

2015-2020年中国高端矿泉水市场分析预测及投资策略报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国高端矿泉水市场分析预测及投资策略报告》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/175309.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

矿泉水是从地下深处自然涌出的或者是经人工揭露的、未受污染的地下矿水；含有一定量的矿物盐、微量元素或二氧化碳气体；在通常情况下，其化学成分、流量、水温等动态在天然波动范围内的相对稳定。矿泉水是在地层深部循环形成的，含有国家标准规定的矿物质及限定指标。

矿泉水是含有溶解的矿物质或较多气体的水，国家标准中规定的九项界限指标包括锂、锶、锌、硒、溴化物、碘化物、偏硅酸、游离二氧化碳和溶解性总固体，矿泉水中必须有一项或一项以上达到界限指标的要求，其要求含量分别为（单位：mg/L）：锂、锶，锌、碘化物均 ≥ 0.2 ，硒 ≥ 0.01 ，溴化物 ≥ 1.0 ，偏硅酸 ≥ 25 ，游离二氧化碳 ≥ 250 和溶解性总固体 ≥ 1000 。市场上大部分矿泉水属于锶（Sr）型和偏硅酸型，同时也有其他矿物质成份的矿泉水。

随着中国经济社会的发展，人们生活水平的提高，人们消费的品牌意识越来越强。重视品牌，反映了消费者生活理念的转变。在生产设备和工艺水平不断提高，矿泉水产品日趋同质化的今天，产品的物理属性相差不大，惟有具有深厚内涵的品牌能给消费者以精神寄托。同质同价的矿泉水，消费者更青睐品牌产品。当商品经济发展到一定阶段，企业竞争不再停留在降价促销上，而是品牌层面的竞争。树立了著名品牌，就掌握了占领市场的主动权。未来的矿泉水企业竞争，无品牌或弱势品牌的企业将成为强势品牌的贴牌加工厂，失掉自己的终端市场和竞争的根基。

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。

报告目录：

第一章 中国高端矿泉水行业发展概述

第一节 高端矿泉水行业发展情况

第二节 最近3-5年中国高端矿泉水行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒／退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第三节 关联产业发展分析

一、PET塑料瓶行业介绍

二、PET清洗行业介绍

第二章 中国高端矿泉水行业的国际比较分析

第一节中国高端矿泉水行业竞争力指标分析

第二节中国高端矿泉水行业经济指标国际比较分析

第三节全球高端矿泉水行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、重点需求客户

四、市场前景展望

第四节全球高端矿泉水行业市场供给分析

一、生产规模现状

二、产能规模分布

三、市场价格走势

四、重点厂商分布

第三章 应用领域及行业供需分析

第一节需求分析

一、高端矿泉水行业需求市场

二、高端矿泉水行业客户结构

三、高端矿泉水行业需求的地区差异

第二节供给分析

第三节供求平衡分析及未来发展趋势

一、高端矿泉水行业的需求预测

二、高端矿泉水行业的供应预测

三、供求平衡分析

四、供求平衡预测

第四节市场价格走势分析

第四章 高端矿泉水产业链的分析

第一节行业集中度

第二节主要环节

第三节行业进入壁垒和驱动因素

第四节上下游行业影响及趋势分析

第五章 区域市场情况深度研究

第一节长三角区域市场情况分析

第二节珠三角区域市场情况分析

第三节环渤海区域市场情况分析

第四节高端矿泉水行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

一、华北大区市场分析

二、华中大区市场分析

三、华南大区市场分析

四、华东大区市场分析

五、东北大区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北大区市场分析

第六章 2015-2020年需求预测分析

第一节高端矿泉水行业领域2015-2020年需求量预测

第二节2015-2020年高端矿泉水行业领域需求产品（服务）功能预测

第三节2015-2020年高端矿泉水行业领域需求产品（服务）市场格局预测

第七章 高端矿泉水市场竞争格局分析

第一节行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、相关和支持性产业

四、企业的战略、

第四节高端矿泉水行业竞争格局分析

一、2012年高端矿泉水行业竞争分析

二、2012年国内外高端矿泉水竞争分析

三、2012年中国高端矿泉水市场竞争分析

四、2012年中国高端矿泉水市场集中度分析

第八章 主要生产企业的排名与产业结构分析

第一节行业企业排名分析

第二节产业结构分析

一、市场细分充分程度的分析

二、各细分市场领先企业排名

第三节产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第四节产业结构发展预测

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析（投资政策、

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国高端矿泉水行业参与国际竞争的战略市场定位

第九章 前十大领先企业分析

第一节西藏冰川矿泉水有限公司

一、主营业务及经营状况

二、发展历程及获得荣誉

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第二节青海玉珠峰矿泉水有限公司

一、主营业务及经营状况

二、市场认可度及销售规模

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第三节青岛崂山矿泉水有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第四节黑龙江省世罕泉饮品有限公司

一、主营业务及经营状况

二、生产规模及销售规模

三、主要市场定位

四、主要优势

五、市场拓展战略与手段分析

第五节达能集团

- 一、主营业务及经营状况
- 二、主要市场定位
- 三、主要优势与主要劣势
- 四、市场拓展战略与手段分析

第六节椰树集团

- 一、主营业务及经营状况
- 二、历年生产规模、
- 三、主要市场定位
- 四、主要优势与主要劣势
- 五、市场拓展战略与手段分析

第七节深圳达能益力泉饮品有限公司

- 一、主营业务及经营状况
- 二、公司发展历程及荣誉
- 三、主要优势与主要劣势
- 四、市场拓展战略与手段分析

第八节北京侏罗时代水业有限公司

- 一、主营业务规模及经营状况
- 二、主要优势及市场定位
- 三、市场拓展战略及手段分析

第九节广西中源山泉有限公司

- 一、主营业务及品质介绍
- 二、市场地位及主要优势

第十节德国哈西娅饮品集团

- 一、矿泉水业务介绍
- 二、市场拓展战略与手段分析

第十章 2012年中国高端矿泉水行业整体运行指标分析

第一节中国高端矿泉水行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业生产规模分析
- 第二节中国高端矿泉水行业产销分析

- 一、行业产成品情况总体分析
- 二、行业产品销售收入总体分析

第三节中国高端矿泉水行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业营运能力分析

三、行业发展能力分析

第十一章 影响企业生产与经营的关键趋势

第一节 市场整合成长趋势

一、中国高端矿泉水市场面临的挑战

二、中国矿泉水企业抢占高端矿泉水市场

第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测

第三节 企业区域市场拓展的趋势

第四节 科研开发趋势及替代技术进展

一、水质的改善

二、塑料瓶技术的发展与创新

三、开拓电商渠道

第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势

一、高端矿泉水存在的问题

二、企业反应

三、消费者

第六节 中国高端矿泉水行业SWOT分析

第十二章 2015-2020年高端矿泉水行业投资价值评估分析

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

一、产业发展有利因素

二、产业发展不利因素

第二节 产业发展的空白点分析

第三节 投资回报率比较高的投资方向

第四节 新进入者应注意的障碍因素

一、品牌战

二、价格战

三、圈地（水源）战

第五节 营销分析与营销模式推荐

一、渠道构成

二、特色销售渠道模式

图表目录:

图表：2007-2010年六大高端瓶装矿泉水制造商市场份额排名

图表：PET的回收、再生、利用过程流程

图表：2008-2011年中国普通饮用矿泉水与高端饮用水毛利走势对比图

图表：2010年全球最具价值矿泉水品牌排行榜

图表：2007-2011年高端矿泉水销量

图表：2007-2011年高端矿泉水市场供给

图表：2015-2020年高端矿泉水销量预测

图表：2015-2020年高端矿泉水市场供给预测

图表：2011年华北地区高端矿泉水市场零售值

图表：2011年华中地区高端矿泉水市场零售值

图表：2011年华南地区高端矿泉水市场零售值

图表：2011年华东地区高端矿泉水市场零售值

图表：2011年东北地区高端矿泉水市场零售值

图表：2011年西南地区高端矿泉水市场零售值

图表：2011年西北地区高端矿泉水市场零售值

图表：2007-2011年高端矿泉水市场零售值

图表：2015-2020年高端矿泉水市场零售值预测

图表：2011年高端矿泉水行业前十大企业集中度

图表：2011年按销量计六大高端瓶装矿泉水制造商排名

图表：2011年以销量计高端瓶装矿泉水十大品牌

图表：2011年十佳矿泉水/饮用水/纯净水品牌

图表：九千万矿泉水水质主要成分含量

图表：2011年1-12月包装饮用水产量全国合计

图表：2011年1-12月包装饮用水产量北京市合计

图表：2011年1-12月包装饮用水产量上海市合计

图表：2011年1-12月包装饮用水产量广东省合计

图表：2012年1-6月包装饮用水产量全国合计

图表：2012年1-6月包装饮用水产量北京市合计

图表：2012年1-6月包装饮用水产量上海市合计

图表：2012年1-6月包装饮用水产量广东省合计

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/175309.html>