矿泉水的特点

5.1.4、矿物质水和矿泉水的区别

5.1.5、矿泉水适应的人群及适应症

5.2、矿泉水资源开发

5.2.1、中国矿泉水资源开发利用状况及对策分析

5.2.2、透视北京饮用天然矿泉水资源开发利用状况及发展

5.2.3、长白山天然矿泉水资源保护及开采战略剖析

5.2.4、广州矿泉水开采存在的主要问题

5.3、矿泉水行业概况

5.3.1、发达国家矿泉水市场产品发展特点

5.3.2、中国矿泉水发展简述

5.3.3、中国矿泉水发展前景广阔

8.6.2、水家电市场发展趋势透析

8.6.3、未来净水器市场规模巨大

[b]第九章 饮用水替代品分析 [/b]

9.1、碳酸饮料

9.1.1、中国碳酸饮料主流地位摇摇欲坠

9.1.2、碳酸饮料市场凸显"围城"效应

9.1.3、国内碳酸饮料发展方向

9.3、茶饮料

9.3.1、茶饮料市场分析

9.3.2、茶饮料市场大品牌最具优势

9.3.3、茶饮料行业产品发展方向

9.3.4、茶饮料市场前景乐观

9.4、功能饮料

9.4.1、功能性饮料行业剖析

9.4.2、功能饮料市场分析

9.4.3、功能饮料市场调整期及其实战分析

[b]第十章 饮用水行业重点企业 [/b]

10.1、娃哈哈

10.1.1、公司简介

10.1.2、创新孕育娃哈哈强大竞争力

10.1.3、达能与娃哈哈激烈争抢股权

10.2、农夫山泉

10.2.1、公司简介

10.2.2、农夫山泉差异化带来独特市场定位

10.2.3、农夫山泉以攻代守对策分析

10.3、乐百氏

10.3.1、公司简介

10.3.2、乐百氏靠事件营销占有桶装水市场

10.3.3、乐百氏亏损之警示

10.4、怡宝食品饮料（深圳）有限公司

10.4.1、公司简介

10.4.2、怡宝靠细节成就“信任”品牌

10.4.3、怡宝体育营销策略分析

10.4.4、怡宝快速发展的内因

10.5、青岛崂山矿泉水有限公司

10.5.1、公司简介

10.5.2、崂山矿泉水的特色

10.5.3、崂山矿泉水借助SAP形成整合集中管理模式

10.5.4、崂山矿泉水荣获最具市场竞争力品牌

[b]第十一章 饮用水行业投资及前景趋势分析 [/b]

11.1、饮用水行业投资分析

- 11.1.1、进军矿泉水市场机会分析
- 11.1.2、透视饮用水市场未来商机
- 11.1.3、终端直饮水产业发展趋势及投资收益剖析
- 11.2、饮用水行业前景趋势
 - 11.2.1、中国瓶装饮用水行业发展趋势分析
 - 11.2.2、天然矿泉水将主导未来饮用水市场
 - 11.2.3、中国饮用水处理技术趋势解析

[b]附录 [/b]

附录一：GB 5749-2006 《生活饮用水卫生标准》

附录二：GB 8537-1995 饮用天然矿泉水

附录三：生活饮用水卫生监督管理办法

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qitashipin/U72719MP8G.html>