2020-2026年中国矿泉水市 场全景调查与投资前景评估报告

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前景评估报告》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/201911/145172.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"十二五"规划概述
- 第.一节矿泉水行业"十二五"总体规划
- 第二节矿泉水行业"十二五"规划解读
- 一、矿泉水相关标准及其影响分析
- 二、"十二五"规划的总体战略布局
- 第二章"十三五"规划前期重大课题研究分析
- 第.一节"十三五"宏观经济形势研究
- 一、"十三五"国际环境变化及对我国经济影响
- 二、"十三五"经济结构调整的方向和战略举措
- 三、"十三五"创新驱动战略与创新型国家建设
- 四、"十三五"完善金融市场体系和风险防范研究
- 第二节"十三五"产业发展形势研究
- 一、"十三五"工业结构升级与布局优化研究
- 二、"十三五"促进服务业发展重点机制研究
- 三、"十三五"战略性新兴产业发展战略研究
- 第三节"十三五"生态文明与环境研究
- 一、"十三五"生态文明建设及制度研究
- 二、"十三五"低碳经济绿色低碳发展研究
- 三、"十三五"大气污染治理战略研究
- 第四节"十三五"社会环境发展研究
- 一、"十三五"人口发展战略政策研究
- 二、"十三五"扩大消费需求增长研究
- 三、"十三五"健康保障发展问题研究
- 四、"十三五"公共服务和民生保障研究
- 第二部分行业运行分析
- 第三章矿泉水行业总体发展状况
- 第.一节矿泉水所属行业发展分析
- 第二节矿泉水所属行业规模情况分析

- 一、企业规模情况分析
- 二、资产规模状况分析
- 三、销售规模状况分析
- 四、利润规模状况分析

第三节矿泉水所属行业财务能力分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业运营能力分析
- 四、行业发展能力分析

第四章中国矿泉水市场规模分析

- 第.一节中国矿泉水市场规模分析
- 一、中国矿泉水零售市场规模分析
- 二、中国瓶装矿泉水零售市场结构
- 第二节中国矿泉水区域结构分析

第三节中国矿泉水区域市场规模分析

- 一、华北地区市场规模分析
- 二、东北地区市场规模分析
- 三、华东地区市场规模分析
- 四、华中地区市场规模分析
- 五、华南地区市场规模分析
- 六、西部地区市场规模分析

第五章矿泉水行业发展现状分析

第.一节矿泉水市场竞争特性分析

第二节矿泉水产业特征与行业重要性

第三节中国矿泉水行业市场发展分析

- 一、中国包装饮用水生产情况分析
- 二、中国瓶装水市场需求规模分析
- 三、中国瓶装水品牌渗透率分析
- 四、中国矿泉水资源开发利用状况
- 五、中国矿泉水行业市场现状分析

- 六、中国矿泉水知名品牌分析
- 七、中国矿泉水行业主要营销渠道分析
- 第四节中国主要地区矿泉水行业分析
- 一、吉林长白山天然矿泉水产业发展现状分析
- 二、黑龙江五大连池矿泉水发展现状分析
- 三、贵州矿泉水产业发展概况
- 四、拉萨市饮用天然矿泉水行业研究
- 五、溴酸盐限量新规为四川矿泉水发展提供良机
- 六、青海省矿泉水行业亟需加大开发力度
- 七、兰州矿泉水开发利用情况

第三部分行业竞争策略

第六章矿泉水行业竞争力优势分析

第.一节行业竞争地位分析

第二节行业整体竞争力评价

第三节行业品牌竞争格局

第七章矿泉水行业市场竞争策略分析

- 第.一节行业竞争结构分析
- 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、购买者议价能力
- 第二节中国矿泉水行业国际竞争力比较
- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、行业结构与竞争状态
- 五、政府的作用
- 第三节矿泉水企业竞争策略分析
- 一、影响矿泉水企业竞争力的不利因素

二、提高矿泉水企业核心竞争力的策略

第八章矿泉水行业重点企业竞争分析

- 第.一节统一企业(中国)投资有限公司
- 一、企业基本情况分析
- 二、企业产品情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业营销网络分析
- 第二节康师傅控股有限公司
- 一、企业基本情况分析
- 二、企业产品情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业竞争优势分析

第三节西藏5100水资源控股有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业产品情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业竞争优势分析

第四节恒大长白山矿泉水股份有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业产品情况分析
- 三、企业生产经营分析
- 四、企业营销网络分析

第五节昆仑山矿泉水有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业产品情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业竞争优势分析

第六节杭州娃哈哈集团有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业产品情况分析
- 三、企业竞争优势分析

第七节华润怡宝饮料(中国)有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业产品情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业竞争优势分析

第八节深圳达能益力泉饮品有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业产品情况分析
- 三、企业经营状况分析

第九节农夫山泉股份有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业产品情况分析
- 三、企业生产网络分布
- 四、企业竞争优势分析

第十节上海雀巢饮用水有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业产品情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业竞争优势分析

第十一节深圳景田实业有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业产品情况分析
- 三、企业竞争优势分析

第十二节乐百氏(广东)饮用水有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业产品情况分析
- 三、企业销售网络分析

第十三节青岛崂山矿泉水有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业产品情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售网络分析

第十四节上海申美饮料食品有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业产品情况分析
- 三、企业生产情况分析

第十五节广州屈臣氏食品饮料有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业产品情况分析
- 三、企业经营情况分析

第四部分投资前景预测

第九章矿泉水行业"十三五"投资与发展前景

- 第.一节矿泉水行业"十三五"投资机会分析
- 一、矿泉水区域投资机会分析
- 二、矿泉水细分产品投资机会

第二节"十三五"期间矿泉水行业发展预测分析

- 一、矿泉水行业现状发展分析
- 二、矿泉水生产设备发展方向
- 三、矿泉水生产技术发展分析

第三节未来矿泉水市场发展趋势

- 一、产业集中度趋势分析
- 二、行业发展趋势分析

第十章矿泉水行业发展中的热点问题探讨

第.一节发展绿色经济增强可持续发展能力

第二节发挥地区比较优势促进区域协调发展

第三节建立扩大消费需求的长效机制研究

第四节培育新型战略型产业,优化经济结构

第五节矿泉水行业自身热点问题研究

- 一、矿泉产业有待政策支持
- 二、高端矿泉水异军突起
- 三、行业产业链延伸问题
- 四、行业节能减排问题探讨

第十一章2020-2026年矿泉水行业发展趋势及投资风险分析84

- 第.一节矿泉水存在的问题
- 第二节2020-2026年矿泉水行业发展预测分析
- 一、2020-2026年矿泉水品质发展方向分析
- 二、2020-2026年矿泉水行业发展规模预测
- 三、2020-2026年矿泉水行业发展趋势预测

第三节"十三五"期间矿泉水行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、水质风险分析
- 三、产品替代风险
- 四、分销渠道风险

第十二章2020-2026年中国矿泉水行业投资策略分析

- 第.一节2020-2026年中国矿泉水行业投资机会分析
- 一、矿泉水行业投资特性分析
- 二、矿泉水行业投资机会分析
- 三、矿泉水区域投资潜力分析
- 第二节2020-2026年中国矿泉水行业投资收益分析

第三节2020-2026年中国矿泉水行业产品投资方向

第四节2020-2026年中国矿泉水所属行业投资收益预测

- 一、2020-2026年中国矿泉水所属行业销售收入预测
- 二、2020-2026年中国矿泉水所属行业利润总额预测
- 三、2020-2026年中国矿泉水所属行业盈利水平预测

第十三章中国矿泉水行业营销策略及建议

- 第.一节矿泉水行业营销策略分析及建议
- 一、矿泉水行业营销现状
- 二、矿泉水行业营销策略
- 第二节行业应对策略
- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略
- 第三节市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、重点客户战略管理

详细请访问:http://www.cction.com/report/201911/145172.html