

2020-2026年中国高端矿泉 水市场全景调查与市场年度调研报告

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

《2020-2026年中国高端矿泉水市场全景调查与市场年度调研报告》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/201912/146802.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

高端水全称为高端瓶装饮用水，中国民族卫生协会健康饮水专委会将高端水水源地限定为四类，即以冰川融水为补给水源的冰川矿泉水、冰川泉水；原生态水源的优质饮用天然矿泉水；世界长寿地区生产的饮用天然矿泉水、饮用优质泉水；具有传统文化背景的著名泉水。具备这四类水源条件之一是成为高端水的基本条件。这四种水源地的共同特征是均为纯天然的水源地。

2016年我国包装饮用水产量约9458.5万吨，同比2015年的8766.1万吨增长了7.9%，近几年我国包装饮用水产量情况如下图所示： 2004-2016年中国包装饮用水产量情况 资料来源：公开资料整理

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国高端矿泉水市场全景调查与市场年度调研报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

中企顾问网研究中心是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一章 矿泉水产业相关概述 1

第一节 矿泉水基础阐述 1

一、矿泉水简介 1

二、矿泉水的类型 1

三、矿泉水的特点 2

四、矿物质水和矿泉水的区别 3

五、矿泉水适应人群及范围 4

第二节 矿泉水资源开发 5

一、中国矿泉水资源开发利用状况 5

二、广东省矿泉水开采存在的主要问题 5

三、拉萨市饮用天然矿泉水行业研究 6

四、北京饮用天然矿泉水资源开发利用状况分析	7
五、长白山天然矿泉水资源保护及开采战略剖析	8
六、溴酸盐限量新规为四川矿泉水发展提供良机	12

第二章 2015-2019年中国高端矿泉水行业发展环境分析 13

第一节 2015-2019年中国宏观经济环境分析 13

一、中国GDP增长情况分析 13

二、社会固定资产投资分析 14

三、全社会消费品零售总额 15

四、居民消费价格变化分析 15

第二节 中国高端矿泉水产业政策环境分析 18

一、国外饮用水水质标准介绍 18

（一）《美国饮用水水质标准》 18

（二）《欧盟饮用水水质指令》 22

二、中国矿泉水市场监管法规 26

三、包装饮用水行业自律公约 28

四、《食品安全国家标准包装饮用水 征求意见稿》 29

五、城市饮用水水源地环境保护规划 36

六、《饮用天然矿泉水国家标准》 49

七、中国高端水行业规范 51

第三节 2015-2019年中国高端矿泉水社会环境分析 52

一、中国人口及结构情况 52

二、城乡居民收入增长分析 54

三、中国水污染及情况 55

四、中国包装饮用水生产情况 57

五、中国人均矿泉水消费情况 59

第三章 2015-2019年中国矿泉水产业运行形势分析 60

第一节 2015-2019年中国矿泉水产业发展综述 60

一、瓶装饮用水行业发展概况 60

二、矿泉水市场产品发展特点 61

三、中国矿泉水市场规模分析 64

四、中国矿泉水行业品牌份额 68

第二节 2015-2019年矿泉水所属行业规模情况分析 69

一、企业规模情况分析 69

二、资产规模状况分析 70

三、销售规模状况分析 70

四、利润规模增长分析 70

五、行业偿债能力分析 71

六、行业盈利能力分析 71

七、行业运营能力分析 72

第三节 2014-2019年中国高端矿泉水产业运行概况 72

一、2015年朝鲜高端矿泉水进军青岛市场 72

二、上海高端瓶装水展览会展出天价矿泉水 73

三、绥阳引资3亿元开发高端矿泉水 74

第四节 中国高端矿泉水企业运行策略分析 74

一、矿泉水企业发展高端矿泉水优势分析 74

二、西藏5100中铁供水策略及份额分析 75

三、西藏5100主要营销策略（针对高尔夫运动） 78

第五节 中国高端矿泉水市场核心竞争力分析 78

一、品牌形象 78

二、产品品质 79

三、营销渠道 80

第四章 2014-2019年中国高端水市场发展现状及消费者调查研究 82

第一节 中国高端水市场现状分析 82

一、高端水的划分层次 82

二、主要高端水品牌分析 83

国内高端水品牌，在营销上单调的广告仅仅为突出水源地和品牌名称，还有利用明星效应和与大公司战略合作，当然也有部分水企意识到开始在品牌文化上下功夫。 国内主要高端水品牌理念 资料来源：公开资料整理

（二）水源地 主要高端水品牌水源地 资料来源：公开资料整理

三、主要品牌价格对比 86

四、国内品牌进入状况 87

第二节 中国高端水消费者调查结果 87

一、消费者属性分析 87

二、消费目的（心理）分析 89

三、消费者品牌选择影响因素分析 90

四、消费者品牌获取途径分析 91

五、消费者购买场所统计 92

六、消费者品牌认识情况调查 92

（一）高端矿泉水品牌认识情况调查 92

（二）高端矿泉水消费者认识程度分析 93

（三）高端矿泉水消费者购买情况调查 94

（四）高端矿泉水消费者价格认知分析 94

第三节 高端水市场存在的问题分析 95

一、“依云”品牌多次卷入质量风波 95

二、高端水行业标准的缺失 95

三、依云带来“高端水”市场的启示与反思 96

第五章 2015-2019年中国高端矿泉水市场运行走势分析 98

第一节 2014-2019年中国高端矿泉水市场深度剖析 98

一、中国高端矿泉水零售数量分析 98

二、中国高端矿泉水零售金额分析 98

三、中国高端矿泉水市场现状分析 99

四、中国矿泉水市场迎来高端时代 100

第二节 2015-2019年中国高端矿泉水品牌竞争动态分析 101

一、矿泉水高端市场品牌竞争格局 101

二、中国高端矿泉水市场竞争现状 101

三、加多宝进军高端矿泉水领域 102

四、洛斯巴赫进军中国高端水市场 102

五、西藏5100瞄向全球高端矿泉水领先品牌 103

六、2015年高端矿泉水市场新品牌吹响号角 103

（一）“气质”矿泉水 103

（二）出口矿泉水-恒大冰泉 104

第六章 国内外高端矿泉水品牌分析 106

第一节 依云矿泉水 106

- 一、依云天然矿泉水介绍 106
- 二、依云品牌战略成功因素分析 106
- 三、依云推出特别版纪念瓶 107

第二节 西藏冰川5100 108

- 一、西藏冰川5100矿泉水介绍 108
- 二、西藏冰川5100矿泉水产品特点 108
- 三、西藏冰川5100矿泉水销售情况 109
- 四、西藏冰川5100创新全物流体系 110
- 五、5100创新水卡策略分析 111
- 六、西藏冰川5100矿泉水市场推广策略 112

第三节 昆仑山矿泉水 115

- 一、昆仑山天然雪山矿泉水介绍 115
- 二、昆仑山天然矿泉水产品特点 115
- 三、昆仑山荣誉获取情况分析 116
- 四、昆仑山矿泉水竞争优势分析 116

第四节 恒大冰泉矿泉水 117

- 一、恒大冰泉矿泉水介绍 117
- 二、恒大冰泉的生产工艺 118
- 三、恒大冰泉矿泉水产品卖点 119
- 四、恒大冰泉进入爆发期 119

第七章 中国矿泉水重点企业经营状况分析 121

第一节 西藏5100水资源控股有限公司 121

- 一、企业概况 121
- 二、企业产品情况分析 121
- 三、企业矿泉水产能情况 122
- 四、企业经营情况分析 122
- 五、企业经济指标分析 123
- 六、企业盈利能力分析 123
- 七、企业偿债能力分析 124

八、企业运营能力分析	126
九、企业成本费用分析	126
第二节 青岛崂山矿泉水有限公司	127
一、企业发展基本情况	127
二、企业主要产品分析	127
三、企业生产能力分析	129
四、企业主要经济指标	130
五、企业经营效益分析	130
六、企业成本费用分析	131
第三节 昆仑山矿泉水有限公司	132
一、企业发展基本情况	132
三、昆仑山矿泉水产能情况	132
三、企业主要经济指标	132
四、企业经营效益分析	133
五、企业成本费用分析	134
第四节 华润怡宝食品饮料（深圳）有限公司	134
一、企业发展基本情况	134
二、企业主要产品分析	135
三、企业主要经济指标	136
四、企业经营效益分析	136
五、企业成本费用分析	137
第五节 深圳达能益力泉饮品有限公司	138
一、企业发展基本情况	138
二、企业主要产品分析	139
三、企业主要经济指标	139
四、企业经营效益分析	140
五、企业成本费用分析	141
第六节 山东百脉矿泉水有限责任公司	141
一、企业发展基本情况	141
二、企业主要经济指标	142
三、企业经营效益分析	142
四、企业成本费用分析	143

第七节 海口椰树矿泉水有限公司 144

一、企业发展基本情况 144

二、企业主要经济指标 144

三、企业经营效益分析 144

四、企业成本费用分析 145

第八章 2020-2026年中国高端矿泉水市场前景分析 146

第一节 2020-2026年中国矿泉水市场前景分析 146

一、中国天然矿泉水市场前景广阔 146

二、天然矿泉水将主导未来饮用水市场 147

三、中国矿泉水的消费市场潜力分析 148

第二节 2020-2026年中国高端矿泉水发展方向 149

第三节 2020-2026年中国高端矿泉水市场预测分析 150

一、2020-2026年矿泉水零售规模预测 150

二、2020-2026年高端矿泉水零售量预测 151

三、2020-2026年高端矿泉水零售额预测 151

第九章 2020-2026年中国高端矿泉水行业前景调研分析 152

第一节 2020-2026年中国高端矿泉水投资潜力分析 152

一、高端矿泉水行业吸引力分析 152

二、高端矿泉水市场增长动力分析 152

三、高端矿泉水区域投资潜力分析 152

第二节 2020-2026年中国高端矿泉水投资前景分析 153

一、市场竞争风险 153

二、水质风险分析 154

三、产品替代风险 155

四、分销渠道风险 155

第三节 中国高端矿泉水投资前景研究分析 155

第四节 中国高端矿泉水进入壁垒分析 156

一、品牌建立 156

二、水源稀少 156

三、团购客户关系 157

四、建立经销网络 157

五、建立物流网络 157

第五节 中国高端矿泉水市场开发策略分析 157——

一、发展战略分析 157

二、营销策略分析 157

三、品牌开发策略 158

四、渠道选择策略 160

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201912/146802.html>