

2017-2022年中国山泉水市 场深度研究与投资前景预测报告

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

《2017-2022年中国山泉水市场深度研究与投资前景预测报告》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/J68941JHEN.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

山泉水是我国民间特别认知的一种饮用水，陆羽在其著作《茶经》中指出，山水上，河水中，井水下，首先，山泉水的水源一定来自特定受到保护的山区，区域内无污染，周边也无其他污染进入水源区域。因此如果工厂的取水点不符合此一要求，就不是真正的山泉水。

其次，水源本身需要经过山体自净化作用，本身含有一定量的矿物质，而来自天然无污染湖泊和水库的饮用水，由于缺少此一自净化与矿化作用，因此矿物质含量低，水源也不够洁净，往往需要以人工方式再做简单过滤才适合饮用，因此如果水源地并非来自山区，就不是真正的山泉水。而只能称为井泉水，湖泉水或库泉水认为用来泡茶的水，以自山中流出的山泉水最佳。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国山泉水市场深度研究与投资前景预测报告》共十五章。首先介绍了山泉水相关概念及发展环境，接着分析了中国山泉水规模及消费需求，然后对中国山泉水市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国山泉水面临的机遇及发展前景。您若想对中国山泉水有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 2016年中国山泉水行业整体局势发展综述 24

第一节 中国山泉水行业发展形势情况 24

一、中国山泉水行业发展周期 24

二、中国山泉水行业产业链分析 26

三、中国山泉水行业发展SWOT分析 30

第二节 近几年中国山泉水行业运行状况研究 31

一、2011-2016年中国山泉水行业产量统计 31

二、2011-2016年中国山泉水行业需求量走势 31

三、2011-2016年中国山泉水行业进出口分析 32

四、2011-2016年中国山泉水行业整体供需状况 32

第二章 2014-2016年当前经济形势对行业发展环境的影响 34

第一节 2014-2016年中国山泉水行业经济环境展望 34

- 一、2016年中国国民经济分析 34
- 二、2016年中国固定资产投资情况分析 37
- 三、2016年中国恩格尔系数分析 44
- 四、2017-2022年中国宏观经济发展预测 46

第二节 中国山泉水行业社会环境分析 53

- 一、居民消费水平分析 53
- 二、城镇人员从业状况 60

第三节 中国山泉水行业政策法规解读 61

- 一、产业振兴规划 61
- 二、产业发展规划 61
- 三、行业标准政策 62
- 四、市场应用政策 65
- 五、财政税收政策 65

第四节 中国山泉水行业国际贸易环境研究 68

第五节 当前经济形势对行业发展环境的影响 72

第三章 2011-2016年中国山泉水行业数据情报跟踪监测 78

第一节 2011-2016年中国山泉水行业规模分析 78

- 一、企业数量增长分析 78
- 二、从业人数增长分析 78
- 三、资产规模增长分析 79

第二节 2016年中国山泉水行业结构分析 79

- 一、企业数量结构分析 80
- 二、销售收入结构分析 80

第三节 2011-2016年中国山泉水行业产值分析 81

- 一、产成品增长分析 81
- 二、工业销售产值分析 82
- 三、出口交货值分析 82

第四节 2011-2016年中国山泉水行业成本费用分析 83

- 一、销售成本统计 83

二、费用统计 84

第五节2011-2016年中国山泉水行业盈利能力分析 84

一、主要盈利指标分析 84

二、主要盈利能力指标分析 85

第四章 2017-2022年中国山泉水行业区域市场需求状况预测 86

第一节 2016年华北地区山泉水行业分析 86

一、2016年行业发展现状分析 86

二、2016年市场规模情况分析 86

三、2017-2022年市场需求情况分析 87

四、2017-2022年行业发展前景预测 87

五、2017-2022年行业投资风险预测 88

第二节 2016年东北地区山泉水行业分析 88

一、2016年行业发展现状分析 88

二、2016年市场规模情况分析 89

三、2017-2022年市场需求情况分析 89

四、2017-2022年行业发展前景预测 90

五、2017-2022年行业投资风险预测 90

第三节 2016年华东地区山泉水行业分析 91

一、2016年行业发展现状分析 91

二、2016年市场规模情况分析 91

三、2017-2022年市场需求情况分析 92

四、2017-2022年行业发展前景预测 92

五、2017-2022年行业投资风险预测 93

第四节 华南地区山泉水行业分析 94

一、2016年行业发展现状分析 94

二、2016年市场规模情况分析 94

三、2017-2022年市场需求情况分析 94

四、2017-2022年行业发展前景预测 95

五、2017-2022年行业投资风险预测 95

第五节 华中地区山泉水行业分析 96

一、2016年行业发展现状分析 96

二、2016年市场规模情况分析	97
三、2017-2022年市场需求情况分析	97
四、2017-2022年行业发展前景预测	97
五、2017-2022年行业投资风险预测	98
第六节 西南地区山泉水行业分析	99
一、2016年行业发展现状分析	99
二、2016年市场规模情况分析	99
三、2017-2022年市场需求情况分析	99
四、2017-2022年行业发展前景预测	100
五、2017-2022年行业投资风险预测	100
第七节 西北地区山泉水行业分析	101
一、2016年行业发展现状分析	101
二、2016年市场规模情况分析	102
三、2017-2022年市场需求情况分析	102
四、2017-2022年行业发展前景预测	102
五、2017-2022年行业投资风险预测	103
第五章 2010-2016年中国山泉水行业成本费用统计分析	105
第一节 2010-2016年山泉水行业产品销售成本分析	105
一、2010-2016年山泉水行业销售成本总额分析	105
二、不同规模企业销售成本比较分析	105
三、不同所有制企业销售成本比较分析	105
第二节 2010-2016年山泉水行业销售费用分析	106
一、2010-2016年山泉水行业销售费用总额分析	106
二、不同规模企业销售费用比较分析	106
三、不同所有制企业销售费用比较分析	107
第三节 2010-2016年山泉水行业管理费用分析	107
一、2010-2016年山泉水行业管理费用总额分析	107
二、不同规模企业管理费用比较分析	108
三、不同所有制企业管理费用比较分析	108
第四节 2010-2016年山泉水行业财务费用分析	108
一、2010-2016年山泉水行业财务费用总额分析	109

- 二、不同规模企业财务费用比较分析 109
- 三、不同所有制企业财务费用比较分析 109

第六章 中国山泉水产业市场营销策略竞争深度研究 111

第一节 不同规模企业市场营销策略竞争分析 111

- 一、不同规模企业市场产品策略 111
- 二、不同规模企业市场渠道策略 113
- 三、不同规模企业市场价格策略 114
- 四、不同规模企业广告媒体策略 115
- 五、不同规模企业客户服务策略 118

第二节 不同所有制企业市场营销策略竞争分析 120

第三节 不同规模企业/所有制企业市场营销策略专家观点 132

第七章 2016年中国山泉水行业营销策略和销售渠道考察 203

第一节 中国山泉水行业目前主要营销渠道分析 203

第二节 中国山泉水行业重点企业营销策略 203

第三节 中国山泉水行业产品营销策略建议 205

- 一、产品功效优先策略 205
- 二、产品品牌提升策略 206
- 三、产品价格杠杆策略 206
- 四、产品媒体组合策略 207
- 五、产品个性推介策略 207
- 六、产品层次营销策略 208

第四节 中国山泉水行业营销渠道变革专家研究 208

- 一、山泉水行业营销渠道新理念 208
- 二、山泉水行业渠道管理新发展 209
- 三、当前中国中小企业的外部营销环境 210
- 四、中小企业营销渠道存在的问题和不足 212

第五节 中国山泉水行业营销渠道发展趋势点评 213

- 一、营销渠道结构扁平化 214
- 二、营销渠道终端个性化 214
- 三、营销渠道关系互动化 214

四、营销渠道商品多样化 214

第八章 2016年中国山泉水行业需求用户调研结果 216

第一节 山泉水产业用户认知程度 216

第二节 山泉水产业用户关注因素 216

第三节 用户的其它特性 218

第四节 2016年中国山泉水行业用户关注因素分析 219

一、功能多样性 219

二、质量可靠性 219

三、价格合理性 220

四、外型美观性 220

五、服务便捷性 220

第五节 2016年山泉水行业城乡用户特征分析 220

第九章 2016年中国山泉水行业整体竞争格局形势剖析 222

第一节 2016年中国山泉水行业集中度分析 222

第二节 2016年中国区域竞争格局深度剖析 222

第三节 2016年中国山泉水行业与替代品行业市场占有率分析 223

第四节 2017-2022年中国山泉水行业市场竞争趋势预测 225

第十章 2016年中国山泉水领先企业竞争力指标分析 227

第一节 娃哈哈 227

一、企业发展概况 227

二、企业主要经济指标分析 228

三、企业盈利能力分析 229

四、企业偿债能力分析 230

五、企业运营能力分析 231

六、企业成长能力分析 232

第二节 农夫山泉 233

一、企业发展概况 233

二、企业主要经济指标分析 234

三、企业盈利能力分析 235

四、企业偿债能力分析 236

五、企业运营能力分析 237

六、企业成长能力分析 238

第三节 乐百氏 239

一、企业发展概况 239

二、企业主要经济指标分析 242

三、企业盈利能力分析 244

四、企业偿债能力分析 245

五、企业运营能力分析 246

六、企业成长能力分析 247

第四节 润田 248

一、企业发展概况 248

二、企业主要经济指标分析 250

三、企业盈利能力分析 251

四、企业偿债能力分析 252

五、企业运营能力分析 253

六、企业成长能力分析 254

第五节 怡宝 255

一、企业发展概况 255

二、企业主要经济指标分析 256

三、企业盈利能力分析 258

四、企业偿债能力分析 259

五、企业运营能力分析 260

六、企业成长能力分析 261

第六节 可口可乐 262

一、企业发展概况 262

二、企业主要经济指标分析 263

三、企业盈利能力分析 265

四、企业偿债能力分析 266

五、企业运营能力分析 267

六、企业成长能力分析 268

第七节 康师傅 269

一、企业发展概况	269
二、企业主要经济指标分析	271
三、企业盈利能力分析	272
四、企业偿债能力分析	273
五、企业运营能力分析	274
六、企业成长能力分析	275
第八节 雀巢	276
一、企业发展概况	276
二、企业主要经济指标分析	277
三、企业盈利能力分析	278
四、企业偿债能力分析	279
五、企业运营能力分析	280
六、企业成长能力分析	281
第九节 西藏5100水资源控股有限公司	282
一、企业发展概况	282
二、企业主要经济指标分析	283
三、企业盈利能力分析	284
四、企业偿债能力分析	285
五、企业运营能力分析	286
六、企业成长能力分析	287
第十节 昆仑山	288
一、企业发展概况	288
二、企业主要经济指标分析	290
三、企业盈利能力分析	292
四、企业偿债能力分析	293
五、企业运营能力分析	294
六、企业成长能力分析	295
第十一章 2017-2022年中国山泉水行业市场盈利预测与投资潜力	297
第一节 2017-2022年中国山泉水行业重点企业投资行为研究	297
第二节 2017-2022年中国山泉水行业市场规模预测	297
第三节 2017-2022年中国山泉水行业盈利水平分析	297

第四节 2017-2022年中国山泉水投资机会分析 299

第五节 2017-2022年中国山泉水总体机会专家评价 299

第十二章 2017-2022年中国山泉水行业前景展望及对策分析 301

第一节 2017-2022年中国山泉水行业发展前景展望 301

一、山泉水行业市场发展前景分析 301

二、山泉水行业市场蕴藏的商机探讨 302

三、山泉水行业“十三五”规划解读 302

第二节 2017-2022年中国行业发展对策研究 305

一、把握国家投资的契机 305

二、竞争性战略联盟的实施 305

三、市场重点客户战略实施 306

第十三章 2017-2022年中国山泉水产业未来发展预测及投资风险 308

第一节 当前行业存在的问题解决 308

第二节 中国山泉水产业发展预测与投资前景 310

第三节 中国山泉水产业投资风险 310

一、政策风险 310

二、技术风险 311

三、市场风险 311

四、财务风险 312

五、经营管理风险 312

第四节 当前经济不景气环境下山泉水企业防范措施及策略 313

第十四章 2017-2022年中国山泉水行业投资风险策略探讨 315

第一节 产品定位与定价 315

第二节 成本控制建议 316

第三节 技术创新研究 321

第四节 投资策略解析 324

第五节 如何应对当前经济形势 325

第十五章 项目投资注意事项(专家点评) 331(ZY WZY)

第一节 中国山泉水行业投资环境考察	331
一、经济因素	331
二、政策因素	336
三、人口因素	336
四、社会发展因素	338
第二节 中国山泉水行业投资风险控制策略	338
一、行业投资风险控制及策略研究	338
二、建立健全投资风险预警机制	338
三、建立完善的质量管理体系（提高产品市场竞争力）	340
四、建立健全企业内控机制（降低投资风险的可能性）	340
第三节 山泉水行业技术应用注意事项	341
第四节 山泉水行业项目投资注意事项	342
一、注意选择好项目实施团队	342
二、注意对项目的前期分析	343
三、注意与企业现有产业相衔接	343
四、注意与所在地区产业相连接	344
五、注意与现有营销体系相连接	344
六、注意对项目投资总额的控制	344
第五节 山泉水行业生产开发注意事项	344
一、产品开发与品牌路线相吻合，战线统一	345
二、开发新产品要差异化，拥有个性	345
三、注重生产现场管理，精益化生产	347
第六节 山泉水行业销售注意事项	348

图表目录：

图表 1 我国山泉水行业所处生命周期示意图	24
图表 2 行业生命周期、战略及其特征	25
图表 3 产业链形成模式示意图	27
图表 4 山泉水的产业链结构图	29
图表 5 2011-2016年1-10月中国山泉水行业产量统计	31
图表 6 2011-2016年1-10月中国山泉水行业需求量走势	31
图表 7 2011-2016年1-10月中国山泉水行业进出口分析	32

图表 8 2011-2016年1-10月中国山泉水行业整体供需状况 33

图表 9 2016年国内生产总值初步核算数据 34

图表10 GDP环比增长速度 35

图表11 2011-2016年我国国内生产总值及其增长速度 35

图表 12 2016年1-10月固定资产投资（不含农户）同比增速 38

图表 13 2016年1-10月分地区投资相邻两月累计同比增速 39

图表 14 2016年1-10月固定资产投资到位资金同比增速 40

图表 15 2016年1-10月份固定资产投资（不含农户）主要数据 41

图表16 1978-2014中国城乡居民恩格尔系数对比表 45

图表17 2011-2016年我国社会消费品零售总额及其增长速度 54

图表18 2016年1-10月我国社会消费品零售总额分月同比增长速度 54

图表19 2016年10月份社会消费品零售总额主要数据 55

图表20 2015年6月-2016年10月份社会消费品零售总额分月同比增长速度 57

图表21 2016年1-10月份社会消费品零售总额主要数据 58

图表 22 2011-2016年我国货物进出口总额增长分析 69

图表 23 2010-2016年我国山泉水行业企业数量增长情况分析 78

图表 24 2010-2016年我国山泉水行业从业人数增长情况分析 78

图表 25 2011-2016年1-10月中国山泉水行业资产规模增长分析 79

图表 26 山泉水行业不同类型企业数量分析 80

图表 27 我国山泉水行业不同所有制分析企业数量结构分析 80

图表 28 我国山泉水行业不同规模企业销售收入结构分析 80

图表 29 山泉水行业不同所有制企业销售收入结构分析 81

图表 30 2011-2016年1-10月中国山泉水行业产成品增长分析 81

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/J68941JHEN.html>