

2016-2022年中国高端矿泉水市场分析及投资策略 研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国高端矿泉水市场分析及投资策略研究报告》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/183245.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

报告目录：

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 2013-2015年中国高端矿泉水行业发展环境分析 25

第一节 2013-2015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 2013-2015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 2010-2015年中国矿泉水产业运行形势分析 51

第一节 2012-2015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 2010-2015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 2014-2015年中国高端矿泉水产业运行概况 63

- 一、2015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 2014-2015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 2012-2015年中国高端矿泉水市场运行走势分析 82

- 第一节 2014-2015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 2012-2015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、2015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5100 91

- 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 2016-2022年中国高端矿泉水市场前景分析 119

第一节 2016-2022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 2016-2022年中国高端矿泉水发展方向 121

第三节 2016-2022年中国高端矿泉水市场预测分析 121

- 一、2016-2022年矿泉水零售规模预测 121
- 二、2016-2022年高端矿泉水零售量预测 122
- 三、2016-2022年高端矿泉水零售额预测 122

第九章 2016-2022年中国高端矿泉水行业前景调研分析 124

第一节 2016-2022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 2016-2022年中国高端矿泉水投资前景分析 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前景研究分析 127

第四节 中国高端矿泉水进入壁垒分析 127

- 一、品牌建立 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

图表目录：

- 图表 1 按矿泉水的酸碱性分 11
- 图表 2 北京市矿泉水资源类型及占有资源量 18
- 图表 3 2009-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图 26
- 图表 4 2012-2015年国内生产总值构成及增长速度统计 26
- 图表 5 2009-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图 27
- 图表 6 2009-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 28
- 图表 7 2015年中国主要消费品零售额及增长速度统计 28
- 图表 8 2013-2015年中国居民消费价格月度变化趋势图 30
- 图表 9 美国国家一级饮用水规程 31
- 图表 10 美国国家二级饮用水规程 36
- 图表 11 欧盟饮用水水质指令微生物学参数 38
- 图表 12 欧盟饮用水水质指令用于瓶装或桶装饮用水的指标 38
- 图表 13 欧盟饮用水水质指令化学物质参数 38
- 图表 14 欧盟饮用水水质指示参数 40
- 图表 15 2008-2015年中国人口总量增长趋势图 46
- 图表 16 2015年中国人口数量及其构成情况统计 46
- 图表 17 2009-2015年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 47
- 图表 18 2008-2015年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图 48
- 图表 19 2009-2015年中国包装饮用水产量统计 49
- 图表 20 2009-2015年中国包装饮用水产量增长趋势图 49
- 图表 21 2008-2015年中国瓶装水人均开支统计 50
- 图表 22 2015年中国瓶（罐）装饮用水制造行业经济指标统计 51
- 图表 23 2008-2015年中国矿泉水行业零售规模统计 53
- 图表 24 中国矿泉水主要生产企业 54
- 图表 25 2015年中国矿泉水主要品牌份额统计 55
- 图表 26 2010-2015年中国瓶（罐）装饮用水制造企业数量变化趋势图 56
- 图表 27 2010-2015年中国瓶（罐）装饮用水制造行业资产总额统计 56
- 图表 28 2010-2015年中国瓶（罐）装饮用水制造行业资产变化趋势图 57
- 图表 29 2010-2015年中国瓶（罐）装饮用水制造行业销售收入统计 57
- 图表 30 2010-2015年中国瓶（罐）装饮用水制造行业销售收入变化趋势图 58
- 图表 31 2010-2015年中国瓶（罐）装饮用水制造行业利润总额统计 58
- 图表 32 2010-2015年中国瓶（罐）装饮用水制造行业利润变化趋势图 59
- 图表 33 2010-2015年中国瓶（罐）装饮用水制造行业资产负债率情况 59
- 图表 34 2010-2015年中国瓶（罐）装饮用水制造行业毛利率情况 60

图表 35 2010-2015年中国瓶（罐）装饮用水制造行业成本费用利润率情况	60
图表 36 2010-2015年中国瓶（罐）装饮用水制造行业销售利润率情况	61
图表 37 2010-2015年中国瓶（罐）装饮用水制造行业资产利润率情况	61
图表 38 2010-2015年中国瓶（罐）装饮用水制造行业应收账款周转率情况	62
图表 39 2010-2015年中国瓶（罐）装饮用水制造行业流动资产周转率情况	62
图表 40 2010-2015年中国瓶（罐）装饮用水制造行业总资产周转率情况	62
图表 41 中国主要高端矿泉水品牌水源地及特性对比分析	71
图表 42 中国主要高端矿泉水品牌产品价格对比分析	71
图表 43 中国高端矿泉水消费群体属性调查分析	73
图表 44 不同年龄段对着高端矿泉水消费目的对比分析	73
图表 45 高端矿泉水消费者消费心理情况	74
图表 46 高端矿泉水消费者选择品牌影响因素调查	74
图表 47 高端矿泉水消费者品牌获知途径调查	75
图表 48 高端矿泉水消费者购买场所调查	75
图表 49 消费者对高端矿泉水的认知程度比例	76
图表 50 消费者对高端瓶装水品牌的认知程度调查	77
图表 51 消费者高端瓶装水购买情况调查	77
图表 52 消费者对高端矿泉水价格的认知比例	78
图表 53 2008-2015年中国高端瓶装矿泉水零售量统计	82
图表 54 2008-2015年中国高端瓶装矿泉水零售额统计	83
图表 55 依云产品系列	89
图表 56 依云主要产品规格	90
图表 57 5100西藏冰川矿泉水产品规格及特点分析	93
图表 58 2010-2015年西藏冰川5100矿泉水销量	93
图表 59 2010-2015年西藏冰川5100矿泉水产能情况	100
图表 60 2015年西藏5100水资源控股有限公司分行业情况表	100
图表 61 2015年西藏5100水资源控股有限公司业务结构情况	101
图表 62 2010-2015年西藏5100水资源控股有限公司收入与利润统计	101
图表 63 2010-2015年西藏5100水资源控股有限公司资产与负债统计	101
图表 64 2010-2015年西藏5100水资源控股有限公司盈利能力情况	102
图表 65 2010-2015年西藏5100水资源控股有限公司偿债能力情况	102
图表 66 2010-2015年西藏5100水资源控股有限公司运营能力情况	102
图表 67 2010-2015年西藏5100水资源控股有限公司成本费用统计	103
图表 68 2015年西藏5100水资源控股有限公司成本费用结构图	103
图表 69 青岛崂山矿泉水有限公司基本情况	104

图表 70 青岛崂山矿泉水有限公司瓶装水产品系列	104
图表 71 青岛崂山矿泉水有限公司资产及负债统计	105
图表 72 青岛崂山矿泉水有限公司收入及利润情况	105
图表 73 青岛崂山矿泉水有限公司资产负债率情况	105
图表 74 青岛崂山矿泉水有限公司盈利能力指标	106
图表 75 青岛崂山矿泉水有限公司成本费用情况	106
图表 76 昆仑山矿泉水有限公司基本情况	107
图表 77 华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司资产及负债统计	107
图表 78 昆仑山矿泉水有限公司收入及利润情况	108
图表 79 华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司资产负债率情况	108
图表 80 华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司盈利能力指标	108
图表 81 昆仑山矿泉水有限公司成本费用情况	108
图表 82 华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司矿泉水系列产品规格	109
图表 83 华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司资产及负债统计	110
图表 84 华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司收入及利润情况	110
图表 85 华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司资产负债率情况	110
图表 86 华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司盈利能力指标	110
图表 87 华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司成本费用情况	111
图表 88 深圳达能益力泉饮品有限公司基本情况	112
图表 89 深圳达能益力泉饮品有限公司主要产品规格	112
图表 90 深圳达能益力泉饮品有限公司资产及负债统计	112
图表 91 深圳达能益力泉饮品有限公司收入及利润情况	113
图表 92 深圳达能益力泉饮品有限公司资产负债率情况	113
图表 93 深圳达能益力泉饮品有限公司盈利能力指标	113
图表 94 深圳达能益力泉饮品有限公司成本费用情况	113
图表 95 山东百脉矿泉水有限责任公司资产及负债统计	114
图表 96 山东百脉矿泉水有限责任公司收入及利润情况	114
图表 97 山东百脉矿泉水有限责任公司资产负债率情况	115
图表 98 山东百脉矿泉水有限责任公司盈利能力指标	115
图表 99 山东百脉矿泉水有限责任公司成本费用情况	115
图表 100 山东百脉矿泉水有限责任公司成本费用结构	116
图表 101 海口椰树矿泉水有限公司基本情况	116
图表 102 海口椰树矿泉水有限公司资产及负债统计	117
图表 103 海口椰树矿泉水有限公司收入及利润情况	117
图表 104 海口椰树矿泉水有限公司资产负债率情况	117

图表 105 海口椰树矿泉水有限公司盈利能力指标 117

图表 106 海口椰树矿泉水有限公司成本费用情况 118

图表 107 2016-2022年中国矿泉水零售额预测趋势图 122

图表 108 2016-2022年中国高端矿泉水零售量预测趋势图 122

图表 109 2016-2022年中国高端矿泉水零售额预测趋势图 123

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/183245.html>