

2012-2016年中国高端矿泉 水市场深度调查与战略咨询研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2012-2016年中国高端矿泉水市场深度调查与战略咨询研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201205/87673.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

随着生活水平的提高，人们对饮用水的要求越来越高，健康、高品质成为主要的追求，高端饮用水的市场消费力也越来越大。消费需求拉动国内矿泉水市场迎来高端时代。至2015年，我国高端矿泉水市场的零售值将达到人民币13亿元，2011年至2015年间的年复合增长率为20%以上。

中国产业信息网发布的《2012-2016年中国高端矿泉水市场深度调查与战略咨询研究报告》共十四章。首先介绍了矿泉水的相关概述、中国高端矿泉水行业发展环境等，接着分析了中国高端矿泉水市场运行的现状，然后介绍了中国高端矿泉水市场竞争。随后，报告对中国高端矿泉水做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国高端矿泉水市场前景预测。您若想对高端矿泉水产业有个系统的了解或者想投资高端矿泉水行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

目录

第一章 矿泉水的相关概述 1

第一节 矿泉水的相关概念 1

一、矿泉水的类型 1

二、矿泉水的特点 2

三、矿物质水和矿泉水的区别 2

四、矿泉水适应的人群及适应症 3

第二节 矿泉水资源开发 4

一、中国矿泉水资源开发利用状况及对策分析 4

二、透视北京饮用天然矿泉水资源开发利用状况及发展 10

三、长白山天然矿泉水资源保护及开采战略剖析 14

四、广州矿泉水开采存在的主要问题 21

第二章 世界矿泉水产业发展状况分析 22

第一节 2010年世界矿泉水产业运行概况 22

一、世界矿泉水产销概况 22

二、世界矿泉水生产规模 23

三、主要国家瓶装水消费量的变化	24
第二节 2010年世界主要国家矿泉水产业发展情况分析	26
一、美国	26
二、韩国	26
三、加拿大	26
第三节 2012-2016年世界矿泉水产业发展趋势分析	26
第三章 中国高端矿泉水行业发展环境分析	28
第一节 国内高端矿泉水经济环境分析	28
一、GDP历史变动轨迹分析	28
二、固定资产投资历史变动轨迹分析	29
三、2011年中国宏观经济发展预测分析	31
第二节 中国高端矿泉水行业政策环境分析	35
第四章 中国矿泉水产业运行形势分析	36
第一节 2010年中国矿泉水产业发展综述	36
一、矿泉水市场产品发展特点	36
二、中国矿泉水产业飞速发展	37
三、一线品牌资本运营分析	38
第二节 2010年中国高端矿泉水产业运行概况	38
一、2010中国国际高端品牌饮用水推广交易会聚焦	38
二、国产高档水品牌迈入消费新纪元	39
三、高端饮用水消费人群已经形成	39
第三节 2010年中国内矿泉水企业优势分析	40
一、国内水源地的本土优势	40
二、极具亲和力的综合性价比	41
三、多年累积的渠道和终端优势	41
第五章 2009-2011年中国高端矿泉水行业主要数据监测分析	43
第一节 2009-2011年中国高端矿泉水行业总体数据分析	43
一、2009年中国高端矿泉水行业全部企业数据分析	43
二、2010年中国高端矿泉水行业全部企业数据分析	45
三、2011年中国高端矿泉水行业全部企业数据分析	47
第二节 2009-2011年中国高端矿泉水行业不同规模企业数据分析	49
一、2009年中国高端矿泉水行业不同规模企业数据分析	49

二、2010年中国高端矿泉水行业不同规模企业数据分析	49
三、2011年中国高端矿泉水行业不同规模企业数据分析	49
第三节 2009-2011年中国高端矿泉水行业不同所有制企业数据分析	50
一、2009年中国高端矿泉水行业不同所有制企业数据分析	50
二、2010年中国高端矿泉水行业不同所有制企业数据分析	50
三、2011年中国高端矿泉水行业不同所有制企业数据分析	51
第六章 2008-2010年中国高端矿泉水产量统计分析	52
第一节 2008年中国高端矿泉水产量数据分析	52
一、2008年全国高端矿泉水产量数据分析	52
二、2008年高端矿泉水重点省市数据分析	52
第二节 2009年中国高端矿泉水产量数据分析	52
一、2009年全国高端矿泉水产量数据分析	52
二、2009年高端矿泉水重点省市数据分析	53
第三节 2010年中国高端矿泉水产量数据分析	53
一、2010年全国高端矿泉水产量数据分析	53
二、2010年高端矿泉水重点省市数据分析	53
第七章 中国高端矿泉水市场运行走势分析	55
第一节 2010年中国高端矿泉水市场深度剖析	55
一、我国人均矿泉水消费量及世界人均同比	55
二、2010年我国矿泉水消费量分析	55
三、矿泉水在饮用水市场中的份额不断提升	56
四、中国矿泉水市场规模及增长幅度	56
五、消费需求的拉动国内矿泉水市场迎来高端时代	56
第二节 2010年中国高端矿泉水品牌企业运行分析	57
一、跨国企业巨头加大了进军中国高端水市场的推广力度	57
1、依云	57
2、洛斯巴赫等	57
二、国内矿泉水厂商也逐渐加大针对高端市场的产品建设和市场建设投入	58
第八章 中国高端矿泉水市场热点产品透析	59
第一节 纯净水	59
第二节 冰川水	60
第三节 生态水	60

第四节 苏打水 60

第五节 碱性水 61

第六节 矿物质水 61

第七节 深层海洋水 62

第八节 薄荷水 62

第九节 特色疗养水 62

第九章 中国高端矿泉水市场现状分析 64

第一节 中国矿泉水行业现状 64

一、饮用天然矿泉水资源分布状况 64

二、饮用天然矿泉水产品及市场状况 65

三、2010年中国矿泉水产业规模分析 67

第二节 高端矿泉水市场现状 67

一、国内饮用水市场迎来高端时代 67

二、中国高端矿泉水迈入消费新纪元 68

三、中国高端矿泉水市场面临的挑战 68

四、矿泉水企业抢占高端市场的策略 69

第三节 高端矿泉水消费市场分析 70

一、高端矿泉水品牌认识情况调查 70

二、高端矿泉水消费者认识程度分析 70

三、高端矿泉水消费者购买情况调查 71

四、高端矿泉水消费者价格认知分析 73

第十章 中国高端矿泉水市场竞争分析 74

第一节 2010年中国矿泉水力分析 74

一、中国饮用水市场品牌竞争分析 74

二、中国矿泉水区域竞争格局分析 74

三、中国矿泉水市场竞争总体状况 75

第二节 2010年高端矿泉水市场竞争总况 75

一、国外品牌的独占和垄断格局已经被打破 75

二、高端矿泉水群雄逐市 中资外资竞相角逐 76

三、高端瓶装水扎堆入市 寻找水源地成营销噱头 77

四、纯天然养生矿泉水异军突起 78

第三节 2010年中国高端矿泉水竞争动态分析 80

一、2010年杭州高端矿泉水市场竞争激烈	80
二、2010年加多宝进军高端矿泉水领域	80
三、2010年洛斯巴赫进军中国高端水市场	80
第四节 2010年中国高端矿泉水市场竞争战略分析	81
一、品牌战	81
二、价格战	82
三、圈地（水源）战	83
第十一章 国内外高端矿泉水品牌分析	85
第一节 依云矿泉水	85
一、依云天然矿泉水介绍	85
二、2010年达能集团经营状况	85
三、依云天然矿泉水市场营销策略	85
四、2010年依云推出特别版纪念瓶	86
第二节 西藏冰川5100	86
一、西藏冰川5100矿泉水介绍	86
二、西藏冰川5100矿泉水产品特点	87
三、西藏冰川5100矿泉水产能情况	88
四、西藏冰川5100矿泉水市场推广策略	88
第三节 昆仑山矿泉水	89
一、昆仑山天然雪山矿泉水介绍	89
二、昆仑山天然矿泉水产品特点	89
三、昆仑山矿泉水产能情况分析	90
四、昆仑山矿泉水市场推广情况	90
第十二章 中国矿泉水重点企业经营状况分析	94
第一节 西藏冰川矿泉水有限公司	94
一、企业概况	94
二、企业主要经济指标分析	95
三、企业盈利能力分析	95
四、企业偿债能力分析	96
五、企业运营能力分析	96
六、企业成长能力分析	96
第二节 山东百脉矿泉水有限责任公司	97

一、企业概况	97
二、企业主要经济指标分析	97
三、企业盈利能力分析	98
四、企业偿债能力分析	98
五、企业运营能力分析	99
六、企业成长能力分析	99
第三节 海口椰树矿泉水有限公司	99
一、企业概况	99
二、企业主要经济指标分析	100
三、企业盈利能力分析	100
四、企业偿债能力分析	101
五、企业运营能力分析	101
六、企业成长能力分析	101
第四节 青岛崂山矿泉水有限公司	102
一、企业概况	102
二、企业主要经济指标分析	103
三、企业盈利能力分析	104
四、企业偿债能力分析	104
五、企业运营能力分析	104
六、企业成长能力分析	105
第五节 山东文登黑豹矿泉水有限公司	105
一、企业概况	105
二、企业主要经济指标分析	105
三、企业盈利能力分析	106
四、企业偿债能力分析	106
五、企业运营能力分析	107
六、企业成长能力分析	107
第六节 莱阳鲁花矿泉水有限公司	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	109

五、企业运营能力分析	109
六、企业成长能力分析	109
第七节 深圳达能益力泉饮品有限公司	110
一、企业概况	110
二、企业主要经济指标分析	110
三、企业盈利能力分析	111
四、企业偿债能力分析	111
五、企业运营能力分析	112
六、企业成长能力分析	112
第十三章 2012-2016年中国高端矿泉水市场前景分析	113
第一节 2012-2016年中国矿泉水市场前景分析	113
一、中国天然矿泉水市场前景广阔	113
二、矿泉水将成饮用水市场主导产品	113
三、我国矿泉水的消费市场潜力是很大的	113
第二节 2012-2016年中国高端矿泉水发展方向	115
第三节 2012-2016年中国高端矿泉水市场预测分析	115
一、2012-2016年中国矿泉水销售规模预测	115
二、2012-2016年高端矿泉水市场规模预测	116
三、2012-2016年中国矿泉水消费量预测	116
第十四章 2012-2016年中国高端矿泉水投资前景分析	117
第一节 2012-2016年中国高端矿泉水投资潜力分析	117
一、高端矿泉水行业吸引力分析	117
二、高端矿泉水市场增长动力分析	117
三、高端矿泉水区域投资潜力分析	118
第二节 2012-2016年中国高端矿泉水投资风险分析	118
一、市场竞争风险	118
二、上游水源风险	118
三、成本控制风险	119
第三节 2012-2016年中国高端矿泉水投资策略分析	119

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201205/87673.html>