

2014-2018年中国高端矿泉水市场竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2018年中国高端矿泉水市场竞争力分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/yinliao1401/383827G97O.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-01-21

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2018年中国高端矿泉水市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十四章。首先介绍了矿泉水产业相关概述、中国高端矿泉水行业发展环境等，接着分析了中国高端矿泉水市场运行的现状，然后介绍了中国高端矿泉水市场竞争格局。随后，报告对中国矿泉水做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国高端矿泉水市场前景与投资预测。您若想对高端矿泉水产业有个系统的了解或者想投资高端矿泉水行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

消费需求拉动国内矿泉水市场迎来高端时代。至2015年，我国高端矿泉水市场的零售值将达到人民币13亿元，2011年至2015年间的年复合增长率为20%以上。

随着生活水平的提高，人们对饮用水的要求越来越高，健康、高品质成为主要的追求，高端饮用水的市场消费力也越来越大。巴黎水、洛斯巴赫、依云、帕米尔冰川矿泉、5100冰川矿泉、巴马活泉……高端水种类随处可见。

随着国内高端矿泉水消费市场的形成，跨国企业巨头如依云、洛斯巴赫等加大了高端水市场的推广力度，纷纷加大了进军中国市场的步伐。同时，国内矿泉水厂商也逐渐加大针对高端市场的产品开发和建设投入，涌现出了一批诸如帕米尔冰川矿泉水、5100冰川矿泉水为代表的高端矿泉水品牌。

需求催生市场，高端水品牌的出现是消费从低端向高端发展的必然。据保守估计：未来5年内，中国高端水市场容量不下于几十亿元。更有数据显示，近两年中国高端水市场每年都以80%的速度扩容，市场前景非常可观。

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 2012-2013年世界矿泉水产业发展状况分析

第一节 2012-2013年世界矿泉水产业运行概况

一、世界矿泉水产销概况

二、世界矿泉水生产规模

三、主要国家瓶装水消费量的变化

第二节 2012-2013年世界主要国家矿泉水产业发展情况分析

一、美国

二、韩国

三、加拿大

第三节 2014-2018年世界矿泉水产业发展趋势分析

第三章 2012-2013年中国高端矿泉水行业发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2014年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2012-2013年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、饮用水行业催生新标准出台

三、新标准出台对饮用水市场的影响

第三节 2012-2013年中国高端矿泉水社会环境分析

一、随着环境污染的加剧

二、消费者对“健康”的重视程度与日俱增

三、人们生活品质的提高

第四节 2012-2013年中国软饮料产业环境分析

一、2012-2013年中国软饮料行业发展概况

二、近几年中国软饮料产量情况分析

三、2012-2013年软饮料行业资产规模分析

四、2012-2013年中国软饮料销售收入分析

五、2012-2013年中国软饮料利润总额分析

六、2012-2013年中国软饮料行业经营效益

第四章 2012-2013年中国矿泉水产业运行形势分析

第一节 2012-2013年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 2012-2013年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、高端饮用水消费人群已经形成

第三节 2012-2013年中国内矿泉水企业优势分析

- 一、国内水源地的本土优势
- 二、极具亲和力的综合性价比
- 三、多年累积的渠道和终端优势

第五章 2011-2013年中国高端矿泉水行业数据监测分析

第一节 2011-2013年中国瓶（罐）装饮用水制造行业总体数据分析

- 一、2011年中国瓶（罐）装饮用水制造行业全部企业数据分析
- 二、2012年中国瓶（罐）装饮用水制造行业全部企业数据分析
- 三、2013年中国瓶（罐）装饮用水制造行业全部企业数据分析

第二节 2011-2013年中国瓶（罐）装饮用水制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2011年中国瓶（罐）装饮用水制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2012年中国瓶（罐）装饮用水制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2013年中国瓶（罐）装饮用水制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2011-2013年中国瓶（罐）装饮用水制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2011年中国瓶（罐）装饮用水制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2012年中国瓶（罐）装饮用水制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2013年中国瓶（罐）装饮用水制造行业不同所有制企业数据分析

第六章 2011-2013年中国高端矿泉水产量数据统计分析

第一节 2011-2012年中国包装饮用水产量数据分析

- 一、2011-2012年包装饮用水产量数据分析
- 二、2011-2012年包装饮用水重点省市数据分析

第二节 2013年中国包装饮用水产量数据分析

一、2013年全国包装饮用水产量数据分析

二、2013年包装饮用水重点省市数据分析

第三节 2013年中国包装饮用水产量增长性分析

一、产量增长

二、集中度变化

第七章 2012-2013年中国高端矿泉水市场运行走势分析

第一节 2012-2013年中国高端矿泉水市场深度剖析

一、我国人均矿泉水消费量及世界人均同比

二、2012-2013年我国矿泉水消费量分析

三、矿泉水在饮用水市场中的份额不断提升

四、中国矿泉水市场规模及增长幅度

五、消费需求的拉动国内矿泉水市场迎来高端时代

第二节 2012-2013年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

1、依云

2、洛斯巴赫等

二、国内矿泉水厂商也逐渐加大针对高端市场的产品建设和市场建设投入

第八章 2012-2013年中国高端矿泉水市场热点产品透析

第一节 纯净水

第二节 冰川水

第三节 生态水

第四节 苏打水

第五节 碱性水

第六节 矿物质水

第七节 深层海洋水

第八节 薄荷水

第九节 特色疗养水

第九章 2012-2013年中国高端矿泉水市场现状分析

第一节 中国矿泉水行业现状

- 一、饮用天然矿泉水资源分布状况
- 二、饮用天然矿泉水产品及市场状况
- 三、2012-2013年中国矿泉水产业规模分析

第二节 高端矿泉水市场现状

- 一、国内饮用水市场迎来高端时代
- 二、中国高端矿泉水迈入消费新纪元
- 三、中国高端矿泉水市场面临的挑战
- 四、矿泉水企业抢占高端市场的策略

第三节 高端矿泉水消费市场分析

- 一、高端矿泉水品牌认识情况调查
- 二、高端矿泉水消费者认识程度分析
- 三、高端矿泉水消费者购买情况调查
- 四、高端矿泉水消费者价格认知分析

第十章 2012-2013年中国高端矿泉水市场竞争格局分析

第一节 2012-2013年中国矿泉水力分析

- 一、中国饮用水市场品牌竞争分析
- 二、中国矿泉水区域竞争格局分析
- 三、中国矿泉水市场竞争总体状况

第二节 2012-2013年高端矿泉水市场竞争总况

- 一、国外品牌的独占和垄断格局已经被打破
- 二、高端矿泉水群雄逐市 中资外资竞相角逐
- 三、高端瓶装水扎堆入市 寻找水源地成营销噱头
- 四、纯天然养生矿泉水异军突起

第三节 中国高端矿泉水竞争动态分析

- 一、杭州高端矿泉水市场竞争激烈
- 二、加多宝进军高端矿泉水领域
- 三、洛斯巴赫进军中国高端水市场

第四节 2012-2013年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

第十一章 2012-2013年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、2012-2013年达能集团经营状况
- 三、依云天然矿泉水市场营销策略
- 四、依云推出特别版纪念瓶

第二节 西藏冰川5100

- 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、昆仑山矿泉水市场推广情况

第十二章 2012-2013年中国矿泉水重点企业经营状况分析

第一节 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
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

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、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

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、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

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、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

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、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

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、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

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、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十三章 2014-2018年中国高端矿泉水市场前景预测分析

第一节 2014-2018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是很大的

第二节 2014-2018年中国高端矿泉水发展方向

第三节 2014-2018年中国高端矿泉水市场预测分析

- 一、2014-2018年中国矿泉水销售规模预测
- 二、2014-2018年高端矿泉水市场规模预测
- 三、2014-2018年中国矿泉水消费量预测

第十四章 2014-2018年中国高端矿泉水投资前景预测分析

第一节 2014-2018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 2014-2018年中国高端矿泉水投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、上游水源风险
- 三、成本控制风险

第三节 2014-2018年中国高端矿泉水投资策略分析

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yinliao1401/383827G97O.html>