

2016-2022年中国高端矿泉水行业竞争现状及十三五竞争策略分析报告

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《2016-2022年中国高端矿泉水行业竞争现状及十三五竞争策略分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/252170252170.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

中国报告网发布的《2016-2022年中国高端矿泉水行业竞争现状及十三五竞争策略分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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统计局规模企业统计数据库及证quan交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告简介

第一章 矿泉水产业相关概述
第一节 矿泉水基础阐述
一、矿泉水的类型
二、矿泉水的特点
三、矿物质水和矿泉水的区别
四、矿泉水适应的人群及适应症

第二节 矿泉水资源开发

- 一、中国矿泉水资源开发利用状况及对策分析
- 二、透视北京饮用天然矿泉水资源开发利用状况及发展
- 三、长白山天然矿泉水资源保护及开采战略剖析
- 四、广州矿泉水开采存在的主要问题

第二章 中国高端矿泉水行业发展环境分析

第一节 中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、工业发展形势分析
- 三、全国固定资产投资分析
- 四、居民消费水平分析

第二节 中国高端矿泉水产业政策环境分析

- 一、国外饮用水水质标准状况分析
- 二、中国对矿泉水行业的政策及监管
- 三、严谨的行业法规及标准

第三节 中国高端矿泉水社会环境分析

- 一、人均消耗量低，待开发的潜在需求庞大
- 二、中国的城市人口及城市可支配收入增加

三、健康意识不断提高

四、消费行为的改变

五、矿泉水高端化已成为一种趋势

第三章中国矿泉水产业运行形势分析

第一节中国矿泉水产业发展综述

一、矿泉水市场产品发展特点

二、中国矿泉水产业飞速发展

三、一线品牌资本运营分析

第二节中国高端矿泉水产业运行概况

一、中国国际高端品牌饮用水推广交易会聚焦

二、国产高档水品牌迈入消费新纪元

三、西藏5100中铁供水策略与份额分析

四、2015年西藏5100主要营销策略（针对高尔夫运动）回顾

第三节中国矿泉水企业优势分析

第四节中国主要高端矿泉水出货量统计及市场份额分析

一、总体出货量统计表

二、5100西藏

三、依云阿尔卑斯山天然矿泉水

四、Perrier

五、世罕泉

六、富维克(Volvic)

七、帕米尔天泉

八、圣培露

九、崂山矿泉水

十、巴马长绿山神仙泉水

十一、SPA

第五节中国高端矿泉水市场竞争战略分析

一、品牌战

二、价格战

三、圈地（水源）战

第四章中国高端水市场发展现状及消费者调查研究

第一节中国高端水市场现状分析

一、高端水的划分层次

二、目前主要高端水品牌分析

三、主要品牌价格对比

四、国内品牌进入状况

第二节2014年中国高端水消费者调查结果

- 一、市场渗透率分析
- 二、消费者属性分析（包括年龄、性别、月收入、职业等）
- 三、消费目的（心理）分析
- 四、消费者选择品牌影响因素分析
- 五、高端水品牌渗透率情况
- 六、消费者获取品牌途径分析
- 七、消费者购买场合统计
- 八、消费者对不同类型高端水认可情况

第三节高端水市场存在的问题分析

- 一、“依云”品牌8次卷入质量风波
- 二、高端水包装设计被抄袭
- 三、行业标准的缺失
- 四、高端水的安全性问题
- 五、依云带来“高端水”市场的启示与反思

第五章中国高端矿泉水市场运行走势分析

第一节中国高端矿泉水市场深度剖析

- 一、中国高端矿泉水市场规模及增长幅度
- 二、高端矿泉水在水市场中的份额不断提升
- 三、消费需求的拉动国内矿泉水市场迎来高端时代

第二节中国高端矿泉水品牌企业运行分析

- 一、跨国企业巨头加大了进军中国高端水市场的推广力度
- 二、国内矿泉水厂商也逐渐加大针对高端市场的产品开发和市场建设投入

第六章国内外高端矿泉水品牌分析

第一节依云矿泉水

- 一、依云天然矿泉水介绍
- 二、2014年达能集团经营状况
- 三、依云品牌战略成功因素分析
- 四、依云推出特别版纪念瓶

第二节西藏冰川

- 一、西藏冰川5100矿泉水介绍
- 二、西藏冰川5100矿泉水产品特点
- 三、西藏冰川5100矿泉水产能情况
- 四、西藏冰川5100销量及市场份额

五、西藏冰川5100创新全物liu体系

六、5100创新水卡策略分析

七、西藏冰川5100矿泉水市场推广策略

第三节 昆仑山矿泉水

一、昆仑山天然雪山矿泉水介绍

二、昆仑山天然矿泉水产品特点

三、昆仑山矿泉水产能情况分析

四、昆仑山获殊荣

五、昆仑山矿泉水竞争优劣势分析

第七章 中国矿泉水重点企业经营状况分析

di一节 西藏冰川矿泉水有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

第二节 山东百脉矿泉水有限责任公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿zhai能力分析

五、企业产值状况分析

六、企业成本费用构成分析

第三节 海口椰树矿泉水有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿zhai能力分析

五、企业产值状况分析

六、企业成本费用构成分析

第四节 青岛崂山矿泉水有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿zhai能力分析

五、企业产值状况分析

六、企业成本费用构成分析

第五节 山东文登黑豹矿泉水有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿zhai能力分析

五、企业产值状况分析

六、企业成本费用构成分析

第六节莱阳鲁花矿泉水有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿zhai能力分析

五、企业产值状况分析

六、企业成本费用构成分析

第七节深圳达能益力泉饮品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿zhai能力分析

五、企业产值状况分析

六、企业成本费用构成分析

第八章2016-2022年中国高端矿泉水市场前景分析

di一节2016-2022年中国矿泉水市场前景分析

一、中国天然矿泉水市场前景广阔

二、矿泉水将成饮用水市场主导产品

三、我国矿泉水的消费市场潜力分析

第二节2016-2022年中国高端矿泉水发展方向

第三节2016-2022年中国高端矿泉水市场预测分析

一、2016-2022年中国矿泉水销售规模预测

二、2016-2022年高端矿泉水市场规模预测

三、2016-2022年中国高端水消费量预测

第九章2016-2022年中国高端矿泉水投资前景分析

di一节2016-2022年中国高端矿泉水投资潜力分析

一、高端矿泉水行业吸引力分析

二、高端矿泉水市场增长动力分析

三、高端矿泉水区域投资潜力分析

第二节2016-2022年中国高端矿泉水投资风险分析

第三节2016-2022年中国高端矿泉水投资策略分析

第四节主要进入门槛分析

一、品牌建立

二、水源稀少

三、团购客户关系

四、建立经销网络

五、建立物流网络

图表目录

图表1北京市矿泉水资源类型及占有资源量

图表22015年中国生产总值

图表3GDP环比增长速度

图表4规模以上工业增加值同比增长速度

图表5固定资产投资（不含农户）同比增速

图表6分地区投资相邻两个月累计同比增速

图表7固定资产投资到位资金同比增速

图表8全国居民消费价格涨跌幅

图表92016年4月份居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表102016年4月份居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表112015年居民消费价格主要数据

图表12中国10省市人均GDP达到中等发达国家水平

图表13消费结构与居民出行方式同步升级

图表142011与2015中国各收入等级家庭数量构成表

图表152013-2015年中国奢侈品市场规模以及占全球奢侈品市场的份额

图表162011年世界各国奢侈品消费总额对比图

图表172013-2015年中国奢侈品消费总额和增长率情况

图表18西藏5100中铁销售份额变化趋势图

图表19中国主要高端水品牌出货量统计表

图表205100西藏冰川矿泉水出货量统计表

图表215100西藏冰川矿泉水市场份额变化趋势图

图表22依云在华出货量统计表

图表23依云在华市场份额变化趋势图

图表24Perrier矿泉水出货量统计表

图表25Perrier市场份额变化趋势图

图表26世罕泉出货量统计表

- 图表27世罕泉市场份额变化趋势图
- 图表28富维克(Volvic)出货量统计表
- 图表292013-2015富维克(Volvic)市场份额变化趋势图
- 图表30帕米尔出货量统计表
- 图表31帕米尔市场份额变化趋势图
- 图表32圣培露在华出货量统计表
- 图表33圣培露市场份额变化趋势图
- 图表34崂山矿泉水1905出货量统计表
- 图表35崂山矿泉水1905市场份额变化趋势图
- 图表36巴马长绿山神仙泉水出货量统计表
- 图表37巴马长绿山神仙泉水市场份额变化趋势图
- 图表38SPA出货量统计表
- 图表39SPA市场份额变化趋势图
- 图表40主要高端矿泉水水源结构
- 图表41中国高端水市场渗透率情况
- 图表42中国高端水市场渗透率走势图
- 图表432015年中国高端水消费者年龄结构
- 图表442015年中国高端水消费者性别构成
- 图表452015年中国高端水消费者月收入构成图
- 图表462015年中国高端水消费者职业构成
- 图表472015年中国中国高端水消费者选择动机
- 图表482015年中国高端水消费者选择高端水品牌影响因素
- 图表492015年中国高端水消费者品牌渗透率情况
- 图表502015年中国高端水消费者获取品牌途径
- 图表512015年中国高端水消费者购买场合情况
- 图表522015年中国消费者对不同种类型高端水认可情况
- 图表53依云在华质量问题情况表
- 图表54中国高端矿泉水市场规模及增长趋势图
- 图表55中国高端矿泉水市场占瓶装水市场份额变化趋势图
- 图表56西藏冰川5100市场销量及渠道构成统计表
- 图表57西藏冰川矿泉水有限公司基本情况表
- 图表58西藏冰川矿泉水销售量增长趋势图
- 图表59西藏冰川矿泉水有限公司销售额走势
- 图表60西藏冰川矿泉水有限公司净利润总额走势
- 图表61西藏冰川矿泉水有限公司销售利润率走势

图表62山东百脉矿泉水有限责任公司基本情况表

图表63山东百脉矿泉水有限责任公司企业主要经济指标

图表64山东百脉矿泉水有限责任公司企业盈利指标

图表65山东百脉矿泉水有限责任公司企业盈利比率情况

图表66山东百脉矿泉水有限责任公司企业负zhai指标情况

图表67山东百脉矿泉水有限责任公司企业产值情况

(GYYS)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/252170252170.html>