

2021年中国矿泉水市场分析报告- 行业竞争现状与发展前景预测

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《2021年中国矿泉水市场分析报告-行业竞争现状与发展前景预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/531132531132.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

市场营销作为保障矿泉水公司差异化竞争战略实施的重要一环，对企业营销网络进一步进行整合，使其适应企业差异化竞争战略的实施，为企业提供差异化产品和服务提供有力保障。

2021年矿泉水行业营销策略示意图 资料来源：知网、公司年报、观研天下数据中心整理

（1）整合营销网络

将市场划分为若干营销区域，安排专人进行营销管理，充分利用本地纸质、电视、网络、广播等媒体媒介开展全方位的营销宣传，让消费者直接感受到公司产品与其他企业的差异，提高消费者认可度和忠诚度。

网络是目前年轻人、白领等消费能力高、消费欲望强最经常接触到的媒体，所以50%以上的投入是很有必要的，比如农夫山泉“农夫山泉有点甜”“我们不生产水，我们只是大自然的搬运工”等知名广告语都来源于网络。

其次是电视广告（节目内广告），比如百岁山“水中贵族，百岁山”等。一系列的矿泉水厂商赞助了知名的娱乐节目或者体育节目。可以在选择投入20%-30%。

然后是大型活动或者慈善活动，比如讲座、大型会议等。这些可以选择投入10%左右。其他纸质、广播等媒体可以选择较少投入。

营销网络投入建议占比示意图 资料来源：知网、公司年报、观研天下数据中心整理

（2）开展新型营销

21世纪是网络高速发展的新媒体时代，QQ、微博、微信等新型沟通媒介不断出现，网络媒介具有传播速度快、接受程度好、投入资金少的显著优势，公司可以利用QQ空间转发、大微推荐、微信公众号朋友圈推广等不同手段，开展新型营销，从消费者生活的终端开展反向营销，让网络与现实相结合，使公司与众不同的差异化产品和服务深入人心，进一步提高矿泉水公司的市场知名度。

（3）立体配送方式

结合公司市场划分，建立区域配送中心，公司产品通过电话、网络下单，直接配送上门，增强区县级代理配送能力，逐步削减较小网点，增加大型用水单位直供力度，从而减少销售层级，提高产品利润率，保障矿泉水公司差异化产品和服务的实施。

以纯天然矿泉水为主导产品，逐步加大对矿泉水新产品的研发投入，推出泡茶专用水、煮饭水、润肤水等专用矿泉水，全方位、立体化满足不同消费者消费需求，与竞争对手产品拉开差距。

2021年中国矿泉水行业重点投资产品示意图 资料来源：知网、观研天下数据中心整理

（1）泡茶专用水

清代著名学者张大复在其著作《梅花草堂笔谈》中谈到：“茶性必发于水，八分之茶，遇十分之水，茶亦十分矣；八分之水，试十分之茶，茶只八分耳。”

在高端人士的日常生活中，泡茶专用水成为不可或缺的生活必备品之一。公司推出专用泡茶水，可在生产过程中，通过特殊生产工艺，降低原水矿化度，使成品水纯净度符合“轻、清、活、甘、冽、柔”的特点，抢占泡茶水市场先机。

（2）润肤水

润肤水作为矿泉水的一种罕见用途，是首先由世界知名矿泉水公司法国依云矿泉水生产的，其生产的天然矿泉水喷雾已经推出，立刻受到了广大爱美人士的热切追逐。润肤水的主要特点是水分子极小，能迅速渗透进人体的肌肤黏膜，从而达到给人体的肌肤补水的功效，天然矿泉水有限公司可引进专用反渗透过滤膜，通过技术手段，保留极小水分子，结合喷雾包装，生产出国产润肤矿泉水，填补国内产品的空白。

（3）煮饭水

随着人民生活水平的不断提高，人们对日常生活中煮饭这一问题也逐渐重视起来，如何让煮出来的粥饭软糯、香甜，成为家庭主妇的一大头痛问题。

天然矿泉水有限公司可以针对这一问题，专门研发一款煮饭专用水，该产品矿物杂质少、有效含量高，烧水不结垢、煮饭软糯、香甜，能成为不少家庭主妇的厨房必备。

（4）高氧运动水

高氧运动水，顾名思义，即在产品中含有大量氧元素，可为消费者在进行跑步、骑行、游泳等各种有氧运动时，补充有氧需求所专用。该产品通过在生产过程中氧元素的添加，使每升水中氧元素含量超过35毫克，饮用后，通过胃和小肠的吸收，使氧元素遍及全身，满足有氧运动需要。

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国矿泉水市场分析报告-行业竞争现状与发展前景预测》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据

等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国矿泉水行业发展概述

第一节 矿泉水行业发展情况概述

- 一、矿泉水行业相关定义
- 二、矿泉水行业基本情况介绍
- 三、矿泉水行业发展特点分析
- 四、矿泉水行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、矿泉水行业需求主体分析

第二节 中国矿泉水行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、矿泉水行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国矿泉水行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国矿泉水行业生命周期分析

- 一、矿泉水行业生命周期理论概述
- 二、矿泉水行业所属的生命周期分析

第四节 矿泉水行业经济指标分析

- 一、矿泉水行业的赢利性分析
- 二、矿泉水行业的经济周期分析

三、矿泉水行业附加值的提升空间分析

第五节 中国矿泉水行业进入壁垒分析

- 一、矿泉水行业资金壁垒分析
- 二、矿泉水行业技术壁垒分析
- 三、矿泉水行业人才壁垒分析
- 四、矿泉水行业品牌壁垒分析
- 五、矿泉水行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球矿泉水行业市场发展现状分析

第一节 全球矿泉水行业发展历程回顾

第二节 全球矿泉水行业市场区域分布情况

第三节 亚洲矿泉水行业地区市场分析

- 一、亚洲矿泉水行业市场现状分析
- 二、亚洲矿泉水行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲矿泉水行业市场前景分析

第四节 北美矿泉水行业地区市场分析

- 一、北美矿泉水行业市场现状分析
- 二、北美矿泉水行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美矿泉水行业市场前景分析

第五节 欧洲矿泉水行业地区市场分析

- 一、欧洲矿泉水行业市场现状分析
- 二、欧洲矿泉水行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲矿泉水行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界矿泉水行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球矿泉水行业市场规模预测

第三章 中国矿泉水产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品矿泉水总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国矿泉水行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国矿泉水产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国矿泉水行业运行情况

第一节 中国矿泉水行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国矿泉水行业市场规模分析

第三节 中国矿泉水行业供应情况分析

第四节 中国矿泉水行业需求情况分析

第五节 我国矿泉水行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国矿泉水行业供需平衡分析

第七节 中国矿泉水行业发展趋势分析

第五章 中国矿泉水所属行业运行数据监测

第一节 中国矿泉水所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国矿泉水所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国矿泉水所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国矿泉水市场格局分析

第一节 中国矿泉水行业竞争现状分析

- 一、中国矿泉水行业竞争情况分析
- 二、中国矿泉水行业主要品牌分析

第二节 中国矿泉水行业集中度分析

- 一、中国矿泉水行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国矿泉水行业市场集中度分析

第三节 中国矿泉水行业存在的问题

第四节 中国矿泉水行业解决问题的策略分析

第五节 中国矿泉水行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国矿泉水行业需求特点与动态分析

第一节 中国矿泉水行业消费市场动态情况

第二节 中国矿泉水行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 矿泉水行业成本结构分析

第四节 矿泉水行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国矿泉水行业价格现状分析

第六节 中国矿泉水行业平均价格走势预测

- 一、中国矿泉水行业价格影响因素
- 二、中国矿泉水行业平均价格走势预测
- 三、中国矿泉水行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国矿泉水行业区域市场现状分析

第一节 中国矿泉水行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区矿泉水市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区矿泉水市场规模分析
- 四、华东地区矿泉水市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区矿泉水市场规模分析
- 四、华中地区矿泉水市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区矿泉水市场规模分析
- 四、华南地区矿泉水市场规模预测

第九章 2017-2020年中国矿泉水行业竞争情况

第一节 中国矿泉水行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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 中国矿泉水行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国矿泉水行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 矿泉水行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国矿泉水行业发展前景分析与预测

第一节 中国矿泉水行业未来发展前景分析

一、矿泉水行业国内投资环境分析

二、中国矿泉水行业市场机会分析

三、中国矿泉水行业投资增速预测

第二节 中国矿泉水行业未来发展趋势预测

第三节 中国矿泉水行业市场发展预测

一、中国矿泉水行业市场规模预测

二、中国矿泉水行业市场规模增速预测

三、中国矿泉水行业产值规模预测

四、中国矿泉水行业产值增速预测

五、中国矿泉水行业供需情况预测

第四节 中国矿泉水行业盈利走势预测

一、中国矿泉水行业毛利润同比增速预测

二、中国矿泉水行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国矿泉水行业投资风险与营销分析

第一节 矿泉水行业投资风险分析

一、矿泉水行业政策风险分析

二、矿泉水行业技术风险分析

三、矿泉水行业竞争风险

四、矿泉水行业其他风险分析

第二节 矿泉水行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国矿泉水行业发展战略及规划建议

第一节 中国矿泉水行业品牌战略分析

一、矿泉水企业品牌的重要性

二、矿泉水企业实施品牌战略的意义

三、矿泉水企业品牌的现状分析

四、矿泉水企业的品牌战略

五、矿泉水品牌战略管理的策略

第二节 中国矿泉水行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国矿泉水行业战略综合规划分析

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

第四节 矿泉水行业竞争力提升策略

一、矿泉水行业产品差异性策略

二、矿泉水行业个性化服务策略

三、矿泉水行业的促销宣传策略

四、矿泉水行业信息智能化策略

五、矿泉水行业品牌化建设策略

六、矿泉水行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国矿泉水行业发展策略及投资建议

第一节 中国矿泉水行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国矿泉水行业营销渠道策略

一、矿泉水行业渠道选择策略

二、矿泉水行业营销策略

第三节 中国矿泉水行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国矿泉水行业重点投资区域分析

二、中国矿泉水行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/531132531132.html>