

2015-2020年中国矿泉水市 场现状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

报告报价

《2015-2020年中国矿泉水市场现状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/yinliao1502/613827CW0A.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】2015-02-10

【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《2015-2020年中国矿泉水市场现状分析及投资前景研究报告》共十二章。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！

矿泉水是从地下深处自然涌出的或经人工揭露的、未受污染的地下矿水；含有一定量的矿物盐、微量元素或二氧化碳气体；在通常情况下，其化学成分、流量、水温等动态在天然波动范围内的相对稳定。矿泉水是在地层深部循环形成的，含有国家标准规定的矿物质及限定指标。

2009-2013年中国矿泉水进口数量分析年度进口量（升/千克）2009年187834622010年187367292011年258537132012年272176412013年36370384

资料来源：中国海关

报告目录：

第一部分 矿泉水行业发展现状1

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、矿泉水的类型1

二、矿泉水的特点2

三、矿物质水和矿泉水的区别3

四、矿泉水适应的人群及适应症4

第二节 矿泉水资源开发4

一、矿泉水资源分布4

二、矿泉水的水质标准与分类5

三、中国矿泉水资源开发利用状况9

四、矿泉水资源开发利用预测11

五、我国矿泉水资源的发展前景12

第三节 中国宏观经济发展概述13

第二章 2014年世界矿泉水产业发展状况分析18

第一节 2014年世界矿泉水产业运行概况18

- 一、世界矿泉水产销概况18
- 二、世界矿泉水生产规模19
- 三、主要国家瓶装水消费量的变化22

全球矿泉水消费主要集中在欧美等发达地区，2013年欧盟矿泉水消费占全球总量的39.4%；北美矿泉水消费占比为33.4%，亚洲市场消费占比为17.9%

2013年全球矿泉水消费格局：按金额

资料来源：Euromonitor International

第二节 2014年世界主要国家矿泉水产业发展情况分析24

- 一、美国24
- 二、德国24
- 三、日本29
- 四、俄罗斯32
- 五、印度33

第三章 2014年中国矿泉水产业运行形势分析36

第一节 2014年中国矿泉水产业发展综述36

- 一、矿泉水产业发展现状36
- 二、矿泉水市场分析38
- 三、矿泉水价格分析39
- 四、市场发展方向45
- 五、产品发展趋势46
- 六、品牌发展趋势47

第二节 2014年中国部分地区矿泉水行业分析50

- 一、长三角区域市场情况分析50
- 二、珠三角区域市场情况分析51
- 三、环渤海区域市场情况分析51

第二部分 矿泉水行业运行情况53

第四章 我国矿泉水市场调查分析53

第一节 2014年我国矿泉水市场调查分析53

- 一、主要观点53
- 二、市场结构分析53
- 三、价格走势分析54
- 四、整体市场关注度54
- 五、品牌关注度格局55
- 六、产品关注度调查55
- 七、厂商分析56

第二节 2014年我国矿泉水市场调查分析56

- 一、主要观点56
- 二、市场结构分析57
- 三、价格走势分析57
- 四、整体市场关注度59
- 五、品牌关注度格局59
- 六、产品关注度调查60
- 七、厂商分析60

第五章 2011-2014年中国包装饮用水行业数据监测分析62

第一节 2011-2014年中国包装饮用水产量分析62

第二节 2011-2014年中国包装饮用水行业规模分析66

- 一、企业数量增长分析66
- 二、从业人数增长分析66
- 三、资产规模增长分析66

第三节 2011-2014年中国包装饮用水行业结构分析67

- 一、企业数量结构分析67
- 二、销售收入结构分析68

第四节 2011-2014年中国包装饮用水行业产值分析69

- 一、产成品增长分析69
- 二、工业销售产值分析69
- 三、出口交货值分析70

第五节 2011-2014年中国包装饮用水行业成本费用分析70

一、销售成本统计70

二、费用统计71

第六节 2011-2014年中国包装饮用水行业盈利能力分析71

一、主要盈利指标分析71

二、主要盈利能力指标分析72

第六章 2011-2014年中国矿泉水进出口数据监测分析73

第一节 2011-2014年中国矿泉水进口数据分析73

一、进口数量分析73

二、进口金额分析73

第二节 2011-2014年中国矿泉水出口数据分析74

一、出口数量分析74

二、出口金额分析74

第三节 2011-2014年中国矿泉水进出口平均单价分析75

第四节 2011-2014年中国矿泉水进出口国家及地区分析75

一、进口国家及地区分析75

二、出口国家及地区分析76

第七章 2014年中国矿泉水同行业主要细分市场分析77

第一节 2014年中国瓶装饮用水市场概述77

一、我国瓶装水的发展历程77

二、中国瓶装水现状分析78

三、中国瓶装水市场发展趋势分析79

第二节 2014年中国桶装饮用水市场概述81

一、桶装水发展现状81

二、桶装水消费市场分析84

三、桶装水发展存在的问题86

四、家用净水器对桶装水替代性分析87

五、桶装水市场未来的发展趋势87

第三节 2014年中国纯净水市场概述88

一、我国纯净水发展现状88

- 二、纯净水问题及控制89
- 三、纯净水未来发展趋势92

第八章 2014年中国矿泉水产业市场营销及销售分析93

第一节 2014年中国瓶装水的营销策略分析93

- 一、瓶装水的市场特征93
- 二、瓶装水巨头销售策略93
- 三、瓶装饮用水营销特性95
- 四、瓶装饮用水的五条线路97

第二节 2014年中国桶装水市场营销策略98

- 一、桶装水业务特性98
- 二、桶装水营销网络构建98
- 三、桶装水会员制营销99
- 四、桶装水差异化营销战略99

第三节 中国矿泉水行业消费及销售分析99

- 一、城市矿泉水消费分析99
- 二、矿泉水市场销售价格趋势分析101
- 三、电子商务营销渠道分析101

第三部分 矿泉水行业竞争格局103

第九章 矿泉水行业竞争格局分析103

第一节 行业竞争结构分析103

- 一、现有企业间竞争103
- 二、潜在进入者分析103
- 三、替代品威胁分析103
- 四、供应商议价能力104
- 五、客户议价能力104

第二节 行业集中度分析104

- 一、市场集中度分析104
- 二、企业集中度分析105
- 三、区域集中度分析106

第三节 中国矿泉水行业SWOT分析106

- 一、S.优势分析106
- 二、W.劣势分析107
- 三、O.机会分析107
- 四、T.威胁分析108

第十章 矿泉水地区发展状况分析统计109

第一节 华北地区109

- 一、北京109
- 二、山西116
- 三、天津120
- 四、内蒙古122

第二节 华南地区125

- 一、海南125
- 二、广西127
- 三、广东129

第三节 华中地区135

- 一、湖南135
- 二、湖北140
- 三、河南141

第四节 华东地区143

- 一、上海143
- 二、江苏145
- 三、浙江148
- 四、安徽151
- 五、福建154
- 六、山东157

第五节 西北地区159

- 一、陕西159
- 二、甘肃162
- 三、新疆164

第六节 东北地区169

一、黑龙江169

二、吉林171

三、辽宁174

第七节 西南地区176

一、贵州176

二、四川179

三、云南181

四、重庆185

五、西藏189

第十一章 主要矿泉水品牌竞争分析192

第一节 娃哈哈192

一、企业概况192

二、竞争优势分析192

三、2011-2014年经营状况192

四、2015-2020年发展战略194

第二节 农夫山泉194

一、企业概况194

二、竞争优势分析195

三、2015-2020年发展战略197

第三节 统一（00220）197

一、企业概况197

二、竞争优势分析198

三、2011-2014年经营状况198

四、2015-2020年发展战略201

第四节 益力（000028）202

一、企业概况202

二、竞争优势分析203

三、2011-2014年经营状况203

四、2015-2020年发展战略207

第五节 乐百氏208

一、企业概况208

二、竞争优势分析208

三、2015-2020年发展战略209

第六节 怡宝209

一、企业概况209

二、竞争优势分析211

三、2015-2020年发展战略212

第七节 深圳市景田食品饮料有限公司212

一、企业概况212

二、竞争优势分析213

三、2015-2020年发展战略214

第八节 崂山214

一、企业概况214

二、竞争优势分析216

三、2015-2020年发展战略216

第九节 5100西藏冰川（01115）216

一、企业概况216

二、竞争优势分析217

三、2011-2014年经营状况217

四、2015-2020年发展战略221

第十节 泉阳泉221

一、企业概况221

二、竞争优势分析222

三、2015-2020年发展战略223

第四部分 矿泉水行业趋势预测224

第十二章 中国矿泉水行业发展前景分析224

第一节 2015-2020年矿泉水市场发展前景分析224

一、2015-2020年矿泉水市场发展潜力分析224

二、2015-2020年矿泉水市场发展前景分析225

第二节 2015-2020年矿泉水产品市场发展前景分析226

一、2014年矿泉水市场走势分析226

二、2015-2020年矿泉水市场发展趋势分析226

第十三章 中国矿泉水行业发展趋势分析227

第一节 对矿泉水市场发展预测227

一、2015-2020年矿泉水市场供给预测227

二、2015-2020年矿泉水市场需求预测227

三、2015-2020年矿泉水市场规模预测228

第二节 2015-2020年矿泉水市场发展趋势229

一、2015-2020年矿泉水行业发展趋势229

二、2015-2020年矿泉水市场发展趋势230

第五部分 矿泉水投资战略研究232

第十四章 矿泉水整体行业发展规划分析232

第一节 2015-2020年矿泉水行业发展规划分析232

一、矿泉水行业发展机会分析232

二、矿泉水行业发展机遇分析233

三、食品工业十二五发展规划233

第二节 2015-2020年矿泉水行业投资风险分析279

一、2015-2020年矿泉水行业市场风险预测279

二、2015-2020年矿泉水行业政策风险预测279

三、2015-2020年矿泉水行业经营风险预测279

四、2015-2020年矿泉水行业竞争风险预测280

五、2015-2020年矿泉水行业其他风险预测281

第十五章 矿泉水行业投资现状与博思数据建议282

第一节 矿泉水行业投资现状分析282

一、矿泉水市场投资现状282

二、矿泉水市场投资机会分析283

三、对矿泉水市场投资分析284

第二节 2015-2020年矿泉水行业投资战略分析284

一、矿泉水市场投资策略分析284

二、矿泉水细分市场投资策略分析285

三、对矿泉水行业的投资建议285

第十六章 中国矿泉水行业投资战略研究 287

第一节 市场策略分析287

一、矿泉水价格策略分析287

二、矿泉水渠道策略分析288

第二节 对我国矿泉水品牌的战略思考288

一、企业品牌的重要性分析288

二、矿泉水实施品牌战略的意义291

三、矿泉水企业品牌的现状分析291

四、我国矿泉水企业的品牌战略292

五、矿泉水品牌战略管理的策略293

第三节 矿泉水企业经营管理策略294

一、定价策略294

二、竞争策略297

三、并购重组策略297

四、营销策略297

五、人力资源298

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/yinliao1502/613827CW0A.html>