

中国矿泉水市场竞争格局及营销策略分析报告2024-2030年

产品名称	中国矿泉水市场竞争格局及营销策略分析报告2024-2030年
公司名称	北京华商纵横信息咨询中心
价格	6000.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区亚运村四方大厦
联系电话	188-11718743 13621060192

产品详情

第1章：矿泉水行业发展背景1.1 矿泉水行业定义及分类1.1.1 行业定义1.1.2 行业分类1.2 矿泉水行业需求环境分析1.2.1 GDP增长情况1.2.2 全社会零售额增长情况1.2.3 城镇化进程1.2.4 居民收入支出水平1.3 矿泉水行业产业链发展概述1.3.1 矿泉水行业产业链简介（1）上游供应市场概述（2）行业下游应用分析1.3.2 矿泉水上游包装行业分析（1）塑料包装行业发展概况（2）玻璃包装行业分析第2章：全球矿泉水行业发展状况分析2.1 全球矿泉水行业发展状况分析2.1.1 全球矿泉水资源分布情况2.1.2 全球矿泉水行业市场规模2.1.3 全球矿泉水行业竞争情况2.1.4 全球矿泉水行业市场趋势及前景2.2 主要国家矿泉水行业发展分析2.2.1 美国矿泉水行业发展分析2.2.2 法国矿泉水行业发展分析2.2.3 德国矿泉水行业发展分析2.3 全球矿泉水重点企业及在华布局情况分析2.3.1 法国依云（1）扩充产能（2）市场占有率（3）强化布局2.3.2 法国巴黎水（1）扩充产能（2）市场占有率（3）强化布局2.3.3 意大利圣蓓露（1）市场占有率（2）强化布局2.3.4 挪威芙丝（1）扩充产能（2）强化布局2.3.5 加拿大爱士威尔（1）市场占有率2.3.6 FIJI Water斐泉（1）市场占有率（2）强化布局第3章：中国矿泉水行业发展状况分析3.1 中国矿泉水水源情况3.1.1 中国矿泉水水源分布（1）中国矿泉水水源总况（2）中国矿泉水水源特点3.1.2 中国主要矿泉水水源品牌（1）昆仑山雪山矿泉水水源地（2）“蓝剑-冰川时代”矿泉水水源（3）云南“石林天外天”矿泉水水源（4）西藏“5100冰川”矿泉水水源（5）辽宁辽阳弓长岭区“八宝琉璃井”矿泉水水源（6）湖北武汉“智慧泉”矿泉水水源（7）福建龙岩梅花山矿泉水水源3.2 中国矿泉水行业发展概况3.2.1 中国矿泉水行业发展概况3.2.2 中国矿泉水行业影响因素分析3.2.3 中国矿泉水行业市场规模3.3 中国矿泉水行业进口形势分析3.3.1 矿泉水行业进出口总体情况3.3.2 矿泉水行业进出口情况分析（1）矿泉水行业进口分析（2）矿泉水行业出口分析3.3.3 矿泉水行业进出口趋势及前景3.4 矿泉水行业市场竞争状况3.4.1 行业总体竞争情况分析3.4.2 行业五力竞争情况分析（1）行业现有竞争者分析（2）行业上游议价能力分析（3）行业下游议价能力分析（4）行业替代者威胁分析（5）行业潜在进入者威胁分析（6）行业竞争状况总结第4章：中国矿泉水行业细分产品分析4.1 矿泉水行业市场结构分析4.2 矿泉水行业按价格分类产品分析4.2.1 矿泉水按价格分类概述4.2.2 矿泉水按价格分类市场特征分析4.2.3 矿泉水按价格分类销售情况分析4.2.4 矿泉水按价格分类市场结构分析4.3 矿泉水行业按二氧化碳含量分类产品分析4.3.1 矿泉水按二氧化碳含量分类概述4.3.2 含气天然矿泉水产品分析4.3.3 充气天然矿泉水产品分析4.3.4

无气天然矿泉水产品分析4.4 矿泉水行业按特征组达国标分类产品分析4.4.1
矿泉水按特征组达标分类概述4.4.2 偏硅酸矿泉水产品分析4.4.3 锶型矿泉水产品分析4.4.4
碳酸矿泉水产品分析4.4.5 锌矿泉水产品分析4.4.6 含碘矿泉水产品分析4.4.7 含硒矿泉水产品分析4.5
矿泉水行业产品发展趋势分析4.5.1 淡味矿泉水4.5.2 适合配置婴儿营养品专用天然矿泉水4.5.3
含碘、锌、硒等特种成分矿泉水4.5.4 加气和加味矿泉水4.5.5 保健型矿泉水4.5.6
瓶装医疗矿泉水第5章：中国矿泉水消费行为及市场营销策略分析5.1
矿泉水行业消费者购买行为分析5.1.1 购买品牌分析5.1.2 购买影响因素分析5.1.3 购买包装分析5.1.4
购买场所分析5.2 矿泉水行业消费者群体分析5.2.1 消费群体特征分析5.2.2 消费群体区域分析5.2.3
消费群体年龄分析5.2.4 消费群体场景分析5.2.5 消费群体偏好分析5.3 矿泉水行业市场营销策略分析5.3.1
市场营销特性分析5.3.2 产品营销渠道分析5.3.3 主要品牌营销策略（1）依云（2）恒大冰泉（3）西藏5100
（4）景田百岁山第6章：中国矿泉水重点企业经营分析6.1 矿泉水企业总体发展状况分析6.2
重点矿泉水企业个案分析6.2.1 农夫山泉股份有限公司经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）企业经营
情况分析（3）企业业务及产品分析（4）企业营销渠道及网络分析（5）企业矿泉水产品及布局情况（
6）企业经营优劣势分析（7）企业新发展动态分析6.2.2 恒大农牧集团有限公司（1）企业发展简况分析（
2）企业经营情况分析（3）企业业务及产品分析（4）企业营销渠道及网络分析（5）企业矿泉水产品及
业务分析（6）企业经营优劣势分析（7）企业新发展动态分析6.2.3 深圳市景田食品饮料有限公司（1）企
业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业业务及产品分析（4）企业营销渠道及网络分析（5）
企业矿泉水产品及业务分析（6）企业经营优劣势分析6.2.4 吉林森林工业股份有限公司（1）企业发展简
况分析（2）企业经营情况分析（3）企业业务及产品分析（4）企业营销渠道及网络分析（5）企业矿泉
水产品及业务分析（6）企业经营优劣势分析（7）企业新发展动态分析6.2.5 华润怡宝饮料（中国）有
限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业业务及产品分析（4）企业营销渠道及网
络分析（5）企业矿泉水产品及业务分析（6）企业经营优劣势分析（7）企业新发展动态分析6.2.6 昆仑山
矿泉水有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业业务及产品分析（4）企业经
营优劣势分析（5）企业新发展动态分析6.2.7 山东普利思饮用水股份有限公司（1）企业发展简况分析（2
）企业经营情况分析（3）企业业务及产品分析（4）企业营销渠道及网络分析（5）企业矿泉水产品及业
务分析（6）企业经营优劣势分析（7）企业新发展动态分析6.2.8 鹤山市华山泉食品饮料有限公司（1）企
业发展简况分析（2）企业业务及产品分析（3）企业营销渠道及网络分析（4）企业经营优劣势分析（5
）企业新发展动态分析6.2.9 青岛崂山矿泉水有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业营收情况分析（3
）企业主要业务及产品分析（4）企业销售渠道及网络（5）企业经营状况优劣势分析（6）企业新发展动
态分析6.2.10 西藏冰川矿泉水有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业业务及
产品分析（4）企业营销渠道及网络分析（5）企业经营优劣势分析（6）企业新发展动态分析第7章：中
国矿泉水行业发展趋势及投资分析7.1 矿泉水行业发展趋势与前景预测7.1.1
矿泉水行业发展趋势分析（1）行业市场产品趋势分析（2）行业市场竞争趋势分析7.1.2
矿泉水行业发展前景预测7.2 矿泉水行业投资特性分析7.2.1 行业壁垒分析7.2.2 行业季节特征分析7.2.3
行业地域特征分析7.2.4 行业盈利性分析7.3 矿泉水行业投资现状及建议7.3.1 行业投资项目分析7.3.2
矿泉水行业投资机遇分析7.3.3 矿泉水行业投资风险警示7.3.4 矿泉水行业投资策略建议