



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2018年中国矿泉水市场供需预测与产业竞争格局报告

一、调研说明

《2013-2018年中国矿泉水市场供需预测与产业竞争格局报告》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/229445.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

水和空气、阳光一样，是人类生存的基础。水对于人类生命尤其重要，这是因为水是人体的重要组成部分，人体内水占70%左右。近年来，随着生活水平的提高和水环境污染的加重，健康越来越引起人们的重视，在城镇自来水系统的水处理尚不能达到发达国家那样，从管道直接饮用的情况下，一些经济条件相对较好的家庭开始选择桶装矿泉水作为饮用水，矿泉水占的市场份额加大。

我国是人均矿泉水消费量是世界上较低的国家之一，城镇居民人均消费量还不到10升。所以，我国矿泉水的消费市场潜力是很大的。随着环境污染的加剧，消费者对"健康"的重视程度与日俱增，健康、高品质成为主要的追求，高端矿泉水正是以其纯净、无糖、低热和有益元素含量丰富成为人们首选饮品之一，符合人们追求纯净、有益健康的饮水要求，高端矿泉水是水中珍品，是适合长期饮用的天然健康水，更是天然的保健饮品。随着人们生活水平的日益提高，对饮用水的要求也越来越高。

2012年我国矿泉水行业产量1620万吨，进口约0.5万吨，出口约12.5万吨，国内消费量约1608万吨。近几年我国矿泉水行业消费情况如下图所示：

2008-2012年我国矿泉水行业市场需求统计

数据来源：中国饮料工业协会

矿泉水以其自身品质的优越性，必然会在饮品行业中占据重要地位。矿泉水的饮用具有几千年的历史，瓶装矿泉水的生产也有上百年的历程。从九十年代中期，纯净水、蒸馏水开始作为饮用水进入市场，在一段时期，占据了市场很大一部分份额。随着人们对饮水科学认识的不断提高，矿泉水被越来越多的消费者所认可。随着时间的推移，过去生产纯净水、蒸馏水等生产厂家已开始生产矿泉水，扩大了矿泉水的市场份额。生产矿泉水符合人们追求自然、有益健康的饮水要求。

艾凯集团发网的《2013-2018年中国矿泉水市场供需预测与产业竞争格局报告》共十二章。首先介绍了中国矿泉水行业的概念，接着分析了中国矿泉水产业发展环境，然后对中国矿泉水产业运行情况进行了重点分析，最后分析了中国矿泉水产业面临的机遇及发展前景，提出了发展矿泉水产业面临的风险及建议。您若想对矿泉水产业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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家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。

第一章 2012-2013年世界矿泉水行业市场运行形势分析 1

第一节 2013年全球矿泉水行业发展概况 1

第二节 世界矿泉水行业发展走势 2

一、全球矿泉水行业市场分布情况 2

二、全球矿泉水行业发展趋势分析 3

第三节 全球矿泉水行业重点国家和地区分析 4

一、北美 4

二、亚洲 4

三、欧盟 5

第二章 2012-2013年中国矿泉水产业发展环境分析 9

第一节 2013年中国宏观经济环境分析 9

一、GDP历史变动轨迹分析 9

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 16

三、2013年中国经济发展预测分析 19

第二节 矿泉水行业主管部门、行业监管体 20

第三节 中国矿泉水行业主要法律法规及政策 21

第四节 2013年中国矿泉水产业社会环境发展分析 26

一、人口环境分析 26

二、教育环境分析 28

三、文化环境分析 28

四、生态环境分析 29

五、消费观念分析 30

第三章 2012-2013年中国矿泉水产业发展现状 35

第一节 矿泉水行业的有关概况 35

一、矿泉水的定义 35

二、矿泉水的特点 38

第二节 矿泉水的产业链情况 39

一、产业链模型介绍 39

二、矿泉水行业产业链分析 40

第三节 上下游行业对矿泉水行业的影响分析 48

第四章 2012-2013年中国矿泉水行业技术发展分析 50

第一节 中国矿泉水行业技术发展现状 50

第二节 矿泉水行业技术特点分析 51

第三节 矿泉水行业技术发展趋势分析 52

第五章 2012-2013年中国矿泉水产业运行情况 54

第一节 中国矿泉水行业发展状况 54

一、2008-2012年矿泉水行业市场供给分析 54

二、2008-2012年矿泉水行业市场需求分析 55

三、2008-2012年矿泉水行业市场规模分析 55

第二节 中国矿泉水行业集中度分析 56

一、行业市场区域分布情况 56

二、行业市场集中度情况 56

三、行业企业集中度分析 57

第六章 2012-2013年中国矿泉水市场运行情况 59

第一节 行业最新动态分析 59

一、行业相关动态概述 59

二、行业发展热点聚焦 62

第二节 行业品牌现状分析 67

第三节 行业产品市场价格情况 69

第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁 71

第七章 2010-2012年中国矿泉水所属行业主要数据监测分析 73

第一节 2010-2012年中国矿泉水所属行业总体数据分析 73

一、2010年中国矿泉水所属行业全部企业数据分析 73

二、2011年中国矿泉水所属行业全部企业数据分析 75

三、2012年中国矿泉水所属行业全部企业数据分析 76

第二节 2010-2012年中国矿泉水所属行业不同规模企业数据分析 78

一、2010年中国矿泉水所属行业不同规模企业数据分析 78

二、2011年中国矿泉水所属行业不同规模企业数据分析 79

三、2012年中国矿泉水所属行业不同规模企业数据分析 79

第三节 2010-2012年中国矿泉水所属行业不同所有制企业数据分析 79

一、2010年中国矿泉水所属行业不同所有制企业数据分析 79

二、2011年中国矿泉水所属行业不同所有制企业数据分析 80

三、2012年中国矿泉水所属行业不同所有制企业数据分析 80

第八章 2012-2013年中国矿泉水行业竞争情况 82

第一节 行业经济指标分析 82

一、赢利性 82

二、附加值的提升空间 82

三、进入壁垒 / 退出机制 82

四、行业周期 83

第二节 行业竞争结构分析 84

一、现有企业间竞争 84

二、潜在进入者分析 84

三、替代品威胁分析 84

四、供应商议价能力 85

五、客户议价能力 85

第三节 行业国际竞争力比较 85

第九章 2012-2013年矿泉水品牌行业重点生产企业分析 87

第一节 天津顶津食品有限公司 87

一、企业简介 87

二、企业经营数据 87

三、企业产品分析 88

第二节 福建紫山集团股份有限公司 88

一、企业简介 88

二、企业经营数据 89

三、企业产品分析 91

第三节 西藏冰川矿泉水有限公司 91

一、企业简介 91

二、企业经营数据 92

三、企业产品分析 94

第四节 深圳达能益力泉饮品有限公司 94

一、企业简介 94

二、企业经营数据 95

三、企业产品分析 96

第五节 燕京啤酒(包头雪鹿)股份公司 97

一、企业简介 97

二、企业经营数据 97

三、企业产品分析 102

第十章 2013-2017年矿泉水行业发展预测分析 103

第一节 2013-2017年中国矿泉水行业未来发展预测分析 103

一、中国矿泉水行业发展方向及投资机会分析 103

二、2013-2017年中国矿泉水行业发展规模分析 105

三、2013-2017年中国矿泉水行业发展趋势分析 106

第二节 2013-2017年中国矿泉水行业供需预测 107

一、2013-2017年中国矿泉水行业供给预测 107

二、2013-2017年中国矿泉水行业需求预测 108

第三节 2013-2017年中国矿泉水行业价格走势分析 108

第十一章 2013-2017年中国矿泉水行业投资风险预警 110

第一节 中国矿泉水行业存在问题分析 110

第二节 中国矿泉水行业政策投资风险 112

一、政策和体制风险 112

二、技术发展风险 112

三、市场竞争风险 113

四、原材料压力风险 114

五、经营管理风险 114

第十二章 2013-2017年中国矿泉水行业发展策略及投资建议 115

第一节 矿泉水行业发展策略分析 115

一、坚持产品创新的领先战略 115

二、坚持品牌建设的引导战略 115

- 三、坚持工艺技术创新的支持战略 115
- 四、坚持市场营销创新的决胜战略 116
- 五、坚持企业管理创新的保证战略 116
- 第二节 矿泉水行业市场的关键客户战略实施 116
 - 一、实施关键客户战略的必要性 116
 - 二、合理确立关键客户 117
 - 三、对关键客户的营销策略 117
 - 四、强化关键客户的管理 118
 - 五、实施关键客户战略要重点解决的问题 118
- 第三节 行业投资建议 119
 - 一、重点投资区域建议 119
 - 二、重点投资产品建议 120

通过《2013-2018年中国矿泉水市场供需预测与产业竞争格局报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/229445.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）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专业提供投资咨询报告、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。