

2023-2029年中国高端瓶装 水市场评估与投资前景报告

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

《2023-2029年中国高端瓶装水市场评估与投资前景报告》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/202303/343545.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

瓶装水市场发展已经具有较长时间，行业增速略显乏力，为提高瓶装水整体市场的持续扩张，细分市场拓展则是扩大瓶装水产业规模的主要途径，其中高端瓶装水作为新型消费领域，有效打开了软饮料的新增市场空间。高端水全称为高端瓶装饮用水，高端瓶装水水源地限定在冰川融水、原生态水源等地的冰川矿泉水、天然矿泉水以及优质泉水等。中企顾问网发布的《2023-2029年中国高端瓶装水市场评估与投资前景报告》共十三章。首先介绍了中国高端瓶装水行业市场发展环境、高端瓶装水整体运行态势等，接着分析了中国高端瓶装水行业市场运行的现状，然后介绍了高端瓶装水市场竞争格局。随后，报告对高端瓶装水做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国高端瓶装水行业发展趋势与投资预测。您若想对高端瓶装水产业有个系统的了解或者想投资中国高端瓶装水行业，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：第一篇发展环境篇第一章中国高端瓶装水行业发展综述第一节高端瓶装水相关概述一、瓶装水定义及分类（一）天然矿泉水（二）纯净水（三）天然水（四）矿物质水二、高端瓶装水概述（一）高端水界定（二）高端水概况第二节高端瓶装水行业政策环境分析一、高端瓶装水行业政策及监管二、高端瓶装水开采相关法规（一）《中华人民共和国矿产资源法》（二）《中华人民共和国矿产资源法实施细则》（三）《矿产资源补偿费征收管理规定》三、饮用水相关标准（一）《生活饮用水卫生标准》（二）《美国饮用水水质标准》（三）《欧盟饮用水水质指令》第三节高端瓶装水行业社会环境分析一、人口规模及结构情况二、水资源总量情况分析三、中国淡水资源紧缺四、中国饮用水水质情况五、居民饮料消费情况第二章中国瓶装饮用水市场消费者调研分析第一节瓶装饮用水主要消费市场分析一、北京市瓶装水消费调查分析二、天津市瓶装水消费调查分析三、太原市瓶装水消费调查分析四、哈尔滨市瓶装水消费调查分析五、长春市瓶装水消费调查分析六、沈阳市瓶装水消费调查分析七、大连市瓶装水消费调查分析八、济南市瓶装水消费调查分析九、青岛市瓶装水消费调查分析十、南京市瓶装水消费调查分析十一、苏州市瓶装水消费调查分析十二、上海市瓶装水消费调查分析十三、杭州市瓶装水消费调查分析十四、宁波市瓶装水消费调查分析十五、福州市瓶装水消费调查分析十六、厦门市瓶装水消费调查分析十七、合肥市瓶装水消费调查分析十八、南昌市瓶装水消费调查分析十九、郑州市瓶装水消费调查分析二十、长沙市瓶装水消费调查分析二十一、武汉市瓶装水消费调查分析二十二、广州市瓶装水消费调查分析二十三、深圳市瓶装水消费调查分析二十四、佛山市瓶装水消

费调查分析二十五、南宁市瓶装水消费调查分析二十六、海口市瓶装水消费调查分析二十七、成都市瓶装水消费调查分析二十八、重庆市瓶装水消费调查分析二十九、昆明市瓶装水消费调查分析三十、西安市瓶装水消费调查分析

第二节各类瓶装水重度消费者分析一、各类瓶装水重度消费者总体情况二、矿泉水重度消费者情况三、纯净水重度消费者情况四、蒸馏水重度消费者情况

第三节瓶装水消费者的生活态度分析

第四节瓶装消费者的体育及休闲活动分析

第三章中国瓶装饮用水行业供需情况分析

第一节瓶装饮用水生产情况一、瓶装饮用水总产量分析二、瓶装饮用水生产区域分布三、主要区域瓶装饮用水生产情况（一）广东省（二）四川省（三）吉林省（四）河南省（五）广西区（六）山东省（七）浙江省（八）湖南省（九）湖北省（十）福建省

第二节瓶装饮用水销售情况一、瓶装饮用水总销量分析二、瓶装饮用水销售渠道分布三、不同渠道瓶装饮用水销量（一）团购（二）餐饮服务（三）零售

第四章中国瓶装饮用水所属行业经济运行分析

第一节瓶装饮用水所属行业发展概况一、瓶装饮用水所属行业发展概况二、瓶装饮用水所属行业发展概况三、瓶装饮用水所属行业发展概况

第二节瓶装饮用水所属行业经济运行分析一、瓶装饮用水所属行业企业数量分析二、瓶装饮用水所属行业资产规模分析三、瓶装饮用水所属行业销售收入分析四、瓶装饮用水所属行业利润总额分析

第三节瓶装饮用水所属行业成本费用分析一、瓶装饮用水所属行业销售成本分析二、瓶装饮用水所属行业销售费用分析三、瓶装饮用水所属行业管理费用分析四、瓶装饮用水所属行业财务费用分析

第四节瓶装饮用水所属行业运营效益分析一、瓶装饮用水所属行业偿债能力分析二、瓶装饮用水所属行业盈利能力分析三、瓶装饮用水所属行业运营能力分析

第二篇发展现状篇

第五章中国高端瓶装水市场消费者深度调研分析

第一节高端水市场调研背景一、高端水的层次划分二、高端水的品牌划分三、主要品牌价格对比四、国内品牌进入状况

第二节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

第六章中国高端瓶装水行业运行情况分析

第一节高端瓶装水盈利模式分析一、高端瓶装水盈利模式分类二、高端瓶装水生产企业盈利模式三、高端瓶装水经销代理商盈利模式四、第三方经销网络优化管理研究五、网络营销盈利模式创新研究

第二节高端瓶装水发展驱动因素一、高端瓶装水潜在需求量大二、人们健康意识的不断提高三、居民可支配收入逐步增加四、高收入人群消费行为的改变（一）大型企业数量及规模增长（二）政府特供需求的增多带动

第三节高端瓶装水市场需求分析一、高端瓶装水零售量分析二、高端瓶装水零售规模分析三、高端瓶装水与大众饮用水占

比四、高端瓶装水需求前景分析

第四节 高端瓶装水区域市场需求分析

一、北京高端瓶装水市场需求分析

（一）北京高端瓶装水消费基础

（二）北京高端瓶装水消费潜力

二、上海高端瓶装水市场需求分析

（一）上海高端瓶装水消费基础

（二）上海高端瓶装水消费潜力

三、山东高端瓶装水市场需求分析

（一）山东高端瓶装水消费基础

（二）山东高端瓶装水消费潜力

四、广东高端瓶装水市场需求分析

（一）广东高端瓶装水消费基础

（二）广东高端瓶装水消费潜力

第七章 中国高端瓶装水行业竞争格局分析

第一节 瓶装水行业竞争格局分析

一、瓶装水行业竞争格局现状

二、瓶装水品牌竞争格局分析

三、瓶装水行业水源地竞争分析

四、瓶装水行业并购案例汇总

第二节 高端瓶装水行业竞争格局分析

一、高端瓶装水行业竞争分析

二、主要高端瓶装水品牌份额

三、主要高端瓶装水品牌零售额

四、高端瓶装水区域市场集中度分析

第三节 高端瓶装水竞争态势分析

一、中国高端矿泉水市场竞争现状

二、加多宝进军高端矿泉水领域

三、洛斯巴赫进军中国高端水市场

四、西藏5100瞄准全球高端矿泉水领先品牌

五、怡宝推出高端矿泉水加林山

六、高端矿泉水市场新品牌吹响号角

（一）“气质”矿泉水

（二）出口矿泉水-恒大冰泉

第三篇 发展重点篇

第八章 中国高端瓶装水水源地及品牌建设分析

第一节 高端水源地资源概况

一、国内高端水水源地分布

（一）昆仑山

（二）珠穆朗玛峰

（三）巴马长寿村

（四）吉林长白山

二、水企高端水水源地之争

三、高端水水源地资源打造

第二节 高端瓶装水品牌建设

一、国内外主要高端水品牌

（一）国外主要高端水品牌

（二）国内主要高端水品牌

二、高端瓶装水品牌构建

三、高端瓶装水品牌营销

四、高端瓶装水品牌策略

第三节 高端瓶装水品牌竞争力

一、包装水企业发展高端瓶装水优势

二、高端瓶装水品牌形象竞争力

三、高端瓶装水产品品质竞争力

四、高端瓶装水营销渠道竞争力

五、西藏5100主要营销策略（针对高尔夫运动）

第四节 高端水发展方向分析

一、天然矿泉水

二、冰川矿泉水

三、天然苏打水

四、弱碱性离子水

五、海洋深层水

六、雪融水

七、天然负氢水

第九章 中国高端瓶装水渠道建设与营销推广

第一节 高端瓶装水营销渠道建设与管理

一、高端瓶装水营销渠道结构

（一）主力型渠道

（二）紧凑型渠道

（三）伙伴型渠道

（四）松散型渠道

二、高端瓶装水分销渠道类型

（一）直接分销渠道

（二）间接分销渠道

三、高端瓶装水营销渠道管理

（一）市场伙伴型渠道管理

（二）大客户直供销售渠道

（三）网络渠道发展策略

（四）渠道经销管理问题

第二节 高端瓶装水市场推广策略分析

一、高端瓶装水新产品推广

二、高端瓶装水广告宣传策略分析

三、高端瓶装水网络推广策略分析

四、高端瓶装水中间商、代理商参与机制

五、直销模式在高端瓶装水推广中的应用

六、高端瓶装水价格策略

第三节 高端瓶装水营销渠道拓展分析

一、西藏5100铁路营销渠道案例

二、休闲娱乐市场渠道拓展

三、高端场所市场渠道拓展

四、特供渠道经销商

（一）政府部门、企事业单位团购

（二）节假礼品

第四节 高端瓶装水营销策略分析

一、品牌文化塑造

二、营销策略方案

三、不同渠道产品结构差异化

第四篇 企业经营篇

第十章 国外高端瓶装水品牌运营及经验借鉴

第一节 依云矿泉水(Evian)

一、品牌基本介

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巴黎水(Perrier)一、品牌基本介绍二、品牌运营情况(一)水源地(二)销售情况三、品牌优势分析第三节富维克(Volvic)一、品牌基本介绍二、品牌水源地分析三、品牌优势分析第四节诗葩矿泉水(SPA)一、品牌基本介绍二、品牌水源地介绍三、品牌优势分析第五节捷克萨奇一、萨奇苦味矿泉水介绍二、萨奇苦味矿泉水产品特点三、萨奇苦味矿泉水饮用方法第六节新加坡爱可比乐一、品牌基本介绍二、品牌水源地介绍三、品牌在华投资第七节富士山天然水一、品牌基本介绍二、品牌水源地介绍三、品牌价格介绍第八节芙丝VOSS纯净水一、品牌基本介绍二、品牌水源地介绍三、品牌价格介绍第十一章中国高端瓶装水企业运营及品牌分析第一节昆仑山矿泉水有限公司一、企业发展基本情况二、企业主要经济指标三、企业经营效益分析四、企业产能情况分析第二节西藏5100水资源控股有限公司一、企业发展基本情况二、企业经营情况分析三、企业产能情况分析四、企业发展优势分析第三节恒大矿泉水集团有限公司一、企业发展基本情况二、企业发展优势分析三、企业高端水品牌介绍四、企业发展动态分析第四节北大荒五大连池矿泉水股份有限公司一、企业发展基本情况二、企业主要经济指标三、企业经营效益分析四、企业发展优势分析第五节内蒙古蓝海矿泉水有限责任公司一、企业发展基本情况二、企业主要经济指标三、企业经营效益分析四、企业发展优势分析第六节山东汇源饮用水有限公司一、企业发展基本情况二、企业主要经济指标三、企业经营效益分析四、企业发展优势分析第七节巴马活泉食品饮料有限公司一、企业发展基本情况二、企业发展优势分析三、企业高端水品牌介绍四、企业发展规划分析第八节西藏珠峰冰川水资源开发有限公司一、企业发展基本情况二、企业发展优势分析三、企业高端水品牌介绍四、企业发展动态分析第九节吉林龙泽矿泉饮品有限公司一、企业发展基本情况二、企业发展优势分析三、企业高端水品牌介绍四、企业发展动态分析第十节河北天龙金泉水业有限公司一、企业发展基本情况二、企业营销网络分析三、企业竞争优势分析四、企业高端水品牌介绍第五篇投资前景篇第十二章中国高端瓶装水行业发展前景趋势分析第一节中国高端瓶装水行业前景趋势一、瓶装饮用水行业发展趋势分析二、天然矿泉水将主导未来饮用水市场三、高端瓶装水处理技术发展趋势四、高端瓶装水行业发展前景光明第二节中国高端瓶装水行业市场预测分析一、瓶装饮用水行业规模预测二、高端瓶装水产量预测分析三、高端瓶装水需求规模预测第三节中国高端瓶装水行业盈利预测分析第十三章中国高端瓶装水行业投资机会与风险分析第一节中国高端瓶装水行业投资特性分析一、高端瓶装水行业投资特性二、高端瓶装水具有良好的投资价值第二节中国高端瓶装水行业投资机会分析一、进军高端瓶装水市场机会分析二、高端瓶装水区域投资潜力分析三、与产业链相关的投资机会分析第三节中国高端瓶装水行业投资风险分析一、市场运营风险二、市场竞争风险三、国家政策风险四、金融风险五、水质风险六、渠道风险第四节中国高端瓶装水行业投资策略分析一、高端水水源地开发策略二

、高端水行业品牌建设策略三、高端水行业渠道开发策略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202303/343545.html>