

2020-2026年中国矿泉水市 场全景调查与投资战略研究报告

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

《2020-2026年中国矿泉水市场全景调查与投资战略研究报告》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/201911/145168.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

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 2016-2019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 矿泉水生产技术流程分析

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-地下矿水产业发展分析

3.2.1 地下矿水产业发展现状

3.2.2 地下矿水供给分析

- 3.2.3 地下矿水供给价格分析
- 3.2.4 地下矿水供给区域分布
- 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 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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 2020-2026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 2016-2019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 2016-2019年矿泉水行业发展现状

5.2.1 2016-2019年中国矿泉水行业发展热点

5.2.2 2016-2019年中国矿泉水行业发展现状

5.2.3 2016-2019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 2016-2019年中国矿泉水行业企业数量情况

6.1.2 2016-2019年中国矿泉水行业企业竞争结构

6.2 2016-2019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 2016-2019年中国矿泉水行业市场规模分析

6.3.2 2020-2026年中国矿泉水行业市场规模预测

6.4 2016-2019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、2016-2019年中国矿泉水行业供给规模分析
 - 2、2020-2026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、2016-2019年中国矿泉水行业需求规模分析
 - 2、2020-2026年中国矿泉水行业需求规模预测
- 6.6 2016-2019年中国矿泉水行业产品价格分析
 - 6.6.1 2016-2019年中国矿泉水行业产品价格回顾
 - 6.6.2 2016-2019年中国矿泉水产品当前市场价格统计分析
 - 6.6.3 2016-2019年中国矿泉水产品价格影响因素分析
 - 6.6.4 2020-2026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 2020-2026年中国矿泉水行业发展趋势与投资机会研究

11.1 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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

- 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：区域发展战略规划

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201911/145168.html>