



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2016年中国高端矿泉水市场深度分析与投资前景预测报告

# 一、调研说明

《2013-2016年中国高端矿泉水市场深度分析与投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/237562.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

### 第一章 矿泉水产业相关概述 9

#### 第一节 矿泉水基础阐述 9

##### 一、矿泉水的类型 9

##### 二、矿泉水的特点 10

##### 三、矿物质水和矿泉水的区别 11

##### 四、矿泉水适应的人群及适应症 12

#### 第二节 矿泉水资源开发 12

##### 一、中国矿泉水资源开发利用状况及对策分析 12

##### 二、透视北京饮用天然矿泉水资源开发利用状况及发展 17

##### 三、长白山天然矿泉水资源保护及开采战略剖析 20

##### 四、广州矿泉水开采存在的主要问题 28

### 第二章 2011-2012年中国高端矿泉水行业发展环境分析 29

#### 第一节 2011-2012年中国宏观经济环境分析 29

##### 一、中国GDP分析 29

##### 二、工业发展形势分析 29

##### 三、全国固定资产投资分析 30

##### 四、居民消费水平分析 33

#### 第二节 2011-2012年中国高端矿泉水产业政策环境分析 37

##### 一、国外饮用水水质标准状况分析 37

##### 二、中国对矿泉水行业的政策及监管 40

##### 三、严谨的行业法规及标准 40

#### 第三节 2011-2012年中国高端矿泉水社会环境分析 40

##### 一、人均消耗量低，待开发的潜在需求庞大 40

##### 二、中国的城市人口及城市可支配收入增加 41

##### 三、健康意识不断提高 43

##### 四、消费行为的改变 43

##### 五、矿泉水高端化已成为一种趋势 44

### 第三章 2011-2012年中国矿泉水产业运行形势分析 45

#### 第一节 2011-2012年中国矿泉水产业发展综述 45

##### 一、矿泉水市场产品发展特点 45

##### 二、中国矿泉水产业飞速发展 47

##### 三、一线品牌资本运营分析 48

#### 第二节 2011-2012年中国高端矿泉水产业运行概况 50

##### 一、中国国际高端品牌饮用水推广交易会聚焦 50

##### 二、国产高档水品牌迈入消费新纪元 50

##### 三、2009-2012年西藏5100中铁供水策略与份额分析 51

##### 四、2012年西藏5100主要营销策略（针对高尔夫运动）回顾 52

#### 第三节 2011-2012年中国矿泉水企业优势分析 53

#### 第四节 2007-2012年中国主要高端矿泉水出货量统计及市场份额分析 54

##### 一、总体出货量统计表 54

##### 二、5100西藏 54

##### 三、依云阿尔卑斯山天然矿泉水 55

##### 四、Perrier 56

##### 五、世罕泉 57

##### 六、富维克(Volvic) 58

##### 七、帕米尔天泉 59

##### 八、圣培露 60

##### 九、崂山矿泉水1905 61

##### 十、巴马长绿山神仙泉水 62

##### 十一、SPA 63

#### 第五节 中国高端矿泉水市场竞争战略分析 64

##### 一、品牌战 64

##### 二、价格战 64

##### 三、圈地（水源）战 65

### 第四章 2011-2012年中国高端水市场发展现状及消费者调查研究 66

#### 第一节 中国高端水市场现状分析 66

##### 一、高端水的划分层次 66

##### 二、目前主要高端水品牌分析 66

三、主要品牌价格对比 67

四、国内品牌进入状况 67

第二节 2012年中国高端水消费者调查结果 68

一、市场渗透率分析 68

二、消费者属性分析（包括年龄、性别、月收入、职业等） 69

三、消费目的（心理）分析 71

四、消费者选择品牌影响因素分析 72

五、高端水品牌渗透率情况 72

六、消费者获取品牌途径分析 73

七、消费者购买场合统计 73

八、消费者对不同种类型高端水认可情况 74

第三节 高端水市场存在的问题分析 75

一、“依云”品牌8次卷入质量风波 75

二、高端水包装设计被抄袭 76

三、行业标准的缺失 76

四、高端水的安全性问题 77

五、依云带来“高端水”市场的启示与反思 77

第五章 2011-2012年中国高端矿泉水市场运行走势分析 80

第一节 2011-2012年中国高端矿泉水市场深度剖析 80

一、中国高端矿泉水市场规模及增长幅度 80

二、高端矿泉水在水市场中的份额不断提升 80

三、消费需求的拉动国内矿泉水市场迎来高端时代 81

第二节 2011-2012年中国高端矿泉水品牌企业运行分析 82

一、跨国企业巨头加大了进军中国高端水市场的推广力度 82

二、国内矿泉水厂商也逐渐加大针对高端市场的产品建设和市场建设投入 84

第六章 2011-2012年国内外高端矿泉水品牌分析 86

第一节 依云矿泉水 86

一、依云天然矿泉水介绍 86

二、2012年达能集团经营状况 86

三、依云品牌战略成功因素分析 86

#### 四、依云推出特别版纪念瓶 88

#### 第二节 西藏冰川5100 92

- 一、西藏冰川5100矿泉水介绍 92
- 二、西藏冰川5100矿泉水产品特点 92
- 三、西藏冰川5100矿泉水产能情况 93
- 四、西藏冰川5100销量及市场份额 93
- 五、西藏冰川5100创新全物流体系 94
- 六、5100创新水卡策略分析 94
- 七、西藏冰川5100矿泉水市场推广策略 96

#### 第三节 昆仑山矿泉水 97

- 一、昆仑山天然雪山矿泉水介绍 97
- 二、昆仑山天然矿泉水产品特点 98
- 三、昆仑山矿泉水产能情况分析 98
- 四、2013年4月昆仑山获殊荣 99
- 五、昆仑山矿泉水竞争优势分析 99

### 第七章 2011-2012年中国矿泉水重点企业经营状况分析 102

#### 第一节 西藏冰川矿泉水有限公司 102

- 一、企业概况 102
- 二、企业主要经济指标分析 102

#### 第二节 山东百脉矿泉水有限责任公司 104

- 一、企业概况 104
- 二、企业主要经济指标分析 104
- 三、企业盈利能力分析 104
- 四、企业偿债能力分析 105
- 五、企业产值状况分析 105
- 六、企业成本费用构成分析 105

#### 第三节 海口椰树矿泉水有限公司 106

- 一、企业概况 106
- 二、企业主要经济指标分析 106
- 三、企业盈利能力分析 106
- 四、企业偿债能力分析 107

五、企业产值状况分析	107
六、企业成本费用构成分析	107
第四节 青岛崂山矿泉水有限公司	107
一、企业概况	107
二、企业主要经济指标分析	108
三、企业盈利能力分析	108
四、企业偿债能力分析	108
五、企业产值状况分析	109
六、企业成本费用构成分析	109
第五节 山东文登黑豹矿泉水有限公司	109
一、企业概况	109
二、企业主要经济指标分析	110
三、企业盈利能力分析	110
四、企业偿债能力分析	110
五、企业产值状况分析	111
六、企业成本费用构成分析	111
第六节 莱阳鲁花矿泉水有限公司	111
一、企业概况	111
二、企业主要经济指标分析	112
三、企业盈利能力分析	112
四、企业偿债能力分析	112
五、企业产值状况分析	113
六、企业成本费用构成分析	113
第七节 深圳达能益力泉饮品有限公司	113
一、企业概况	113
二、企业主要经济指标分析	114
三、企业盈利能力分析	114
四、企业偿债能力分析	114
五、企业产值状况分析	115
六、企业成本费用构成分析	115

第八章 2013-2016年中国高端矿泉水市场前景分析	116
-----------------------------	-----

## 第一节 2013-2016年中国矿泉水市场前景分析 116

### 一、中国天然矿泉水市场前景广阔 116

### 二、矿泉水将成饮用水市场主导产品 116

### 三、我国矿泉水的消费市场潜力分析 117

## 第二节 2013-2016年中国高端矿泉水发展方向 117

## 第三节 2013-2016年中国高端矿泉水市场预测分析 118

### 一、2013-2016年中国矿泉水销售规模预测 118

### 二、2013-2016年高端矿泉水市场规模预测 119

### 三、2013-2016年中国高端水消费量预测 120

## 第九章 2012-2016年中国高端矿泉水投资前景分析 122

## 第一节 2012-2016年中国高端矿泉水投资潜力分析 122

### 一、高端矿泉水行业吸引力分析 122

### 二、高端矿泉水市场增长动力分析 122

### 三、高端矿泉水区域投资潜力分析 122

## 第二节 2012-2016年中国高端矿泉水投资风险分析 123

## 第三节 2012-2016年中国高端矿泉水投资策略分析 123

## 第四节 主要进入门槛分析 124

### 一、品牌建立 124

### 二、水源稀少 124

### 三、团购客户关系 125

### 四、建立经销网络 125

### 五、建立物流网络 125

## 第五节 WOKI国际咨询分析师汇总分析 125

### 一、发展战略分析 125

### 二、市场营销分析 126

### 三、市场营销策略分析 126

### 四、市场品牌推广策略分析 127

## 报告

## 图表目录

### 图表 1 北京市矿泉水资源类型及占有资源量 18

### 图表 2 2012年中国生产总值 29



图表 3 GDP环比增长速度	29
图表 4 规模以上工业增加值同比增长速度	30
图表 5 固定资产投资（不含农户）同比增速	31
图表 6 分地区投资相邻两个月累计同比增速	31
图表 7 固定资产投资到位资金同比增速	32
图表 8 全国居民消费价格涨跌幅	33
图表 9 9月份居民消费价格分类别同比涨跌幅	34
图表 10 9月份居民消费价格分类别环比涨跌幅	35
图表 11 2012年居民消费价格主要数据	36
图表 12 中国 10 省市人均 GDP达到中等发国家水平	41
图表 13 消费结构与居民出行方式同步升级	41
图表 14 2010 与2015中国各收入等级家庭数量构成表	42
图表 15 1998-2015年中国奢侈品市场规模以及占全球奢侈品市场的份额	42
图表 16 2011 年世界各国奢侈品消费总额对比图	43
图表 17 2007-2011年中国奢侈品消费总额和增长率情况	43
图表 18 2008-2012年西藏5100中铁销售份额变化趋势图	51
图表 19 2007-2012年中国主要高端水品牌出货量统计表	54
图表 20 2007-2012年5100西藏冰川矿泉水出货量统计表	54
图表 21 2007-2012年5100西藏冰川矿泉水市场份额变化趋势图	55
图表 22 2007-2012年依云在华出货量统计表	55
图表 23 2007-2012年依云在华市场份额变化趋势图	56
图表 24 2007-2012年Perrier矿泉水出货量统计表	56
图表 25 2007-2012年Perrier市场份额变化趋势图	57
图表 26 2007-2012年世罕泉出货量统计表	57
图表 27 2007-2012年世罕泉市场份额变化趋势图	58
图表 28 2007-2012年富维克(Volvic)出货量统计表	58
图表 29 2007-2012富维克(Volvic)市场份额变化趋势图	59
图表 30 2007-2012年帕米尔出货量统计表	59
图表 31 2007-2012年帕米尔市场份额变化趋势图	60
图表 32 2007-2012年圣培露在华出货量统计表	60
图表 33 2007-2012年圣培露市场份额变化趋势图	61
图表 34 2007-2012年崂山矿泉水1905出货量统计表	61

图表 35 2007-2012年崂山矿泉水1905市场份额变化趋势图	61
图表 36 2007-2012年巴马长绿山神仙泉水出货量统计表	62
图表 37 2007-2012年巴马长绿山神仙泉水市场份额变化趋势图	62
图表 38 2007-2012年SPA出货量统计表	63
图表 39 2007-2012年SPA市场份额变化趋势图	63
图表 40 主要高端矿泉水水源结构	65
图表 41 2010-2012年中国高端水市场渗透率情况	68
图表 42 2010-2012年中国高端水市场渗透率走势图	68
图表 43 2012年中国高端水消费者年龄结构	69
图表 44 2012年中国高端水消费者性别构成	69
图表 45 2012年中国高端水消费者月收入构成图	70
图表 46 2012年中国高端水消费者职业构成	70
图表 47 2012年中国中国高端水消费者选择动机	71
图表 48 2012年中国高端水消费者选择高端水品牌影响因素	72
图表 49 2012年中国高端水消费者品牌渗透率情况	72
图表 50 2012年中国高端水消费者获取品牌途径	73
图表 51 2012年中国高端水消费者购买场合情况	73
图表 52 2012年中国消费者对不同种类型高端水认可情况	74
图表 53 2006-2012年依云在华质量问题情况表	75
图表 54 2005-2012年中国高端矿泉水市场规模及增长趋势图	80
图表 55 2005-2012年中国高端矿泉水市场占瓶装水市场份额变化趋势图	80
图表 56 2008-2012年西藏冰川5100市场销量及渠道构成统计表	93
图表 57 西藏冰川矿泉水有限公司基本情况表	102
图表 58 2010-2012年西藏冰川矿泉水销售量增长趋势图	102
图表 59 2010-2012年西藏冰川矿泉水有限公司销售额走势	102
图表 60 2010-2012年西藏冰川矿泉水有限公司净利润总额走势	103
图表 61 2010-2012年西藏冰川矿泉水有限公司销售利润率走势	103
图表 62 山东百脉矿泉水有限责任公司基本情况表	104
图表 63 2010-2011年山东百脉矿泉水有限责任公司企业主要经济指标	104
图表 64 2010-2011年山东百脉矿泉水有限责任公司企业盈利指标	104
图表 65 2010-2011年山东百脉矿泉水有限责任公司企业盈利比率情况	104
图表 66 2010-2011年山东百脉矿泉水有限责任公司企业负债指标情况	105

图表 67 2010-2011年山东百脉矿泉水有限责任公司企业产值情况	105
图表 68 2010-2011年山东百脉矿泉水有限责任公司企业成本费用情况	105
图表 69 海口椰树矿泉水有限公司基本情况表	106
图表 70 2010-2011年海口椰树矿泉水有限公司企业主要经济指标	106
图表 71 2010-2011年海口椰树矿泉水有限公司企业盈利指标	106
图表 72 2010-2011年海口椰树矿泉水有限公司企业盈利比率情况	106
图表 73 2010-2011年海口椰树矿泉水有限公司企业负债指标情况	107
图表 74 2010-2011年海口椰树矿泉水有限公司企业产值情况	107
图表 75 2010-2011年海口椰树矿泉水有限公司企业成本费用情况	107
图表 76 青岛崂山矿泉水有限公司基本情况表	107
图表 77 2010-2011年青岛崂山矿泉水有限公司企业主要经济指标	108
图表 78 2010-2011年青岛崂山矿泉水有限公司企业盈利指标	108
图表 79 2010-2011年青岛崂山矿泉水有限公司企业盈利比率情况	108
图表 80 2010-2011年青岛崂山矿泉水有限公司企业负债指标情况	109
图表 81 2010-2011年青岛崂山矿泉水有限公司企业产值情况	109
图表 82 2010-2011年青岛崂山矿泉水有限公司企业成本费用情况	109
图表 83 山东文登黑豹矿泉水有限公司基本情况表	109
图表 84 2010-2011年山东文登黑豹矿泉水有限公司企业主要经济指标	110
图表 85 2010-2011年山东文登黑豹矿泉水有限公司企业盈利指标	110
图表 86 2010-2011年山东文登黑豹矿泉水有限公司企业盈利比率情况	110
图表 87 2010-2011年山东文登黑豹矿泉水有限公司企业负债指标情况	111
图表 88 2010-2011年山东文登黑豹矿泉水有限公司企业产值情况	111
图表 89 2010-2011年山东文登黑豹矿泉水有限公司企业成本费用情况	111
图表 90 莱阳鲁花矿泉水有限公司基本情况表	111
图表 91 2010-2011年莱阳鲁花矿泉水有限公司企业主要经济指标	112
图表 92 2010-2011年莱阳鲁花矿泉水有限公司企业盈利指标	112
图表 93 2010-2011年莱阳鲁花矿泉水有限公司企业盈利比率情况	112
图表 94 2010-2011年莱阳鲁花矿泉水有限公司企业负债指标情况	113
图表 95 2010-2011年莱阳鲁花矿泉水有限公司企业产值情况	113
图表 96 2010-2011年莱阳鲁花矿泉水有限公司企业成本费用情况	113
图表 97 深圳达能益力泉饮品有限公司基本情况表	113
图表 98 2010-2011年深圳达能益力泉饮品有限公司企业主要经济指标	114

图表 99 2010-2011年深圳达能益力泉饮品有限公司企业盈利指标 114  
图表 100 2010-2011年深圳达能益力泉饮品有限公司企业盈利比率情况 114  
图表 101 2010-2011年深圳达能益力泉饮品有限公司企业负债指标情况 115  
图表 102 2010-2011年深圳达能益力泉饮品有限公司企业产值情况 115  
图表 103 2010-2011年深圳达能益力泉饮品有限公司企业成本费用情况 115  
图表 104 2005-2016年中国瓶装矿泉水市场需求量增长趋势图 118  
图表 105 2005-2016年中国高端矿泉水市场规模走势及未来预测图 119  
图表 106 2005-2016年中国高端矿泉水销量及未来预测图 120  
图表 107 2008-2011年中国普通饮用矿泉水与高端饮用水毛利走势对比图 122

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/237562.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；  
各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；  
行业资深专家公开发表的观点；  
对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；  
中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>  
中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>  
中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>  
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>  
中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>  
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>  
世界贸易组织 <https://www.wto.org>  
联合国统计司 <http://unstats.un.org>  
联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。