2013-2018年中国矿泉水产业研究与投资前景分析报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2013-2018年中国矿泉水产业研究与投资前景分析报告》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/201307/214535.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

水和空气、阳光一样，是人类生存的基础。水对于人类生命尤其重要，这是因为水是人体的重要组成部分，人体内水占70%左右。近年来，随着生活水平的提高和水环境污染的加重，健康越来越引起人们的重视，在城镇自来水系统的水处理尚不能达到发达国家那样，从管道直接饮用的情况下，一些经济条件相对较好的家庭开始选择桶装矿泉水作为饮用水，矿泉水占的市场份额加大。

我国是人均矿泉水消费量是世界上较低的国家之一，城镇居民人均消费量还不到10升。所以，我国矿泉水的消费市场潜力是很大的。随着环境污染的加剧，消费者对“健康”的重视程度与日俱增，健康、高品质成为主要的追求，高端矿泉水正是以其纯净、无糖、低热和有益元素含量丰富成为人们首选饮品之一，符合人们追求纯净、有益健康的饮水要求，高端矿泉水是水中珍品，是适合长期饮用的天然健康水，更是天然的保健饮品。随着人们生活水平的日益提高，对饮用水的要求也越来越高。

2012年我国矿泉水行业产量1620万吨，进口约0.5万吨，出口约12.5万吨，国内消费量约1608万吨。近几年我国矿泉水行业消费情况如下图所示：

2008-2012年我国矿泉水行业市场需求统计

数据来源：中国饮料工业协会

矿泉水以其自身品质的优越性，必然会在饮品行业中占据重要地位。矿泉水的饮用具有几千年的历史，瓶装矿泉水的生产也有上百年的历程。从九十年代中期，纯净水、蒸馏水开始作为饮用水进入市场，在一段时期，占据了市场很大一部分份额。随着人们对饮水科学认识的不断提高，矿泉水被越来越多的消费者所认可。随着时间的推移，过去生产纯净水、蒸馏水等生产厂家已开始生产矿泉水，扩大了矿泉水的市场份额。生产矿泉水符合人们追求自然、有益健康的饮水要求。

中国产业信息告网发布的《2013-2018年中国矿泉水产业研究与投资前景分析报告》共十二章。首先介绍了中国矿泉水行业的概念，接着分析了中国矿泉水产业发展环境，然后对中国矿泉水产业运行情况进行了重点分析，最后分析了中国矿泉水产业面临的机遇及发展前景，提出了发展动矿泉水产业面临的风险及建议。您若想对矿泉水产业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。

目 录

第一章 2012-2013年世界矿泉水行业市场运行形势分析 1

第一节 2013年全球矿泉水行业发展概况 1

第二节 世界矿泉水行业发展走势 2
一、 全球矿泉水行业市场分布情况 2
二、全球矿泉水行业发展趋势分析 3
第三节 全球矿泉水行业重点国家和区域分析 4
一、北美 4
二、亚洲 4
三、欧盟 5
第二章 2012-2013年中国矿泉水产业发展环境分析 9
第一节 2013年中国宏观经济环境分析 9
一、GDP历史变动轨迹分析 9
二、固定资产投资历史变动轨迹分析 16
三、2013年中国经济发展预测分析 19
第二节 矿泉水行业主管部门、行业监管体 20
第三节 中国矿泉水行业主要法律法规及政策 21
第四节 2013年中国矿泉水产业社会环境发展分析 26
一、人口环境分析 26
二、教育环境分析 28
三、文化环境分析 28
四、生态环境分析 29
五、消费观念分析 30
第三章 2012-2013年中国矿泉水产业发展现状 35
第一节 矿泉水行业的有关概况 35
一、矿泉水的定义 35
二、矿泉水的特点 38
第二节 矿泉水的产业链情况 39
一、产业链模型介绍 39
二、矿泉水行业产业链分析 40
第三节 上下游行业对矿泉水行业的影响分析 48
第四章 2012-2013年中国矿泉水行业技术发展分析 50
第一节 中国矿泉水行业技术发展现状 50
第二节 矿泉水行业技术特点分析 51
第三节 矿泉水行业技术发展趋势分析 52
第五章 2012-2013年中国矿泉水产业运行情况 54
第一节 中国矿泉水行业发展状况 54
一、2008-2012年矿泉水行业市场供给分析 54

二、2008-2012年矿泉水行业市场需求分析 55
三、2008-2012年矿泉水行业市场规模分析 55
第二节 中国矿泉水行业集中度分析 56
一、行业市场区域分布情况 56
二、行业市场集中度情况 56
三、行业企业集中度分析 57
第六章 2012-2013年中国矿泉水市场运行情况 59
第一节 行业最新动态分析 59
一、行业相关动态概述 59
二、行业发展热点聚焦 62
第二节 行业品牌现状分析 67
第三节 行业产品市场价格情况 69
第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁 71
第七章 2010-2012年中国矿泉水所属行业主要数据监测分析 73
第一节 2010-2012年中国矿泉水所属行业总体数据分析 73
一、2010年中国矿泉水所属行业全部企业数据分析 73
二、2011年中国矿泉水所属行业全部企业数据分析 75
三、2012年中国矿泉水所属行业全部企业数据分析 76
第二节 2010-2012年中国矿泉水所属行业不同规模企业数据分析 78
一、2010年中国矿泉水所属行业不同规模企业数据分析 78
二、2011年中国矿泉水所属行业不同规模企业数据分析 79
三、2012年中国矿泉水所属行业不同规模企业数据分析 79
第三节 2010-2012年中国矿泉水所属行业不同所有制企业数据分析 79
一、2010年中国矿泉水所属行业不同所有制企业数据分析 79
二、2011年中国矿泉水所属行业不同所有制企业数据分析 80
三、2012年中国矿泉水所属行业不同所有制企业数据分析 80
第八章 2012-2013年中国矿泉水行业竞争情况 82
第一节 行业经济指标分析 82
一、赢利性 82
二、附加值的提升空间 82
三、进入壁垒／退出机制 82
四、行业周期 83
第二节 行业竞争结构分析 84
一、现有企业间竞争 84
二、潜在进入者分析 84

三、替代品威胁分析 84
四、供应商议价能力 85
五、客户议价能力 85
第三节 行业国际竞争力比较 85
第九章 2012-2013年矿泉水品牌行业重点生产企业分析 87
第一节 天津顶津食品有限公司 87
一、企业简介 87
二、企业经营数据 87
三、企业产品分析 88
第二节 福建紫山集团股份有限公司 88
一、企业简介 88
二、企业经营数据 89
三、企业产品分析 91
第三节 西藏冰川矿泉水有限公司 91
一、企业简介 91
二、企业经营数据 92
三、企业产品分析 94
第四节 深圳达能益力泉饮品有限公司 94
一、企业简介 94
二、企业经营数据 95
三、企业产品分析 96
第五节 燕京啤酒(包头雪鹿)股份公司 97
一、企业简介 97
二、企业经营数据 97
三、企业产品分析 102
第十章 2013-2017年矿泉水行业发展预测分析 103
第一节 2013-2017年中国矿泉水行业未来发展预测分析 103
一、中国矿泉水行业发展方向及投资机会分析 103
二、2013-2017年中国矿泉水行业发展规模分析 105
三、2013-2017年中国矿泉水行业发展趋势分析 106
第二节 2013-2017年中国矿泉水行业供需预测 107
一、2013-2017年中国矿泉水行业供给预测 107
二、2013-2017年中国矿泉水行业需求预测 108
第三节 2013-2017年中国矿泉水行业价格走势分析 108
第十一章 2013-2017年中国矿泉水行业投资风险预警 110

第一节 中国矿泉水行业存在问题分析 110
第二节 中国矿泉水行业政策投资风险 112
一、政策和体制风险 112
二、技术发展风险 112
三、市场竞争风险 113
四、原材料压力风险 114
五、经营管理风险 114
第十二章 2013-2017年中国矿泉水行业发展策略及投资建议 115
第一节 矿泉水行业发展策略分析 115
一、坚持产品创新的领先战略 115
二、坚持品牌建设的引导战略 115
三、坚持工艺技术创新的支持战略 115
四、坚持市场营销创新的决胜战略 116
五、坚持企业管理创新的保证战略 116
第二节 矿泉水行业市场的重点客户战略实施 116
一、实施重点客户战略的必要性 116
二、合理确立重点客户 117
三、对重点客户的营销策略 117
四、强化重点客户的管理 118
五、实施重点客户战略要重点解决的问题 118
第三节 行业投资建议 119
一、重点投资区域建议 119
二、重点投资产品建议 120

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201307/214535.html