

2014-2019年中国高端矿泉 水市场前景研究与行业运营态势报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2014-2019年中国高端矿泉水市场前景研究与行业运营态势报告》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.abaogao.com/b/yinliao/F29847A8FV.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

第一章 矿泉水产业相关概述

第一节 矿泉水基础阐述

- 一、矿泉水的类型
- 二、矿泉水的特点
- 三、矿物质水和矿泉水的区别
- 四、矿泉水适应的人群及适应症

第二节 矿泉水资源开发

- 一、中国矿泉水资源开发利用状况及对策分析
- 二、透视北京饮用天然矿泉水资源开发利用状况及发展
- 三、长白山天然矿泉水资源保护及开采战略剖析
- 四、广州矿泉水开采存在的主要问题

第二章 2013年中国高端矿泉水行业发展环境分析

第一节 2013年国内宏观经济环境分析（按月度更新）

- 一、国民经济增长
- 二、中国居民消费价格指数
- 三、工业生产运行情况
- 四、中国房地产业情况
- 五、中国制造业采购经理指数

第二节 2013年中国高端矿泉水产业政策环境分析

- 一、国外饮用水水质标准状况分析
- 二、中国对矿泉水行业的政策及监管
- 三、严谨的行业法规及标准

第三节 2013年中国高端矿泉水社会环境分析

- 一、人均消耗量低，待开发的潜在需求庞大
- 二、中国的城市人口及城市可支配收入增加
- 三、健康意识不断提高
- 四、消费行为的改变
- 五、矿泉水高端化已成为一种趋势

第三章 2013年中国矿泉水产业运行形势分析

第一节 2013年中国矿泉水产业发展综述

一、矿泉水市场产品发展特点

二、中国矿泉水产业飞速发展

三、一线品牌资本运营分析

第二节 2013年中国高端矿泉水产业运行概况

一、中国国际高端品牌饮用水推广交易会聚焦

二、国产高档水品牌迈入消费新纪元

三、西藏5100中铁供水策略与份额分析

四、2西藏5100主要营销策略（针对高尔夫运动）回顾

第三节 2007-2012年中国主要高端矿泉水出货量统计及市场份额分析

一、总体出货量统计表

二、5100西藏

三、依云阿尔卑斯山天然矿泉水

四、Perrier

五、世罕泉

六、富维克(Volvic)

七、帕米尔天泉

八、圣培露

九、崂山矿泉水1905

十、巴马长绿山神仙泉水

十一、SPA

第四节 中国高端矿泉水市场竞争战略分析

一、品牌战

二、价格战

三、圈地（水源）战

第四章 2013年中国高端水市场发展现状及消费者调查研究

第一节 中国高端水市场现状分析

- 一、高端水的划分层次
- 二、目前主要高端水品牌分析
- 三、主要品牌价格对比
- 四、国内品牌进入状况

第二节 2012年中国高端水消费者调查结果

- 一、市场渗透率分析
- 二、消费者属性分析（包括年龄、性别、月收入、职业等）
- 三、消费目的（心理）分析
- 四、消费者选择品牌影响因素分析
- 五、高端水品牌渗透率情况
- 六、消费者获取品牌途径分析
- 七、消费者购买场合统计
- 八、消费者对不同种类型高端水认可情况

第三节 高端水市场存在的问题分析

- 一、“依云”品牌8次卷入质量风波
- 二、高端水包装设计被抄袭
- 三、行业标准的缺失
- 四、高端水的安全性问题
- 五、依云带来“高端水”市场的启示与反思

第五章 2013年中国高端矿泉水市场运行走势分析

第一节 2013年中国高端矿泉水市场深度剖析

- 一、中国高端矿泉水市场规模及增长幅度
- 二、高端矿泉水在水市场中的份额不断提升
- 三、消费需求的拉动国内矿泉水市场迎来高端时代

第二节 2013年中国高端矿泉水品牌企业运行分析

- 一、跨国企业巨头加大了进军中国高端水市场的推广力度
- 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

第六章 2013年国内外高端矿泉水品牌分析

第一节 依云矿泉水

- 一、依云天然矿泉水介绍
- 二、2012年达能集团经营状况
- 三、依云品牌战略成功因素分析
- 四、依云推出特别版纪念瓶

第二节 西藏冰川5100

- 一、西藏冰川5100矿泉水介绍
- 二、西藏冰川5100矿泉水产品特点
- 三、西藏冰川5100矿泉水产能情况
- 四、西藏冰川5100销量及市场份额
- 五、西藏冰川5100创新全物流体系
- 六、5100创新水卡策略分析
- 七、西藏冰川5100矿泉水市场推广策略

第三节 昆仑山矿泉水

- 一、昆仑山天然雪山矿泉水介绍
- 二、昆仑山天然矿泉水产品特点
- 三、昆仑山矿泉水产能情况分析
- 四、2013年4月昆仑山获殊荣
- 五、昆仑山矿泉水竞争优势分析

第七章 2013年中国矿泉水重点企业经营状况分析

第一节 西藏冰川矿泉水有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、2014-2019年公司发展战略分析

第二节 山东百脉矿泉水有限责任公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、2014-2019年公司发展战略分析

第三节 海口椰树矿泉水有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2014-2019年公司发展战略分析

第四节 青岛崂山矿泉水有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2014-2019年公司发展战略分析

第五节 山东文登黑豹矿泉水有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2014-2019年公司发展战略分析

第六节 莱阳鲁花矿泉水有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2014-2019年公司发展战略分析

第七节 深圳达能益力泉饮品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2014-2019年公司发展战略分析

第八章 2014-2019年中国高端矿泉水投资前景分析

第一节 2014-2019年中国高端矿泉水投资潜力分析

一、高端矿泉水行业吸引力分析

二、高端矿泉水市场增长动力分析

三、高端矿泉水区域投资潜力分析

第二节 2014-2019年中国高端矿泉水投资风险分析

第三节 2014-2019年中国高端矿泉水投资策略分析

第四节 主要进入门槛分析

一、 品牌建设

二、 水源稀少

三、 团购客户关系

四、 建立经销网络

五、 建立物流网络

第五节 发展建议125

一、 发展战略分析

二、 市场营销分析

三、 市场营销策略分析

四、 市场品牌推广策略分析

第九章 2014-2019年中国高端矿泉水市场前景分析

第一节

一、 中国天然矿泉水市场前景广阔

二、 矿泉水将成饮用水市场主导产品

三、 我国矿泉水的消费市场潜力分析

第二节 2014-2019年中国高端矿泉水发展方向

第三节 2014-2019年中国高端矿泉水市场预测分析

一、 2014-2019年中国矿泉水销售规模预测

二、 2014-2019年高端矿泉水市场规模预测

三、 2014-2019年中国高端水消费量预测

图表目录：（部分）

图表：分地区投资相邻两月累计同比增速

图表：2012-2013年12月固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2012-2013年12月固定资产投资到位资金同比增速

图表：2013年1-12月份固定资产投资（不含农户）主要数据

图表：2012年12月-2013年12月全国居民消费价格涨跌幅

图表：2012年12月-2013年12月鲜菜与鲜果价格变动情况

图表：2013年12月份居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表：2013年12月份居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表：2013年12月居民消费价格主要数据

图表：2012年12月-2013年12月规模以上工业增加值同比增长速度

图表：2013年12月份规模以上工业生产主要数据

图表：2012年12月-2013年12月发电量日均产量及同比增速

图表：2012年12月-2013年12月钢材日均产量及同比增速

图表：2012年12月-2013年12月水泥日均产量及同比增速

图表：2012年12月-2013年12月原油加工量日均产量及同比增速

图表：2012年12月-2013年12月十种有色金属日均产量及同比增速

图表：2012年12月-2013年12月乙烯日均产量及同比增速

图表：2012年12月-2013年12月汽车日均产量及同比增速

图表：2012年12月-2013年12月轿车日均产量及同比增速

图表：2012-2013年12月全国房地产投资开发增速

图表：2012-2013年12月全国房地产开发企业土地购置面积增速

图表：2012-2013年12月全国商品房销售面积及销售额统计

图表：2012-2013年12月全国房地产开发企业本年到位资金增速

图表：2013年1-12月份全国房地产开发和销售情况

图表：2013年1-12月份东中西部地区房地产开发投资情况

图表：2013年1-12月份东中西部地区房地产销售情况

图表：中国制造业PMI指数走势图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/F29847A8FV.html>