

2014-2019年中国矿泉水行业市场调研与投资趋势研究报告

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

《2014-2019年中国矿泉水行业市场调研与投资趋势研究报告》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/201404/104027.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

随着人们生活水平的不断提高，矿泉水已经成为了人们生活中必备的饮品，所以促进了净水行业的飞速发展。为了满足客户对饮用水质纯净和健康的高标准要求，矿泉水生厂商对生产设备也有了更高的要求，面对企业的不断扩大生产，一些小型、单一的生产设备已经无法满足企业的快速的生产要求。根据市场的需要矿泉水桶装设备的出现，收到了净水行业的喜爱，能够更好的满足企业生产，其企业的实力不断的变强，另一方面也满足了人们对水质更高标准的要求。、

目前，中国矿泉水市场已形成了以娃哈哈、乐百氏、雀巢为主导的一线品牌，以康师傅、可口可乐、怡宝等有名气的二线品牌及一些实力较差的地方中小企业矿泉水品牌的“三国鼎立”市场格局。其中一线品牌以70%左右的市场份额雄居水市场的霸主地位，二线品牌及一些地方品牌的市场份额极低。一线品牌在全国的强势媒体全力出击，明星代言、传播概念、提升品牌的美誉度，全力拓展市场。地方品牌利用本地优势，积极整合渠道，以大桶水为切入点，以瓶装水超低价位为竞争手段，力求分得一块已经做大的“蛋糕”。一线品牌中背后均有国外大的资本介入，凭借资本优势，这些一线品牌以低价策略不断对低端包装水市场进行“洗牌”，整个矿泉水市场整体进入火爆对拼时期。

中国包装饮用水已连续3年产量增长率在25%以上，近两年国内高端水市场更每年以80%猛烈增速扩容，动力惊人。全国包装饮用水连续3年产量增长率在25%以上，2013年市场份额高达45%；其中高端水品牌更异军突起，年增幅高达8成，目前已占据国内约10%矿泉水市场份额，未来3年内中国高端矿泉水的市场容量将不少于122亿元。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国务院发展研究中心、国家经济信息中心、国家农业部、中国饮料工业协会、中国食品工业协会、全国商业信息中心、、国内外相关报刊杂志的基础信息以及矿泉水专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国矿泉水的行业现状、市场各类经营指标的发展变化、关联产业的发展状况、重点区域市场状况、消费者策略、产业竞争格局等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对2014年的矿泉水市场发展动向作了详尽深入的分析，并根据矿泉水行业的发展轨迹及多年的实践经验对矿泉水未来的发展趋势作了审慎的判断，为矿泉水产业投资者寻找新的投资亮点。最后阐明矿泉水行业的投资空间，指明投资方向，提出研究者的战略创新建议，以供投资决策者参考。报告还揭示了2014年矿泉水流行趋势，并深入研究了矿泉水行业优势企业的发展、经营状况，是矿泉水生产企业、科研单位、销售企业准确了解矿泉水行业发展动态，把握市场机会，作正确的企业定位和明确企业发展方向不可多得精品。

报告目录

第一部分 矿泉水行业发展综述

第一章 全球矿泉水行业发展分析 1

第一节 全球矿泉水行业发展轨迹综述 1

一、全球矿泉水行业发展历程 1

二、全球矿泉水行业发展面临的问题 2

三、全球矿泉水行业技术发展现状及趋势 3

第二节 全球矿泉水行业市场情况 4

一、2013年全球矿泉水产业发展分析 4

1、美国 4

2、韩国 5

3、加拿大 5

二、2013年全球矿泉水产业发展分析 5

三、2013年全球矿泉水产业发展分析 8

四、2013年全球矿泉水行业挑战与机会 9

第三节 部分国家地区矿泉水行业发展状况 11

一、2012-2013年美国矿泉水行业发展分析 11

二、2012-2013年欧洲矿泉水行业发展分析 11

三、2012-2013年日本矿泉水行业发展分析 13

四、2012-2013年韩国矿泉水行业发展分析 14

第二章 我国矿泉水行业发展现状 15

第一节 中国矿泉水行业发展概述 15

一、中国矿泉水行业发展历程 15

二、2014年我国矿泉水市场发展分析 16

第二节 2008-2013年中国矿泉水行业供需分析 22

第三节 2013年矿泉水行业产量分析 23

第二部分 矿泉水行业市场分析

第三章 中国矿泉水区域市场规模分析 25

第一节 东北地区市场规模分析 25

第二节 华北地区市场规模分析 26

第三节 华东地区市场规模分析 29

第四节 华中地区市场规模分析 31

第五节 华南地区市场规模分析	31
第六节 西部地区市场规模分析	36
第四章 矿泉水行业投资与发展前景分析	39
第一节 矿泉水行业投资现状分析	39
一、矿泉水市场投资现状	39
二、矿泉水市场投资机会分析	42
第二节 2013-2017年矿泉水行业投资战略分析	44
一、矿泉水市场投资策略分析	44
二、矿泉水细分市场投资策略分析	45
三、对矿泉水行业的投资建议	46
第三部分 矿泉水行业竞争格局分析	
第五章 矿泉水行业竞争格局分析	49
第一节 矿泉水行业集中度分析	49
一、矿泉水市场集中度分析	49
二、矿泉水企业集中度分析	49
三、矿泉水区域集中度分析	49
第二节 2011-2013年中国饮用水行业数据监测分析	50
一、2011-2013年中国包装饮用水类产量分析	50
二、2011-2013年中国饮用水行业规模分析	75
1、企业数量增长分析	75
2、从业人数增长分析	76
3、资产规模增长分析	77
三、2011-2013年中国饮用水行业结构分析	81
1、企业数量结构分析	81
2、销售收入结构分析	83
四、2011-2013年中国饮用水行业产值分析	85
1、产成品增长分析	85
2、工业销售产值分析	86
3、出口交货值分析	88
五、2011-2013年中国饮用水行业成本费用分析	89
1、销售成本统计	89
2、费用统计	90

六、2011-2013年中国饮用水行业盈利能力分析	92
1、主要盈利指标分析	92
2、主要盈利能力指标分析	93
第三节 矿泉水行业竞争格局分析	94
一、矿泉水行业集中度分析	94
二、矿泉水行业竞争程度分析	95
三、领导企业的市场力量	96
四、其他企业的竞争力	97
五、2013-2017年年国产品牌矿泉水竞争格局展望	97
第四节 高端矿泉水行业竞争格局分析	97
一、2013年高端矿泉水行业竞争分析	97
二、2013年中外高端矿泉水产品竞争分析	99
三、2013年国内外高端矿泉水竞争分析	99
四、2013年我国高端矿泉水市场竞争分析	100
五、2013年我国高端矿泉水市场集中度分析	101
六、2014-2019年国内主要高端矿泉水企业动向	102
第六章 2014-2019年中国矿泉水行业发展形势分析	104
第一节 矿泉水行业发展概况	104
一、矿泉水行业发展特点分析	104
二、矿泉水行业投资现状分析	106
三、矿泉水行业技术发展分析	109
第二节 2012-2013年矿泉水行业市场情况分析	111
一、矿泉水行业市场发展分析	111
二、矿泉水市场存在的问题	114
三、矿泉水市场规模分析	115
第三节 2008-2013年矿泉水产销状况分析	117
一、矿泉水产量分析	117
二、矿泉水市场需求状况分析	117
第四节 产品发展趋势预测	120
一、高端矿泉水成主流	120
二、技术新动态	121
三、产品发展趋势预测	121

第七章 中国矿泉水行业整体运行指标分析 124

第一节 2013年中国矿泉水行业总体规模分析 124

一、企业数量结构分析 124

1、不同规模分析 124

2、不同所有制分析 125

二、行业生产规模分析 126

1、产成品产量分析 126

2、工业销售产值分析 127

第二节 2013年中国矿泉水行业产销分析 128

一、行业产成品情况总体分析 128

二、行业产品销售收入总体分析 129

第三节 2013年中国矿泉水行业财务指标总体分析 130

一、行业盈利能力分析 130

二、行业偿债能力分析 131

三、行业营运能力分析 132

四、行业发展能力分析 132

第八章 矿泉水行业盈利能力分析 133

第一节 2013年中国矿泉水行业利润总额分析 133

一、利润总额分析 133

二、不同规模企业利润总额比较分析 134

三、不同所有制企业利润总额比较分析 134

第二节 2013年中国矿泉水行业销售利润率 135

一、销售利润率分析 135

二、不同规模企业销售利润率比较分析 135

三、不同所有制企业销售利润率比较分析 136

第三节 2013年中国矿泉水行业总资产利润率分析 136

一、总资产利润率分析 136

二、不同规模企业总资产利润率比较分析 137

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析 137

第四节 2013年中国矿泉水行业产值利税率分析 138

一、产值利税率分析 138

二、不同规模企业产值利税率比较分析 138

三、不同所有制企业产值利税率比较分析 139

第九章 矿泉水重点企业发展分析 140

第一节 娃哈哈 140

一、企业概况 140

二、企业经营状况 141

三、企业竞争优势 142

四、品牌发展战略 142

第二节 农夫山泉 144

一、企业概况 144

二、企业经营状况 147

三、企业竞争优势 147

四、品牌竞争策略 148

第三节 统一 149

一、企业概况 149

二、企业经营状况 150

三、企业财务分析 156

四、企业竞争优势 158

五、品牌竞争策略 159

第四节 景田 159

一、企业概况 159

二、企业竞争优势 160

三、品牌竞争策略 160

第五节 5100西藏冰川矿泉水公司 161

一、企业概况 161

二、企业经营状况 164

三、企业财务分析 165

四、企业竞争优势 167

五、企业发展战略 167

第六节 益力 168

一、企业概况 168

二、企业经营状况 169

三、企业竞争优势 172

四、发展战略 173

第七节 康师傅公司 176

一、企业概况 176

二、企业经营状况 178

三、企业财务分析 180

四、企业竞争优势 181

五、企业发展战略 181

第八节 上海梅林正广和股份有限公司 182

一、企业概况 182

二、企业经营状况 184

三、企业财务分析 185

四、企业竞争优势 187

五、企业发展战略 188

第九节 青海玉珠峰矿泉水有限公司 188

一、公司主营业务 188

二、公司经营状况 188

三、公司优劣势分析 190

四、公司发展策略 191

第十节 青岛崂山矿泉水有限公司 193

一、公司主营业务 193

二、公司经营状况 194

三、公司优劣势分析 194

四、公司竞争策略 196

第四部分 矿泉水行业投资价值分析

第十章 矿泉水行业投资策略分析 198

第一节 行业发展特征 198

一、行业的周期性 198

二、行业的区域性 198

三、行业的上下游 199

1、上游水源分析 199

2、下游市场特征 201

四、行业经营模式 201

第二节 行业投资形势分析 205

一、行业发展格局 205

- 1、矿泉水行业集中度分析 205
- 2、矿泉水行业竞争程度分析 206
- 3、领导企业的市场力量 207
- 4、其他企业的竞争力 208

二、行业进入壁垒 208

三、行业SWOT分析 210

- 1、优势分析 210
- 2、劣势分析 211
- 3、机会分析 212
- 4、风险分析 213

四、行业五力模型分析 213

- 1、现有企业间竞争 213
- 2、潜在进入者分析 215
- 3、替代品威胁分析 216
- 4、供应商议价能力 217
- 5、客户议价能力 217

第三节 2013年矿泉水行业投资效益分析 217

- 一、2013年矿泉水行业投资状况分析 217
- 二、2013年矿泉水行业投资效益分析 219

第四节 2013年矿泉水行业投资策略研究 221

- 一、矿泉水市场投资策略分析 221
- 二、矿泉水细分市场投资策略分析 222
- 三、对矿泉水行业的投资建议 223

第十一章 2014-2019年矿泉水行业投资风险预警 226

第一节 影响矿泉水行业发展的主要因素 226

- 一、2013年影响矿泉水行业运行的有利因素 226
- 二、2013年影响矿泉水行业运行的稳定因素 227
 - 1、我国天然饮用矿泉水资源丰富 227
 - 2、我国矿泉水行业生产潜力大 230
- 三、2013年影响矿泉水行业运行的不利因素 230

四、2013年我国矿泉水行业发展面临的挑战	231
五、2013年我国矿泉水行业发展面临的机遇	233
第二节 矿泉水行业投资风险预警	234
一、2014-2019年矿泉水行业市场风险预测	234
二、2014-2019年矿泉水行业政策风险预测	241
三、2014-2019年矿泉水行业经营风险预测	242
四、2014-2019年矿泉水行业竞争风险预测	242
五、2014-2019年矿泉水行业其他风险预测	245
第五部分 矿泉水行业发展趋势分析	
第十二章 2014-2019年矿泉水行业发展趋势分析	246
第一节 2014-2019年中国矿泉水市场趋势分析	246
一、2012-2013年我国矿泉水市场趋势总结	246
二、2014-2019年我国矿泉水发展趋势分析	248
1、高端市场趋势	248
2、定制矿泉水趋势	249
第二节 2014-2019年矿泉水产品发展趋势分析	252
一、国际目标市场预测	252
二、国内目标市场预测	253
三、生产线的目标市场	255
四、国内矿泉水品牌竞争力分析	255
五、进入目标市场主要措施	259
第三节 2014-2019年中国矿泉水行业供需预测	260
一、主要观点	260
二、行业竞争结构分析	260
三、价格走势分析	264
四、整体市场关注度	265
五、品牌关注度格局	266
六、产品关注度调查	266
第四节 2014-2019年矿泉水行业规划建议	267
一、全面规划，合理布局	267
二、严格管理，节约和保护资源	267
三、增强质量意识，坚持国家标准，确保产品质量	268

四、充分发挥矿泉水专业委员会的桥梁与纽带作用 268

五、依靠科技进步和创新，推进矿泉水产业的发展 268

六、加大医疗矿泉水的开发利用力度 269

第十三章 矿泉水企业管理策略建议 270

第一节 市场策略分析 270

一、矿泉水价格策略分析 270

1、竞争导向的定价策略 270

2、需求导向的定价策略 270

3、折扣和折让相结合的定价策略 270

二、矿泉水渠道策略分析 271

第二节 销售策略分析 274

一、媒介选择策略分析 274

二、产品定位策略分析 277

三、企业宣传策略分析 280

第三节 提高矿泉水企业竞争力的策略 281

一、提高中国矿泉水企业核心竞争力的对策 281

1、质量保证 281

2、品种多样 281

3、品牌效应 281

4、策略求新 282

5、销售模式创新 282

二、矿泉水企业提升竞争力的主要方向 282

三、影响矿泉水企业核心竞争力的因素 283

四、提高矿泉水企业竞争力的策略 284

第四节 对我国矿泉水品牌的战略思考 286

一、矿泉水实施品牌战略的意义 286

二、矿泉水企业品牌的现状分析 290

三、我国矿泉水企业的品牌战略 292

四、矿泉水品牌战略管理的策略 292

图表目录

图表：2008-2013年我国矿泉水消费量统计 22

图表：2008-2013年我国矿泉水产量统计 23

图表：2008-2013年东北地区矿泉水市场规模	26
图表：2008-2013年华北地区矿泉水市场规模	29
图表：2008-2013年华东地区矿泉水市场规模	30
图表：2008-2013年华中地区矿泉水市场规模	31
图表：2008-2013年华南地区矿泉水市场规模	36
图表：2008-2013年西部地区矿泉水市场规模	38
图表：2013年中国矿泉水区域市场结构	49
图表：2011年1-12月包装饮用水产量全国合计	50
图表：2011年1-12月包装饮用水产量北京市合计	50
图表：2011年1-12月包装饮用水产量天津市合计	50
图表：2011年1-12月包装饮用水产量河北省合计	50
图表：2011年1-12月包装饮用水产量山西省合计	50
图表：2011年1-12月包装饮用水产量内蒙古合计	50
图表：2011年1-12月包装饮用水产量辽宁省合计	51
图表：2011年1-12月包装饮用水产量吉林省合计	51
图表：2011年1-12月包装饮用水产量黑龙江合计	51
图表：2011年1-12月包装饮用水产量上海市合计	51
图表：2011年1-12月包装饮用水产量江苏省合计	51
图表：2011年1-12月包装饮用水产量浙江省合计	51
图表：2011年1-12月包装饮用水产量安徽省合计	51
图表：2011年1-12月包装饮用水产量福建省合计	51
图表：2011年1-12月包装饮用水产量江西省合计	52
图表：2011年1-12月包装饮用水产量山东省合计	52
图表：2011年1-12月包装饮用水产量河南省合计	52
图表：2011年1-12月包装饮用水产量湖北省合计	52
图表：2011年1-12月包装饮用水产量湖南省合计	52
图表：2011年1-12月包装饮用水产量广东省合计	52
图表：2011年1-12月包装饮用水产量广西区合计	52
图表：2011年1-12月包装饮用水产量海南省合计	52
图表：2011年1-12月包装饮用水产量重庆市合计	53
图表：2011年1-12月包装饮用水产量四川省合计	53
图表：2011年1-12月包装饮用水产量贵州省合计	53

图表：2011年1-12月包装饮用水产量云南省合计 53

图表：2011年1-12月包装饮用水产量西藏区合计 53

图表：2011年1-12月包装饮用水产量陕西省合计 53

图表：2011年1-12月包装饮用水产量甘肃省合计 53

图表：2011年1-12月包装饮用水产量青海省合计 53

图表：2011年1-12月包装饮用水产量新疆区合计 54

图表：2012年各季度我国包装饮用水产量及增长 54

图表：2012年各季度我国北京市包装饮用水产量及增长 54

图表：2012年各季度我国天津市包装饮用水产量及增长 54

图表：2012年各季度我国河北省包装饮用水产量及增长 55

图表：2012年各季度我国山西省包装饮用水产量及增长 55

图表：2012年各季度我国内蒙古包装饮用水产量及增长 55

图表：2012年各季度我国辽宁省包装饮用水产量及增长 56

图表：2012年各季度我国吉林省包装饮用水产量及增长 56

图表：2012年各季度我国黑龙江包装饮用水产量及增长 56

图表：2012年各季度我国上海市包装饮用水产量及增长 57

图表：2012年各季度我国江苏省包装饮用水产量及增长 57

图表：2012年各季度我国浙江省包装饮用水产量及增长 57

图表：2012年各季度我国安徽省包装饮用水产量及增长 58

图表：2012年各季度我国福建省包装饮用水产量及增长 58

图表：2012年各季度我国江西省包装饮用水产量及增长 58

图表：2012年各季度我国山东省包装饮用水产量及增长 59

图表：2012年各季度我国河南省包装饮用水产量及增长 59

图表：2012年各季度我国湖北省包装饮用水产量及增长 59

图表：2012年各季度我国湖南省包装饮用水产量及增长 60

图表：2012年各季度我国广东省包装饮用水产量及增长 60

图表：2012年各季度我国广西省包装饮用水产量及增长 60

图表：2012年各季度我国海南省包装饮用水产量及增长 61

图表：2012年各季度我国重庆市包装饮用水产量及增长 61

图表：2012年各季度我国四川省包装饮用水产量及增长 61

图表：2012年各季度我国贵州省包装饮用水产量及增长 62

图表：2012年各季度我国云南省包装饮用水产量及增长 62

图表：2012年各季度我国西藏包装饮用水产量及增长 62

图表：2012年各季度我国陕西省包装饮用水产量及增长 63

图表：2012年各季度我国甘肃省包装饮用水产量及增长 63

图表：2012年各季度我国青海包装饮用水产量及增长 63

图表：2012年各季度我国新疆省包装饮用水产量及增长 64

图表：2008-2012年我国包装饮用水产量及增长 64

图表：2008-2012年我国北京市包装饮用水产量及增长 64

图表：2008-2012年我国天津市包装饮用水产量及增长 65

图表：2008-2012年我国河北省包装饮用水产量及增长 65

图表：2008-2012年我国山西省包装饮用水产量及增长 65

图表：2008-2012年我国内蒙古包装饮用水产量及增长 66

图表：2008-2012年我国辽宁省包装饮用水产量及增长 66

图表：2008-2012年我国吉林省包装饮用水产量及增长 66

图表：2008-2012年我国黑龙江包装饮用水产量及增长 67

图表：2008-2012年我国上海市包装饮用水产量及增长 67

图表：2008-2012年我国江苏省包装饮用水产量及增长 67

图表：2008-2012年我国浙江省包装饮用水产量及增长 68

图表：2008-2012年我国安徽省包装饮用水产量及增长 68

图表：2008-2012年我国福建省包装饮用水产量及增长 68

图表：2008-2012年我国江西省包装饮用水产量及增长 69

图表：2008-2012年我国山东省包装饮用水产量及增长 69

图表：2008-2012年我国河南省包装饮用水产量及增长 69

图表：2008-2012年我国湖北省包装饮用水产量及增长 70

图表：2008-2012年我国湖南省包装饮用水产量及增长 70

图表：2008-2012年我国广东省包装饮用水产量及增长 70

图表：2008-2012年我国广西省包装饮用水产量及增长 71

图表：2008-2012年我国海南省包装饮用水产量及增长 71

图表：2008-2012年我国重庆市包装饮用水产量及增长 71

图表：2008-2012年我国四川省包装饮用水产量及增长 72

图表：2008-2012年我国贵州省包装饮用水产量及增长 72

图表：2008-2012年我国云南省包装饮用水产量及增长 72

图表：2008-2012年我国西藏包装饮用水产量及增长 73

图表：2008-2012年我国陕西省包装饮用水产量及增长 73

图表：2008-2012年我国甘肃省包装饮用水产量及增长 73

图表：2008-2012年我国青海包装饮用水产量及增长 74

图表：2008-2012年我国新疆省包装饮用水产量及增长 74

图表：2013年各季度我国饮用水及饮料行业企业数量增长情况 75

图表：2013年各季度我国饮用水及饮料行业企业亏损数量情况 75

图表：2013年各季度我国饮用水及饮料行业从业人数及增长情况 76

图表：2013年我国饮用水行业不同规模企业从业人员情况 76

图表：2013年我国饮用水行业不同所有制企业从业人员情况 77

图表：2013年各季度我国饮用水及饮料行业流动资产及增长情况 77

图表：2013年各季度我国饮用水及饮料行业资产及增长情况 78

图表：2013年各季度我国饮用水及饮料行业资产与负债对比 78

图表：2013年我国饮用水行业不同规模企业资产情况 79

图表：2013年我国饮用水行业不同规模企业负债情况 79

图表：2013年我国饮用水行业不同所有制企业资产情况 80

图表：2013年我国饮用水行业不同所有制企业负债情况 80

图表：2013年我国饮用水行业不同规模企业数量情况 81

图表：2013年我国饮用水行业不同规模企业亏损数量情况 81

图表：2013年我国饮用水行业不同所有制企业数量情况 82

图表：2013年我国饮用水行业不同所有制企业亏损数量情况 82

图表：2013年我国饮用水行业不同规模企业收入情况 83

图表：2013年我国饮用水行业不同规模企业成本情况 83

图表：2013年我国饮用水行业不同所有制企业销售情况 84

图表：2013年我国饮用水行业不同所有制企业成本情况 84

图表：2012年各季度我国饮用水及饮料行业产成品及增长情况 85

图表：2012年我国饮用水行业不同规模企业产成品情况 85

图表：2012年我国饮用水行业不同所有制企业产成品情况 86

图表：2012年各季度我国饮用水及饮料行业工业销售产值及增长情况 86

图表：2012年我国饮用水行业不同规模企业工业销售产值情况 87

图表：2012年我国饮用水行业不同所有制企业工业销售产值情况 87

图表：2012年各季度我国饮用水及饮料行业出口交货值及增长情况 88

图表：2012年我国饮用水行业不同规模企业出口交货值情况 88

图表：2012年我国饮用水行业不同所有制企业出口交货值情况 89

图表：2012年各季度我国饮用水及饮料行业销售费用及增长情况 89

图表：2012年我国饮用水行业不同规模企业销售费用情况 90

图表：2012年我国饮用水行业不同所有制企业销售费用情况 90

图表：2012年各季度我国饮用水及饮料行业管理费用及增长情况 90

图表：2012年各季度我国饮用水及饮料行业财务费用及增长情况 91

图表：2012年我国饮用水行业不同规模企业管理费用情况 91

图表：2012年我国饮用水行业不同所有制企业费用情况 91

图表：2012年各季度我国饮用水及饮料行业主营业务收入及增长情况 92

图表：2012年各季度我国饮用水及饮料行业主营业务收入及增长情况 92

图表：2012年各季度我国饮用水及饮料行业收入与成本对比 93

图表：2012年各季度我国饮用水及饮料行业利润及增长情况 93

图表：2012年我国饮用水行业不同规模企业利润情况 93

图表：2012年我国饮用水行业不同所有制企业利润情况 94

图表：2013年我国矿泉水市场国内外品牌结构 94

图表：2013年我国矿泉水市场品牌结构 95

图表：2008-2013年我国矿泉水产量统计 117

图表：2013年我国饮用水行业不同规模企业数量情况 124

图表：2013年我国饮用水行业不同规模企业亏损数量情况 124

图表：2013年我国饮用水行业不同所有制企业数量情况 125

图表：2012年我国饮用水行业不同所有制企业亏损数量情况 125

图表：2013年我国包装应用水产成品产量情况 126

图表：2012年我国饮用水行业不同规模企业产成品情况 126

图表：2013年我国饮用水行业不同所有制企业产成品情况 127

图表：2013年各季度我国饮用水及饮料行业工业销售产值 127

图表：2013年我国饮用水行业不同规模企业工业销售产值情况 128

图表：2013年我国饮用水行业不同所有制企业工业销售产值情况 128

图表：2012-2013年我国包装饮用水的产量分析 129

图表：行业产品销售收入总体 129

图表：中国矿泉水行业盈利能力 130

图表：中国矿泉水行业偿债能力 131

图表：中国矿泉水行运营能力 132

图表：中国矿泉水行发展能力 132

图表：2009-2013年中国矿泉水行业利润总额 133

图表：2013年不同规模企业利润总额占比情况 134

图表：2013年不同所有制企业利润总额占比情况 134

图表：2010-2013年中国矿泉水行业销售利润率 135

图表：2013年不同规模企业销售利润率 135

图表：2013年不同所有制企业销售利润率 136

图表：2010-2013年中国矿泉水行业总资产利润率 136

图表：2013年不同规模企业总资产利润率 137

图表：2013年不同所有制企业总资产利润率 137

图表：2010-2013年中国矿泉水行业产值利税率 138

图表：2013年不同规模企业产值利税率前可情况 138

图表：2013年不同所有制企业产值利税率情况 139

图表：2012-2013年统一企业中国控股有限公司主要财务指标 156

图表：2012-2013年统一企业中国控股有限公司利润表 157

图表：2005-2012年统一企业中国控股有限公司资产负债表 157

图表：2012-2013年统一企业中国控股有限公司现金流量表 158

图表：2012-2013年西藏冰川矿泉水有限公司重要财务指标 165

图表：2012-2013年西藏冰川矿泉水有限公司利润表 166

图表：2012-2013年西藏冰川矿泉水有限公司资产负债表 166

图表：2012-2013年西藏冰川矿泉水有限公司现金流量表 166

图表：2013年康师傅公司利润表分析 178

图表：2013年康师傅公司资产负债表分析 179

图表：2013年康师傅公司主要财务指标 179

图表：2013年康师傅公司现金流量表 180

图表：2013年上海梅林正广和股份有限公司资产负债表分析 185

图表：2013年上海梅林正广和股份有限公司利润表分析 185

图表：2013年上海梅林正广和股份有限公司现金流量表 186

图表：2013年上海梅林正广和股份有限公司每股指标分析 186

图表：2013年上海梅林正广和股份有限公司成长能力指标分析 187

图表：2013年上海梅林正广和股份有限公司盈利能力指标分析 187

图表：2013年我国矿泉水市场国内外品牌结构 205

图表：2013年我国矿泉水市场品牌结构 206

图表：2013年进口矿泉水消费者消费情况表 221

图表：2012年中国矿泉水购买渠道分析表 264

图表：2012年我国矿泉水消费者购买频率分析表 265

图表：2012年我国瓶装水消费比例 265

图表：2012年我国矿泉水市场消费者品牌偏好分析 266

图表：2013年矿泉水消费者对产品关注情况分析 266

图表：品牌在不同阶段品牌的特点图 288

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/104027.html>