2009-2012年桶装水行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

报告大纲

观研报告网
www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年桶装水行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：https://baogao.chinabaogao.com/yinliao/5944059440.html

报告价格：电子版: 6000元　纸介版：7000元　电子和纸介版: 8000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

从2008年开始，国内的碳酸饮料、果汁市场份额分别下降17%、18%，而桶装水、硅酸饮料呈上升之势，桶装水市场份额已上升到36.64%。在金融危机的背景下，“喝健康”成为市民的消费的心态，如此，才出现了市场份额的变局。果汁类消费降低，水饮消费上升与百姓生活水平提高有关。饮料的的功能是解渴，但由于中国百姓过去在解渴中还需要味觉的感受，所以选择果汁等。随着生活水平的提高，解渴的观念也发生变化，开始由“解馋”回归到解渴，到喝健康。消费者的口味变化带来了矿泉水的销量上升。2009年，在CPI走低的情况下，水企正在酝酿低成本扩张。2009年国家标准委员会发布《饮用天然矿泉水》和《饮用天然矿泉水检验方法》两大新国标，首次把溴酸盐限定含量纳入了新标准。根据两大新国标，从10月1日起，矿泉水生产厂家必须在外包装上对溴酸盐含量作出明确标识，同时其溴酸盐含量最高不得超过0.01mg/L，否则就不能上市销售。据悉，溴酸盐是矿泉水、山泉水等天然水源在臭氧消毒后生成的副产物，在国际上被定为2B级潜在致癌物。企业若要在10月1日前达到新标要求，必须投入少则数十万、多则上百万引进新设备，但这样一来成本将大增，极有可能导致行业大洗牌。实行新的标准后，光检测成本就提高了30%。成本上涨，部分企业已在酝酿调价。

直饮水机只要投2元钱，就能基本满足一家三口3天的饮水量。这样的直饮水水站出现在越来越多的社区。由于这种直饮水水价廉又能直饮，受到不少市民的热捧，有市民表示日后将不再订购桶装水，改喝直饮水。凭其优势，传统的桶装水市场开始受到冲击。直饮水水站的主要成本是设备购买和日常维护的费用，其次还有水电费及每月少量的占地租金。由于水价较低且又能直接饮用，市民从观望到试饮，慢慢地，开始投币买水了——因为价格低廉。大多数社区都能见到直饮水水站，几乎每台饮水机上都贴着这样的制水流程图：“原水—多介质过滤—精密过滤—RO反渗透—能量矿化—纯净水箱—UV杀菌—纳米处理—臭氧杀菌—活净水”八道工序过滤，有市民表示，尽管机器里的水是普通自来水，但是经过了这样8道程序的过滤后，水质应该没问题。可以放心使用。为了与传统的桶装纯净水相区别，这些直饮水都表示进行了矿化处理，改称为“活净水”，同时还通过现场灌装，避免了传统桶装水由于储存时间过长，加上二次灌装可能影响到饮水质量的问题。北京奥运会期间，奥运中心区人员密集，饮水需求量大。因此，园区内将设置供游人直接饮用的管道直饮水系统，将净化后的优质水送入公共场所12处直饮水饮水点，每小时供水2吨，可以满足6万人的用水需求。直饮水的饮水器设计照顾到了不同高度人员的需求，设置残疾人专用饮水器。直饮水系统水质安全可靠，保证饮水不会回流污染水质，达到奥组委要求。由于直饮水水站通过加盟的方式，目前扩张势头较猛，已给桶装水生产企业带来压力，尤其是传统的桶装纯净水，受到的冲击更大，一些桶装水生产企业在生产和销售中，已逐渐向天然矿泉水转型。

本研究咨询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、国家商务部、国务院发展研究中心、国家海关总署、中国饮料工业协会、中国轻工业统计局、中国经济景气

监测中心、全国商业信息中心、海内外多种相关报刊杂志的基础信息，以及桶装水专业研究单位公布和提供的大量资料，结合中研普华公司对广东、浙江、北京等重点区域市场的最新调研数据资料，对我国桶装水行业的现状、重点区域市场状况、领先企业研究、关联行业分析、产业竞争格局等内容进行详细的阐述和深入的分析，并根据桶装水行业的发展轨迹及多年的实践经验对桶装水未来的发展趋势作出审慎的判断，为桶装水产业投资者寻找新的投资亮点。最后对投资桶装水产业的一般效益作出客观的评析，阐明桶装水行业有没有投资的空间，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。本报告是桶装水生产企业、科研单位、桶装水销售企业准确了解桶装水行业发展动态，把握市场机会，作出正确的企业定位和明确企业发展方向不可多得的精品。

目 录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状
第一章 桶装水行业发展概述
第一节 桶装水的定义及分类
一、桶装水的定义
二、桶装水的分类
三、桶装水的特性
第二节 桶装水产业链分析
一、市场特点
二、行业经济特性
三、产业链结构分析
第三节 桶装水行业发展成熟度分析
一、行业发展周期分析
二、行业中外市场成熟度对比
三、行业及其主要子行业成熟度分析
第二章 我国桶装水行业发展现状
第一节 2007-2009年桶装水业发展情况分析
一、2007年桶装水行业发展情况分析
二、2008年桶装水行业发展情况分析
三、2009年桶装水行业发展特点分析
四、2009年1-5月桶装水行业发展情况
第二节 2008-2009年桶装水行业运行分析
一、2008-2009年桶装水业产销存运行分析
二、2008-2009年桶装水行业利润情况分析
三、2008-2009年桶装水行业发展周期分析

四、2009-2012年桶装水行业发展机遇分析
五、2009-2012年桶装水行业利润增速预测
第三节 2008年中国桶装水市场存在的问题分析
一、桶装水市场价格混乱不堪
二、桶装水流通时也可能受污染
三、桶装水饮用时可能会二次污染
四、桶装水市场利润大滑
五、中国桶装水产业面临原材料成本上涨
第三章 我国桶装水市场发展研究
第一节 2008年我国桶装水市场发展研究
一、2008年1季度我国桶装水市场研究
二、2008年2季度我国桶装水市场研究
三、2008年3季度我国桶装水市场研究
四、2008年4季度我国桶装水市场研究
第二节 2009年我国桶装水市场情况
一、2009年1-5月我国桶装水产销情况
二、2009年1-5月我国桶装水市场价格情况
三、2009年1-5月重点城市桶装水市场发展情况
四、2009年1-5月我国桶装水市场发展情况
第三节 2009年我国桶装水市场结构和价格走势分析
一、2009年Q1我国桶装水市场结构和价格走势概述
二、2009年Q1我国桶装水市场结构分析
三、2009年Q1我国桶装水市场价格走势分析
四、2009年1-5月我国桶装水市场结构和价格走势概述
五、2009年1-5月我国桶装水市场结构分析
六、2009年1-5月我国桶装水市场价格走势分析
第四节 2009年我国桶装水业市场发展特点分析
一、2009年Q1我国桶装水市场格局特点
二、2009年Q1我国桶装水产品创新特点
三、2009年Q1我国桶装水市场服务特点
四、2009年Q1我国桶装水市场品牌特点
第四章 我国桶装水市场调查分析
第一节 2008年我国桶装水市场调查分析
一、主要观点
二、市场结构分析

三、价格走势分析
四、整体市场关注度
五、品牌关注度格局
六、产品关注度调查
七、厂商分析
第二节 2009年1季度我国桶装水市场调查分析
一、主要观点
二、市场结构分析
三、价格走势分析
四、整体市场关注度
五、品牌关注度格局
六、产品关注度调查
七、厂商分析
第三节 2009年4月份中国桶装水市场调查分析
一、主要观点
二、市场结构分析
三、价格走势分析
四、整体市场关注度
五、品牌关注度格局
六、产品关注度调查
七、厂商分析
第四节 2009年5月份中国桶装水市场调查分析
一、主要观点
二、市场结构分析
三、价格走势分析
四、整体市场关注度
五、品牌关注度格局
六、产品关注度调查
七、厂商分析
第五章 桶装水行业经济运行分析
第一节 2008-2009年桶装水产量分析
一、2008年桶装水产量分析
二、2009年1-5月桶装水产量分析
第二节 2008-2009年桶装水行业主要经济指标分析
一、销售收入前十家企业分析

二、2008年桶装水行业主要经济指标分析
三、2009年1-5月桶装水行业主要经济指标分析
第三节 2008-2009年我国桶装水行业绩效分析
一、2008-2009年行业产销情况
二、2008-2009年行业规模情况
三、2008-2009年行业盈利能力
四、2008-2009年行业经营发展能力
五、2008-2009年行业偿债能力分析
第六章 桶装水区域市场情况分析
第一节 华北地区
一、2008-2009年行业发展现状分析
二、2008-2009年市场需求情况分析
三、2008-2009年市场规模情况分析
四、2008-2009年行业竞争格局分析
五、2008-2009年消费者的偏好分析
六、2009-2012年行业发展趋势分析
第二节 东北地区
一、2008-2009年行业发展现状分析
二、2008-2009年市场需求情况分析
三、2008-2009年市场规模情况分析
四、2008-2009年行业竞争格局分析
五、2008-2009年消费者的偏好分析
六、2009-2012年行业发展趋势分析
第三节 华东地区
一、2008-2009年行业发展现状分析
二、2008-2009年市场需求情况分析
三、2008-2009年市场规模情况分析
四、2008-2009年行业竞争格局分析
五、2008-2009年消费者的偏好分析
六、2009-2012年行业发展趋势分析
第四节 华南地区
一、2008-2009年行业发展现状分析
二、2008-2009年市场需求情况分析
三、2008-2009年市场规模情况分析
四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析
六、2009-2012年行业发展趋势分析
第五节 中南地区
一、2008-2009年行业发展现状分析
二、2008-2009年市场需求情况分析
三、2008-2009年市场规模情况分析
四、2008-2009年行业竞争格局分析
五、2008-2009年消费者的偏好分析
六、2009-2012年行业发展趋势分析
第六节 西南地区
一、2008-2009年行业发展现状分析
二、2008-2009年市场需求情况分析
三、2008-2009年市场规模情况分析
四、2008-2009年行业竞争格局分析
五、2008-2009年消费者的偏好分析
六、2009-2012年行业发展趋势分析
第七节 西北地区
一、2008-2009年行业发展现状分析
二、2008-2009年市场需求情况分析
三、2008-2009年市场规模情况分析
四、2008-2009年行业竞争格局分析
五、2008-2009年消费者的偏好分析
六、2009-2012年行业发展趋势分析
第七章 中国桶装水行业消费市场分析
第一节 中国桶装水消费者收入分析
一、中国人口、人民生活分析
二、2008-2009年消费者收入水平
三、2009年消费者信心指数分析
第二节 桶装水行业产品目标客户群体调查
一、不同收入水平消费者偏好调查
二、不同年龄的消费者偏好调查
三、不同地区的消费者偏好调查
第三节 桶装水市场消费需求分析
一、桶装水市场的消费需求变化
二、桶装水行业的需求情况分析

三、2009年桶装水品牌市场消费需求分析
第四节 桶装水消费市场状况分析
一、桶装水行业消费特点
二、桶装水消费者分析
三、桶装水消费结构分析
四、桶装水消费的市场变化
五、桶装水市场的消费方向
第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析
一、价格敏感程度
二、品牌的影响
三、购买方便的影响
四、广告的影响程度
五、包装的影响程度
第六节 桶装水行业产品的品牌市场调查
一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
四、消费者经常购买的品牌调查
五、桶装水行业品牌忠诚度调查
六、桶装水行业品牌市场占有率调查
七、消费者的消费理念调研
第二部分 行业竞争格局
第八章 桶装水行业竞争格局分析
第一节 行业竞争结构分析
一、现有企业间竞争
二、潜在进入者分析
三、替代品威胁分析
四、供应商议价能力
五、客户议价能力
第二节 行业集中度分析
一、市场集中度分析
二、企业集中度分析
三、区域集中度分析
第三节 中国桶装水行业竞争格局综述
一、2008年桶装水行业集中度

二、2008年桶装水行业竞争程度
三、2008年桶装水企业与品牌数量
四、2008年桶装水行业竞争格局分析
第四节 2008-2009年桶装水行业竞争格局分析
一、2008-2009年国内外桶装水竞争分析
二、2008-2009年我国桶装水市场竞争分析
三、2008-2009年我国桶装水市场集中度分析
四、2009-2012年国内主要桶装水企业动向
五、2009年国内桶装水拟在建项目分析
第九章 桶装水企业竞争策略分析
第一节 桶装水市场竞争策略分析
一、2009年桶装水市场增长潜力分析
二、2009年桶装水主要潜力品种分析
三、现有桶装水产品竞争策略分析
四、潜力桶装水品种竞争策略选择
五、典型企业产品竞争策略分析
第二节 桶装水企业竞争策略分析
一、金融危机对桶装水行业竞争格局的影响
二、金融危机后桶装水行业竞争格局的变化
三、2009-2012年我国桶装水市场竞争趋势
四、2009-2012年桶装水行业竞争格局展望
五、2009-2012年桶装水行业竞争策略分析
六、2009-2012年桶装水企业竞争策略分析
第十章 主要桶装水企业竞争分析
第一节 乐百氏集团有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2008-2009年经营状况
四、2009-2012年发展战略
第二节 农夫山泉股份有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2008-2009年经营状况
四、2009-2012年发展战略
第三节 娃哈哈集团有限公司

一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2008-2009年经营状况
四、2009-2012年发展战略
第四节 四川蓝剑集团
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2008-2009年经营状况
四、2009-2012年发展战略
第五节 燕京啤酒股份有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2008-2009年经营状况
四、2009-2012年发展战略
第六节 天津雀巢天然矿泉水公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2008-2009年经营状况
四、2009-2012年发展战略
第七节 上海正广和公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2008-2009年经营状况
四、2009-2012年发展战略
第三部分 行业前景预测
第十一章 桶装水行业发展趋势分析
第一节 我国桶装水行业前景与机遇分析
一、我国桶装水行业发展前景
二、我国桶装水发展机遇分析
三、2009年桶装水的发展机遇分析
四、金融危机对桶装水行业的影响分析
第二节 2009-2012年中国桶装水市场趋势分析
一、2008-2009年桶装水市场趋势总结
二、2009-2012年桶装水发展趋势分析
三、2009-2012年桶装水市场发展空间

四、2009-2012年桶装水产业政策趋向
五、2009-2012年桶装水技术革新趋势
六、2009-2012年桶装水价格走势分析
七、2009-2012年国际环境对行业的影响
第十二章 未来桶装水行业发展预测
第一节 未来桶装水需求与消费预测
一、2009-2012年桶装水产品消费预测
二、2009-2012年桶装水市场规模预测
三、2009-2012年桶装水行业总产值预测
四、2009-2012年桶装水行业销售收入预测
五、2009-2012年桶装水行业总资产预测
第二节 2009-2012年中国桶装水行业供需预测
一、2008-2012年中国桶装水供给预测
二、2009-2012年中国桶装水产量预测
三、2009-2012年中国桶装水需求预测
四、2009-2012年中国桶装水供需平衡预测
五、2009-2012年中国桶装水产品价格预测
六、2009-2012年主要桶装水产品进出口预测
第四部分 投资战略研究
第十三章 桶装水行业投资现状分析
第一节 2008年桶装水行业投资情况分析
一、2008年总体投资及结构
二、2008年投资规模情况
三、2008年投资增速情况
四、2008年分行业投资分析
五、2008年分地区投资分析
六、2008年外商投资情况
第二节 2009年1-5月桶装水行业投资情况分析
一、2009年1-5月总体投资及结构
二、2009年1-5月投资规模情况
三、2009年1-5月投资增速情况
四、2009年1-5月分行业投资分析
五、2009年1-5月分地区投资分析
六、2009年1-5月外商投资情况
第十四章 桶装水行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析
一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
三、2009-2012年投资趋势及其影响预测
第二节 政策法规环境分析
一、2009年桶装水行业政策环境分析
二、2009年国内宏观政策对其影响
三、2009年行业产业政策对其影响
第三节 技术发展环境分析
一、国内桶装水技术现状
二、2009年桶装水技术发展分析
三、2009-2012年桶装水技术发展趋势分析
第四节 社会发展环境分析
一、国内社会环境发展现状
二、2009年社会环境发展分析
三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析
第十五章 桶装水行业投资机会与风险
第一节 行业活力系数比较及分析
一、2009年相关产业活力系数比较
二、2007-2008行业活力系数分析
第二节 行业投资收益率比较及分析
一、2009年相关产业投资收益率比较
二、2007-2008行业投资收益率分析
第三节 桶装水行业投资效益分析
一、2008-2009年桶装水行业投资状况分析
二、2009-2012年桶装水行业投资效益分析
三、2009-2012年桶装水行业投资趋势预测
四、2009-2012年桶装水行业的投资方向
五、2009-2012年桶装水行业投资的建议
六、新进入者应注意的障碍因素分析
第四节 影响桶装水行业发展的主要因素
一、2009-2012年影响桶装水行业运行的有利因素分析
二、2009-2012年影响桶装水行业运行的稳定因素分析
三、2009-2012年影响桶装水行业运行的不利因素分析
四、2009-2012年我国桶装水行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国桶装水行业发展面临的机遇分析
第五节 桶装水行业投资风险及控制策略分析
一、2009-2012年桶装水行业市场风险及控制策略
二、2009-2012年桶装水行业政策风险及控制策略
三、2009-2012年桶装水行业经营风险及控制策略
四、2009-2012年桶装水行业技术风险及控制策略
五、2009-2012年桶装水行业同业竞争风险及控制策略
六、2009-2012年桶装水行业其他风险及控制策略
第十六章 桶装水行业投资战略研究
第一节 桶装水行业发展战略研究
一、战略综合规划
二、技术开发战略
三、业务组合战略
四、区域战略规划
五、产业战略规划
六、营销品牌战略
七、竞争战略规划
第二节 对我国桶装水品牌的战略思考
一、企业品牌的重要性
二、桶装水实施品牌战略的意义
三、桶装水企业品牌的现状分析
四、我国桶装水企业的品牌战略
五、桶装水品牌战略管理的策略
第三节 桶装水行业投资战略研究
一、2009年饮用水行业投资战略
二、2009年桶装水行业投资战略
三、2009-2012年桶装水行业投资战略
四、2009-2012年细分行业投资战略
图表目录
图表：桶装水产业链分析
图表：国际桶装水市场规模
图表：国际桶装水生命周期
图表：2003-2008年中国桶装水行业市场规模
图表：2002-2008年全球桶装水产业市场规模
图表：2006-2008年桶装水重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国桶装水行业销售情况分析
图表：2003-2008年中国桶装水行业利润情况分析
图表：2003-2008年中国桶装水行业资产情况分析
图表：2008-2009年中国桶装水发展能力分析
图表：2008-2009年中国桶装水竞争力分析
图表：2009-2012年中国桶装水产能预测
图表：2009-2012年中国桶装水消费量预测
图表：2009-2012年中国桶装水市场前景预测
图表：2009-2012年中国桶装水市场价格走势预测
图表：2009-2012年中国桶装水发展前景预测
图表：2008年1-12月桶装水产量全国合计
图表：2008年1-12月桶装水产量北京市合计
图表：2008年1-12月桶装水产量天津市合计
图表：2008年1-12月桶装水产量河北省合计
图表：2008年1-12月桶装水产量山西省合计
图表：2008年1-12月桶装水产量辽宁省合计
图表：2008年1-12月桶装水产量吉林省合计
图表：2008年1-12月桶装水产量黑龙江合计
图表：2008年1-12月桶装水产量上海市合计
图表：2008年1-12月桶装水产量江苏省合计
图表：2008年1-12月桶装水产量浙江省合计
图表：2008年1-12月桶装水产量安徽省合计
图表：2008年1-12月桶装水产量福建省合计
图表：2008年1-12月桶装水产量江西省合计
图表：2008年1-12月桶装水产量山东省合计
图表：2008年1-12月桶装水产量河南省合计
图表：2008年1-12月桶装水产量湖北省合计
图表：2008年1-12月桶装水产量湖南省合计
图表：2008年1-12月桶装水产量广东省合计
图表：2008年1-12月桶装水产量广西区合计
图表：2008年1-12月桶装水产量海南省合计
图表：2008年1-12月桶装水产量重庆市合计
图表：2008年1-12月桶装水产量四川省合计
图表：2008年1-12月桶装水产量贵州省合计
图表：2008年1-12月桶装水产量云南省合计

图表：2008年1-12月桶装水产量陕西省合计
图表：2008年1-12月桶装水产量甘肃省合计
图表：2008年1-12月桶装水产量新疆区合计
图表：2008年1-12月桶装水产量内蒙古合计
图表：2009年1-5月桶装水产量全国合计
图表：2009年1-5月桶装水产量北京市合计
图表：2009年1-5月桶装水产量天津市合计
图表：2009年1-5月桶装水产量河北省合计
图表：2009年1-5月桶装水产量山西省合计
图表：2009年1-5月桶装水产量辽宁省合计
图表：2009年1-5月桶装水产量吉林省合计
图表：2009年1-5月桶装水产量黑龙江合计
图表：2009年1-5月桶装水产量上海市合计
图表：2009年1-5月桶装水产量江苏省合计
图表：2009年1-5月桶装水产量浙江省合计
图表：2009年1-5月桶装水产量安徽省合计
图表：2009年1-5月桶装水产量福建省合计
图表：2009年1-5月桶装水产量江西省合计
图表：2009年1-5月桶装水产量山东省合计
图表：2009年1-5月桶装水产量河南省合计
图表：2009年1-5月桶装水产量湖北省合计
图表：2009年1-5月桶装水产量湖南省合计
图表：2009年1-5月桶装水产量广东省合计
图表：2009年1-5月桶装水产量广西区合计
图表：2009年1-5月桶装水产量海南省合计
图表：2009年1-5月桶装水产量重庆市合计
图表：2009年1-5月桶装水产量四川省合计
图表：2009年1-5月桶装水产量贵州省合计
图表：2009年1-5月桶装水产量云南省合计
图表：2009年1-5月桶装水产量陕西省合计
图表：2009年1-5月桶装水产量甘肃省合计
图表：2009年1-5月桶装水产量新疆区合计
图表：2009年1-5月桶装水产量内蒙古合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标全国合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月应用水经济指标天津市合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标河北省合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标山西省合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标内蒙古合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标辽宁省合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标吉林省合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标黑龙江合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标上海市合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标江苏省合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标浙江省合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标安徽省合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标福建省合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标江西省合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标山东省合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标河南省合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标湖北省合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标湖南省合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标广东省合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标广西区合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标海南省合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标重庆市合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标四川省合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标贵州省合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标云南省合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标陕西省合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标甘肃省合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标青海省合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标宁夏区合计
图表：2008年1-12月应用水经济指标新疆区合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标全国合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标北京市合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标天津市合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标河北省合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标山西省合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月应用水经济指标辽宁省合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标吉林省合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标黑龙江合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标上海市合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标江苏省合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标浙江省合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标安徽省合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标福建省合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标江西省合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标山东省合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标河南省合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标湖北省合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标湖南省合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标广东省合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标广西区合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标海南省合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标重庆市合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标四川省合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标贵州省合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标云南省合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标陕西省合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标甘肃省合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标青海省合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标宁夏区合计
图表：2009年1-5月应用水经济指标新疆区合计
图表：2008年1-12月桶装水进口数据
图表：2008年1季度桶装水进口数据
图表：2008年1月桶装水进口数据
图表：2008年2月桶装水进口数据
图表：2008年3月桶装水进口数据
图表：2008年2季度桶装水进口数据
图表：2008年4月桶装水进口数据
图表：2008年5月桶装水进口数据
图表：2008年6月桶装水进口数据
图表：2008年3季度桶装水进口数据

图表：2008年7月桶装水进口数据
图表：2008年8月桶装水进口数据
图表：2008年9月桶装水进口数据
图表：2008年4季度桶装水进口数据
图表：2008年10月桶装水进口数据
图表：2008年11月桶装水进口数据
图表：2008年12月桶装水进口数据
图表：2008年1-12月桶装水出口数据
图表：2008年1季度桶装水出口数据
图表：2008年1月桶装水出口数据
图表：2008年2月桶装水出口数据
图表：2008年3月桶装水出口数据
图表：2008年2季度桶装水出口数据
图表：2008年4月桶装水出口数据
图表：2008年5月桶装水出口数据
图表：2008年6月桶装水出口数据
图表：2008年3季度桶装水出口数据
图表：2008年7月桶装水出口数据
图表：2008年8月桶装水出口数据
图表：2008年9月桶装水出口数据
图表：2008年4季度桶装水出口数据
图表：2008年10月桶装水出口数据
图表：2008年11月桶装水出口数据
图表：2008年12月桶装水出口数据
图表：2009年1-5月桶装水进口数据
图表：2009年1季度桶装水进口数据
图表：2009年1月桶装水进口数据
图表：2009年2月桶装水进口数据
图表：2009年3月桶装水进口数据
图表：2009年2季度桶装水进口数据
图表：2009年4月桶装水进口数据
图表：2009年5月桶装水进口数据
图表：2009年1-5月桶装水出口数据
图表：2009年1季度桶装水出口数据
图表：2009年1月桶装水出口数据

图表：2009年2月桶装水出口数据
图表：2009年3月桶装水出口数据
图表：2009年2季度桶装水出口数据
图表：2009年4月桶装水出口数据
图表：2009年5月桶装水出口数据
图表：桶装水市场调查对象情况分析
图表：桶装水消费者消费习惯调查
图表：消费者对桶装水产品价格认同情况调查分析
图表：消费者购买渠道情况调查分析
图表：桶装水消费者品牌状况调查分析
图表：2008-2009年中国消费者桶装水品牌构成
图表：桶装水消费者性别比例
图表：桶装水消费者年龄分布
图表：桶装水消费者购买频率分析
图表：桶装水消费者购买桶装水的规格
图表：桶装水消费者购买桶装水消费金额
图表：消费者桶装水功能关注度调查分析
图表：影响消费者购买的因素调查分析

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/yinliao/5944059440.html