

2013-2016年中国高端矿泉 水市场行情动态及发展前景研究报告

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

《2013-2016年中国高端矿泉水市场行情动态及发展前景研究报告》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.cction.com/report/201310/99196.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

第一章 矿泉水产业相关概述 9

第一节 矿泉水基础阐述 9

一、矿泉水的类型 9

二、矿泉水的特点 10

三、矿物质水和矿泉水的区别 11

四、矿泉水适应的人群及适应症 12

第二节 矿泉水资源开发 12

一、中国矿泉水资源开发利用状况及对策分析 12

二、透视北京饮用天然矿泉水资源开发利用状况及发展 17

三、长白山天然矿泉水资源保护及开采战略剖析 20

四、广州矿泉水开采存在的主要问题 28

第二章 2011-2012年中国高端矿泉水行业发展环境分析 29

第一节 2011-2012年中国宏观经济环境分析 29

一、中国GDP分析 29

二、工业发展形势分析 29

三、全国固定资产投资分析 30

四、居民消费水平分析 33

第二节 2011-2012年中国高端矿泉水产业政策环境分析 37

一、国外饮用水水质标准状况分析 37

二、中国对矿泉水行业的政策及监管 40

三、严谨的行业法规及标准 40

第三节 2011-2012年中国高端矿泉水社会环境分析 40

一、人均消耗量低，待开发的潜在需求庞大 40

二、中国的城市人口及城市可支配收入增加 41

三、健康意识不断提高 43

四、消费行为的改变 43

五、矿泉水高端化已成为一种趋势 44

第三章 2011-2012年中国矿泉水产业运行形势分析 45

第一节 2011-2012年中国矿泉水产业发展综述 45

一、矿泉水市场产品发展特点 45

二、中国矿泉水产业飞速发展	47
三、一线品牌资本运营分析	48
第二节 2011-2012年中国高端矿泉水产业运行概况	50
一、中国国际高端品牌饮用水推广交易会聚焦	50
二、国产高档水品牌迈入消费新纪元	50
三、2009-2012年西藏5100中铁供水策略与份额分析	51
四、2012年西藏5100主要营销策略（针对高尔夫运动）回顾	52
第三节 2011-2012年中国矿泉水企业优势分析	53
第四节 2007-2012年中国主要高端矿泉水出货量统计及市场份额分析	54
一、总体出货量统计表	54
二、5100西藏	54
三、依云阿尔卑斯山天然矿泉水	55
四、Perrier	56
五、世罕泉	57
六、富维克(Volvic)	58
七、帕米尔天泉	59
八、圣培露	60
九、崂山矿泉水1905	61
十、巴马长绿山神仙泉水	62
十一、SPA	63
第五节 中国高端矿泉水市场竞争战略分析	64
一、品牌战	64
二、价格战	64
三、圈地（水源）战	65
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	66
第一节 中国高端水市场现状分析	66
一、高端水的划分层次	66
二、目前主要高端水品牌分析	66
三、主要品牌价格对比	67
四、国内品牌进入状况	67
第二节 2012年中国高端水消费者调查结果	68
一、市场渗透率分析	68

二、消费者属性分析（包括年龄、性别、月收入、职业等）	69
三、消费目的（心理）分析	71
四、消费者选择品牌影响因素分析	72
五、高端水品牌渗透率情况	72
六、消费者获取品牌途径分析	73
七、消费者购买场合统计	73
八、消费者对不同种类型高端水认可情况	74
第三节 高端水市场存在的问题分析	75
一、“依云”品牌8次卷入质量风波	75
二、高端水包装设计被抄袭	76
三、行业标准的缺失	76
四、高端水的安全性问题	77
五、依云带来“高端水”市场的启示与反思	77
第五章 2011-2012年中国高端矿泉水市场运行走势分析	80
第一节 2011-2012年中国高端矿泉水市场深度剖析	80
一、中国高端矿泉水市场规模及增长幅度	80
二、高端矿泉水在水市场中的份额不断提升	80
三、消费需求的拉动国内矿泉水市场迎来高端时代	81
第二节 2011-2012年中国高端矿泉水品牌企业运行分析	82
一、跨国企业巨头加大了进军中国高端水市场的推广力度	82
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	84
第六章 2011-2012年国内外高端矿泉水品牌分析	86
第一节 依云矿泉水	86
一、依云天然矿泉水介绍	86
二、2012年达能集团经营状况	86
三、依云品牌战略成功因素分析	86
四、依云推出特别版纪念瓶	88
第二节 西藏冰川5100	92
一、西藏冰川5100矿泉水介绍	92
二、西藏冰川5100矿泉水产品特点	92
三、西藏冰川5100矿泉水产能情况	93
四、西藏冰川5100销量及市场份额	93

- 五、西藏冰川5100创新全物流体系 94
- 六、5100创新水卡策略分析 94
- 七、西藏冰川5100矿泉水市场推广策略 96
- 第三节 昆仑山矿泉水 97
 - 一、昆仑山天然雪山矿泉水介绍 97
 - 二、昆仑山天然矿泉水产品特点 98
 - 三、昆仑山矿泉水产能情况分析 98
 - 四、2013年4月昆仑山获殊荣 99
 - 五、昆仑山矿泉水竞争优劣势分析 99
- 第七章 2011-2012年中国矿泉水重点企业经营状况分析 102
 - 第一节 西藏冰川矿泉水有限公司 102
 - 一、企业概况 102
 - 二、企业主要经济指标分析 102
 - 第二节 山东百脉矿泉水有限责任公司 104
 - 一、企业概况 104
 - 二、企业主要经济指标分析 104
 - 三、企业盈利能力分析 104
 - 四、企业偿债能力分析 105
 - 五、企业产值状况分析 105
 - 六、企业成本费用构成分析 105
 - 第三节 海口椰树矿泉水有限公司 106
 - 一、企业概况 106
 - 二、企业主要经济指标分析 106
 - 三、企业盈利能力分析 106
 - 四、企业偿债能力分析 107
 - 五、企业产值状况分析 107
 - 六、企业成本费用构成分析 107
 - 第四节 青岛崂山矿泉水有限公司 107
 - 一、企业概况 107
 - 二、企业主要经济指标分析 108
 - 三、企业盈利能力分析 108
 - 四、企业偿债能力分析 108

五、企业产值状况分析	109
六、企业成本费用构成分析	109
第五节 山东文登黑豹矿泉水有限公司	109
一、企业概况	109
二、企业主要经济指标分析	110
三、企业盈利能力分析	110
四、企业偿债能力分析	110
五、企业产值状况分析	111
六、企业成本费用构成分析	111
第六节 莱阳鲁花矿泉水有限公司	111
一、企业概况	111
二、企业主要经济指标分析	112
三、企业盈利能力分析	112
四、企业偿债能力分析	112
五、企业产值状况分析	113
六、企业成本费用构成分析	113
第七节 深圳达能益力泉饮品有限公司	113
一、企业概况	113
二、企业主要经济指标分析	114
三、企业盈利能力分析	114
四、企业偿债能力分析	114
五、企业产值状况分析	115
六、企业成本费用构成分析	115
第八章 2013-2016年中国高端矿泉水市场前景分析	116
第一节 2013-2016年中国矿泉水市场前景分析	116
一、中国天然矿泉水市场前景广阔	116
二、矿泉水将成饮用水市场主导产品	116
三、我国矿泉水的消费市场潜力分析	117
第二节 2013-2016年中国高端矿泉水发展方向	117
第三节 2013-2016年中国高端矿泉水市场预测分析	118
一、2013-2016年中国矿泉水销售规模预测	118
二、2013-2016年高端矿泉水市场规模预测	119

三、2013-2016年中国高端水消费量预测	120
第九章 2012-2016年中国高端矿泉水投资前景分析	122
第一节 2012-2016年中国高端矿泉水投资潜力分析	122
一、高端矿泉水行业吸引力分析	122
二、高端矿泉水市场增长动力分析	122
三、高端矿泉水区域投资潜力分析	122
第二节 2012-2016年中国高端矿泉水投资风险分析	123
第三节 2012-2016年中国高端矿泉水投资策略分析	123
第四节 主要进入门槛分析	124
一、品牌建立	124
二、水源稀少	124
三、团购客户关系	125
四、建立经销网络	125
五、建立物流网络	125
第五节 WOKI国际咨询分析师汇总分析	125
一、发展战略分析	125
二、市场营销分析	126
三、市场营销策略分析	126
四、市场品牌推广策略分析	127
报告图表目录	
图表 1 北京市矿泉水资源类型及占有资源量	18
图表 2 2012年中国生产总值	29
图表 3 GDP环比增长速度	29
图表 4 规模以上工业增加值同比增长速度	30
图表 5 固定资产投资（不含农户）同比增速	31
图表 6 分地区投资相邻两个月累计同比增速	31
图表 7 固定资产投资到位资金同比增速	32
图表 8 全国居民消费价格涨跌幅	33
图表 9 9月份居民消费价格分类别同比涨跌幅	34
图表 10 9月份居民消费价格分类别环比涨跌幅	35
图表 11 2012年居民消费价格主要数据	36
图表 12 中国 10 省市人均 GDP达到中等发达国家水平	41

图表 13 消费结构与居民出行方式同步升级 41

图表 14 2010 与2015中国各收入等级家庭数量构成表 42

图表 15 1998-2015年中国奢侈品市场规模以及占全球奢侈品市场的份额 42

图表 16 2011 年世界各国奢侈品消费总额对比图 43

图表 17 2007-2011年中国奢侈品消费总额和增长率情况 43

图表 18 2008-2012年西藏5100中铁销售份额变化趋势图 51

图表 19 2007-2012年中国主要高端水品牌出货量统计表 54

图表 20 2007-2012年5100西藏冰川矿泉水出货量统计表 54

图表 21 2007-2012年5100西藏冰川矿泉水市场份额变化趋势图 55

图表 22 2007-2012年依云在华出货量统计表 55

图表 23 2007-2012年依云在华市场份额变化趋势图 56

图表 24 2007-2012年Perrier矿泉水出货量统计表 56

图表 25 2007-2012年Perrier市场份额变化趋势图 57

图表 26 2007-2012年世罕泉出货量统计表 57

图表 27 2007-2012年世罕泉市场份额变化趋势图 58

图表 28 2007-2012年富维克(Volvic)出货量统计表 58

图表 29 2007-2012富维克(Volvic)市场份额变化趋势图 59

图表 30 2007-2012年帕米尔出货量统计表 59

图表 31 2007-2012年帕米尔市场份额变化趋势图 60

图表 32 2007-2012年圣培露在华出货量统计表 60

图表 33 2007-2012年圣培露市场份额变化趋势图 61

图表 34 2007-2012年崂山矿泉水1905出货量统计表 61

图表 35 2007-2012年崂山矿泉水1905市场份额变化趋势图 61

图表 36 2007-2012年巴马长绿山神仙泉水出货量统计表 62

图表 37 2007-2012年巴马长绿山神仙泉水市场份额变化趋势图 62

图表 38 2007-2012年SPA出货量统计表 63

图表 39 2007-2012年SPA市场份额变化趋势图 63

图表 40 主要高端矿泉水水源结构 65

图表 41 2010-2012年中国高端水市场渗透率情况 68

图表 42 2010-2012年中国高端水市场渗透率走势图 68

图表 43 2012年中国高端水消费者年龄结构 69

图表 44 2012年中国高端水消费者性别构成 69

图表 45 2012年中国高端水消费者月收入构成图 70

图表 46 2012年中国高端水消费者职业构成 70

图表 47 2012年中国中国高端水消费者选择动机 71

图表 48 2012年中国高端水消费者选择高端水品牌影响因素 72

图表 49 2012年中国高端水消费者品牌渗透率情况 72

图表 50 2012年中国高端水消费者获取品牌途径 73

图表 51 2012年中国高端水消费者购买场合情况 73

图表 52 2012年中国消费者对不同类型高端水认可情况 74

图表 53 2006-2012年依云在华质量问题情况表 75

图表 54 2005-2012年中国高端矿泉水市场规模及增长趋势图 80

图表 55 2005-2012年中国高端矿泉水市场占瓶装水市场份额变化趋势图 80

图表 56 2008-2012年西藏冰川5100市场销量及渠道构成统计表 93

图表 57 西藏冰川矿泉水有限公司基本情况表 102

图表 58 2010-2012年西藏冰川矿泉水销售量增长趋势图 102

图表 59 2010-2012年西藏冰川矿泉水有限公司销售额走势 102

图表 60 2010-2012年西藏冰川矿泉水有限公司净利润总额走势 103

图表 61 2010-2012年西藏冰川矿泉水有限公司销售利润率走势 103

图表 62 山东百脉矿泉水有限责任公司基本情况表 104

图表 63 2010-2011年山东百脉矿泉水有限责任公司企业主要经济指标 104

图表 64 2010-2011年山东百脉矿泉水有限责任公司企业盈利指标 104

图表 65 2010-2011年山东百脉矿泉水有限责任公司企业盈利比率情况 104

图表 66 2010-2011年山东百脉矿泉水有限责任公司企业负债指标情况 105

图表 67 2010-2011年山东百脉矿泉水有限责任公司企业产值情况 105

图表 68 2010-2011年山东百脉矿泉水有限责任公司企业成本费用情况 105

图表 69 海口椰树矿泉水有限公司基本情况表 106

图表 70 2010-2011年海口椰树矿泉水有限公司企业主要经济指标 106

图表 71 2010-2011年海口椰树矿泉水有限公司企业盈利指标 106

图表 72 2010-2011年海口椰树矿泉水有限公司企业盈利比率情况 106

图表 73 2010-2011年海口椰树矿泉水有限公司企业负债指标情况 107

图表 74 2010-2011年海口椰树矿泉水有限公司企业产值情况 107

图表 75 2010-2011年海口椰树矿泉水有限公司企业成本费用情况 107

图表 76 青岛崂山矿泉水有限公司基本情况表 107

图表 77 2010-2011年青岛崂山矿泉水有限公司企业主要经济指标 108

图表 78 2010-2011年青岛崂山矿泉水有限公司企业盈利指标 108

图表 79 2010-2011年青岛崂山矿泉水有限公司企业盈利比率情况 108

图表 80 2010-2011年青岛崂山矿泉水有限公司企业负债指标情况 109

图表 81 2010-2011年青岛崂山矿泉水有限公司企业产值情况 109

图表 82 2010-2011年青岛崂山矿泉水有限公司企业成本费用情况 109

图表 83 山东文登黑豹矿泉水有限公司基本情况表 109

图表 84 2010-2011年山东文登黑豹矿泉水有限公司企业主要经济指标 110

图表 85 2010-2011年山东文登黑豹矿泉水有限公司企业盈利指标 110

图表 86 2010-2011年山东文登黑豹矿泉水有限公司企业盈利比率情况 110

图表 87 2010-2011年山东文登黑豹矿泉水有限公司企业负债指标情况 111

图表 88 2010-2011年山东文登黑豹矿泉水有限公司企业产值情况 111

图表 89 2010-2011年山东文登黑豹矿泉水有限公司企业成本费用情况 111

图表 90 莱阳鲁花矿泉水有限公司基本情况表 111

图表 91 2010-2011年莱阳鲁花矿泉水有限公司企业主要经济指标 112

图表 92 2010-2011年莱阳鲁花矿泉水有限公司企业盈利指标 112

图表 93 2010-2011年莱阳鲁花矿泉水有限公司企业盈利比率情况 112

图表 94 2010-2011年莱阳鲁花矿泉水有限公司企业负债指标情况 113

图表 95 2010-2011年莱阳鲁花矿泉水有限公司企业产值情况 113

图表 96 2010-2011年莱阳鲁花矿泉水有限公司企业成本费用情况 113

图表 97 深圳达能益力泉饮品有限公司基本情况表 113

图表 98 2010-2011年深圳达能益力泉饮品有限公司企业主要经济指标 114

图表 99 2010-2011年深圳达能益力泉饮品有限公司企业盈利指标 114

图表 100 2010-2011年深圳达能益力泉饮品有限公司企业盈利比率情况 114

图表 101 2010-2011年深圳达能益力泉饮品有限公司企业负债指标情况 115

图表 102 2010-2011年深圳达能益力泉饮品有限公司企业产值情况 115

图表 103 2010-2011年深圳达能益力泉饮品有限公司企业成本费用情况 115

图表 104 2005-2016年中国瓶装矿泉水市场需求量增长趋势图 118

图表 105 2005-2016年中国高端矿泉水市场规模走势及未来预测图 119

图表 106 2005-2016年中国高端矿泉水销量及未来预测图 120

图表 107 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 122

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201310/99196.html>