

## 2013-2017年中国瓶（罐）装饮用水行业产销需求与战略投资分析报告

## 目 录

## CONTENTS

**第1章：中国瓶（罐）装饮用水行业发展综述****1.1 瓶（罐）装饮用水行业定义及分类**

- 1.1.1 行业概念及定义
- 1.1.2 行业主要产品大类

**1.2 瓶（罐）装饮用水行业统计标准**

- 1.2.1 瓶（罐）装饮用水行业统计部门和统计口径
- 1.2.2 瓶（罐）装饮用水行业统计方法
- 1.2.3 瓶（罐）装饮用水行业数据种类

**1.3 瓶（罐）装饮用水行业供应链分析**

- 1.3.1 瓶（罐）装饮用水行业上下游产业供应链简介
- 1.3.2 瓶（罐）装饮用水行业下游产业链分析
  - (1) 人口总量及结构特征
  - (2) 城镇居民人均收入和消费支出
- 1.3.3 瓶（罐）装饮用水行业上游产业供应链分析
  - (1) 淡水资源
  - (2) 饮用水用瓶市场
    - 1) PE（聚乙烯）
    - 2) PVC（聚氯乙烯）：
    - (3) 塑料瓶盖

**第2章：2007-2012年瓶（罐）装饮用水行业发展状况分析****2.1 中国瓶（罐）装饮用水行业发展状况分析**

- 2.1.1 中国瓶（罐）装饮用水行业发展总体概况
- 2.1.2 中国瓶（罐）装饮用水行业发展主要特点
- 2.1.3 2012年瓶（罐）装饮用水行业发展状况
- 2.1.4 2012年瓶（罐）装饮用水行业运行态势

**2.2 2006-2012年瓶（罐）装饮用水行业经济指标分析**

- 2.2.1 主要经济效益影响因素分析
- 2.2.2 2006-2012年瓶（罐）装饮用水行业经济指标分析
- 2.2.3 2006-2012年不同规模企业经济指标分析
- 2.2.4 2006-2012年不同性质企业经济指标分析
- 2.2.5 2006-2012年不同地区企业经济指标分析

**2.3 2006-2012年瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析**

- 2.3.1 2006-2012年全国瓶（罐）装饮用水行业产成品分析
- 2.3.2 2006-2012年各地区瓶（罐）装饮用水行业产成品分析
  - (1) 2006-2012年产成品居前的12个地区产成品分析
  - (2) 2006-2012年产成品排名靠后的12个地区产成品分析
- 2.3.3 2006-2012年全国瓶（罐）装饮用水行业产品销售情况分析
- 2.3.4 2006-2012年各地区瓶（罐）装饮用水行业产品销售收入状况分析
  - (1) 2006-2012年销售收入居前的12个地区销售收入分析
  - (2) 2006-2012年销售收入排名靠后的12个地区销售收入分析

**2.4 2012年瓶（罐）装饮用水行业运营状况分析**

- 2.4.1 2012年工业总产值变化情况
- 2.4.2 2012年销售收入变化情况
- 2.4.3 2012年资产总计变化情况
- 2.4.4 2012年利润总额变化情况
- 2.4.5 2008年出口交货值变化情况

**第3章：瓶（罐）装饮用水行业市场环境分析****3.1 行业政策环境分析**

- 3.1.1 行业相关政策动向
  - (1) 新劳动法
  - (2) 水桶新标准

- (3) 水质新标准
  - (4) 政府监管条例
- 3.1.2 行业相关标准动向
  - (1) 《生活饮用水卫生标准》
  - (2) 瓶装饮用纯净水卫生标准
  - (3) 饮用天然矿泉水水质标准
  - (4) 饮用天然矿泉水开采的具体规定和要求
- 3.1.3 行业发展规划
- 3.2 行业经济环境分析
  - 3.2.1 国家宏观经济环境分析
  - 3.2.2 行业宏观经济环境分析
- 3.3 行业需求环境分析
  - 3.3.1 行业需求特征分析
  - 3.3.2 行业需求趋势分析
- 3.4 行业贸易环境分析
  - 3.4.1 行业贸易环境发展现状
  - 3.4.2 行业贸易环境发展趋势
- 3.5 行业社会环境分析
  - 3.5.1 行业发展与社会经济的协调
  - 3.5.2 行业发展面临的环境保护问题
  - 3.5.3 行业发展的地区不平衡问题
  - 3.5.4 新劳动法对行业的影响分析
- 第4章：瓶（罐）装饮用水行业市场竞争状况分析**
  - 4.1 行业总体市场竞争状况分析
  - 4.2 行业国际市场竞争状况分析
    - 4.2.1 国际瓶（罐）装饮用水市场发展状况
    - 4.2.2 国际瓶（罐）装饮用水市场竞争状况分析
    - 4.2.3 国际瓶（罐）装饮用水市场发展趋势分析
    - 4.2.4 跨国公司在中国市场的投资布局
      - (1) 法国达能公司
      - (2) 雀巢公司
      - (3) 可口可乐公司
    - 4.2.5 跨国公司在中国的竞争策略分析
  - 4.3 国内市场竞争状况分析
    - 4.3.1 国内瓶（罐）装饮用水行业行业竞争现状分析
    - 4.3.2 国内瓶（罐）装饮用水行业市场规模分析
    - 4.3.3 国内瓶（罐）装饮用水行业竞争格局分析
    - 4.3.4 国内瓶（罐）装饮用水行业潜在威胁分析
  - 4.4 行业投资兼并与重组整合分析
    - 4.4.1 瓶（罐）装饮用水行业投资兼并与重组整合概况
    - 4.4.2 外资瓶（罐）装饮用水企业投资兼并与重组整合
    - 4.4.3 国内瓶（罐）装饮用水企业投资兼并与重组整合
    - 4.4.4 2012年瓶（罐）装饮用水行业投资兼并与重组整合动向
  - 4.5 行业不同经济类型企业特征分析
    - 4.5.1 不同经济类型企业特征情况
    - 4.5.2 行业经济类型集中度分析
- 第5章：瓶（罐）装饮用水行业主要产品分析**
  - 5.1 行业主要产品结构特征
    - 5.1.1 行业产品结构特征分析
    - 5.1.2 行业产品市场发展状况
  - 5.2 行业主要产品市场分析
    - 5.2.1 纯净水市场分析
    - 5.2.2 天然矿泉水市场分析
    - 5.2.3 矿物质水市场分析
    - 5.2.4 山泉水市场分析
    - 5.2.5 蒸馏水市场分析
    - 5.2.6 其他类型水市场分析
  - 5.3 一级替代品（饮料业）发展状况分析
    - 5.3.1 碳酸饮料市场分析

- 5.3.2 果汁及果汁饮料市场分析
- 5.3.3 茶饮料市场分析
- 5.3.4 功能性饮料市场分析
- 5.3.5 含乳饮料及植物蛋白饮料市场
- 5.4 二级替代品（设备业）发展状况分析
  - 5.4.1 管道直饮水系统
  - 5.4.2 家用净水器
  - 5.4.3 家用过滤器

## 第6章：瓶（罐）装饮用水消费行为及市场营销策略分析

### 6.1 瓶（罐）装饮用水消费者行为分析

- 6.1.1 瓶（罐）装饮用水市场消费品牌分析
- 6.1.2 影响消费者瓶装水消费的因素
- 6.1.3 瓶（罐）装饮用水购买包装爱好
- 6.1.4 瓶（罐）装饮用水购买场所分析
- 6.1.5 不同品牌瓶装水了解渠道分析

### 6.2 瓶（罐）装饮用水行业分地区品牌市场分析

- 6.2.1 瓶（罐）装饮用水行业分地区基本市场状况
  - (1) 瓶（罐）装饮用水分地区总体市场与需求状况
  - (2) 不同类型瓶（罐）装饮用水分地区市场与需求状况
- 6.2.2 瓶（罐）装饮用水行业主要产品品牌分地区基本市场状况
  - (1) 分地区品牌渗透率
  - (2) 分地区品牌最经常饮用比例
    - 1) 华北地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名
    - 2) 东北地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名
    - 3) 华东地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名
    - 4) 华中地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名
    - 5) 华南地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名
    - 6) 西南地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名
    - 7) 西北地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名
- 6.2.3 各类瓶（罐）装饮用水重度消费者的人口构成及其分布比例
  - (1) 矿泉水重度消费者的人口构成及其分布比例
  - (2) 纯净水重度消费者的人口构成及其分布比例
  - (3) 蒸馏水重度消费者的人口构成及其分布比例
- 6.2.4 瓶（罐）装饮用水主要产品品牌分人口组别基本市场指标分析
  - (1) 品牌渗透率与消费者人口构成（前十品牌）
    - 1) 前十品牌渗透率的消费者人口构成
    - 2) 前十品牌在特定人群中的品牌渗透率
  - (2) 品牌饮用比例与消费者人口构成（前十品牌）
    - 1) 前十品牌饮用比例的消费者人口构成
    - 2) 前十品牌在特定人群中的品牌饮用比例
- 6.2.5 瓶（罐）装饮用水消费者的生活态度
  - (1) 30城市总体与瓶（罐）装饮用水消费者的品牌观比较
  - (2) 30城市总体与瓶（罐）装饮用水消费者的广告观比较
  - (3) 30城市总体与瓶（罐）装饮用水消费者的购物投资观比较
  - (4) 30城市总体与瓶（罐）装饮用水消费者的饮食生活观比较
  - (5) 30城市总体与瓶（罐）装饮用水消费者的个性时尚观比较
  - (6) 30城市总体与瓶（罐）装饮用水消费者的工作成就观比较
  - (7) 30城市总体与瓶（罐）装饮用水消费者的科技环保观比较
- 6.2.6 瓶罐装饮用水消费者的体育运动和休闲活动
  - (1) 参加体育运动比例
  - (2) 日常休闲活动比例

### 6.3 瓶（罐）装饮用水行业市场营销策略分析

- 6.3.1 瓶（罐）装饮用水市场营销特性分析
- 6.3.2 瓶（罐）装饮用水产品营销渠道分析
- 6.3.3 娃哈哈、农夫山泉和康师傅的营销策略比较

## 第7章：瓶（罐）装饮用水行业进出口市场分析

### 7.1 瓶（罐）装饮用水行业进出口状况综述

### 7.2 瓶（罐）装饮用水行业出口分析

- 7.2.1 行业出口市场总体状况分析

- 7.2.2 行业出口产品结构特征分析
- 7.2.3 出口运输方式特征与出口量
- 7.2.4 国内行业出口主要地区分布
- 7.2.5 主要出口贸易方式及特征
- 7.2.6 行业出口国别特征分析

### 7.3 瓶（罐）装饮用水行业进口分析

- 7.3.1 行业进口产品市场总体状况分析
- 7.3.2 行业进口产品结构特征分析
- 7.3.3 进口运输方式特征与进口量
- 7.3.4 主要进口贸易方式及特征
- 7.3.5 产品进口国别分布情况
- 7.3.6 进口产品主要国内地区分布

### 7.4 瓶（罐）装饮用水行业进出口前景及建议

- 7.4.1 行业出口前景预测
- 7.4.2 行业进口前景预测

## 第8章：瓶（罐）装饮用水行业重点区域市场分析

### 8.1 行业总体区域结构特征分析

- 8.1.1 行业区域结构总体特征
- 8.1.2 行业区域集中度分析

### 8.2 行业重点区域产销情况分析

- 8.2.1 华北地区瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (1) 2004-2012年北京市瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (2) 2004-2012年天津市瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (3) 2004-2012年河北省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (4) 2004-2012年内蒙古瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
- 8.2.2 华东地区瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (1) 2004-2012年上海市瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (2) 2004-2012年江苏省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (3) 2004-2012年浙江省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (4) 2004-2012年山东省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (5) 2004-2012年福建省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (6) 2004-2012年江西省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (7) 2004-2012年安徽省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
- 8.2.3 华南地区瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (1) 2004-2012年广东省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (2) 2004-2012年广西区瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (3) 2004-2012年海南省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
- 8.2.4 华中地区瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (1) 2004-2012年湖北省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (2) 2004-2012年湖南省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (3) 2004-2012年河南省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
- 8.2.5 西南地区瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (1) 2004-2012年重庆市瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (2) 2004-2012年四川省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (3) 2004-2012年贵州省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (4) 2004-2012年云南省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (5) 2004-2012年西藏区瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
- 8.2.6 西北地区瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (1) 2004-2012年陕西省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (2) 2004-2012年甘肃省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (3) 2004-2012年青海省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
- 8.2.7 东北地区瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (1) 2004-2012年吉林省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (2) 2004-2012年辽宁省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析
  - (3) 2004-2012年黑龙江省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

## 第9章：瓶（罐）装饮用水行业主要企业生产经营分析

### 9.1 瓶（罐）装饮用水企业发展总体状况分析

- 9.1.1 瓶（罐）装饮用水行业企业规模
- 9.1.2 瓶（罐）装饮用水行业工业产值状况

- 9.1.3 瓶（罐）装饮用水行业销售收入和利润
- 9.1.4 主要瓶（罐）装饮用水企业创新能力分析
- 9.1.5 主要瓶（罐）装饮用水企业出口能力分析
- 9.2 瓶（罐）装饮用水行业重点企业个案分析**
- 9.3 瓶（罐）装饮用水重点企业个案分析**
  - 9.3.1 天津顶津食品有限公司经营情况分析
    - (1) 企业发展简况分析
    - (2) 企业产销能力分析
    - (3) 企业偿债能力分析
    - (4) 企业运营能力分析
    - (5) 企业盈利能力分析
    - (6) 企业发展能力分析
    - (7) 企业销售渠道与网络
    - (8) 企业经营状况SWOT分析
    - (9) 企业投资兼并与重组分析
    - (10) 企业最新发展动向分析
  - 9.3.2 杭州娃哈哈百立食品有限公司经营情况分析
    - (1) 企业发展简况分析
    - (2) 企业产销能力分析
    - (3) 企业偿债能力分析
    - (4) 企业运营能力分析
    - (5) 企业盈利能力分析
    - (6) 企业发展能力分析
    - (7) 企业销售渠道与网络
    - (8) 企业经营状况SWOT分析
    - (9) 企业投资兼并与重组分析
    - (10) 企业最新发展动向分析
  - 9.3.3 怡宝食品饮料（深圳）有限公司经营情况分析
    - (1) 企业发展简况分析
    - (2) 企业产销能力分析
    - (3) 企业偿债能力分析
    - (4) 企业运营能力分析
    - (5) 企业盈利能力分析
    - (6) 企业发展能力分析
    - (7) 企业销售渠道与网络
    - (8) 企业经营状况SWOT分析
    - (9) 企业投资兼并与重组分析
    - (10) 企业最新发展动向分析
  - 9.3.4 郑州顶津食品有限公司经营情况分析
    - (1) 企业发展简况分析
    - (2) 企业产销能力分析
    - (3) 企业偿债能力分析
    - (4) 企业运营能力分析
    - (5) 企业盈利能力分析
    - (6) 企业发展能力分析
    - (7) 企业销售渠道与网络
    - (8) 企业经营状况SWOT分析
    - (9) 企业投资兼并与重组分析
    - (10) 企业最新发展动向分析
  - 9.3.5 桂林娃哈哈食品有限公司经营情况分析
    - (1) 企业发展简况分析
    - (2) 企业产销能力分析
    - (3) 企业偿债能力分析
    - (4) 企业运营能力分析
    - (5) 企业盈利能力分析
    - (6) 企业发展能力分析
    - (7) 企业销售渠道与网络
    - (8) 企业经营状况SWOT分析
    - (9) 企业投资兼并与重组分析

(10) 企业最新发展动向分析

……另有15家企业分析。

## 第10章：瓶（罐）装饮用水行业发展趋势分析与预测

### 10.1 中国瓶（罐）装饮用水市场发展趋势

10.1.1 中国瓶（罐）装饮用水产业发展趋势分析

10.1.2 中国瓶（罐）装饮用水市场发展前景预测

### 10.2 瓶（罐）装饮用水投资特性分析

10.2.1 瓶（罐）装饮用水进入壁垒分析

10.2.2 瓶（罐）装饮用水盈利模式分析

10.2.3 瓶（罐）装饮用水盈利因素分析

### 10.3 中国瓶（罐）装饮用水投资建议

10.3.1 瓶（罐）装饮用水投资风险分析

10.3.2 前瞻瓶（罐）装饮用水投资建议

## 第11章：瓶（罐）装饮用水行业应对金融危机的影响及策略

### 11.1 金融危机爆发的原因

11.1.1 金融危机的定义及类型

11.1.2 金融危机的主要特征

11.1.3 金融危机爆发的直接原因

11.1.4 金融危机发生前的特征与规律

### 11.2 金融危机对全球经济影响

11.2.1 2012年全球经济走势

11.2.2 金融危机对全球经济的影响

11.2.3 2012年全球经济走势预测

11.2.4 各国应对金融危机的措施及政策

### 11.3 金融危机对中国经济影响

11.3.1 2012年中国经济发展情况

11.3.2 金融危机对实体经济影响分析

11.3.3 2012年中国经济发展走势预测

11.3.4 国际金融危机下的中国经济应对策略

### 11.4 金融危机对瓶（罐）装饮用水行业发展的影响

11.4.1 金融危机与瓶（罐）装饮用水行业的关系

11.4.2 金融危机对瓶（罐）装饮用水行业的影响

(1) 对国内瓶（罐）装饮用水市场影响

(2) 对瓶（罐）装饮用水出口市场影响

(3) 对中国瓶（罐）装饮用水产量影响

(4) 对中国瓶（罐）装饮用水需求的影响

(5) 对瓶（罐）装饮用水企业并购整合的影响

(6) 对瓶（罐）装饮用水市场竞争格局的影响

11.4.3 金融危机对瓶（罐）装饮用水相关行业的影响

### 11.5 金融危机下瓶（罐）装饮用水行业的发展机遇与风险

11.5.1 金融危机下瓶（罐）装饮用水行业的发展机遇

11.5.2 金融危机下中国瓶（罐）装饮用水行业的市场风险

11.5.3 中国瓶（罐）装饮用水行业应对金融危机的主要策略

## 图表目录

图表1：2000-2012年中国人口变化情况（单位：万人）

图表2：2012年中国城镇人口与乡村人口所占比例（单位：%）

图表3：2006-2020年预计老年人数量和占总人口比重情况（单位：万人，%）

图表4：国内主要聚乙烯生产商产能（单位：万吨）

图表5：2012年瓶（罐）装饮用水行业分地区销售收入排名（单位：亿元，%）

图表6：2012年不同经济类型在销售收入中所占比例（单位：%）

图表7：2012年不同经济类型在利润中所占比例（单位：%）

图表8：2012年瓶（罐）装饮用水行业分地区利润排名（单位：亿元，%）

- 图表9：2004-2012年瓶（罐）装饮用水行业销售成本增长幅度（单位：%）
- 图表10：2006-2012年瓶（罐）装饮用水行业重要数据指标比较分析（单位：个，万元，%）
- 图表11：2006-2012年行业重要财务数据比较分析（%，倍，次）
- 图表12：2006-2012年行业内各资产变化情况趋势图（单位：万元）
- 图表13：2006-2012年行业内资产与负债变化情况趋势图（单位：万元）
- 图表14：2012年瓶（罐）装饮用水行业总量增长情况（单位：亿元，个，人）
- 图表15：2012年瓶（罐）装饮用水行业经营环境变化（单位：万元，%）
- 图表16：2006-2012年瓶（罐）装饮用水行业制造企业主要经济指标一览表（单位：万元，个，%）
- 图表17：2006-2012年中国中型瓶（罐）装饮用水行业制造企业主要经济指标一览表（单位：万元，%，个）
- 图表18：2006-2012年中国小型瓶（罐）装饮用水行业制造企业主要经济指标一览表（单位：万元，%，个）
- 图表19：2006-2012年不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位：万元，%）
- 图表20：2006-2012年不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位：万元，%）
- 图表21：2006-2012年不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位：万元，%）
- 图表22：2006-2012年不同规模企业数量比重变化趋势图（单位：万元，%）
- 图表23：2006-2012年国有瓶（罐）装饮用水行业企业主要经济指标一览表（单位：万元，%，个）
- 图表24：2006-2012年集体瓶（罐）装饮用水行业企业主要经济指标一览表（单位：万元，%，个）
- 图表25：2006-2012年股份合作瓶（罐）装饮用水行业企业主要经济指标一览表（单位：万元，%，个）
- 图表26：2006-2012年股份制瓶（罐）装饮用水行业企业主要经济指标一览表（单位：万元，%，个）
- 图表27：2006-2012年外商和港澳台投资制瓶（罐）装饮用水行业企业主要经济指标一览表（单位：万元，%，个）
- 图表28：2006-2012年其他性质瓶（罐）装饮用水行业企业主要经济指标一览表（单位：万元，%，个）
- 图表29：2006-2012年不同性质企业销售收入比重变化趋势图（单位：万元，%）
- 图表30：2006-2012年不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位：万元，%）
- 图表31：2006-2012年不同性质企业利润总额比重变化趋势图（单位：万元，%）
- 图表32：2006-2012年不同性质企业数量比重变化趋势图（单位：万元，%）
- 图表33：2006-2012年居前的10个省份销售收入一览表（单位：万元，%）
- 图表34：2006-2012年居前的10个省份销售收入比重图（单位：%）
- 图表35：2006-2012年居前的10个省份资产总额一览表（单位：万元，%）
- 图表36：2006-2012年居前的10个省份资产总额比重图（单位：%）
- 图表37：2006-2012年居前的10个省份累计负债一览表（单位：万元，%）
- 图表38：2006-2012年居前的10个省份累计负债比重图（单位：%）
- 图表39：2006-2012年居前的10个省份销售利润一览表（单位：万元，%）
- 图表40：2006-2012年居前的10个省份销售利润比重图（单位：%）
- 图表41：2006-2012年居前的10个省份利润总额一览表（单位：万元，%）
- 图表42：2006-2012年居前的10个省份利润总额比重图（单位：%）
- 图表43：2006-2012年居前的12个省份产成品一览表（单位：万元，%）
- 图表44：2006-2012年居前的10个省份产成品比重图（单位：%）
- 图表45：2006-2012年居前的10个省份单位数及亏损单位数一览表（单位：个）
- 图表46：2006-2012年居前的10个省份累计企业单位数比重图（单位：%）
- 图表47：2006-2012年居前的10个省份亏损单位亏损总额一览表（单位：万元，%）
- 图表48：2006-2012年居前的10个省份亏损总额比重图（单位：%）
- 图表49：2006-2012年全国瓶（罐）装饮用水行业产成品一览表（单位：万元，%）
- 图表50：2006-2012年全国瓶（罐）装饮用水行业产成品变化趋势图（单位：万元，%）
- 图表51：2006-2012年产成品居前的12个地区产成品一览表（单位：万元，%）
- 图表52：2006-2012年产成品居前的12个地区产成品比重图（单位：%）
- 图表53：2006-2012年产成品排名靠后的12个地区产成品一览表（单位：万元，%）
- 图表54：2006-2012年产成品靠后的12个地区比重图（单位：%）
- 图表55：2004-2012年全国瓶（罐）装饮用水行业销售收入一览表（单位：万元，%）
- 图表56：2004-2012年全国瓶（罐）装饮用水行业销售收入变化趋势图（单位：万元，%）
- 图表57：2006-2012年销售收入居前的12个地区销售收入一览表（单位：万元，%）
- 图表58：2006-2012年销售收入居前的12个地区销售收入比重图（单位：%）
- 图表59：2006-2012年销售收入排名靠后的12个地区销售收入一览表（单位：万元，%）
- 图表60：2006-2012年产量靠后的12个地区销售收入比重图（单位：%）
- 图表61：2012年瓶（罐）装饮用水行业销售收入变化情况（按经济类型划分）（单位：万元，%）
- 图表62：2012年瓶（罐）装饮用水行业销售收入变化情况（单位：万元，%）
- 图表63：2012年瓶（罐）装饮用水行业销售收入变化趋势图（单位：万元，%）
- 图表64：2012年瓶（罐）装饮用水行业资产总计变化情况（按经济类型划分）（单位：万元，%）
- 图表65：2012年瓶（罐）装饮用水行业资产总计变化情况（单位：万元，%）
- 图表66：2012年瓶（罐）装饮用水行业资产总计变化趋势图（单位：万元，%）
- 图表67：2012年瓶（罐）装饮用水行业利润总额变化情况（按经济类型划分）（单位：万元，%）

- 图表68: 2012年瓶（罐）装饮用水行业利润总额变化情况（单位：万元，%）
- 图表69: 2012年瓶（罐）装饮用水行业利润总额变化趋势图（单位：万元，%）
- 图表70: 2012年瓶（罐）装饮用水行业从业人员变化情况（按经济类型划分）（单位：人，%）
- 图表71: 2012年瓶（罐）装饮用水行业从业人员变化情况（单位：人，%）
- 图表72: 2012年瓶（罐）装饮用水行业从业人数变化趋势图（单位：人，%）
- 图表73: 贸易顺差占GDP 比重持续上升（单位：%）
- 图表74: 投资、消费和贸易顺差单季同比增速（单位：%）
- 图表75: 2005-2012年城镇固定资产投资单月增速（单位：%）
- 图表76: 2002-2012年城乡居民收入实际增速季度变化情况（单位：%）
- 图表77: 08年CPI、PPI同比增速预测
- 图表78: 进口、出口增长与贸易顺差预测（单位：亿美元，%）
- 图表79: 年度贸易顺差预测（单位：亿美元）
- 图表80: 中国出口增长与世界经济增长有一定相关（单位：%）
- 图表81: 中国货币政策实施蒙代尔三角不可能原理解释
- 图表82: 主要货币政策及其目标和影响
- 图表83: 消费者最关注的饮料类型排行（单位：%）
- 图表84: 中国瓶（罐）装饮用水行业市场规模分析（单位：%）
- 图表85: 2012年瓶（罐）装饮用水行业企业的所有制结构特征（单位：个，万元）
- 图表86: 2012年中国瓶（罐）装饮用水行业企业三种经济类型企业的销售收入和利润比较（单位：亿元）
- 图表87: 2012年瓶（罐）装饮用水行业企业不同经济类型企业的财务状况比较（一）（单位：%、次）
- 图表88: 2012年瓶（罐）装饮用水行业企业不同经济类型企业的财务状况比较（二）（单位：%）
- 图表89: 2000-2012年矿泉水业总产值变动趋势（单位：亿元，%）
- 图表90: 2012年碳酸饮料市场品牌排行（单位：%）
- 图表91: 茶饮料市场品牌关注度排行（单位：%）
- 图表92: 主要城市消费者功能饮料饮用频率（单位：%）
- 图表93: 乳饮料行业市场品牌排行（单位：%）
- 图表94: 乳饮料消费者年龄分布（单位：%）
- 图表95: 最常购买的瓶装水（单位：%）
- 图表96: 2012年消费者最关注的水饮料品牌排行（单位：%）
- 图表97: 不同品牌饮用水的消费者收入分布（单位：%）
- 图表98: 各个品牌的使用经验（单位：%）
- 图表99: 各种影响因素的重要程度（单位：%）
- 图表100: 各种购买因素的重要性程度（单位：%）
- 图表101: 最常购买哪种规格包装的瓶装矿泉水（单位：%）
- 图表102: 消费者购买瓶装水的场所（单位：%）
- 图表103: 瓶（罐）装饮用水分地区总体市场与需求状况（单位：%）
- 图表104: 矿泉水分地区市场与需求状况（单位：%）
- 图表105: 纯净水分地区市场与需求状况（单位：%）
- 图表106: 蒸馏水分地区市场与需求状况（单位：%）
- 图表107: 华北地区瓶（罐）装饮用水品牌渗透率前十名（北京、天津、太原）（单位：%）
- 图表108: 东北地区瓶（罐）装饮用水品牌渗透率前十名（哈尔滨、长春、沈阳、大连）（单位：%）
- 图表109: 华东地区瓶（罐）装饮用水品牌渗透率前十名（济南、青岛、南京、苏州、上海、杭州、宁波、福州、厦门、合肥、南昌）（单位：%）
- 图表110: 华中地区瓶（罐）装饮用水品牌渗透率前十名（郑州、长沙、武汉）（单位：%）
- 图表111: 华南地区瓶（罐）装饮用水品牌渗透率前十名（广州、深圳、佛山、南宁、海口）（单位：%）
- 图表112: 西南地区瓶（罐）装饮用水品牌渗透率前十名（成都、重庆、昆明）（单位：%）
- 图表113: 西北地区瓶（罐）装饮用水品牌渗透率前十名（西安）（单位：%）
- 图表114: 华北地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名（北京、天津、太原）（单位：%）
- 图表115: 东北地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名（哈尔滨、长春、沈阳、大连）（单位：%）
- 图表116: 华东地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名（济南、青岛、南京、苏州、上海、杭州、宁波、福州、厦门、合肥、南昌）（单位：%）
- 图表117: 华中地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名（郑州、长沙、武汉）（单位：%）
- 图表118: 华南地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名（广州、深圳、佛山、南宁、海口）（单位：%）
- 图表119: 西南地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名（成都、重庆、昆明）（单位：%）
- 图表120: 西北地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名（西安）（单位：%）

……另有228个图表。

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：[service@qianzhan.com](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站：<https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！