

# 2014-2019年中国矿泉水市 场深度调研与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2014-2019年中国矿泉水市场深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/yinliaoshuju1404/167198HW3U.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-04-03

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国矿泉水市场深度调研与投资前景研究报告》共十二章。介绍了矿泉水行业相关概述、中国矿泉水产业运行环境、分析了中国矿泉水行业的现状、中国矿泉水行业竞争格局、对中国矿泉水行业做了重点企业经营状况分析及中国矿泉水产业发展前景与投资预测。您若想对矿泉水产业有个系统的了解或者想投资矿泉水行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

我国矿泉水产业的发展形势受地域限制明显，即由沿海地区向内地、由南方向北方发展的趋势。自上世纪80年代中期矿泉水产业开始兴起至上世纪末，形成粤闽地区、上海经济区以及京津地区等三大片矿泉水产业热点地区。新世纪开始以后，吉林长白山（娃哈哈、农夫山泉、康师傅、吴太集团、北京大地远通集团、吉林泉阳泉及韩国星岛、纳皮亚NAPIA等）、四川（蓝剑公司等）、云南（天外天公司、大山公司等）等地的矿泉水产业迅速崛起，目前基本形成了珠三角、长三角、京津、川滇、吉林等五大矿泉水产业基地格局。这些地区的产销规模、设备工艺、物流水平和生产管理等方面处于国内业界前列，展示出我国矿泉水产业的整体水平已有明显提高。

## 目录

### 第一章 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地区分析 4

##### 一、北美 4

##### 二、亚洲 4

##### 三、欧盟 5

### 第二章 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、2014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 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 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 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、2009-2013年矿泉水行业市场供给分析 54

##### 二、2009-2013年矿泉水行业市场需求分析 55

##### 三、2009-2013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 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 2011-2013年中国矿泉水所属行业主要数据监测分析 73

### 第一节 2011-2013年中国矿泉水所属行业总体数据分析 73

- 一、2011年中国矿泉水所属行业全部企业数据分析 73
- 二、2012年中国矿泉水所属行业全部企业数据分析 75
- 三、2013年中国矿泉水所属行业全部企业数据分析 76

### 第二节 2011-2013年中国矿泉水所属行业不同规模企业数据分析 78

- 一、2011年中国矿泉水所属行业不同规模企业数据分析 78
- 二、2012年中国矿泉水所属行业不同规模企业数据分析 79
- 三、2013年中国矿泉水所属行业不同规模企业数据分析 79

### 第三节 2011-2013年中国矿泉水所属行业不同所有制企业数据分析 79

- 一、2011年中国矿泉水所属行业不同所有制企业数据分析 79
- 二、2012年中国矿泉水所属行业不同所有制企业数据分析 80
- 三、2013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 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 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 2014-2019年矿泉水行业发展预测分析 103

### 第一节 2014-2019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、2014-2019年中国矿泉水行业发展规模分析 105
- 三、2014-2019年中国矿泉水行业发展趋势分析 106
- 第二节 2014-2019年中国矿泉水行业供需预测 107
  - 一、2014-2019年中国矿泉水行业供给预测 107
  - 二、2014-2019年中国矿泉水行业需求预测 108
- 第三节 2014-2019年中国矿泉水行业价格走势分析 108

## 第十一章 2014-2019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 2014-2019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 矿泉水行业市场的关键客户战略实施 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 博思数据投资建议 119
  - 一、重点投资区域建议 119
  - 二、重点投资产品建议 120

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yinliaoshuju1404/167198HW3U.html>