

# 2017-2023年中国矿泉水行业市场运营态势及发展前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国矿泉水行业市场运营态势及发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201708/552771.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

矿泉水是一包装于瓶子内的饮用水，用于个人使用和零售。其使用的水可以来自任一地方，包括泉水、井水、纯水、自来水，或甚至有未处理或受污染的水。许多国家，尤其是发达国家，有国家标准来规范矿泉水的品质，主要用来确保水质是否安全及标签是否符合内容物。但在其他许多在发展中国家则很少有这些标准，或没有真正地落实这些标准。目前，矿泉水行业是我国软饮料行业收入规模最大的子行业之一，约占我国软饮料行业收入的20%，年产量更是遥遥领先于其他子行业。虽然我国矿泉水行业年产量已位居世界第一，但是在人均消费量上仍与几个主要发达国家存在差距，甚至不足德国人均消费量的1/5。即使是与同我国具有相同饮食文化习惯的韩国相比（日本自来水可直接饮用），我国矿泉水的人均消费量仍有翻倍空间，因此未来该行业将继续保持高于软饮料行业整体增速的增长。

自2015年5月24日，《食品安全国家标准瓶装饮用水》开始正式实施后，禁止矿泉水以水以外的一种或若干种成分来命名，因此我国矿泉水市场严格意义上只存在两种矿泉水：天然矿泉水和瓶装饮用水，瓶装饮用水又可细分为包装纯净水和其他瓶装饮用水，像农夫山泉、竹根水、刷水等天然水、矿物质水、活性水等均属于其他包装饮用水。目前我国矿泉水的主要销售渠道包括超市、便利店、电商、酒店、娱乐场所等。从竞争格局来看，我国矿泉水行业经过几年的水种概念炒作、品牌战后渐渐步入成熟阶段。行业内市场格局基本形成，各大品牌市场份额相对稳定，并没有出现行业内一家独大的情况，行业竞争白热化，第一梯队公司市场占有率差别不大，CR5大约占40%。中国品牌力指数从品牌认知与品牌关系两大角度考察并发布我国矿泉水行业TOP12中，农夫山泉依旧占据着第一的位路。就中低端矿泉水市场而言，内资品牌凭借对优质水源开采以及销售渠道的优势获得了品牌12强中的七席；而就我国高端水市场而言，则是由国外品牌法国依云、巴黎水、圣碧涛、国内品牌西藏5100、昆仑山领跑市场。

天然矿泉水市场上则呈现出与普通矿泉水市场完全相反的局面，定位低端矿泉水市场的景田百岁山（价格带处于2-3元）获得了销售上的巨大成功，而高端市场的西藏5100、昆仑山市场占比依旧很小，这其实也可以看作是消费者升级的一个反应，景田百岁山的热销一方面反映出消费者对健康的重视程度日益加强，说明天然矿泉水的自身属性满足了消费者这一部分的需求，另外一方面也反映出现有消费升级程度还不够深，未能支撑起高端矿泉水市场。可以预见的是，我国矿泉水市场规模还将进一步扩大，并且，高端矿泉水市场尚未打开市场，未来，随着消费升级的进一步发展，高端矿泉水市场将最为受益。

智研咨询发布的《2017-2023年中国矿泉水行业市场运营态势及发展前景预测报告》共十四章。首先介绍了矿泉水相关概念及发展环境，接着分析了中国矿泉水规模及消费需求，然后对中国矿泉水市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国矿泉水面临的机遇及发展前景。您若想对中国矿泉水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。

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 矿泉水行业相关基础概述及研究机构

### 1.1 矿泉水的定义及分类

#### 1.1.1 矿泉水的界定

#### 1.1.2 矿泉水的分类

#### 1.1.3 矿泉水的标准

### 1.2 矿泉水行业特点分析

#### 1.2.1 市场特点分析

#### 1.2.2 行业经济特性

#### 1.2.3 行业发展周期分析

#### 1.2.4 行业进入风险

#### 1.2.5 行业成熟度分析

### 1.3 矿泉水行业研究机构

#### 1.3.1 矿泉水行业介绍

#### 1.3.2 矿泉水行业研究优势

#### 1.3.3 矿泉水行业研究范围

## 第二章 2014-2016年中国矿泉水行业市场发展环境分析

### 2.1 中国矿泉水行业经济环境分析

#### 2.1.1 中国经济运行情况

##### 1、国民经济运行情况GDP

##### 2、消费价格指数CPI、PPI

##### 3、全国居民收入情况

##### 4、恩格尔系数

##### 5、工业发展形势

##### 6、饮料工业发展现状分析

#### 2.1.2 经济环境对行业的影响分析

### 2.2 中国矿泉水行业政策环境分析

#### 2.2.1 行业监管环境

##### 1、行业主管部门

##### 2、行业监管体制

## 2.2.2 行业政策分析

1、矿物质水企业标准 ( Q/KKK0003S-2009 )

2、《食品安全国家标准瓶装饮用水》

## 2.2.3 政策环境对行业的影响分析

## 2.3 中国矿泉水行业社会环境分析

### 2.3.1 行业社会环境

1、人口规模分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、生态环境分析

5、中国城镇化率

6、健康消费观念深入人心

7、消费升级发展去释放分析

### 2.3.2 社会环境对行业的影响分析

## 2.4 中国矿泉水行业技术环境分析

### 2.4.1 矿泉水生产流程分析

1、过滤

2、蒸馏

3、逆向渗透

4、臭氧处理

5、UV处理

### 2.4.3 行业主要技术发展趋势

### 2.4.4 技术环境对行业的影响

## 第三章 中国矿泉水行业上、下游产业链分析

### 3.1 矿泉水行业产业链概述

#### 3.1.1 产业链定义

#### 3.1.2 矿泉水行业产业链

### 3.2 矿泉水行业上游-地下水产业发展分析

#### 3.2.1 地下水产业发展现状

#### 3.2.2 地下水供给分析

#### 3.2.3 地下水供给价格分析

#### 3.2.4 地下水供给区域分布

### 3.3 矿泉水行业下游-经销商情况分析

#### 3.3.1 矿泉水经销商发展现状

### 3.3.2 矿泉水经销商规模情况

### 3.3.3 矿泉水经销商区域分布

## 3.4 矿泉水行业终端消费者消费情况分析

### 3.4.1 中国人均矿泉水消费情况

### 3.4.2 矿泉水消费者地域分布情况

### 3.4.3 健康绿色消费观念下的矿泉水消费市场

### 3.4.4 矿泉水消费者品牌忠诚度分析

## 第四章 国际矿泉水行业市场发展分析

### 4.1 2014-2016年国际矿泉水行业发展现状

#### 4.1.1 国际矿泉水行业发展现状

#### 4.1.2 国际矿泉水行业发展规模

#### 4.1.3 国际矿泉水主要技术水平

### 4.2 2014-2016年国际矿泉水市场需求研究

#### 4.2.1 国际矿泉水市场需求特点

#### 4.2.2 国际矿泉水市场需求结构

#### 4.2.3 国际矿泉水市场需求规模

### 4.3 2014-2016年国际区域矿泉水行业研究

#### 4.3.1 欧洲

#### 4.3.2 美国

#### 4.3.3 日韩

### 4.4 国际矿泉水著名品牌企业分析

#### 4.4.1 OGO Oxygen Water

#### 4.4.2 1 Litre

#### 4.4.3 5100矿泉水

#### 4.4.4 Fillico

#### 4.4.5 Bling H2O

#### 4.4.6 Waiwera

### 4.5 2017-2023年国际矿泉水行业发展展望

#### 4.5.1 国际矿泉水行业发展趋势

#### 4.5.2 国际矿泉水行业规模预测

#### 4.5.3 国际矿泉水行业发展机会

## 第五章 2014-2016年中国矿泉水行业发展概述

### 5.1 中国矿泉水行业发展状况分析

### 5.1.1 中国矿泉水行业发展阶段

### 5.1.2 中国矿泉水行业发展总体概况

### 5.1.3 中国矿泉水行业发展特点分析

- 1、新品不断试水寻求新的市场增长点
- 2、矿泉水六大巨头占据近八成市场份额
- 3、百岁山反超娃哈哈跻身前四
- 4、超越农夫山泉怡宝晋升行业老大
- 5、行业集中度高，超高端产品仍小众

### 5.2 2014-2016年矿泉水行业发展现状

#### 5.2.1 2014-2016年中国矿泉水行业发展热点

#### 5.2.2 2014-2016年中国矿泉水行业发展现状

#### 5.2.3 2014-2016年中国矿泉水企业发展分析

### 5.3 矿泉水行业替代品及互补产品分析

#### 5.3.1 矿泉水行业替代品分析

- 1、替代品种类
- 2、主要替代品对矿泉水行业的影响
- 3、替代品发展趋势分析

#### 5.3.2 矿泉水行业互补产品分析

- 1、行业互补产品种类
- 2、主要互补产品对矿泉水行业的影响
- 3、互补产品发展趋势分析

### 5.4 中国矿泉水行业细分市场概况

#### 5.4.1 市场细分充分程度

#### 5.4.2 矿泉水细分市场分析

- 1、中低端矿泉水市场
- 2、高端矿泉水市场

### 5.5 矿泉水行业渠道与行业品牌分析

#### 5.5.1 矿泉水行业渠道分析

- 1、渠道形式
- 2、渠道要素对比
- 3、各区域主要代理商情况

#### 5.5.2 矿泉水行业品牌分析

- 1、品牌数量分析
- 2、品牌推广方式分析
- 3、品牌美誉度分析

#### 4、品牌的选择情况

##### 5.6 中国矿泉水行业发展问题及对策建议

###### 5.6.1 中国矿泉水行业发展制约因素

###### 5.6.2 中国矿泉水行业存在问题分析

###### 5.6.3 中国矿泉水行业发展对策建议

### 第六章 中国矿泉水行业运行指标分析及预测

#### 6.1 中国矿泉水行业企业数量分析

##### 6.1.1 2014-2016年中国矿泉水行业企业数量情况

##### 6.1.2 2014-2016年中国矿泉水行业企业竞争结构

#### 6.2 2014-2016年中国矿泉水行业财务指标总体分析

##### 6.2.1 行业盈利能力分析

##### 6.2.2 行业偿债能力分析

##### 6.2.3 行业营运能力分析

##### 6.2.4 行业发展能力分析

#### 6.3 中国矿泉水行业市场规模分析及预测

##### 6.3.1 2014-2016年中国矿泉水行业市场规模分析

##### 6.3.2 2017-2023年中国矿泉水行业市场规模预测

#### 6.4 2014-2016年中国矿泉水区域市场规模分析

##### 6.4.1 东北地区市场规模分析

##### 6.4.2 华北地区市场规模分析

##### 6.4.3 华东地区市场规模分析

##### 6.4.4 华中地区市场规模分析

##### 6.4.5 华南地区市场规模分析

##### 6.4.6 西部地区市场规模分析

#### 6.5 中国矿泉水行业市场供需分析及预测

##### 6.5.1 中国矿泉水行业市场供给分析

###### 1、2014-2016年中国矿泉水行业供给规模分析

###### 2、2017-2023年中国矿泉水行业供给规模预测

##### 6.5.2 中国矿泉水行业市场需求分析

###### 1、2014-2016年中国矿泉水行业需求规模分析

###### 2、2017-2023年中国矿泉水行业需求规模预测

#### 6.6 2014-2016年中国矿泉水行业产品价格分析

##### 6.6.1 2014-2016年中国矿泉水行业产品价格回顾

##### 6.6.2 2014-2016年中国矿泉水产品当前市场价格统计分析



### 6.6.3 2014-2016年中国矿泉水产品价格影响因素分析

### 6.6.4 2017-2023年中国矿泉水产品价格预测

## 第七章 中国互联网+矿泉水行业发展现状及前景

### 7.1 互联网给矿泉水行业带来的冲击和变革分析

#### 7.1.1 互联网时代矿泉水行业大环境变化分析

#### 7.1.2 互联网给矿泉水行业带来的突破机遇分析

#### 7.1.3 互联网给矿泉水行业带来的挑战分析

#### 7.1.4 互联网+矿泉水行业渠道形势变革分析

#### 7.1.5 互联网+矿泉水行业营销模式变革分析

### 7.2 中国互联网+矿泉水行业市场发展现状分析

#### 7.2.1 中国互联网+矿泉水行业投资布局分析

##### 1、中国互联网+矿泉水行业投资切入方式

##### 2、中国互联网+矿泉水行业投资规模分析

##### 3、中国互联网+矿泉水行业投资业务布局

#### 7.2.2 矿泉水行业目标客户互联网渗透率分析

#### 7.2.3 中国互联网+矿泉水行业市场规模分析

#### 7.2.4 中国互联网+矿泉水行业竞争格局分析

##### 1、中国互联网+矿泉水行业参与者结构

##### 2、中国互联网+矿泉水行业竞争者类型

##### 3、中国互联网+矿泉水行业市场占有率

#### 7.2.5 中国矿泉水垂直电商平台分析

##### 1、天猫商城

##### 2、淘宝商城

##### 3、京东商城

##### 4、苏宁易购

#### 7.2.6 中国矿泉水企业互联网战略案例分析

### 7.3 中国互联网+矿泉水行业市场发展前景分析

#### 7.3.1 中国互联网+矿泉水行业市场增长动力分析

#### 7.3.2 中国互联网+矿泉水行业市场发展瓶颈剖析

#### 7.3.3 中国互联网+矿泉水行业市场发展趋势分析

## 第八章 中国矿泉水行业消费市场调查

### 8.1 矿泉水市场消费需求分析

#### 8.1.1 矿泉水市场的消费需求变化

- 8.1.2 矿泉水行业的需求情况分析
- 8.1.3 矿泉水品牌市场消费需求分析
- 8.2 矿泉水消费市场状况分析
  - 8.2.1 矿泉水行业消费特点
  - 8.2.2 矿泉水行业消费结构分析
  - 8.2.3 矿泉水行业消费的市场变化
  - 8.2.4 矿泉水市场的消费方向
- 8.3 矿泉水行业产品的品牌市场调查
  - 8.3.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查
  - 8.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查
  - 8.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道
  - 8.3.4 矿泉水行业品牌忠诚度调查
  - 8.3.5 消费者的消费理念调研

## 第九章 中国矿泉水行业市场竞争格局分析

- 9.1 中国矿泉水行业竞争格局分析
  - 9.1.1 矿泉水行业区域分布格局
  - 9.1.2 矿泉水行业企业规模格局
  - 9.1.3 矿泉水行业企业性质格局
  - 9.1.4 矿泉水国际竞争格局分析
    - 1、国际矿泉水品牌格局
    - 2、国际矿泉水区域格局
    - 3、国际矿泉水市场集中度分析
    - 4、中国矿泉水市场国产品牌占比分析
- 9.2 中国矿泉水行业竞争五力分析
  - 9.2.1 矿泉水行业上游议价能力
  - 9.2.2 矿泉水行业下游议价能力
  - 9.2.3 矿泉水行业新进入者威胁
  - 9.2.4 矿泉水行业替代产品威胁
  - 9.2.5 矿泉水行业现有企业竞争
- 9.3 中国矿泉水行业竞争SWOT分析
  - 9.3.1 矿泉水行业优势分析（S）
  - 9.3.2 矿泉水行业劣势分析（W）
  - 9.3.3 矿泉水行业机会分析（O）
  - 9.3.4 矿泉水行业威胁分析（T）

## 9.4 中国矿泉水行业投资兼并重组整合分析

### 9.4.1 投资兼并重组现状

### 9.4.2 投资兼并重组案例

## 9.5 中国矿泉水行业竞争策略建议

## 第十章 中国矿泉水行业领先企业竞争力分析

### 10.1 西藏冰川矿泉水有限公司竞争力分析

#### 10.1.1 企业发展基本情况

#### 10.1.2 企业主要产品分析

#### 10.1.3 企业竞争优势分析

#### 10.1.4 企业经营状况分析

#### 10.1.5 企业最新发展动态

#### 10.1.6 企业发展战略分析

### 10.2 昆仑山矿泉水有限公司竞争力分析

#### 10.2.1 企业发展基本情况

#### 10.2.2 企业主要产品分析

#### 10.2.3 企业竞争优势分析

#### 10.2.4 企业经营状况分析

#### 10.2.5 企业最新发展动态

#### 10.2.6 企业发展战略分析

### 10.3 恒大农牧集团有限公司竞争力分析

#### 10.3.1 企业发展基本情况

#### 10.3.2 企业主要产品分析

#### 10.3.3 企业竞争优势分析

#### 10.3.4 企业经营状况分析

#### 10.3.5 企业最新发展动态

#### 10.3.6 企业发展战略分析

### 10.4 达能(中国)食品饮料有限公司竞争力分析

#### 10.4.1 企业发展基本情况

#### 10.4.2 企业主要产品分析

#### 10.4.3 企业竞争优势分析

#### 10.4.4 企业经营状况分析

#### 10.4.5 企业最新发展动态

#### 10.4.6 企业发展战略分析

### 10.5 深圳市景田食品饮料有限公司竞争力分析

- 10.5.1 企业发展基本情况
- 10.5.2 企业主要产品分析
- 10.5.3 企业竞争优势分析
- 10.5.4 企业经营状况分析
- 10.5.5 企业最新发展动态
- 10.5.6 企业发展战略分析
- 10.6 华润怡宝饮料(中国)有限公司竞争力分析
  - 10.6.1 企业发展基本情况
  - 10.6.2 企业主要产品分析
  - 10.6.3 企业竞争优势分析
  - 10.6.4 企业经营状况分析
  - 10.6.5 企业最新发展动态
  - 10.6.6 企业发展战略分析
- 10.7 康师傅控股有限公司竞争力分析
  - 10.7.1 企业发展基本情况
  - 10.7.2 企业主要产品分析
  - 10.7.3 企业竞争优势分析
  - 10.7.4 企业经营状况分析
  - 10.7.5 企业最新发展动态
  - 10.7.6 企业发展战略分析
- 10.8 农夫山泉股份有限公司竞争力分析
  - 10.8.1 企业发展基本情况
  - 10.8.2 企业主要产品分析
  - 10.8.3 企业竞争优势分析
  - 10.8.4 企业经营状况分析
  - 10.8.5 企业最新发展动态
  - 10.8.6 企业发展战略分析
- 10.9 杭州娃哈哈集团有限公司竞争力分析
  - 10.9.1 企业发展基本情况
  - 10.9.2 企业主要产品分析
  - 10.9.3 企业竞争优势分析
  - 10.9.4 企业经营状况分析
  - 10.9.5 企业最新发展动态
  - 10.9.6 企业发展战略分析
- 10.10 统一企业中国控股有限公司竞争力分析

- 10.10.1 企业发展基本情况
- 10.10.2 企业主要产品分析
- 10.10.3 企业竞争优势分析
- 10.10.4 企业经营状况分析
- 10.10.5 企业最新发展动态
- 10.10.6 企业发展战略分析

## 第十一章 2017-2023年中国矿泉水行业发展趋势与投资机会研究

- 11.1 2017-2023年中国矿泉水行业市场发展潜力分析
  - 11.1.1 中国矿泉水行业市场空间分析
  - 11.1.2 中国矿泉水行业竞争格局变化
  - 11.1.3 中国矿泉水行业互联网+前景
- 11.2 2017-2023年中国矿泉水行业发展趋势分析
  - 11.2.1 中国矿泉水行业品牌格局趋势
  - 11.2.2 中国矿泉水行业渠道分布趋势
  - 11.2.3 中国矿泉水行业市场趋势分析
- 11.3 2017-2023年中国矿泉水行业投资机会与建议
  - 11.3.1 中国矿泉水行业投资前景展望
  - 11.3.2 中国矿泉水行业投资机会分析
  - 11.3.3 中国矿泉水行业投资建议

## 第十二章 2017-2023年中国矿泉水行业投资分析与风险规避

- 12.1 中国矿泉水行业关键成功要素分析
- 12.2 中国矿泉水行业投资壁垒分析
- 12.3 中国矿泉水行业投资风险与规避
  - 12.3.1 宏观经济风险与规避
  - 12.3.2 行业政策风险与规避
  - 12.3.3 上游市场风险与规避
  - 12.3.4 市场竞争风险与规避
  - 12.3.5 技术风险分析与规避
  - 12.3.6 下游需求风险与规避
- 12.4 中国矿泉水行业融资渠道与策略
  - 12.4.1 矿泉水行业融资渠道分析
  - 12.4.2 矿泉水行业融资策略分析

## 第十三章 2017-2023年中国矿泉水行业盈利模式与投资战略规划分析

### 13.1 国外矿泉水行业投资现状及经营模式分析

#### 13.1.1 境外矿泉水行业成长情况调查

#### 13.1.2 经营模式借鉴

#### 13.1.3 国外投资新趋势动向

### 13.2 中国矿泉水行业商业模式探讨

#### 13.2.1 行业主要商业模式分析

#### 13.2.2 矿泉水行业商业模式创新分析

### 13.3 中国矿泉水行业投资发展战略规划

#### 13.3.1 战略优势分析

#### 13.3.2 战略机遇分析

#### 13.3.3 战略规划目标

#### 13.3.4 战略措施分析

### 13.4 最优投资路径设计

#### 13.4.1 投资对象

#### 13.4.2 投资模式

#### 13.4.3 预期财务状况分析

#### 13.4.4 风险资本退出方式

## 第十四章 研究结论及建议 (ZY ZM)

### 14.1 研究结论

### 14.2 建议

#### 14.2.1 行业发展策略建议

#### 14.2.2 行业投资方向建议

#### 14.2.3 行业投资方式建议

### 图表目录：

图表：矿泉水行业特点

图表：矿泉水行业生命周期

图表：矿泉水行业产业链分析

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数量及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

- 图表：中国奶制品工业产值分析
- 图表：中国矿泉水品牌排行榜
- 图表：中国矿泉水行业外资品牌市场占有率分析
- 图表：中国矿泉水产品市场渗透率分析
- 图表：中国矿泉水国产品牌市场占有率分析
- 图表：高端矿泉水品牌排行榜
- 图表：国际矿泉水区域市场分布情况
- 图表：2014-2016年中国矿泉水行业进口规模分析
- 图表：2014-2016年中国矿泉水行业出口规模分析
- 图表：中国矿泉水各个渠道销售占比分析
- 图表：中国矿泉水行业互联网渠道占比分析
- 图表：2014-2016年矿泉水行业市场规模分析
- 图表：2017-2023年矿泉水行业市场规模预测
- 图表：2014-2016年中国矿泉水行业供给规模分析
- 图表：2017-2023年中国矿泉水行业供给规模预测
- 图表：2014-2016年中国矿泉水行业需求规模分析
- 图表：2017-2023年中国矿泉水行业需求规模预测
- 图表：2014-2016年中国矿泉水行业企业数量情况
- 图表：2014-2016年中国矿泉水行业企业竞争结构
- 图表：中国矿泉水行业盈利能力分析
- 图表：中国矿泉水行业运营能力分析
- 图表：中国矿泉水行业偿债能力分析
- 图表：中国矿泉水行业发展能力分析
- 图表：中国矿泉水行业经营效益分析
- 图表：2014-2016年矿泉水行业重要数据指标比较
- 图表：2014-2016年中国矿泉水行业竞争力分析
- 图表：2017-2023年中国矿泉水行业产能预测
- 图表：2017-2023年中国矿泉水行业消费量预测
- 图表：2017-2023年中国矿泉水市场价格走势预测
- 图表：2017-2023年中国矿泉水行业发展趋势预测
- 图表：建议
- 图表：区域发展战略规划

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201708/552771.html>