2014-2019年中国苏打水市场监测与发展前景研究报告

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

《2014-2019年中国苏打水市场监测与发展前景研究报告》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.cction.com/report/201406/108367.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

苏打水是带有弱碱性的饮料，常添加甜味剂和香料的饮料，市面上亦存在无添加甜味剂苏打水，以下所述危害大多为人工甜味剂及香料摄入过多的危害。它是碳酸氢钠的水溶液，具有弱碱性，医学上外用可消毒杀菌，内服可综合人体内的酸碱平衡。碳酸氢钠就是我们说的小苏打，也叫面起子，分子式为NaHCO3。但是这里面不是直接加入面起子，市面上出售的苏打水大部分是在经过纯化的饮用水中压入二氧化碳，并添加甜味剂和香料的人工合成碳酸饮料。苏打水其实就是碳酸水，可口可乐就是碳酸饮料的代表。现在市面上的有些苏打水属于碳酸饮料，是在经过纯化的饮用水中压入二氧化碳，并添加甜味剂和香料的饮料。

天然苏打水除含有碳酸氢钠外，还含有多种微量元素成分，因此是上好的饮品。世界上只有法、俄、德等少数国家出产天然苏打水。天然苏打水富含硼、锌、硒、铬等离子矿物和微量元素，这些微量元素呈离子状态，更易被人体吸收；天然苏打水PH值呈弱碱性，对传输氧气，调节新陈代谢，排除酸性废物和预防疾病是非常必要的。随着注重健康、养生人群的越发增多，苏打水市场前景肯定会很好的，这也是为什么很多商家纷纷涉足苏打水领域。但就目前来说，苏打水市场太乱，行业没有统一的标准。未来，随着市场的优胜劣汰，经过两到三年的时间苏打水市场中一定会有一个品牌会像碳酸饮料中的可口可乐、凉茶行业的加多宝、茶饮市场的康师傅一样一枝独秀，引领着苏打水市场的发展，其他都将成为附属品牌。无论从矿物成分还是口感上，天然苏打水都要胜过人工苏打水数倍。天然苏打水具有天然、绿色的属性，其含有多种矿物质与微量元素，且其微量元素间的比例天然、均衡。

2012年我国苏打水行业资产总额达到46.85亿元，2013年达到55.46亿元。未来市场还有很多发展空间未来几年，我国苏打水市场仍将不断成长，市场需求量将不断上涨，发展空间非常大，行业活力系数仍将维持较高的水平。目前行业正处于导入期，有政策的支持，发展空间巨大，产品价格比较适中，行业利润较高，但竞争压力较大。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国家发改委、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国食品工业协会、中国饮料工业协会、中国酒业工业协会、、国内外相关报刊杂志的基础信息以及食品饮料行业专业研究单位等公布和提供的大量数据资料，对我国苏打水市场的供给与需求状况、部分重点地区的苏打水市场发展状况、苏打水消费态势等进行了分析。报告重点研究了我国苏打水的市场发展现状、中国苏打水产业的各项经营指标，以及中国苏打水企业的发展策略。报告还对国家苏打水的投资动向、发展趋势与产业政策进行了审慎的研判，是苏打水生产、经营企业、科研机构、投资公司等单位准确了解目前苏打水行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 苏打水行业整体概况
第一章 中国苏打水行业PEST模型分析
第一节 苏打水行业定义统计标准
一、苏打水行业概念及分类
二、苏打水行业产业链结构分析
三、苏打水行业发展周期分析
第二节 中国苏打水行业政策环境分析（P）
一、行业相关政策动向
二、行业生产安全标准
三、行业“十二五”发展规划
第三节 中国苏打水行业经济环境分析（E）
一、国际宏观经济及对苏打水行业影响
二、国内宏观经济及对苏打水行业影响
三、食品制造行业主要经济指标分析
四、苏打水行业在食品制造行业地位分析
第四节 中国苏打水行业社会环境分析（S）
一、我国人口因素及对苏打水行业影响
二、苏打水人均消费及发展影响
三、国内生活方式及对苏打水行业影响
第五节 中国苏打水行业技术环境分析（T）
一、生产技术
二、安全检测技术
第二章 全球苏打水行业市场发展状况分析
第一节 2013-2014年世界苏打水行业发展状况
一、世界苏打水行业生产情况
二、世界苏打水消费及趋势分析
三、世界苏打水行业发展趋势分析
第二节 美国苏打水行业现状分析
一、美国苏打水行业的市场现状
二、美国苏打水行业的市场特征
第三节 日本苏打水行业现状分析

一、日本苏打水行业的市场现状
二、日本苏打水行业的市场特征
第四节 欧洲苏打水行业市场状况
一、欧洲苏打水行业的市场现状
二、欧洲苏打水行业的市场特征
第五节 主要跨国苏打水公司在中国市场的投资布局
第二部分 苏打水市场深度分析
第三章 我国苏打水行业现状及市场发展分析
第一节 2013-2014年我国苏打水行业发展现状
一、苏打水行业市场规模
二、苏打水行业产品发展现状
三、苏打水行业消费市场现状
第二节 2013-2014年苏打水行业发展特点分析
一、市场格局特点
二、产品创新特点
三、营销服务特点
四、市场品牌特点
第三节 2013-2014年苏打水市场结构和价格走势分析
一、2013-2014年我国苏打水市场结构和价格走势概述
二、2013-2014年我国苏打水市场结构分析
三、2013-2014年我国苏打水市场价格走势分析
第四节 2013-2014年重点城市苏打水市场发展情况
第四章 中国苏打水行业财务指标与供需情况分析
第一节 中国苏打水行业经济运行主要特点
第二节 中国苏打水行业资产总额分析
第三节 中国苏打水行业经营费用分析
第四节 中国苏打水行业收入情况分析
第五节 中国苏打水行业利润情况分析
第五章 苏打水区域市场情况分析
第一节 华北地区
第二节 东北地区
第三节 华东地区

第四节 华南地区
第五节 中南地区
第六节 西南地区
第七节 西北地区
第六章 中国苏打水行业消费市场分析
第一节 中国苏打水消费者收入分析
一、中国人口、人民生活分析
二、2013-2014年消费者收入水平
三、2014年消费者信心指数分析
第二节 苏打水行业产品目标客户群体调查
一、不同收入水平消费者偏好调查
二、不同年龄的消费者偏好调查
三、不同地区的消费者偏好调查
第三节 苏打水市场消费需求分析
一、苏打水市场的消费需求变化
二、苏打水品牌市场消费需求趋势
第四节 苏打水消费市场状况分析
一、苏打水行业消费特点
二、苏打水消费者分析
三、苏打水消费结构分析
四、苏打水消费的市场变化
五、苏打水市场的消费方向
第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析
一、价格敏感程度
二、品牌的影响
三、购买方便的影响
四、广告的影响程度
五、包装的影响程度
第六节 苏打水行业产品的品牌市场调查
一、苏打水行业品牌忠诚度调查
二、苏打水行业品牌市场
第三部分 苏打水市场竞争格局

第七章 苏打水行业竞争格局与竞争策略分析
第一节 波特五力模型分析
一、现有企业间竞争
二、潜在进入者分析
三、替代品威胁分析
四、供应商议价能力
五、客户议价能力
第二节 行业集中度分析
一、市场集中度分析
二、区域集中度分析
第三节 2013-2014年苏打水行业竞争格局分析
一、2013-2014年国内外苏打水竞争分析
二、2013-2014年我国苏打水市场竞争分析
三、2013-2014年我国苏打水市场集中度分析
四、2013-2014年国内苏打水拟在建项目分析
第四节 苏打水市场竞争策略分析
一、2014年苏打水市场增长潜力分析
二、2014年苏打水主要潜力品种分析
三、现有苏打水产品竞争策略分析
四、典型企业品牌竞争策略分析
第五节 苏打水企业竞争策略分析
一、苏打水行业竞争格局的影响因素分析
二、2014-2019年我国苏打水市场竞争趋势
三、2014-2019年苏打水行业竞争策略分析
四、2014-2019年苏打水企业竞争策略分析
第八章 主要苏打水企业竞争分析
第一节 屈臣氏集团(香港)有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、企业核心产品
四、企业发展理念
第二节 黑龙江世一泉饮品有限公司

一、企业概况
二、竞争优势分析
三、企业核心产品
四、企业发展理念
第三节 法国达能集团有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、企业经营状况
四、企业发展战略
第四节 西藏5100水资源控股有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、企业经营状况
四、企业发展战略
第五节 杭州娃哈哈集团有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、企业经营状况
四、企业发展战略
第六节 河南鸿润饮品有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、企业经营策略
四、企业发展理念
第七节 河北承德露露股份有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、企业经营状况
四、2014-2019年发展战略
第八节 五大连池泉山矿泉水有限责任公司
一、企业概况
二、竞争优势分析

三、企业核心产品
四、企业发展理念
第九节 青岛崂山矿泉水有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、企业市场定位
四、企业发展战略
第十节 河南栗子园食品饮料有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、企业核心产品
四、企业发展理念
第四部分 苏打水行业发展前景
第九章 苏打水行业发展趋势与前景预测
第一节 我国苏打水行业前景与机遇分析
一、我国苏打水行业发展前景
二、我国苏打水发展机遇分析
第二节 2014-2019年中国苏打水市场趋势分析
一、2013-2014年苏打水市场趋势总结
二、2014-2019年苏打水市场发展空间
三、2014-2019年苏打水产业政策趋向
四、2014-2019年苏打水技术革新趋势
五、2014-2019年苏打水价格走势分析
六、2014-2019年国际环境对行业的影响
七、2014-2019年苏打水发展趋势分析
第三节 未来苏打水需求与消费预测
一、2014-2019年苏打水产品消费预测
二、2014-2019年苏打水市场规模预测
三、2014-2019年苏打水行业总产值预测
第四节 2014-2019年中国苏打水行业供需预测
一、2014-2019年中国苏打水供给预测
二、2014-2019年中国苏打水需求预测

三、2014-2019年中国苏打水供需平衡预测
四、2014-2019年中国苏打水产品价格趋势
五、2014-2019年主要苏打水产品进出口预测
第十章 苏打水行业投资现状与投资环境分析
第一节 2013-2014年苏打水行业投资情况分析
一、2013年总体投资及结构
二、2013年投资规模及增速
三、2013年分地区投资分析
四、2013年外商投资情况
第二节 经济发展环境分析
一、我国宏观经济形势分析
二、2014-2019年投资趋势及其影响预测
第三节 政策法规环境分析
第四节 技术发展环境分析
一、2014年苏打水技术发展分析
二、2014-2019年苏打水技术发展趋势分析
第五节 社会发展环境分析
一、人口环境分析
二、教育环境分析
三、文化环境分析
四、中国城镇化率
第十一章 苏打水行业投资机会与风险分析
第一节 行业活力系数比较及分析
一、2014年相关产业活力系数比较
二、2013-2014行业活力系数分析
第二节 行业投资收益率比较及分析
一、2014年相关产业投资收益率比较
二、2013-2014行业投资收益率分析
第三节 苏打水行业投资效益分析
一、2014-2019年苏打水行业投资效益分析
二、2014-2019年苏打水行业投资趋势预测
三、2014-2019年苏打水行业的投资方向

四、2014-2019年苏打水行业投资的建议
五、新进入者应注意的障碍因素分析
第四节 影响苏打水行业发展的主要因素（SWOT分析）
一、2014-2019年影响苏打水行业运行的有利因素分析
二、2014-2019年影响苏打水行业运行的不利因素分析
三、2014-2019年我国苏打水行业发展面临的挑战分析
四、2014-2019年我国苏打水行业发展面临的机遇分析
第五节 苏打水行业投资风险及控制策略分析
一、2014-2019年苏打水行业市场风险及控制策略
二、2014-2019年苏打水行业政策风险及控制策略
三、2014-2019年苏打水行业经营风险及控制策略
四、2014-2019年苏打水行业技术风险及控制策略
五、2014-2019年苏打水行业同业竞争风险及控制策略
六、2014-2019年苏打水行业其他风险及控制策略
第五部分 苏打水行业战略研究
第十二章 苏打水行业投资战略研究
第一节 苏打水行业发展战略研究
一、战略综合规划
二、技术开发战略
三、业务组合战略
四、区域战略规划
五、产业战略规划
六、营销品牌战略
七、竞争战略规划
第二节 对我国苏打水品牌的战略思考
一、企业品牌的重要性
二、苏打水实施品牌战略的意义
三、苏打水企业品牌的现状分析
四、我国苏打水企业的品牌战略
五、苏打水品牌战略管理的策略
第三节 苏打水经营策略分析
一、苏打水市场细分策略

二、苏打水市场创新策略
三、饮料品牌定位与品类规划
四、苏打水新产品差异化战略
第四节 投资战略研究
一、2014年苏打水行业投资战略
二、2014-2019年苏打水行业投资战略
图表目录
图表：2010-2013年我国苏打水行业市场消费量
图表：2010-2012年我国苏打水行业资产总额
图表：2010-2012年我国苏打水行业负债总额
图表：2010-2013年我国苏打水行业主营业务成本
图表：2010-2013年我国苏打水行业主营业务税金及附加
图表：2010-2013年我国苏打水行业管理费用
图表：2010-2013年我国苏打水行业营业费用
图表：2010-2013年我国苏打水行业利息支出
图表：2010-2013年我国苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年我国苏打水行业产成品存货
图表：2010-2013年我国苏打水行业利润总额
图表：2010-2013年北京地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年天津地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年河北地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年山西地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年内蒙古地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年北京地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年天津地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年河北地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年山西地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年内蒙古地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年辽宁地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年吉林地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年黑龙江地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年辽宁地区苏打水行业资产总额

图表：2010-2013年吉林地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年黑龙江地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年上海地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年江苏地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年浙江地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年安徽地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年福建地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年江西地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年山东地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年上海地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年江苏地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年浙江地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年安徽地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年福建地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年江西地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年山东地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年广东地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年广西地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年海南地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年广东地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年广西地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年海南地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年河南地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年湖北地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年湖南地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年河南地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年湖北地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年湖南地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年重庆地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年四川地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年贵州地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年云南地区苏打水行业主营业务收入

图表：2010-2013年西藏地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年重庆地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年云南地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年西藏地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年陕西地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年甘肃地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年青海地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年宁夏地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年新疆地区苏打水行业主营业务收入
图表：2010-2013年陕西地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年甘肃地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年青海地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年宁夏地区苏打水行业资产总额
图表：2010-2013年新疆地区苏打水行业资产总额
图表：2008-2013年中国居民消费价格指数
图表：2013年中国居民消费价格水平
图表：2010-2013年中国城镇居民人均总收入及增长
图表：2010-2013年中国城镇居民人均可支配收入及增长
图表：2013-2014年我国不同收入消费者中偏好苏打水的比例分析
图表：22013-2014年我国不同年龄消费者中偏好苏打水的比例分析
图表：2013-2014年我国不同地区消费者中偏好苏打水的比例分析
图表：2013-2014年我国不同收入消费者购买苏打水价格关注度
图表：2013-2014年我国不同收入消费者中购买苏打水品牌关注度分析
图表：2013-2014我国不同年龄消费者购买苏打水购买渠道倾向分析
图表：2013-2014窝工不同年龄消费者购买苏打水广告关注度分析
图表：2013-2014我国不同性别消费者购买苏打水购买包装倾向分析
图表：2013-2014我国不同年龄消费者对苏打水忠诚度分析
图表：2013-2014我国苏打水优秀品牌
图表：2013年西藏5100水资源控股有限公司资产负债表
图表：2013年西藏5100水资源控股有限公司综合损益表
图表：2013年西藏5100水资源控股有限公司现金流量表
图表：2013-2014年西藏5100水资源控股有限公司财务指标

图表：2013年河北承德露露股份有限公司按行业构成经营分析
图表：2013年河北承德露露股份有限公司按产品构成经营分析
图表：2013年河北承德露露股份有限公司按地区构成经营分析
图表：2013-2014年河北承德露露股份有限公司偿债能力分析
图表：2013-2014年河北承德露露股份有限公司资本结构分析
图表：2013-2014年河北承德露露股份有限公司经营效率分析
图表：2013-2014年河北承德露露股份有限公司获利能力分析
图表：2013-2014年河北承德露露股份有限公司发展能力分析
图表：2013-2014年河北承德露露股份有限公司现金流量分析
图表：2013-2014年河北承德露露股份有限公司投资收益分析
图表：2014-2019年中国苏打水市场规模预测
图表：2014-2019年中国苏打水总产值预测
图表：2014-2019年中国苏打水产量预测
图表：2014-2019年中国苏打水销量预测
图表：2010-2013年中国苏打水投资规模
图表：2012年中国苏打水区域投资结构
图表：2008-2013年中国GDP及增长率
图表：2008-2013年中国人均GDP及增长率
图表：2008-2013年中国进出口总额及增长
图表：历年中国大学毕业生数量
图表：2014-2019年苏打水平均利润率测算
图表：2014-2019年中国苏打水投资金额预测
图表：确定公司战略目标的步骤
图表：制定公司战略规划的步骤

详细请访问：http://www.cction.com/report/201406/108367.html