

中国高端矿泉水市场分析与发展规划研究报告（2014-2019）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国高端矿泉水市场分析与发展规划研究报告（2014-2019）》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/194374194374.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

第一章矿泉水产业相关概述10

第一节矿泉水基础阐述10

一、矿泉水简介10

二、矿泉水的类型10

三、矿泉水的特点11

四、矿物质水和矿泉水的区别12

五、矿泉水适应人群及范围12

第二节矿泉水资源开发13

一、中国矿泉水资源开发利用状况13

二、广州矿泉水开采存在的主要问题14

三、拉萨市饮用天然矿泉水行业研究15

四、北京饮用天然矿泉水资源开发利用状况分析17

五、长白山天然矿泉水资源保护及开采战略剖析19

六、溴酸盐限量新规为四川矿泉水发展提供良机23

第二章2013-2014年中国高端矿泉水行业发展环境分析25

第一节2013-2014年中国宏观经济环境分析25

一、中国GDP增长情况分析25

二、社会固定资产投资分析26

三、全社会消费品零售总额27

四、居民消费价格变化分析29

第二节中国高端矿泉水产业政策环境分析30

一、国外饮用水水质标准介绍30

（一）《美国饮用水水质标准》30

（二）《欧盟饮用水水质指令》38

二、中国矿泉水市场监管法规41

三、包装饮用水行业自律公约42

四、《食品安全国家标准包装饮用水 征求意见稿》42

五、城市饮用水水源地环境保护规划42

六、《饮用天然矿泉水国家标准》43

七、中国高端水行业规范44

第三节2013-2014年中国高端矿泉水社会环境分析45

一、中国人口及结构情况45

二、城乡居民收入增长分析46

三、中国水污染及防治情况	48
四、中国包装饮用水生产情况	49
五、中国人均矿泉水消费情况	49
第三章2010-2014年中国矿泉水产业运行形势分析	51
第一节2012-2014年中国矿泉水产业发展综述	51
一、瓶装饮用水行业发展概况	51
二、矿泉水市场产品发展特点	52
三、中国矿泉水市场规模分析	53
四、中国矿泉水行业品牌份额	54
第二节2010-2014年矿泉水所属行业规模情况分析	55
一、企业规模情况分析	55
二、资产规模状况分析	56
三、销售规模状况分析	57
四、利润规模增长分析	58
五、行业偿债能力分析	59
六、行业盈利能力分析	59
七、行业运营能力分析	61
第三节2012-2013年中国高端矿泉水产业运行概况	63
一、2013年朝鲜高端矿泉水进军青岛市场	63
二、上海高端瓶装水展览会展出天价矿泉水	63
三、绥阳引资3亿元开发高端矿泉水	64
第四节中国高端矿泉水企业运行策略分析	64
一、矿泉水企业发展高端矿泉水优势分析	64
二、西藏5100中铁供水策略及份额分析	65
三、西藏5100主要营销策略（针对高尔夫运动）	65
第五节中国高端矿泉水市场核心竞争力分析	66
一、品牌形象	66
二、产品品质	67
三、营销渠道	68
第四章2012-2013年中国高端水市场发展现状及消费者调查研究	70
第一节中国高端水市场现状分析	70
一、高端水的划分层次	70
二、主要高端水品牌分析	70
三、主要品牌价格对比	71
四、国内品牌进入状况	72

第二节中国高端水消费者调查结果72

- 一、消费者属性分析72
- 二、消费目的（心理）分析73
- 三、消费者品牌选择影响因素分析74
- 四、消费者品牌获取途径分析75
- 五、消费者购买场所统计75
- 六、消费者品牌认识情况调查76
 - （一）高端矿泉水品牌认识情况调查76
 - （二）高端矿泉水消费者认识程度分析76
 - （三）高端矿泉水消费者购买情况调查77
 - （四）高端矿泉水消费者价格认知分析78

第三节高端水市场存在的问题分析78

- 一、“依云”品牌多次卷入质量风波78
- 二、高端水行业标准的缺失79
- 三、依云带来“高端水”市场的启示与反思79

第五章2012-2014年中国高端矿泉水市场运行走势分析82

第一节2012-2013年中国高端矿泉水市场深度剖析82

- 一、中国高端矿泉水零售数量分析82
- 二、中国高端矿泉水零售金额分析82
- 三、中国高端矿泉水市场现状分析83
- 四、中国矿泉水市场迎来高端时代83

第二节2012-2014年中国高端矿泉水品牌竞争动态分析84

- 一、矿泉水高端市场品牌竞争格局84
- 二、中国高端矿泉水市场竞争现状85
- 三、加多宝进军高端矿泉水领域86
- 四、洛斯巴赫进军中国高端水市场86
- 五、西藏5100瞄向全球高端矿泉水领先品牌86
- 六、2014年高端矿泉水市场新品牌吹响号角87
 - （一）“气质”矿泉水87
 - （二）出口矿泉水-恒大冰泉87

第六章国内外高端矿泉水品牌分析89

第一节依云矿泉水89

- 一、依云天然矿泉水介绍89
- 二、依云品牌战略成功因素分析90
- 三、依云推出特别版纪念瓶90

第二节西藏冰川510091

- 一、西藏冰川5100矿泉水介绍91
- 二、西藏冰川5100矿泉水产品特点91
- 三、西藏冰川5100矿泉水销售情况93
- 四、西藏冰川5100创新全物流体系94
- 五、5100创新水卡策略分析94
- 六、西藏冰川5100矿泉水市场推广策略94

第三节昆仑山矿泉水95

- 一、昆仑山天然雪山矿泉水介绍95
- 二、昆仑山天然矿泉水产品特点95
- 三、昆仑山荣誉获取情况分析95
- 四、昆仑山矿泉水竞争优势分析96

第四节恒大冰泉矿泉水96

- 一、恒大冰泉矿泉水介绍96
- 二、恒大冰泉的生产工艺97
- 三、恒大冰泉矿泉水产品卖点97
- 四、恒大冰泉进入爆发期98

第七章中国矿泉水重点企业经营状况分析99

第一节西藏5100水资源控股有限公司99

- 一、企业概况99
- 二、企业产品情况分析99
- 三、企业矿泉水产能情况100
- 四、企业经营情况分析100
- 五、企业经济指标分析101
- 六、企业盈利能力分析101
- 七、企业偿债能力分析102
- 八、企业运营能力分析102
- 九、企业成本费用分析102

第二节青岛崂山矿泉水有限公司103

- 一、企业发展基本情况103
- 二、企业主要产品分析104
- 三、企业生产能力分析104
- 四、企业主要经济指标105
- 五、企业经营效益分析105
- 六、企业成本费用分析106

第三节昆仑山矿泉水有限公司106

一、企业发展基本情况106

三、昆仑山矿泉水产能情况107

三、企业主要经济指标107

四、企业经营效益分析108

五、企业成本费用分析108

第四节华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司109

一、企业发展基本情况109

二、企业主要产品分析109

三、企业主要经济指标109

四、企业经营效益分析110

五、企业成本费用分析110

第五节深圳达能益力泉饮品有限公司111

一、企业发展基本情况111

二、企业主要产品分析112

三、企业主要经济指标112

四、企业经营效益分析113

五、企业成本费用分析113

第六节山东百脉矿泉水有限责任公司114

一、企业发展基本情况114

二、企业主要经济指标114

三、企业经营效益分析115

四、企业成本费用分析115

第七节海口椰树矿泉水有限公司116

一、企业发展基本情况116

二、企业主要经济指标116

三、企业经营效益分析117

四、企业成本费用分析117

第八章2014-2019年中国高端矿泉水市场前景分析119

第一节2014-2019年中国矿泉水市场前景分析119

一、中国天然矿泉水市场前景广阔119

二、天然矿泉水将主导未来饮用水市场119

三、中国矿泉水的消费市场潜力分析120

第二节2014-2019年中国高端矿泉水发展方向121

第三节2014-2019年中国高端矿泉水市场预测分析121

- 一、2014-2019年矿泉水零售规模预测121
- 二、2014-2019年高端矿泉水零售量预测122
- 三、2014-2019年高端矿泉水零售额预测122
- 第九章2014-2019年中国高端矿泉水投资前景分析124
- 第一节2014-2019年中国高端矿泉水投资潜力分析124
 - 一、高端矿泉水行业吸引力分析124
 - 二、高端矿泉水市场增长动力分析124
 - 三、高端矿泉水区域投资潜力分析125
- 第二节2014-2019年中国高端矿泉水投资风险分析125
 - 一、市场竞争风险125
 - 二、水质风险分析125
 - 三、产品替代风险126
 - 四、分销渠道风险126
- 第三节中国高端矿泉水投资策略分析127
- 第四节中国高端矿泉水进入壁垒分析127
 - 一、品牌建设127
 - 二、水源稀少128
 - 三、团购客户关系128
 - 四、建立经销网络128
 - 五、建立物流网络128
- 第五节中国高端矿泉水市场开发策略分析129
 - 一、发展战略分析129
 - 二、营销策略分析130
 - 三、品牌开发策略131
 - 四、渠道选择策略132

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/194374194374.html>