

2022-2027年中国高端包装水行业市场运行现状及 投资规划建议报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国高端包装水行业市场运行现状及投资规划建议报告》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/channel/beverage/757197.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：

第一篇发展环境篇

第一章 中国高端包装水行业发展综述

第一节 高端包装水相关概述

一、瓶装水定义及分类

（一）天然矿泉水

（二）纯净水

（三）天然水

（四）矿物质水

二、高端包装水概述

（一）高端水界定

（二）高端水概况

第二节 高端包装水行业政策环境分析

一、高端包装水行业政策及监管

二、高端包装水开采相关法规

三、饮用水相关标准

（一）《生活饮用水卫生标准》

（二）《美国饮用水水质标准》

（三）《欧盟饮用水水质指令》

第三节 高端包装水行业社会环境分析

一、人口规模及结构情况

二、水资源总量情况分析

三、中国淡水资源紧缺

四、中国饮用水质情况

五、居民饮料消费情况

第二章 中国瓶装饮用水市场消费者分析

第一节 瓶装饮用水主要消费市场分析

第二节 各类瓶装水重度消费者分析

第三节 瓶装水消费者的生活态度分析

第四节 瓶装消费者的体育及休闲活动分析

第三章 中国包装饮用水行业供需情况分析

第一节 包装饮用水生产情况

一、包装饮用水总产量分析

二、包装饮用水生产区域分布

三、主要区域包装饮用水生产情况

（一）广东省

（二）四川省

（三）吉林省

（四）河南省

（五）广西区

（六）山东省

（七）浙江省

（八）湖南省

（九）湖北省

（十）福建省

第二节 包装饮用水销售情况

一、包装饮用水总销量分析

二、包装饮用水销售渠道分布

三、不同渠道包装饮用水销量

（一）团购

（二）餐饮服务

（三）零售

第四章 中国包装饮用水所属行业经济运行分析

第一节 包装饮用水所属行业发展概况

一、包装饮用水所属行业发展概况

二、包装饮用水所属行业发展概况

三、包装饮用水所属行业发展概况

第二节 包装饮用水所属行业经济运行分析

一、包装饮用水所属行业企业数量分析

二、包装饮用水所属行业资产规模分析

三、包装饮用水所属行业销售收入分析

四、包装饮用水所属行业利润总额分析

第三节 包装饮用水所属行业成本费用分析

一、包装饮用水所属行业销售成本分析

二、包装饮用水所属行业销售费用分析

三、包装饮用水所属行业管理费用分析

四、包装饮用水所属行业财务费用分析

第四节 包装饮用水所属行业运营效益分析

一、包装饮用水所属行业偿债能力分析

二、包装饮用水所属行业盈利能力分析

三、包装饮用水所属行业运营能力分析

第二篇发展现状篇

第五章 中国高端包装水市场消费者深度分析

第一节 高端水市场调研背景

一、高端水的层次划分

二、高端水的品牌划分

三、主要品牌价格对比

四、国内品牌进入状况

第二节 中国高端水消费者调查结果

一、消费者属性分析

二、消费目的（心理）分析

三、消费者品牌选择影响因素分析

四、消费者品牌获取途径分析

五、消费者购买场所统计

六、消费者品牌认识情况调查

第三节 高端水市场存在的问题分析

一、“依云”品牌多次卷入质量风波

二、高端水行业标准的缺失

三、依云带来“高端水”市场的启示与反思

第六章 中国高端包装水行业运行情况分析

第一节 高端包装水盈利模式分析

一、高端包装水盈利模式分类

二、高端包装水生产企业盈利模式

三、高端包装水经销代理商盈利模式

四、第三方经销网络优化管理研究

五、网络营销盈利模式创新研究

第二节 高端包装水发展驱动因素

一、高端包装水潜在需求量大

二、人们健康意识的不断提高

三、居民可支配收入逐步增加

四、高收入人群消费行为的改变

（一）大型企业数量及规模增长

（二）政府特供需求的增多带动

第三节 高端包装水市场需求分析

一、高端包装水零售量分析

二、高端包装水零售规模分析

三、高端包装水与大众饮用水占比

四、高端包装水需求前景分析

第四节 高端包装水区域市场需求分析

一、北京高端包装水市场需求分析

二、上海高端包装水市场需求分析

三、山东高端包装水市场需求分析

四、广东高端包装水市场需求分析

第七章 中国高端包装水行业竞争格局分析

第一节 瓶装水行业竞争格局分析

一、瓶装水行业竞争格局现状

二、瓶装水品牌竞争格局分析

三、瓶装水行业水源地竞争分析

四、瓶装水行业并购案例汇总

第二节 高端包装水行业竞争格局分析

一、高端包装水行业竞争分析

二、主要高端包装水品牌份额

三、主要高端包装水品牌零售额

四、高端包装水区域市场集中度分析

第三节 高端包装水竞争态势分析

第三篇发展重点篇

第八章 中国高端包装水水源地及品牌建设分析

第一节 高端水源地资源概况

一、国内高端水水源地分布

（一）昆仑山

（二）珠穆朗玛峰

（三）巴马长寿村

（四）吉林长白山

二、水企高端水水源地之争

三、高端水水源地资源打造

第二节 高端包装水品牌建设

一、国内外主要高端水品牌

（一）国外主要高端水品牌

（二）国内主要高端水品牌

二、高端包装水品牌构建

三、高端包装水品牌营销

四、高端包装水品牌策略

第三节 高端包装水品牌竞争力

一、包装水企业发展高端包装水优势

二、高端包装水品牌形象竞争力

三、高端包装水产品品质竞争力

四、高端包装水营销渠道竞争力

五、西藏5100主要营销策略

第四节 高端水发展方向分析

一、天然矿泉水

二、冰川矿泉水

三、天然苏打水

四、弱碱性离子水

五、海洋深层水

六、雪融水

七、天然负氢水

第九章 中国高端包装水渠道建设与营销推广

第一节 高端包装水营销渠道建设与管理

一、高端包装水营销渠道结构

（一）主力型渠道

（二）紧凑型渠道

（三）伙伴型渠道

（四）松散型渠道

二、高端包装水分销渠道类型

（一）直接分销渠道

（二）间接分销渠道

三、高端包装水营销渠道管理

（一）市场伙伴型渠道管理

（二）大客户直供销售渠道

(三) 网络渠道发展策略

(四) 渠道经销管理问题

第二节 高端包装水市场推广策略分析

一、高端包装水新产品推广

二、高端包装水广告宣传策略分析

三、高端包装水网络推广策略分析

四、高端包装水中间商、代理商参与机制

五、直销模式在高端包装水推广中的应用

六、高端包装水价格策略

第三节 高端包装水营销渠道拓展分析

一、西藏5100铁路营销渠道案例

二、休闲娱乐市场渠道拓展

三、高端场所市场渠道拓展

四、特供渠道经销商

(一) 政府部门、企事业单位团购

(二) 节假礼品

第四节 高端包装水营销策略分析

一、品牌文化塑造

二、营销策略方案

三、不同渠道产品结构差异化

第四篇企业经营篇

第十章 国外高端包装水品牌运营及经验借鉴

第一节 依云矿泉水(Evian)

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 巴黎水(Perrier)

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 富维克(Volvic)

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 诗葩矿泉水 (SPA)

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第五节 捷克萨奇

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第六节 新加坡爱可比乐

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第七节 富士山天然水

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第八节 芙丝VOSS纯净水

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第十一章 中国高端包装水企业运营及品牌分析

第一节 昆仑山矿泉水有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第二节 西藏5100水资源控股有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第三节 恒大矿泉水集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第四节 北大荒五大连池矿泉水股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 内蒙古蓝海矿泉水有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节 山东汇源饮用水有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第七节 巴马活泉食品饮料有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第八节 西藏珠峰冰川水资源开发有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第九节 吉林龙泽矿泉饮品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第十节 河北天龙金泉水业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五篇 投资前景篇

第十二章 中国高端包装水行业发展前景趋势分析

第一节 中国高端包装水行业前景趋势

一、瓶装饮用水行业发展趋势分析

二、天然矿泉水将主导未来饮用水市场

三、高端包装水处理技术发展趋势

四、高端包装水行业发展前景光明

第二节 中国高端包装水行业市场预测分析

一、瓶装饮用水行业规模预测

二、高端包装水产量预测分析

三、高端包装水需求规模预测

第三节 中国高端包装水行业盈利预测分析

第十三章 中国高端包装水行业投资机会与风险分析

第一节 中国高端包装水行业投资特性分析

一、高端包装水行业投资特性

二、高端包装水具有良好的投资价值

第二节 中国高端包装水行业投资机会分析

一、进军高端包装水市场机会分析

二、高端包装水区域投资潜力分析

三、与产业链相关的投资机会分析

第三节 中国高端包装水行业投资风险分析

一、市场运营风险

二、市场竞争风险

三、国家政策风险

四、金融风险

五、水质风险

六、渠道风险

第四节 中国高端包装水行业投资策略分析

一、高端水水源地开发策略

二、高端水行业品牌建设策略

三、高端水行业渠道开发策略

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/beverage/757197.html>