

# 2013-2017年中国矿泉水市 场竞争力分析及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

## 报告报价

《2013-2017年中国矿泉水市场竞争力分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/yinliao1306/D571988ZF2.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-06-20

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国矿泉水市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了全球矿泉水行业运行态势，接着分析了中国矿泉水行业规模及消费需求，然后对中国矿泉水行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国矿泉水行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国矿泉水行业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。

通过《2013-2017年中国矿泉水市场竞争力分析及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

随着中国经济社会的发展，人们生活水平的提高，人们消费的品牌意识越来越强。重视品牌，反映了消费者生活理念的转变。在生产设备和工艺水平不断提高，矿泉水产品日趋同质化的今天，产品的物理属性相差不大，惟有具有深厚内涵的品牌能给消费者以精神寄托。同质同价的矿泉水，消费者更亲睐品牌产品。当商品经济发展到一定阶段，企业竞争不再停留在降价促销上，而是品牌层面的竞争。树立了著名品牌，就掌握了占领市场的主动权。未来的矿泉水企业竞争，无品牌或弱势品牌的企业将成为强势品牌的贴牌加工厂，失掉自己的终端市场和竞争的根基。目前，国际品牌矿泉水纷纷加入中国市场竞争，国内一些大企业也相继培养树立自己品牌，参与竞争，矿泉水竞争的趋势越来越明显。

## 目录

### 第一章 2012-2013年世界矿泉水行业市场运行形势分析 1

#### 第一节 2013年全球矿泉水行业发展概况 1

#### 第二节 世界矿泉水行业发展走势 2

##### 一、全球矿泉水行业市场分布情况 2

##### 二、全球矿泉水行业发展趋势分析 3

#### 第三节 全球矿泉水行业重点国家和地区分析 4

##### 一、北美 4

##### 二、亚洲 4

### 三、欧盟 5

## 第二章 2012-2013年中国矿泉水产业发展环境分析 9

### 第一节 2013年中国宏观经济环境分析 9

#### 一、GDP历史变动轨迹分析 9

#### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 16

#### 三、2013年中国经济发展预测分析 19

### 第二节 矿泉水行业主管部门、行业监管体 20

### 第三节 中国矿泉水行业主要法律法规及政策 21

### 第四节 2013年中国矿泉水产业社会环境发展分析 26

#### 一、人口环境分析 26

#### 二、教育环境分析 28

#### 三、文化环境分析 28

#### 四、生态环境分析 29

#### 五、消费观念分析 30

## 第三章 2012-2013年中国矿泉水产业发展现状 35

### 第一节 矿泉水行业的有关概况 35

#### 一、矿泉水的定义 35

#### 二、矿泉水的特点 38

### 第二节 矿泉水的产业链情况 39

#### 一、产业链模型介绍 39

#### 二、矿泉水行业产业链分析 40

### 第三节 上下游行业对矿泉水行业的影响分析 48

## 第四章 2012-2013年中国矿泉水行业技术发展分析 50

### 第一节 中国矿泉水行业技术发展现状 50

### 第二节 矿泉水行业技术特点分析 51

### 第三节 矿泉水行业技术发展趋势分析 52

## 第五章 2012-2013年中国矿泉水产业运行情况 54

### 第一节 中国矿泉水行业发展状况 54

- 一、2008-2012年矿泉水行业市场供给分析 54
- 二、2008-2012年矿泉水行业市场需求分析 55
- 三、2008-2012年矿泉水行业市场规模分析 55

## 第二节 中国矿泉水行业集中度分析 56

- 一、行业市场区域分布情况 56
- 二、行业市场集中度情况 56
- 三、行业企业集中度分析 57

## 第六章 2012-2013年中国矿泉水市场运行情况 59

### 第一节 行业最新动态分析 59

- 一、行业相关动态概述 59
- 二、行业发展热点聚焦 62

### 第二节 行业品牌现状分析 67

### 第三节 行业产品市场价格情况 69

### 第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁 71

## 第七章 2010-2012年中国矿泉水所属行业主要数据监测分析 73

### 第一节 2010-2012年中国矿泉水所属行业总体数据分析 73

- 一、2010年中国矿泉水所属行业全部企业数据分析 73
- 二、2011年中国矿泉水所属行业全部企业数据分析 75
- 三、2012年中国矿泉水所属行业全部企业数据分析 76

### 第二节 2010-2012年中国矿泉水所属行业不同规模企业数据分析 78

- 一、2010年中国矿泉水所属行业不同规模企业数据分析 78
- 二、2011年中国矿泉水所属行业不同规模企业数据分析 79
- 三、2012年中国矿泉水所属行业不同规模企业数据分析 79

### 第三节 2010-2012年中国矿泉水所属行业不同所有制企业数据分析 79

- 一、2010年中国矿泉水所属行业不同所有制企业数据分析 79
- 二、2011年中国矿泉水所属行业不同所有制企业数据分析 80
- 三、2012年中国矿泉水所属行业不同所有制企业数据分析 80

## 第八章 2012-2013年中国矿泉水行业竞争情况 82

### 第一节 行业经济指标分析 82

- 一、赢利性 82
- 二、附加值的提升空间 82
- 三、进入壁垒 / 退出机制 82
- 四、行业周期 83

## 第二节 行业竞争结构分析 84

- 一、现有企业间竞争 84
- 二、潜在进入者分析 84
- 三、替代品威胁分析 84
- 四、供应商议价能力 85
- 五、客户议价能力 85

## 第三节 行业国际竞争力比较 85

# 第九章 2012-2013年矿泉水品牌行业重点生产企业分析 87

## 第一节 天津顶津食品有限公司 87

- 一、企业简介 87
- 二、企业经营数据 87
- 三、企业产品分析 88

## 第二节 福建紫山集团股份有限公司 88

- 一、企业简介 88
- 二、企业经营数据 89
- 三、企业产品分析 91

## 第三节 西藏冰川矿泉水有限公司 91

- 一、企业简介 91
- 二、企业经营数据 92
- 三、企业产品分析 94

## 第四节 深圳达能益力泉饮品有限公司 94

- 一、企业简介 94
- 二、企业经营数据 95
- 三、企业产品分析 96

## 第五节 燕京啤酒(包头雪鹿)股份公司 97

- 一、企业简介 97
- 二、企业经营数据 97

### 三、企业产品分析 102

## 第十章 2013-2017年矿泉水行业发展预测分析 103

### 第一节 2013-2017年中国矿泉水行业未来发展预测分析 103

#### 一、中国矿泉水行业发展方向及投资机会分析 103

#### 二、2013-2017年中国矿泉水行业发展规模分析 105

#### 三、2013-2017年中国矿泉水行业发展趋势分析 106

### 第二节 2013-2017年中国矿泉水行业供需预测 107

#### 一、2013-2017年中国矿泉水行业供给预测 107

#### 二、2013-2017年中国矿泉水行业需求预测 108

### 第三节 2013-2017年中国矿泉水行业价格走势分析 108

## 第十一章 2013-2017年中国矿泉水行业投资风险预警 110

### 第一节 中国矿泉水行业存在问题分析 110

### 第二节 中国矿泉水行业政策投资风险 112

#### 一、政策和体制风险 112

#### 二、技术发展风险 112

#### 三、市场竞争风险 113

#### 四、原材料压力风险 114

#### 五、经营管理风险 114

## 第十二章 2013-2017年中国矿泉水行业发展策略及投资建议 115

### 第一节 矿泉水行业发展策略分析 115

#### 一、坚持产品创新的领先战略 115

#### 二、坚持品牌建设的引导战略 115

#### 三、坚持工艺技术创新的支持战略 115

#### 四、坚持市场营销创新的决胜战略 116

#### 五、坚持企业管理创新的保证战略 116

### 第二节 矿泉水行业市场的关键客户战略实施 116

#### 一、实施关键客户战略的必要性 116

#### 二、合理确立关键客户 117

#### 三、对关键客户的营销策略 117

四、强化重点客户的管理 118

五、实施重点客户战略要重点解决的问题 118

第三节 博思数据投资建议 119

一、重点投资区域建议 119

二、重点投资产品建议 120

图表目录：（部分）

图表：2008-2012年国内生产总值及其增长速度

图表：2012年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2012年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2012年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况

图表：2008-2012年城镇新增就业人数

图表：2008-2012年年末国家外汇储备及其增长速度

图表：2008-2012年公共财政收入及其增长速度

图表：2008-2012年粮食产量及其增长速度

图表：2012年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008-2012年建筑业增加值及其增长速度

图表：2007-2012年固定资产投资历史变动轨迹

图表：2012年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度：亿元

图表：2012年固定资产投资新增主要生产能力

图表：&hellip;&hellip;

更多图表详见正文&hellip;&hellip;

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yinliao1306/D571988ZF2.html>