

2022-2028年中国高端矿泉 水市场评估与发展前景预测报告

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

《2022-2028年中国高端矿泉水市场评估与发展前景预测报告》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/202112/256787.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

中企顾问网发布的《2022-2028年中国高端矿泉水市场评估与发展前景预测报告》共九章。首先介绍了高端矿泉水行业市场发展环境、高端矿泉水整体运行态势等，接着分析了高端矿泉水行业市场运行的现状，然后介绍了高端矿泉水市场竞争格局。随后，报告对高端矿泉水做了重点企业经营状况分析，最后分析了高端矿泉水行业发展趋势与投资预测。您若想对高端矿泉水产业有个系统的了解或者想投资高端矿泉水行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 矿泉水产业相关概述

第一节 矿泉水基础阐述

一、矿泉水简介

二、矿泉水的类型

三、矿泉水的特点

四、矿物质水和矿泉水的区别

五、矿泉水适应人群及范围

第二节 矿泉水资源开发

一、中国矿泉水资源开发利用状况

二、广州矿泉水开采存在的主要问题

三、拉萨市饮用天然矿泉水行业研究

四、北京饮用天然矿泉水资源开发利用状况分析

五、长白山天然矿泉水资源保护及开采战略剖析

六、溴酸盐限量新规为四川矿泉水发展提供良机

第二章 2015-2019年中国高端矿泉水行业发展环境分析

第一节 2015-2019年中国宏观经济环境分析

一、2019年中国GDP增长情况分析

二、2019年社会固定资产投资分析

三、2019年全社会消费品零售总额

四、2019年居民消费价格变化分析

第二节 2015-2019年中国高端矿泉水产业政策环境分析

一、国外饮用水水质标准介绍

（一）《美国饮用水水质标准》

（二）《欧盟饮用水水质指令》

二、中国矿泉水市场监管法规

三、包装饮用水行业自律公约

四、城市饮用水水源地环境保护规划

五、《饮用天然矿泉水国家标准》

六、中国高端水行业规范

第三节 2015-2019年中国高端矿泉水社会环境分析

一、中国人口及结构情况

二、城乡居民收入增长分析

三、中国水污染及防治情况

四、中国包装饮用水生产情况

五、中国人均矿泉水消费情况

第三章 2015-2019年中国矿泉水产业运行形势分析

第一节 2015-2019年中国矿泉水产业发展综述

一、中国矿泉水行业发展概况

二、矿泉水市场产品发展特点

三、中国矿泉水市场规模分析

四、中国矿泉水行业品牌份额

第二节 矿泉水所属行业规模情况分析

一、企业规模情况分析

二、资产规模状况分析

三、销售规模状况分析

四、利润规模增长分析

五、所属行业盈利能力分析

第三节 2015-2019年中国高端矿泉水产业运行概况

- 一、2019年朝鲜高端矿泉水进军青岛市场
- 二、上海高端瓶装水展览会展出天价矿泉水
- 三、绥阳引资3亿元开发高端矿泉水

第四节 中国高端矿泉水产业运行分析

- 一、矿泉水企业发展高端矿泉水优势分析
- 二、西藏5100中铁供水策略及份额分析
- 三、2019年西藏5100主要营销策略（针对高尔夫运动）

第五节 2015-2019年中国主要高端矿泉水市场份额分析

- 一、5100西藏
- 二、依云阿尔卑斯山天然矿泉水
- 三、Perrier
- 四、世罕泉
- 五、富维克(Volvic)
- 六、帕米尔天泉
- 七、圣培露
- 八、崂山矿泉水
- 九、巴马长绿山神仙泉水
- 十、SPA

第六节 中国高端矿泉水市场核心竞争力分析

- 一、品牌形象
- 二、产品品质
- 三、营销渠道

第四章 2015-2019年中国高端水市场发展现状及消费者调查研究

第一节 中国高端水市场现状分析

- 一、高端水的划分层次
- 二、主要高端水品牌分析
- 三、主要品牌价格对比
- 四、国内品牌进入状况

第二节 2019年中国高端水消费者调查结果

- 一、消费者属性分析
- 二、消费目的（心理）分析

三、消费者品牌选择影响因素分析

四、消费者品牌获取途径分析

五、消费者购买场所统计

六、消费者品牌认识情况调查

(一) 高端矿泉水品牌认识情况调查

(二) 高端矿泉水消费者认识程度分析

(三) 高端矿泉水消费者购买情况调查

(四) 高端矿泉水消费者价格认知分析

第三节 高端水市场存在的问题分析

一、“依云”品牌多次卷入质量风波

二、高端水行业标准的缺失

三、依云带来“高端水”市场的启示与反思

第五章 2015-2019年中国高端矿泉水市场运行走势分析

第一节 2015-2019年中国高端矿泉水市场深度剖析

一、中国高端矿泉水零售数量分析

二、中国高端矿泉水零售金额分析

三、中国高端矿泉水市场现状分析

四、中国矿泉水市场迎来高端时代

第二节 2015-2019年中国高端矿泉水品牌竞争动态分析

一、矿泉水高端市场品牌竞争格局

二、中国高端矿泉水市场竞争现状

三、加多宝进军高端矿泉水领域

四、洛斯巴赫进军中国高端水市场

五、西藏5100瞄向全球高端矿泉水领先品牌

第六章 2015-2019年国内外高端矿泉水品牌分析

第一节 依云矿泉水

一、依云天然矿泉水介绍

二、依云品牌战略成功因素分析

三、依云推出特别版纪念瓶

第二节 西藏冰川5100

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

第三节 昆仑山矿泉水

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

第七章 中国矿泉水重点企业经营状况分析

第一节 西藏冰川矿泉水有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业产品情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析

第二节 山东百脉矿泉水有限责任公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第三节 海口椰树矿泉水有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第四节 青岛崂山矿泉水有限公司

一、公司基本情况

二、企业产品情况分析

三、企业生产能力分析

四、企业创新情况分析

五、企业经营情况分析

六、企业竞争优势分析

第五节 黑龙江世罕泉饮品有限责任公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第六节 山东莱阳鲁花矿泉水有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第七节 深圳达能益力泉饮品有限公司

一、企业概况

二、企业产品情况分析

三、企业经营状况分析

第八章 2022-2028年中国高端矿泉水市场前景分析

第一节 2022-2028年中国矿泉水市场前景分析

一、中国天然矿泉水市场前景广阔

二、天然矿泉水将主导未来饮用水市场

三、中国矿泉水的消费市场潜力分析

第二节 2022-2028年中国高端矿泉水发展方向

第三节 2022-2028年中国高端矿泉水市场预测分析

- 一、2022-2028年矿泉水零售规模预测
- 二、2022-2028年高端矿泉水零售量预测
- 三、2022-2028年高端矿泉水零售额预测

第九章 2022-2028年中国高端矿泉水投资前景分析

第一节 2022-2028年中国高端矿泉水投资潜力分析

- 一、高端矿泉水行业吸引力分析
- 二、高端矿泉水市场增长动力分析
- 三、高端矿泉水区域投资潜力分析

第二节 2022-2028年中国高端矿泉水投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、水质风险分析
- 三、产品替代风险
- 四、分销渠道风险

第三节 中国高端矿泉水投资策略分析

第四节 中国高端矿泉水进入壁垒分析

- 一、品牌建设
- 二、水源稀少
- 三、团购客户关系
- 四、建立经销网络
- 五、建立物流网络

第五节 中国高端矿泉水市场开发策略分析

- 一、发展战略分析
- 二、营销策略分析
- 三、品牌开发策略
- 四、渠道选择策略

部分图表目录：

图表按矿泉水的酸碱性分

图表北京市矿泉水资源类型及占有资源量

图表2019年国内生产总值构成及增长速度统计
图表2015-2019年中国国内生产总值及增长变化趋势图
图表2015-2019年中国全社会固定资产投资增长趋势图
图表2015-2019年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图
图表2015-2019年中国居民消费价格月度变化趋势图
图表美国国家一级饮用水规程
图表美国国家二级饮用水规程
图表欧盟饮用水水质指令微生物学参数
图表欧盟饮用水水质指令用于瓶装或桶装饮用水的指标
图表欧盟饮用水水质指令化学物质参数
图表欧盟饮用水水质指示参数
图表2015-2019年中国人口数量及增长率变化趋势图
图表2019年中国人口数量及其构成情况统计
图表2019年末中国各年龄段人口比重
图表2015-2019年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图
图表2015-2019年农村居民人均纯收入及增长趋势图
图表中国废污水排放总量统计
图表2015-2019年中国水质污染防治设备数量
图表2015-2019年中国包装饮用水产量统计
图表2015-2019年中国包装饮用水产量增长趋势图
图表2015-2019年中国瓶装水人均开支统计
图表2015-2019年中国高端瓶装矿泉水零售量变化趋势图
图表2015-2019年中国高端瓶装矿泉水零售额变化趋势图
更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/256787.html>