

中国高端矿泉水市场深度分析与投资前景预测报告(2013-2016)

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《中国高端矿泉水市场深度分析与投资前景预测报告(2013-2016)》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/143405.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

第一章 矿泉水产业相关概述 9

- 一、矿泉水的类型 9
- 二、矿泉水的特点 10
- 三、矿物质水和矿泉水的区别 11
- 四、矿泉水适应的人群及适应症 12
 - 一、中国矿泉水资源开发利用状况及对策分析 12
 - 二、透视北京饮用天然矿泉水资源开发利用状况及发展 17
 - 三、长白山天然矿泉水资源保护及开采战略剖析 20
 - 四、广州矿泉水开采存在的主要问题 28

第二章 2011-2012年中国高端矿泉水行业发展环境分析 29

- 一、中国GDP分析 29
- 二、工业发展形势分析 29
- 三、全国固定资产投资分析 30
 - 一、国外饮用水水质标准状况分析 37
 - 二、中国对矿泉水行业的政策及监管 40
 - 三、严谨的行业法规及标准 40
 - 一、人均消耗量低，待开发的潜在需求庞大 40
 - 二、中国的城市人口及城市可支配收入增加 41
 - 三、健康意识不断提高 43
 - 四、消费行为的改变 43
 - 五、矿泉水高端化已成为一种趋势 44

第三章 2011-2012年中国矿泉水产业运行形势分析 45

- 一、矿泉水市场产品发展特点 45
- 二、中国矿泉水产业飞速发展 47
- 三、一线品牌资本运营分析 48
 - 一、中国国际高端品牌饮用水推广交易会聚焦 50
 - 二、国产高档水品牌迈入消费新纪元 50
 - 三、2009-2012年西藏5100中铁供水策略与份额分析 51
- 四、2012年西藏5100主要营销策略（针对高尔夫运动）回顾 52
 - 一、总体出货量统计表 54
 - 二、5100西藏 54

三、依云阿尔卑斯山天然矿泉水 55

四、Perrier 56

五、世罕泉 57

六、富维克(Volvic) 58

七、帕米尔天泉 59

八、圣培露 60

九、崂山矿泉水1905 61

十、巴马长绿山神仙泉水 62

十一、SPA 63

一、品牌战 64

二、价格战 64

三、圈地（水源）战 65

第四章 2011-2012年中国高端水市场发展现状及消费者调查研究 66

一、高端水的划分层次 66

二、目前主要高端水品牌分析 66

三、主要品牌价格对比 67

四、国内品牌进入状况 67

第二节 2012年中国高端水消费者调查结果 68

一、市场渗透率分析 68

二、消费者属性分析（包括年龄、性别、月收入、职业等） 69

三、消费目的（心理）分析 71

四、消费者选择品牌影响因素分析 72

五、高端水品牌渗透率情况 72

六、消费者获取品牌途径分析 73

七、消费者购买场合统计 73

八、消费者对不同种类型高端水认可情况 74

一、“依云”品牌8次卷入质量风波 75

二、高端水包装设计被抄袭 76

三、行业标准的缺失 76

四、高端水的安全性问题 77

五、依云带来“高端水”市场的启示与反思 77

第五章 2011-2012年中国高端矿泉水市场运行走势分析 80

一、中国高端矿泉水市场规模及增长幅度 80

- 二、高端矿泉水在水市场中的份额不断提升 80
- 三、消费需求的拉动国内矿泉水市场迎来高端时代 81
- 一、跨国企业巨头加大了进军中国高端水市场的推广力度 82
- 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 84

第六章 2011-2012年国内外高端矿泉水品牌分析 86

- 一、依云天然矿泉水介绍 86
- 二、2012年达能集团经营状况 86
- 三、依云品牌战略成功因素分析 86
- 四、依云推出特别版纪念瓶 88
 - 一、西藏冰川5100矿泉水介绍 92
 - 二、西藏冰川5100矿泉水产品特点 92
 - 三、西藏冰川5100矿泉水产能情况 93
 - 四、西藏冰川5100销量及市场份额 93
 - 五、西藏冰川5100创新全物流体系 94
 - 六、5100创新水卡策略分析 94
 - 七、西藏冰川5100矿泉水市场推广策略 96
- 一、昆仑山天然雪山矿泉水介绍 97
- 二、昆仑山天然矿泉水产品特点 98
- 三、昆仑山矿泉水产能情况分析 98
- 四、2013年4月昆仑山获殊荣 99
- 五、昆仑山矿泉水竞争优势分析 99

第七章 2011-2012年中国矿泉水重点企业经营状况分析 102

- 一、企业概况 102
- 二、企业主要经济指标分析 102
 - 一、企业概况 104
 - 二、企业主要经济指标分析 104
 - 三、企业盈利能力分析 104
 - 四、企业偿债能力分析 105
 - 五、企业产值状况分析 105
 - 六、企业成本费用构成分析 105
- 一、企业概况 106
- 二、企业主要经济指标分析 106
- 三、企业盈利能力分析 106

四、企业偿债能力分析	107
五、企业产值状况分析	107
六、企业成本费用构成分析	107
一、企业概况	107
二、企业主要经济指标分析	108
三、企业盈利能力分析	108
四、企业偿债能力分析	108
五、企业产值状况分析	109
六、企业成本费用构成分析	109
一、企业概况	109
二、企业主要经济指标分析	110
三、企业盈利能力分析	110
四、企业偿债能力分析	110
五、企业产值状况分析	111
六、企业成本费用构成分析	111
一、企业概况	111
二、企业主要经济指标分析	112
三、企业盈利能力分析	112
四、企业偿债能力分析	112
五、企业产值状况分析	113
六、企业成本费用构成分析	113
一、企业概况	113
二、企业主要经济指标分析	114
三、企业盈利能力分析	114
四、企业偿债能力分析	114
五、企业产值状况分析	115
六、企业成本费用构成分析	115

第八章 2013-2016年中国高端矿泉水市场前景分析	116
一、中国天然矿泉水市场前景广阔	116
二、矿泉水将成饮用水市场主导产品	116
三、我国矿泉水的消费市场潜力分析	117
一、2013-2016年中国矿泉水销售规模预测	118
二、2013-2016年高端矿泉水市场规模预测	119
三、2013-2016年中国高端水消费量预测	120

第九章 2012-2016年中国高端矿泉水投资前景分析 122

- 一、高端矿泉水行业吸引力分析 122
- 二、高端矿泉水市场增长动力分析 122
- 三、高端矿泉水区域投资潜力分析 122

- 一、品牌建立 124
- 二、水源稀少 124
- 三、团购客户关系 125
- 四、建立经销网络 125
- 五、建立物流网络 125

第五节 WOKI国际咨询分析师汇总分析 125

- 一、发展战略分析 125
- 二、市场营销分析 126
- 三、市场营销策略分析 126
- 四、市场品牌推广策略分析 127

Y.报告

图表目录

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/143405.html>