

2023-2029年中国高端饮用 水行业发展趋势与未来发展趋势报告

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

《2023-2029年中国高端饮用水行业发展趋势与未来发展趋势报告》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/202309/407034.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

高端水全称为高端瓶装饮用水，中国民族卫生协会健康饮水专业委员会认可的高端水水质检验项目超过生活饮用水卫生标准中要求的106项。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国高端饮用水行业发展趋势与未来发展趋势报告》共十五章。首先介绍了中国高端饮用水行业市场发展环境、高端饮用水整体运行态势等，接着分析了中国高端饮用水行业市场运行的现状，然后介绍了高端饮用水市场竞争格局。随后，报告对高端饮用水做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国高端饮用水行业发展趋势与投资预测。您若想对高端饮用水产业有个系统的了解或者想投资中国高端饮用水行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 高端饮用水行业相关概述

第一节 饮用水概况

一、饮用水的定义

二、饮用水的分类

三、饮用水重要性

第二节 高端饮用水基本情况

一、高端饮用水界定

二、高端饮用水概况

三、高端饮用水水源地

四、高端饮用水的特点

五、高端饮用水发展历程

第三节 水质标准

一、制订的原则和方法

二、中国饮用水水质标准

三、农村生活饮用水水质分级要求

第二章 2017-2022年高端饮用水的行业市场概况分析

第一节 2017-2022年高端饮用水的市场总体概况

- 一、高端饮用水的市场特点分析
- 二、高端饮用水的市场消费情况
- 三、美国饮用水水质标准
- 四、高端饮用水行业发展趋势分析

第二节 2017-2022年部分国家高端饮用水的市场分析

- 一、美国
- 二、法国
- 三、德国

第三节 2023-2029年高端饮用水市场发展趋势分析

第四节 2017-2022年高端饮用水的部分企业发展现状分析

- 一、法国依云公司
- 二、法国达能集团
- 三、瑞士雀巢公司
- 四、略

第三章 2017-2022年中国高端饮用水行业市场发展环境分析

第一节 2017-2022年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 2017-2022年中国高端饮用水行业发展政策环境分析

- 一、国家饮用水标准
- 二、食品相关法律法规
- 三、饮用水的政策
- 四、《生活饮用水卫生标准》
- 五、《饮用天然高端饮用水》新国标10月实施

第三节 2017-2022年中国高端饮用水市场社会环境分析

第四节 2017-2022年中国高端饮用水市场消费环境分析

第四章 2017-2022年中国高端饮用水行业发展现状分析

第一节 2017-2022年中国高端饮用水行业发展现状分析

一、中国高端饮用水行业发展现状分析

二、高端饮用水行业发展空间巨大

三、高端饮用水利润是普通水7倍

四、国内企业纷纷推出高端饮用水品牌

五、中国高端饮用水行业发展方向分析

第二节 2017-2022年中国高端饮用水品牌运作分析

一、好听的名字 独特的包装

二、找准要进入的品类，清晰定位。

三、拉近与顾客距离，依据产品本身特点提炼卖点

四、制订品牌发展规划

五、选择合适的渠道，制定稳定的价格体系

第四节 2017-2022年中国高端饮用水发展情景分析

一、个人消费者会推动高端饮用水市场的发展

二、人均消耗量低 待开发的潜在需求量大

三、越来越多的饮用水安全问题促使民众健康意识的不断提高

四、中国城市人口支配收入增加 富人群体迅速扩大

五、消费行为的改变

第五节 2017-2022年中国高端饮用水产业发展面临的挑战及对策

一、中国高端饮用水产业发展的制约因素解析

二、中国与欧盟在高端饮用水质量保证方面的差距

三、中国高端饮用水产业发展的建议

第五章 2017-2022年中国高端饮用水所属行业市场运行分析

第一节 2017-2022年中国高端饮用水市场规模分析

一、2017-2022年中国高端饮用水行业市场规模及增速

二、中国高端饮用水市场前景广阔

三、2023-2029年中国高端饮用水行业市场规模及增速预测

第二节 2017-2022年中国高端饮用水市场特点分析

一、高端饮用水行业所处生命周期

二、技术变革与行业革新对高端饮用水行业的影响

三、2017-2022年中国高端饮用水差异化分析

第三节 2017-2022年中国高端饮用水行业投资运行动态分析

第六章 2017-2022年中国桶装水产业运行动态分析

第一节 2017-2022年中国桶装水行业分析

一、桶装水行业受管道直饮水冲击

二、桶装水企业加入电子监管网已显现积极效应

三、桶装水消费者分析

四、桶装水市场价差较大

五、农村成桶装水市场增长点

第二节 2017-2022年中国各地区桶装水市场状况分析

一、深圳关外桶装水市场分析

二、昆明桶装水市场日趋成熟

三、郑州桶装水市场状况分析及对策

四、北京桶装水市场状况分析

第三节 2017-2022年中国桶装水行业发展存在的问题及对策分析

一、桶装水工业发展亟需解决的缺点

二、桶装水企业发展存在的问题

三、桶装水生产企业发展的建议

四、乐百氏桶装水差异化竞争策略

第七章 2017-2022年中国瓶装水产业市场运行态势分析

第一节 中国瓶装水市场概况

一、瓶装水市场分类

二、东欧市场瓶装水需求大增

三、美国瓶装水市场分析

四、比利时瓶装水消费分析

第二节 中国瓶装水产业市场动态分析

一、中国瓶装水的商业史

二、中国瓶装水行业发展迈进新阶段

三、中国瓶装水市场竞争格局

第三节 中国瓶装饮用水营销分析

一、瓶装饮用水市场营销特性

二、瓶装饮用水销售的主要线路

三、瓶装水龙头企业营销策略比较

第八章 2017-2022年中国高端饮用水地区销售分析

第一节 2017-2022年中国高端饮用水区域销售市场结构变化

第二节 高端饮用水“东北地区”销售分析

一、2017-2022年东北地区销售规模

二、东北地区“品牌”销售分析

三、2017-2022年东北地区“品牌”销售规模分析

第三节 高端饮用水“华北地区”销售分析

一、2017-2022年华北地区销售规模

二、华北地区“品牌”销售分析

三、2017-2022年华北地区“品牌”销售规模分析

第四节 高端饮用水“中南地区”销售分析

一、2017-2022年中南地区销售规模

二、中南地区“品牌”销售分析

三、2017-2022年中南地区“品牌”销售规模分析

第五节 高端饮用水“华东地区”销售分析

一、2017-2022年华东地区销售规模

二、华东地区“品牌”销售分析

三、2017-2022年华东地区“品牌”销售规模分析

第九章 2017-2022年中国高端饮用水行业营销策略分析

第一节 2017-2022年中国高端饮用水行业营销策略分析

一、中国高端饮用水行业的主要营销策略

二、中国高端饮用水企业营销的关键点分析

三、中国高端饮用水行业网络营销战略分析

四、高端饮用水企业的淡旺季营销思路探索

第二节 2017-2022年中国高端饮用水品牌营销思路分析

- 一、中国高端饮用水品牌快速成长的策略探讨
- 三、高端饮用水品牌有效营销需建立创新营销模式
- 四、高端饮用水品牌有效营销要注重产品的性能
- 五、高端饮用水新品牌的市场培育路径分析
- 第三节 2017-2022年中国高端饮用水市场营销策略测评

第十章 2017-2022年中国高端饮用水品牌需求与消费者偏好调查

第一节 中国高端饮用水目标客户群体调查

- 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

第二节 高端饮用水品牌市场调查

- 一、消费者对高端饮用水品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对高端饮用水产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对高端饮用水品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、高端饮用水品牌忠诚度调查
- 六、高端饮用水品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第三节 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

第十一章 2017-2022年中国高端饮用水行业生产分析

第一节 2017-2022年中国高端饮用水生产总量分析

- 一、2017-2022年中国高端饮用水行业生产总量及增速
- 二、2017-2022年中国高端饮用水行业产能及增速
- 三、国内外经济形势对高端饮用水行业生产的影响
- 四、2023-2029年中国高端饮用水行业生产总量及增速预测

第二节 2017-2022年中国高端饮用水子行业生产分析

第三节 2017-2022年中国高端饮用水细分区域生产分析

第四节 2017-2022年中国高端饮用水行业供需平衡分析

一、高端饮用水行业供需平衡现状

二、国内外经济形势对高端饮用水行业供需平衡的影响

三、高端饮用水行业供需平衡趋势预测

第十二章 2017-2022年中国高端饮用水产业市场格局分析

第一节 2017-2022年中国高端饮用水资源开发分析

一、中国高端饮用水资源开发利用状况及对策分析

二、透视北京饮用天然高端饮用水资源开发利用状况及发展

三、长白山天然高端饮用水资源保护及开采战略剖析

四、广州高端饮用水开采存在的主要问题

第二节 2017-2022年中国主要地区高端饮用水行业分析

一、吉林长白山天然高端饮用水产业迅速崛起

二、黑龙江高端饮用水行业发展透析

三、贵州高端饮用水产业发展概况

四、水企巨头争抢深圳高端饮用水市场

五、拉萨市饮用天然高端饮用水行业研究

第三节 高端饮用水市场规模及竞争格局分析

一、市场规模将会越来越大

二、国外品牌占据国内高端饮用水市场主导地位 国内品牌也纷纷进入

三、国内高端饮用水市场上的主要品牌

第四节 2017-2022年中国高端饮用水行业集中度分析

一、高端饮用水市场集中度分析

二、高端饮用水生产企业的集中分布

第五节 2023-2029年中国高端饮用水行业竞争趋势分析

第十三章 中国高端饮用水重点部分企业发展现状分析

第一节 西藏5100水资源控股有限公司

第二节 农夫山泉股份有限公司

第三节 昆仑山矿泉水有限公司

第四节 帕米尔天泉有限公司

第五节 青岛崂山矿泉水有限公司

第六节 深圳市恒大饮品有限公司

第七节 华润怡宝饮料（中国）有限公司

第八节 杭州娃哈哈集团有限公司

第九节 广东日之泉集团有限公司

第十节 宁波格莱雪冰川水有限公司

第十四章 2023-2029年中国高端饮用水业发展前景预测分析

第一节 2023-2029年高端饮用水未来发展趋势预测分析

一、高端饮用水市场未来发展趋势

二、未来高端饮用水市场前景分析

三、未来高端饮用水市场消费预测

第二节 2023-2029年中国高端饮用水行业发展趋势分析

一、中国高端饮用水行业发展趋势

二、高端饮用水有望成为中国饮料主流

三、国内高端饮用水消费市场结构发展趋势

第三节 2023-2029年中国高端饮用水行业发展前景分析

一、国内高端饮用水行业发展前景看好

二、国内高端饮用水进口消费市场广阔

第四节 2023-2029年中国高端饮用水市场发展前景预测

第十五章 2023-2029年中国高端饮用水投资及建议分析

第一节 2023-2029年中国高端饮用水行业投资机会分析

一、高端饮用水市场投资分析

二、高端饮用水成为投资新宠

三、国内高端饮用水产业投资环境

四、国内高端饮用水投资潜力分析

五、高端饮用水产业链的投资机会

第二节 2023-2029年中国高端饮用水行业投资风险分析

一、产业政策风险

二、市场竞争风险

三、市场原料风险

四、市场经营风险

第三节投资建议

图表目录：

图表 2017-2022年中国高端饮用水行业市场规模变化

图表 2017-2022年中国高端饮用水行业销售收入变化

图表 2017-2022年中国高端饮用水行业销售投资收益率变化

图表 中国主要营销模式结构图

图表 2017-2022年中国高端饮用水行业潜在需求量变化

图表 2022年中国各种经销模式市场份额对比图

图表 2017-2022年中国高端饮用水行业市场容量变化

图表 2017-2022年中国高端饮用水供给量变化

图表 2017-2022年中国高端饮用水供需平衡分析

图表 2017-2022年中国高端饮用水市场供需分析

图表 2017-2022年中国高端饮用水行业产销分析

图表 2017-2022年中国高端饮用水出口量占产量的份额

图表 2017-2022年中国高端饮用水进口量占需求量的份额

图表 2017-2022年中国高端饮用水进口量变化

图表 2017-2022年中国高端饮用水出口量变化

图表 2017-2022年中国高端饮用水行业产值规模变化

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202309/407034.html>