

2010-2015年中国矿泉水行业深度调研及发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2010-2015年中国矿泉水行业深度调研及发展趋势研究报告》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.cction.com/report/201105/68398.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

目录

第一部分 发展现状与前景分析 1

第一章 全球矿泉水行业发展分析 1

第一节 2009年全球矿泉水市场分析 1

一、2009年全球矿泉水市场回顾 1

二、2009年全球矿泉水市场环境 1

三、2009年全球矿泉水销售分析 2

四、2009年全球矿泉水市场规模 3

第二节 2010年全球矿泉水市场分析 3

一、2010年全球矿泉水需求分析 3

二、2010年全球矿泉水品牌分析 4

三、2010年中外矿泉水市场对比 4

第三节 部分国家地区矿泉水行业发展状况 5

一、2009-2010年美国矿泉水行业发展分析 5

二、2009-2010年欧洲矿泉水行业发展分析 5

三、2009-2010年韩国矿泉水行业发展分析 8

第二章 我国矿泉水行业发展现状 9

第一节 我国矿泉水行业发展现状 9

一、矿泉水行业品牌发展现状 9

二、矿泉水行业消费市场现状 10

三、矿泉水市场消费层次分析 11

第二节 我国矿泉水行业发展状况 11

一、2009年中国矿泉水行业发展回顾 11

二、2009年矿泉水行业发展情况分析 12

三、2009年我国矿泉水市场特点分析 12

四、2010年我国矿泉水市场发展分析 12

第三节 中国矿泉水行业供需分析 13

一、2009年中国矿泉水市场供给总量分析 13

二、2009年中国矿泉水市场供给结构分析 13

三、2010年中国矿泉水市场需求总量分析 14

四、2010年中国矿泉水市场需求结构分析	14
五、2010年中国矿泉水市场供需平衡分析	14
第三章 中国矿泉水行业经济运行分析	16
第一节 2009-2010年矿泉水相关行业运行情况	16
一、2009年矿泉水相关行业经济指标分析	16
二、2010年矿泉水相关行业经济指标分析	22
第二节 2009-2010年矿泉水行业产量分析	28
一、2009年我国矿泉水产品产量分析	28
二、2010年我国矿泉水产品产量分析	34
第三节 2009-2010年矿泉水相关行业出口分析	40
一、2009年矿泉水相关行业出口交货值分析	40
二、2010年矿泉水相关行业出口交货值分析	40
第四章 中国矿泉水消费市场分析	41
第一节 矿泉水行业产品目标客户群体调查	41
一、调查样本分析	41
二、消费者购买行为调查	41
三、调查结果分析	42
四、广州地区的消费者偏好调查	42
第二节 高端矿泉水消费市场状况分析	42
一、高端水品牌认识情况调查	42
二、消费者认识程度调查	42
三、消费者购买意愿调查	43
四、消费者消费次数调查	43
五、高端水前景调查	43
第三节 矿泉水行业产品的品牌市场调查	44
一、消费者对行业认知度宏观调查	44
二、消费者对行业产品的品牌偏好调查	44
三、消费者对行业品牌的首要认知渠道	45
四、消费者经常购买的品种调查	45
五、消费者注重因素调查	45
六、消费者的消费理念调研	47
第五章 中国矿泉水行业区域市场分析	49

第一节 华北地区矿泉水行业分析	49
一、2010年工业发展情况分析	49
二、2009年矿泉水相关行业产业规模情况分析	51
三、2010年矿泉水相关行业产业规模情况分析	52
第二节 东北地区矿泉水行业分析	53
一、2010年工业发展情况分析	53
二、2009年矿泉水相关行业产业规模情况分析	55
三、2010年矿泉水相关行业产业规模情况分析	55
第三节 华东地区矿泉水行业分析	56
一、2010年工业发展情况分析	56
二、2009年矿泉水相关行业产业规模情况分析	58
三、2010年矿泉水相关行业产业规模情况分析	59
第四节 华南地区矿泉水行业分析	60
一、2010年工业发展情况分析	60
二、2009年矿泉水相关行业产业规模情况分析	62
三、2010年矿泉水相关行业产业规模情况分析	63
第五节 华中地区矿泉水行业分析	63
一、2009年工业发展情况分析	63
二、2009年矿泉水相关行业产业规模情况分析	65
三、2010年矿泉水相关行业产业规模情况分析	66
第六节 西南地区矿泉水行业分析	66
一、2010年工业发展情况分析	66
二、2009年矿泉水相关行业产业规模情况分析	68
三、2010年矿泉水相关行业产业规模情况分析	69
第七节 西北地区矿泉水行业分析	70
一、2010年工业发展情况分析	70
二、2009年矿泉水相关行业产业规模情况分析	72
三、2010年矿泉水相关行业产业规模情况分析	73
第八节 香港地区矿泉水行业分析	174 74
一、香港地区饮料市场特点分析	174 74
二、香港地区矿泉水市场格局分析	174 74
三、2010年香港地区矿泉水行业运营动态	175 74

四、香港地区高端矿泉水销售情况分析	175 74
第九节 台湾地区矿泉水行业分析	176 74
一、台湾地区饮料市场现状分析	176 74
二、台湾地区矿泉水市场运行分析	176 74
第二部分 市场竞争格局与形势	75
第六章 矿泉水行业投资与发展前景分析	75
第一节 2009年矿泉水行业投资情况分析	75
一、2009年我国矿泉水行业总体投资情况分析	75
二、2009年华润怡宝投资动向分析	76
三、2009年泸州矿泉水投资情况分析	78
四、2009年青海省矿泉水投资情况分析	79
第二节 矿泉水行业投资机会分析	81
一、矿泉水投资项目分析	81
二、2010年矿泉水投资机会	84
第三节 矿泉水行业发展前景分析	85
一、矿泉水市场发展前景分析	85
二、我国矿泉水市场蕴藏的商机	86
三、后危机时代食品工业的发展前景	87
四、2010-2015年矿泉水市场面临的发展商机	91
第七章 矿泉水行业竞争格局分析	93
第一节 矿泉水行业集中度分析	93
一、矿泉水市场集中度分析	93
二、矿泉水企业集中度分析	94
三、矿泉水区域集中度分析	94
第二节 矿泉水行业竞争格局分析	95
一、2009年矿泉水行业竞争分析	95
二、2009年天然矿泉水产品竞争分析	96
三、2009年桶装矿泉水产品竞争分析	97
四、2009-2010年矿泉水竞争形势分析	98
五、2010-2015年国内主要矿泉水企业动向	99
第八章 2010-2015年中国矿泉水行业发展形势分析	101
第一节 矿泉水行业发展概况	101

一、矿泉水行业发展特点分析	101
二、矿泉水行业技术发展分析	102
第二节 产品发展趋势预测	103
一、产品发展新动态	103
二、产品发展趋势预测	103
第三部分 赢利水平与企业分析	105
第九章 中国矿泉水行业整体运行指标分析	105
第一节 2009-2010年中国矿泉水行业总体规模分析	105
一、2009年企业数量结构分析	105
二、2010年企业数量结构分析	110
第二节 2009-2010年中国矿泉水行业产销分析	115
一、行业产成品情况总体分析	115
二、行业产品销售收入总体分析	115
第十章 矿泉水行业赢利水平分析	116
第一节 成本分析	116
一、2009-2010年矿泉水原材料价格走势	116
二、2009-2010年矿泉水行业人工成本分析	117
第二节 盈利水平分析	117
一、2009-2010年矿泉水行业赢利能力	117
二、2009-2010年矿泉水价格走势分析	117
三、2009-2010年矿泉水行业赢利水平	118
四、2010-2015年高端矿泉水行业赢利预测	118
第十一章 矿泉水行业盈利能力分析	119
第一节 2009-2010年中国矿泉水行业利润总额分析	119
第一节 2009-2010年中国矿泉水行业利润总额分析	119
一、利润总额分析	119
二、不同规模企业利润总额比较分析	119
三、不同所有制企业利润总额比较分析	119
第二节 2009-2010年中国矿泉水行业主营业务分析	120
一、主营业务分析	120
二、不同规模企业主营业务比较分析	120
三、不同所有制企业主营业务比较分析	121

第十二章 矿泉水重点企业发展分析 123

第一节 益力 123

一、企业概况 123

二、企业竞争力分析 123

第二节 农夫山泉 126

一、企业概况 126

二、经营理念分析 127

三、经营策略分析 128

第三节 娃哈哈 131

一、企业概况 131

二、发展历程 132

三、2009-2010年经营状况 134

第四节 怡宝 134

一、企业概况 134

二、发展历程 135

三、2009年经营状况 135

四、2010年经营动向 138

第五节 乐百氏 138

一、企业概况 138

二、旗下产品分析 140

第六节 景田 141

一、企业概况 141

二、企业竞争力分析 141

三、2010年经营动向 143

第七节 崂山 144

一、企业概况 144

二、企业优势分析 144

三、2009年经营状况 145

四、2010年经营动向 147

第八节 5100西藏冰川 148

一、企业概况 148

二、产品战略分析 150

第九节 统一 151

一、企业概况 151

二、经营策略分析 151

三、2010年经营动向 152

第十节 泉阳泉 152

一、企业概况 152

二、产品分析 155

第四部分 投资策略与风险预警 156

第十三章 矿泉水行业投资策略分析 156

第一节 行业发展特征 156

一、行业的周期性 156

二、行业的上下游 157

三、行业经营模式 160

第二节 行业投资形势分析 160

一、行业发展格局 160

二、行业进入壁垒 161

三、行业五力模型分析 161

第三节 矿泉水行业投资策略研究 164

一、我国矿泉水行业投资影响因素与应对策略分析 164

二、高端水投资策略分析 166

第十四章 矿泉水行业投资风险预警 167

第一节 影响矿泉水行业发展的主要因素 167

一、2010年影响矿泉水行业运行的稳定因素 167

二、2010年影响矿泉水行业运行的不利因素 175

三、2010年我国矿泉水行业发展面临的挑战 176

第二节 矿泉水行业投资风险预警 177

一、2010-2015年矿泉水行业市场风险预测 177

二、2010-2015年矿泉水行业政策风险预测 177

三、2010-2015年矿泉水行业其他风险预测 178

第五部分 发展趋势与规划建议 179

第十五章 矿泉水行业发展趋势分析 179

第一节 2010-2015年中国矿泉水市场趋势分析 179

一、2009-2010年我国矿泉水市场趋势总结	179
二、2010-2015年我国矿泉水发展趋势分析	180
第二节 2010-2015年矿泉水产品发展前景分析	183
一、纯净水市场前景分析	183
二、2010-2015年矿泉水产品发展前景分析	183
第十六章 矿泉水企业管理策略建议	186
第一节 高端水销售策略分析	186
一、市场现状分析	186
二、销售策略分析	187
第二节 提高矿泉水企业竞争力的策略	189
一、提高中国矿泉水企业核心竞争力的对策	189
二、影响中国矿泉水企业核心竞争力的因素及提升途径	190
三、提高中国矿泉水企业竞争力的策略	192
第三节 对我国矿泉水品牌的战略思考	194
一、矿泉水行业品牌的特性和作用	194
二、矿泉水行业品牌价值战略研究	195
三、我国矿泉水行业品牌竞争趋势	196

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201105/68398.html>