

2019-2025年中国高端饮用水行业市场调查研究及 投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国高端饮用水行业市场调查研究及投资前景预测报告》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://www.huaon.com/detail/443024.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

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券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 高端饮用水行业相关概述

第一节 饮用水概况

- 一、饮用水的定义
- 二、饮用水的分类
- 三、饮用水重要性

第二节 高端饮用水基本情况

- 一、高端饮用水界定
- 二、高端饮用水概况
- 三、高端饮用水水源地
- 四、高端饮用水的特点
- 五、高端饮用水发展历程

第三节 水质标准

- 一、制订的原则和方法
- 二、中国饮用水水质标准
- 三、农村生活饮用水水质分级要求

第二章 2016-2018年国际高端饮用水的行业市场概况分析

第一节 2016-2018年国际高端饮用水的市场总体概况

- 一、全球高端饮用水的市场特点分析
- 二、全球高端饮用水的市场消费情况
- 三、美国饮用水水质标准
- 四、全球高端饮用水行业发展趋势分析

第二节 2016-2018年世界部分国家高端饮用水的市场分析

- 一、美国
- 二、法国
- 三、德国

第三节 2019-2025年国际高端饮用水市场发展趋势分析

第四节 2016-2018年国际高端饮用水的部分企业发展现状分析

- 一、法国依云公司
- 二、法国达能集团
- 三、瑞士雀巢公司
- 四、略

第三章 2016-2018年中国高端饮用水行业市场发展环境分析

第一节 2016-2018年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 2016-2018年中国高端饮用水行业发展政策环境分析

- 一、国家饮用水标准
- 二、食品相关法律法规
- 三、饮用水的政策
- 四、《生活饮用水卫生标准》
- 五、《饮用天然高端饮用水》新国标10月实施

第三节 2016-2018年中国高端饮用水市场社会环境分析

第四节 2016-2018年中国高端饮用水市场消费环境分析

第四章 2016-2018年中国高端饮用水行业发展现状分析

第一节 2016-2018年中国高端饮用水行业发展现状分析

- 一、中国高端饮用水行业发展现状分析
- 二、高端饮用水行业发展空间巨大
- 三、高端饮用水利润是普通水7倍
- 四、国内企业纷纷推出高端饮用水品牌
- 五、中国高端饮用水行业发展方向分析

第二节 2016-2018年中国高端饮用水品牌运作分析

- 一、好听的名字 独特的包装
- 二、找准要进入的品类，清晰定位。
- 三、拉近与顾客距离，依据产品本身特点提炼卖点

四、制订品牌发展规划

五、选择合适的渠道，制定稳定的价格体系

第四节 2016-2018年中国高端饮用水发展情景分析

一、个人消费者会推动高端饮用水市场的发展

二、人均消耗量低 待开发的潜在需求量大

三、越来越多的饮用水安全问题促使民众健康意识的不断提高

四、中国城市人口支配收入增加 富人群体迅速扩大

五、消费行为的改变

第五节 2016-2018年中国高端饮用水产业发展面临的挑战及对策

一、中国高端饮用水产业发展的制约因素解析

二、中国与欧盟在高端饮用水质量保证方面的差距

三、中国高端饮用水产业发展的建议

第五章 2016-2018年中国高端饮用水所属行业市场运行分析

第一节 2016-2018年中国高端饮用水所属行业市场规模分析

一、2016-2018年中国高端饮用水所属行业市场规模及增速

二、中国高端饮用水市场前景广阔

三、2019-2025年中国高端饮用水所属行业市场规模及增速预测

第二节 2016-2018年中国高端饮用水市场特点分析

一、高端饮用水行业所处生命周期

二、技术变革与行业革新对高端饮用水行业的影响

三、2016-2018年中国高端饮用水差异化分析

第三节 2016-2018年中国高端饮用水所属行业投资运行动态分析

第六章 2016-2018年中国桶装水产业运行动态分析

第一节 2016-2018年中国桶装水行业分析

一、桶装水行业受管道直饮水冲击

二、桶装水企业加入电子监管网已显现积极效应

三、桶装水消费者分析

四、桶装水市场价差较大

五、农村成桶装水市场增长点

第二节 2016-2018年中国各地区桶装水市场状况分析

一、深圳关外桶装水市场分析

二、昆明桶装水市场日趋成熟

三、郑州桶装水市场状况分析及对策

四、北京桶装水市场状况分析

第三节 2016-2018年中国桶装水行业发展存在的问题及对策分析

- 一、桶装水工业发展亟需解决的缺点
- 二、桶装水企业发展存在的问题
- 三、桶装水生产企业发展的建议
- 四、乐百氏桶装水差异化竞争策略

第七章 2016-2018年中国瓶装水产业市场运行态势分析

第一节 中国瓶装水市场概况

- 一、瓶装水市场分类
- 二、东欧市场瓶装水需求大增
- 三、美国瓶装水市场分析
- 四、比利时瓶装水消费分析

第二节 中国瓶装水产业市场动态分析

- 一、中国瓶装水的商业史
- 二、中国瓶装水行业发展迈进新阶段
- 三、中国瓶装水市场竞争格局

第三节 中国瓶装饮用水营销分析

- 一、瓶装饮用水市场营销特性
- 二、瓶装饮用水销售的主要线路
- 三、瓶装水龙头企业营销策略比较

第八章 2016-2018年中国高端饮用水地区销售分析

第一节 2016-2018年中国高端饮用水区域销售市场结构变化

第二节 高端饮用水“东北地区”销售分析

- 一、2016-2018年东北地区销售规模
- 二、东北地区“品牌”销售分析
- 三、2016-2018年东北地区“品牌”销售规模分析

第三节 高端饮用水“华北地区”销售分析

- 一、2016-2018年华北地区销售规模
- 二、华北地区“品牌”销售分析
- 三、2016-2018年华北地区“品牌”销售规模分析

第四节 高端饮用水“中南地区”销售分析

- 一、2016-2018年中南地区销售规模
- 二、中南地区“品牌”销售分析

三、2016-2018年中南地区“品牌”销售规模分析

第五节 高端饮用水“华东地区”销售分析

一、2016-2018年华东地区销售规模

二、华东地区“品牌”销售分析

三、2016-2018年华东地区“品牌”销售规模分析

第六节 高端饮用水“西北地区”销售分析

一、2016-2018年西北地区销售规模

二、西北地区“品牌”销售分析

第七节 高端饮用水“西南地区”销售分析

一、2016-2018年西南地区销售规模

二、西南地区“品牌”销售分析

三、2016-2018年西南地区“品牌”销售规模分析

第九章 2016-2018年中国高端饮用水行业营销策略分析

第一节 2016-2017中国高端饮用水行业营销策略分析

一、中国高端饮用水行业的主要营销策略

二、中国高端饮用水企业营销的关键点分析

三、中国高端饮用水行业网络营销战略分析

四、高端饮用水企业的淡旺季营销思路探索

第二节 2016-2017中国高端饮用水品牌营销思路分析

一、中国高端饮用水品牌快速成长的策略探讨

三、高端饮用水品牌有效营销需建立创新营销模式

四、高端饮用水品牌有效营销要注重产品的性能

五、高端饮用水新品牌的市场培育路径分析

第三节 2016-2018年中国高端饮用水市场营销策略测评

一、品牌制胜

二、重点上市，整合营销

三、地面推广，引爆话题

四、渠道跟进，培养消费

第十章 2016-2018年中国高端饮用水品牌需求与消费者偏好调查

第一节 中国高端饮用水目标客户群体调查

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

第二节 高端饮用水品牌市场调查

- 一、消费者对高端饮用水品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对高端饮用水产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对高端饮用水品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、高端饮用水品牌忠诚度调查
- 六、高端饮用水品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第三节 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

第十一章 2016-2018年中国高端饮用水所属行业生产分析

第一节 2016-2018年中国高端饮用水生产总量分析

- 一、2016-2018年中国高端饮用水所属行业生产总量及增速
- 二、2016-2018年中国高端饮用水所属行业产能及增速
- 三、国内外经济形势对高端饮用水所属行业生产的影响
- 四、2019-2025年中国高端饮用水所属行业生产总量及增速预测

第二节 2016-2018年中国高端饮用水子所属行业生产分析

第三节 2016-2018年中国高端饮用水细分区域生产分析

第四节 2016-2018年中国高端饮用水所属行业供需平衡分析

- 一、高端饮用水所属行业供需平衡现状
- 二、国内外经济形势对高端饮用水所属行业供需平衡的影响
- 三、高端饮用水所属行业供需平衡趋势预测

第十二章 2016-2018年中国高端饮用水产业市场格局分析

第一节 2016-2018年中国高端饮用水资源开发分析

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

第二节 2016-2018年中国主要地区高端饮用水行业分析

一、吉林长白山天然高端饮用水产业迅速崛起

二、黑龙江高端饮用水行业发展透析

三、贵州高端饮用水产业发展概况

四、水企巨头争抢深圳高端饮用水市场

五、拉萨市饮用天然高端饮用水行业研究

第三节 高端饮用水市场规模及竞争格局分析

一、市场规模将会越来越大

二、国外品牌占据国内高端饮用水市场主导地位 国内品牌也纷纷进入

三、国内高端饮用水市场上的主要品牌

第四节 2016-2018年中国高端饮用水行业集中度分析

一、高端饮用水市场集中度分析

二、高端饮用水生产企业的集中分布

第五节 2019-2025年中国高端饮用水行业竞争趋势分析

第十三章 2018年中国高端饮用水重点部分企业发展现状分析

第一节 西藏5100水资源控股有限公司

第二节 农夫山泉股份有限公司

第三节 昆仑山矿泉水有限公司

第四节 帕米尔天泉有限公司

第五节 青岛崂山矿泉水有限公司

第六节 深圳市恒大饮品有限公司

第七节 华润怡宝饮料（中国）有限公司

第八节 杭州娃哈哈集团有限公司

第九节 广东日之泉集团有限公司

第十节 宁波格莱雪冰川水有限公司

第十四章 2019-2025年中国高端饮用水业发展前景预测分析

第一节 2019-2025年世界高端饮用水未来发展趋势预测分析

一、国际高端饮用水市场未来发展趋势

二、未来全球高端饮用水市场前景分析

三、未来国际高端饮用水市场消费预测

第二节 2019-2025年中国高端饮用水行业发展趋势分析

一、中国高端饮用水行业发展趋势

二、高端饮用水有望成为中国饮料主流

三、国内高端饮用水消费市场结构发展趋势

第三节 2019-2025年中国高端饮用水行业发展前景分析

一、国内高端饮用水行业发展前景看好

二、国内高端饮用水进口消费市场广阔

第四节 2019-2025年中国高端饮用水市场发展前景预测

第十五章 2019-2025年中国高端饮用水投资及建议分析

第一节 2019-2025年中国高端饮用水所属行业投资机会分析

一、全球高端饮用水市场投资分析

二、高端饮用水成为投资新宠

三、国内高端饮用水产业投资环境

四、国内高端饮用水投资潜力分析

五、高端饮用水产业链的投资机会

第二节 2019-2025年中国高端饮用水所属行业投资风险分析

一、产业政策风险

二、市场竞争风险

三、市场原料风险

四、市场经营风险

第三节 行业投资建议

图表目录：

图表 2012-2018年中国高端饮用水所属行业市场规模变化

图表 2012-2018年中国高端饮用水所属行业销售收入变化

图表 2012-2018年中国高端饮用水所属行业销售投资收益率变化

图表 中国主要营销模式结构图

图表 2012-2018年中国高端饮用水行业潜在需求量变化

图表 2018年中国各种经销模式市场份额对比图

图表 2012-2018年中国高端饮用水行业市场容量变化

图表 2012-2018年中国高端饮用水供给量变化

图表 2012-2018年中国高端饮用水供需平衡分析

图表 2012-2018年中国高端饮用水市场供需分析

图表 2012-2018年中国高端饮用水所属行业产销分析

图表 2012-2018年中国高端饮用水出口量占产量的份额

图表 2012-2018年中国高端饮用水进口量占需求量的份额

图表 2012-2018年中国高端饮用水进口量变化

图表 2012-2018年中国高端饮用水出口量变化

图表 2012-2018年中国高端饮用水所属行业产值规模变化
更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/443024.html>