

# 中国高端矿泉水市场消费调查及发展 前景咨询报告（2012-2015年）

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《中国高端矿泉水市场消费调查及发展前景咨询报告（2012-2015年）》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/V8189411BP.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

### 【内容介绍】

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。据了解，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。巴黎水、洛斯巴赫、依云、帕米尔冰川矿泉、5100冰川矿泉、巴马活泉&hellip;&hellip;高端水种类随处可见。

据中国民族卫生协会健康饮水专业委员会秘书长马锦亚介绍，随着国内高端矿泉水消费市场的形成，跨国企业巨头如依云、洛斯巴赫等加大了高端水市场的推广力度，纷纷加大了进军中国市场的步伐。同时，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，涌现出了一批诸如帕米尔冰川矿泉水、5100冰川矿泉水为代表的高端矿泉水品牌。

“需求催生市场，高端水品牌的出现是消费从低端向高端发展的必然。据保守估计：未来5年内，中国高端水市场容量不下于几十亿元。更有数据显示，近两年中国高端水市场每年都以80%的速度扩容，市场前景非常可观。”马锦亚说。据了解，在欧美国家，饮用天然矿泉水已经是一种生活习惯。如意大利人均矿泉水消费量170升，德国人均128.5升。

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，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

### 【最新目录】

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 第一章 矿泉水产业相关概述            | 7  |
| 第一节 矿泉水基础阐述              | 7  |
| 一、矿泉水的类型                 | 7  |
| 二、矿泉水的特点                 | 8  |
| 三、矿物质水和矿泉水的区别            | 10 |
| 四、矿泉水适应的人群及适应症           | 10 |
| 第二节 矿泉水资源开发              | 11 |
| 一、中国矿泉水资源开发利用状况及对策分析     | 11 |
| 二、透视北京饮用天然矿泉水资源开发利用状况及发展 | 16 |

三、长白山天然矿泉水资源保护及开采战略剖析 19

四、广州矿泉水开采存在的主要问题 27

第二章 2011-2012年中国高端矿泉水行业发展环境分析 27

第一节 2011-2012年中国宏观经济环境分析 27

一、中国GDP分析 27

二、工业形势 28

三、全国固定资产投资分析 29

四、居民消费水平分析 31

第二节 2011-2012年中国高端矿泉水产业政策环境分析 35

一、国外饮用水水质标准状况分析 35

二、中国对矿泉水行业的政策及监管 38

三、严谨的行业法规及标准 38

第三节 2011-2012年中国高端矿泉水社会环境分析 38

一、人均消耗量低，待开发的潜在需求庞大 38

二、中国的城市人口及城市可支配收入增加 39

三、健康意识不断提高 39

四、消费行为的改变 39

第三章 2011-2012年中国矿泉水产业运行形势分析 39

第一节 2011-2012年中国矿泉水产业发展综述 39

一、矿泉水市场产品发展特点 39

二、中国矿泉水产业飞速发展 42

三、一线品牌资本运营分析 43

第二节 2011-2012年中国高端矿泉水产业运行概况 45

一、中国国际高端品牌饮用水推广交易会聚焦 45

二、国产高档水品牌迈入消费新纪元 45

第三节 2011-2012年中国矿泉水企业优势分析 46

第四节 中国高端矿泉水市场竞争战略分析 46

一、品牌战 46

二、价格战 47

三、圈地（水源）战 47

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| 第四章 2011-2012年中国高端水市场发展现状及消费者调查研究 | 47 |
| 第一节 中国高端水市场现状分析                   | 47 |
| 一、高端水的划分层次                        | 47 |
| 二、目前主要高端水品牌分析                     | 48 |
| 三、主要品牌价格对比                        | 49 |
| 四、主要品牌的销售及竞争状况                    | 49 |
| 第二节 2012年上半年中国高端水消费者调查结果          | 50 |
| 一、市场渗透率分析                         | 50 |
| 二、消费者属性分析（包括年龄、性别、月收入、职业等）        | 50 |
| 三、消费目的（心理）分析                      | 52 |
| 四、消费者选择品牌影响因素分析                   | 53 |
| 五、高端水品牌渗透率情况                      | 54 |
| 六、消费者获取品牌途径分析                     | 54 |
| 七、消费者购买场合统计                       | 55 |
| 八、消费者对不同种类型高端水认可情况                | 56 |
| 第三节 高端水市场存在的问题分析                  | 57 |
| 一、“依云”品牌8次卷入质量风波                  | 57 |
| 二、高端水包装设计被抄袭                      | 58 |
| 三、行业标准的缺失                         | 58 |
| 四、高端水的安全性问题                       | 59 |
| 五、依云带来“高端水”市场的启示与反思               | 59 |
| <br>                              |    |
| 第五章 2011-2012年中国高端矿泉水市场运行走势分析     | 63 |
| 第一节 2011-2012年中国高端矿泉水市场深度剖析       | 63 |
| 一、矿泉水在饮用水市场中的份额不断提升               | 63 |
| 二、中国矿泉水市场规模及增长幅度                  | 63 |
| 三、消费需求的拉动国内矿泉水市场迎来高端时代            | 63 |
| 第二节 2011-2012年中国高端矿泉水品牌企业运行分析     | 64 |
| 一、跨国企业巨头加大了进军中国高端水市场的推广力度         | 64 |
| 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  | 66 |
| <br>                              |    |
| 第六章 2011-2012年国内外高端矿泉水品牌分析        | 68 |

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 第一节 依云矿泉水                     | 68 |
| 一、依云天然矿泉水介绍                   | 68 |
| 二、2012年上半年达能集团经营状况            | 68 |
| 三、依云品牌战略成功因素分析                | 68 |
| 四、依云推出特别版纪念瓶                  | 70 |
| 第二节 西藏冰川5100                  | 74 |
| 一、西藏冰川5100矿泉水介绍               | 74 |
| 二、西藏冰川5100矿泉水产品特点             | 74 |
| 三、西藏冰川5100矿泉水产能情况             | 75 |
| 四、西藏冰川5100矿泉水市场推广策略           | 75 |
| 第三节 昆仑山矿泉水                    | 77 |
| 一、昆仑山天然雪山矿泉水介绍                | 77 |
| 二、昆仑山天然矿泉水产品特点                | 77 |
| 三、昆仑山矿泉水产能情况分析                | 78 |
| 四、昆仑山矿泉水市场分析                  | 78 |
| <br>                          |    |
| 第七章 2011-2012年中国矿泉水重点企业经营状况分析 | 81 |
| 第一节 西藏冰川矿泉水有限公司               | 81 |
| 一、企业概况                        | 81 |
| 二、企业主要经济指标分析                  | 81 |
| 第二节 山东百脉矿泉水有限责任公司             | 83 |
| 一、企业概况                        | 83 |
| 二、企业主要经济指标分析                  | 84 |
| 三、企业盈利能力分析                    | 84 |
| 四、企业偿债能力分析                    | 84 |
| 五、企业产值状况分析                    | 85 |
| 六、企业成本费用构成分析                  | 85 |
| 第三节 海口椰树矿泉水有限公司               | 85 |
| 一、企业概况                        | 85 |
| 二、企业主要经济指标分析                  | 86 |
| 三、企业盈利能力分析                    | 86 |
| 四、企业偿债能力分析                    | 86 |

|                   |    |
|-------------------|----|
| 五、企业产值状况分析        | 87 |
| 六、企业成本费用构成分析      | 87 |
| 第四节 青岛崂山矿泉水有限公司   | 87 |
| 一、企业概况            | 87 |
| 二、企业主要经济指标分析      | 88 |
| 三、企业盈利能力分析        | 88 |
| 四、企业偿债能力分析        | 88 |
| 五、企业产值状况分析        | 89 |
| 六、企业成本费用构成分析      | 89 |
| 第五节 山东文登黑豹矿泉水有限公司 | 89 |
| 一、企业概况            | 89 |
| 二、企业主要经济指标分析      | 90 |
| 三、企业盈利能力分析        | 90 |
| 四、企业偿债能力分析        | 90 |
| 五、企业产值状况分析        | 91 |
| 六、企业成本费用构成分析      | 91 |
| 第六节 莱阳鲁花矿泉水有限公司   | 91 |
| 一、企业概况            | 91 |
| 二、企业主要经济指标分析      | 92 |
| 三、企业盈利能力分析        | 92 |
| 四、企业偿债能力分析        | 92 |
| 五、企业产值状况分析        | 93 |
| 六、企业成本费用构成分析      | 93 |
| 第七节 深圳达能益力泉饮品有限公司 | 93 |
| 一、企业概况            | 93 |
| 二、企业主要经济指标分析      | 94 |
| 三、企业盈利能力分析        | 94 |
| 四、企业偿债能力分析        | 94 |
| 五、企业产值状况分析        | 95 |
| 六、企业成本费用构成分析      | 95 |

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 第一节 2012-2015年中国矿泉水市场前景分析   | 96  |
| 一、中国天然矿泉水市场前景广阔             | 96  |
| 二、矿泉水将成饮用水市场主导产品            | 96  |
| 三、我国矿泉水的消费市场潜力分析            | 97  |
| 第二节 2012-2015年中国高端矿泉水发展方向   | 97  |
| 第三节 2012-2015年中国高端矿泉水市场预测分析 | 98  |
| 一、2012-2015年中国矿泉水销售规模预测     | 98  |
| 二、2012-2015年高端矿泉水市场规模预测     | 99  |
| 三、2012-2015年中国高端水消费量预测      | 100 |
| <br>                        |     |
| 第九章 2012-2015年中国高端矿泉水投资前景分析 | 101 |
| 第一节 2012-2015年中国高端矿泉水投资潜力分析 | 101 |
| 一、高端矿泉水行业吸引力分析              | 101 |
| 二、高端矿泉水市场增长动力分析             | 101 |
| 三、高端矿泉水区域投资潜力分析             | 101 |
| 第二节 2012-2015年中国高端矿泉水投资风险分析 | 102 |
| 第三节 2012-2015年中国高端矿泉水投资策略分析 | 102 |
| 第四节 主要进入门槛分析                | 103 |
| 一、  品牌建立                    | 103 |
| 二、  水源稀少                    | 104 |
| 三、  团购客户关系                  | 104 |
| 四、  建立经销网络                  | 104 |
| 五、  建立物流网络                  | 104 |
| 第五节 HB分析师汇总分析               | 104 |
| 一、发展战略分析                    | 104 |
| 二、市场营销分析                    | 105 |
| 三、市场营销策略分析                  | 105 |
| 四、市场品牌推广策略分析                | 106 |

**【图表摘要 (WOKI) :】**

图表 1 北京市矿泉水资源类型及占有资源量 17

图表 2 2012年1-3季度国内生产总值 27



|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 图表 3 GDP环比增长速度                        | 28 |
| 图表 4 规模以上工业增加值同比增长速度                  | 28 |
| 图表 5 固定资产投资（不含农户）同比增速                 | 30 |
| 图表 6 分地区投资相邻两个月累计同比增速                 | 30 |
| 图表 7 固定资产投资到位资金同比增速                   | 31 |
| 图表 8 全国居民消费价格涨跌幅                      | 32 |
| 图表 9 9月份居民消费价格分类别同比涨跌幅                | 33 |
| 图表 10 9月份居民消费价格分类别环比涨跌幅               | 34 |
| 图表 11 2012年9月居民消费价格主要数据               | 34 |
| 图表 12 2010-2012年上半年中国高端水市场渗透率情况       | 50 |
| 图表 13 2010-2012年上半年中国高端水市场渗透率走势图      | 50 |
| 图表 14 2012年上半年高端水消费者年龄结构              | 51 |
| 图表 15 2012年上半年高端水消费者性别构成              | 51 |
| 图表 16 2012年上半年高端水消费者月收入构成图            | 52 |
| 图表 17 2012年上半年高端水消费者职业构成              | 52 |
| 图表 18 2012年上半年中国高端水消费者选择动机            | 53 |
| 图表 19 2012年上半年中国高端水消费者选择高端水品牌影响因素     | 54 |
| 图表 20 2012年上半年中国高端水消费者品牌渗透率情况         | 54 |
| 图表 21 2012年上半年中国高端水消费者获取品牌途径          | 55 |
| 图表 22 2012年上半年中国高端水消费者购买场合情况          | 56 |
| 图表 23 2012年上半年中国消费者对不同种类型高端水认可情况      | 57 |
| 图表 24 2006-2012年6月依云在华质量问题情况表         | 58 |
| 图表 25 西藏冰川矿泉水有限公司基本情况表                | 81 |
| 图表 26 2010-2011年西藏冰川矿泉水有限公司企业主要经济指标   | 81 |
| 图表 27 2010-2011年西藏冰川矿泉水有限公司企业盈利指标     | 81 |
| 图表 28 2010-2011年西藏冰川矿泉水有限公司企业盈利比率情况   | 81 |
| 图表 29 2010-2011年西藏冰川矿泉水有限公司企业负债指标情况   | 82 |
| 图表 30 2010-2011年西藏冰川矿泉水有限公司企业产值情况     | 82 |
| 图表 31 2010-2011年西藏冰川矿泉水有限公司企业成本费用情况   | 82 |
| 图表 32 山东百脉矿泉水有限责任公司基本情况表              | 83 |
| 图表 33 2010-2011年山东百脉矿泉水有限责任公司企业主要经济指标 | 83 |
| 图表 34 2010-2011年山东百脉矿泉水有限责任公司企业盈利指标   | 83 |

图表 35 2010-2011年山东百脉矿泉水有限责任公司企业盈利比率情况 83

图表 36 2010-2011年山东百脉矿泉水有限责任公司企业负债指标情况 84

图表 37 2010-2011年山东百脉矿泉水有限责任公司企业产值情况 84

图表 38 2010-2011年山东百脉矿泉水有限责任公司企业成本费用情况 84

图表 39 海口椰树矿泉水有限公司基本情况表 84

图表 40 2010-2011年海口椰树矿泉水有限公司企业主要经济指标 85

图表 41 2010-2011年海口椰树矿泉水有限公司企业盈利指标 85

图表 42 2010-2011年海口椰树矿泉水有限公司企业盈利比率情况 85

图表 43 2010-2011年海口椰树矿泉水有限公司企业负债指标情况 86

图表 44 2010-2011年海口椰树矿泉水有限公司企业产值情况 86

图表 45 2010-2011年海口椰树矿泉水有限公司企业成本费用情况 86

图表 46 青岛崂山矿泉水有限公司基本情况表 86

图表 47 2010-2011年青岛崂山矿泉水有限公司企业主要经济指标 87

图表 48 2010-2011年青岛崂山矿泉水有限公司企业盈利指标 87

图表 49 2010-2011年青岛崂山矿泉水有限公司企业盈利比率情况 87

图表 50 2010-2011年青岛崂山矿泉水有限公司企业负债指标情况 88

图表 51 2010-2011年青岛崂山矿泉水有限公司企业产值情况 88

图表 52 2010-2011年青岛崂山矿泉水有限公司企业成本费用情况 88

图表 53 山东文登黑豹矿泉水有限公司基本情况表 88

图表 54 2010-2011年山东文登黑豹矿泉水有限公司企业主要经济指标 89

图表 55 2010-2011年山东文登黑豹矿泉水有限公司企业盈利指标 89

图表 56 2010-2011年山东文登黑豹矿泉水有限公司企业盈利比率情况 89

图表 57 2010-2011年山东文登黑豹矿泉水有限公司企业负债指标情况 90

图表 58 2010-2011年山东文登黑豹矿泉水有限公司企业产值情况 90

图表 59 2010-2011年山东文登黑豹矿泉水有限公司企业成本费用情况 90

图表 60 莱阳鲁花矿泉水有限公司基本情况表 90

图表 61 2010-2011年莱阳鲁花矿泉水有限公司企业主要经济指标 91

图表 62 2010-2011年莱阳鲁花矿泉水有限公司企业盈利指标 91

图表 63 2010-2011年莱阳鲁花矿泉水有限公司企业盈利比率情况 91

图表 64 2010-2011年莱阳鲁花矿泉水有限公司企业负债指标情况 92

图表 65 2010-2011年莱阳鲁花矿泉水有限公司企业产值情况 92

图表 66 2010-2011年莱阳鲁花矿泉水有限公司企业成本费用情况 92

- 图表 67 深圳达能益力泉饮品有限公司基本情况表 92
- 图表 68 2010-2011年深圳达能益力泉饮品有限公司企业主要经济指标 93
- 图表 69 2010-2011年深圳达能益力泉饮品有限公司企业盈利指标 93
- 图表 70 2010-2011年深圳达能益力泉饮品有限公司企业盈利比率情况 93
- 图表 71 2010-2011年深圳达能益力泉饮品有限公司企业负债指标情况 94
- 图表 72 2010-2011年深圳达能益力泉饮品有限公司企业产值情况 94
- 图表 73 2010-2011年深圳达能益力泉饮品有限公司企业成本费用情况 94
- 图表 74 2012-2016年中国高端矿泉水市场容量走势预测图 98
- 图表 75 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 99

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/V8189411BP.html>