



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国矿泉水市场分 析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2016-2022年中国矿泉水市场分析及投资策略研究报告》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/276108.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

矿泉水是从地下深处自然涌出的或经人工揭露的、未受污染的地下矿水；含有一定量的矿物盐、微量元素或二氧化碳气体；在通常情况下，其化学成分、流量、水温等动态在天然波动范围内的相对稳定。矿泉水是在地层深部循环形成的，含有国家标准规定的矿物质及限定指标。 2009-2013年中国矿泉水进口数量分析 年度 进口量（升/千克） 2009年 18783462 2010年 18736729 2011年 25853713 2012年 27217641 2013年 36370384 资料来源：中国海关

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：

第一部分 矿泉水行业发展现状	1
第一章 矿泉水产业相关概述	1
第一节 矿泉水基础阐述	1
一、矿泉水的类型	1
二、矿泉水的特点	2
三、矿物质水和矿泉水的区别	3
四、矿泉水适应的人群及适应症	4
第二节 矿泉水资源开发	4
一、矿泉水资源分布	4
二、矿泉水的水质标准与分类	5
三、中国矿泉水资源开发利用状况	9
四、矿泉水资源开发利用预测	11
五、我国矿泉水资源的发展前景	12
第三节 中国宏观经济发展概述	13
第二章 2015年世界矿泉水产业发展状况分析	18

第一节 2015年世界矿泉水产业运行概况 18

一、世界矿泉水产销概况 18

二、世界矿泉水生产规模 19

三、主要国家瓶装水消费量的变化 22

全球矿泉水消费主要集中在欧美等发达地区，2013年欧盟矿泉水消费占全球总量的39.4%；北美矿泉水消费占比为33.4%，亚洲市场消费占比为17.9% 2013年全球矿泉水消费格局：按金额 资料来源：Euromonitor International

第二节 2015年世界主要国家矿泉水产业发展情况分析 24

一、美国 24

二、德国 24

三、日本 29

四、俄罗斯 32

五、印度 33

第三章 2015年中国矿泉水产业运行形势分析 36

第一节 2015年中国矿泉水产业发展综述 36

一、矿泉水产业发展现状 36

二、矿泉水市场分析 38

三、矿泉水价格分析 39

四、市场发展方向 45

五、产品发展趋势 46

六、品牌发展趋势 47

第二节 2015年中国部分地区矿泉水行业分析 50

一、长三角区域市场情况分析 50

二、珠三角区域市场情况分析 51

三、环渤海区域市场情况分析 51

第二部分 矿泉水行业运行情况 53

第四章 我国矿泉水市场调查分析 53

第一节 2015年我国矿泉水市场调查分析 53

一、主要观点 53

二、市场结构分析 53

三、价格走势分析	54
四、整体市场关注度	54
五、品牌关注度格局	55
六、产品关注度调查	55
七、厂商分析	56
第二节 2015年我国矿泉水市场调查分析	56
一、主要观点	56
二、市场结构分析	57
三、价格走势分析	57
四、整体市场关注度	59
五、品牌关注度格局	59
六、产品关注度调查	60
七、厂商分析	60
第五章 2011-2015年中国包装饮用水行业数据监测分析	62
第一节 2011-2015年中国包装饮用水产量分析	62
第二节 2011-2015年中国包装饮用水行业规模分析	66
一、企业数量增长分析	66
二、从业人数增长分析	66
三、资产规模增长分析	66
第三节 2011-2015年中国包装饮用水行业结构分析	67
一、企业数量结构分析	67
二、销售收入结构分析	68
第四节 2011-2015年中国包装饮用水行业产值分析	69
一、产成品增长分析	69
二、工业销售产值分析	69
三、出口交货值分析	70
第五节 2011-2015年中国包装饮用水行业成本费用分析	70
一、销售成本统计	70
二、费用统计	71
第六节 2011-2015年中国包装饮用水行业盈利能力分析	71
一、主要盈利指标分析	71

二、主要盈利能力指标分析 72

第六章 2011-2015年中国矿泉水进出口数据监测分析 73

第一节 2011-2015年中国矿泉水进口数据分析 73

一、进口数量分析 73

二、进口金额分析 73

第二节 2011-2015年中国矿泉水出口数据分析 74

一、出口数量分析 74

二、出口金额分析 74

第三节 2011-2015年中国矿泉水进出口平均单价分析 75

第四节 2011-2015年中国矿泉水进出口国家及地区分析 75

一、进口国家及地区分析 75

二、出口国家及地区分析 76

第七章 2015年中国矿泉水同行业主要细分市场分析 77

第一节 2015年中国瓶装饮用水市场概述 77

一、我国瓶装水的发展历程 77

二、中国瓶装水现状分析 78

三、中国瓶装水市场发展趋势分析 79

第二节 2015年中国桶装饮用水市场概述 81

一、桶装水发展现状 81

二、桶装水消费市场分析 84

三、桶装水发展存在的问题 86

四、家用净水器对桶装水替代性分析 87

五、桶装水市场未来的发展趋势 87

第三节 2015年中国纯净水市场概述 88

一、我国纯净水发展现状 88

二、纯净水问题及控制 89

三、纯净水未来发展趋势 92

第八章 2015年中国矿泉水产业市场营销及销售分析 93

第一节 2015年中国瓶装水的营销策略分析 93

一、瓶装水的市场特征	93
二、瓶装水巨头销售策略	93
三、瓶装饮用水营销特性	95
四、瓶装饮用水的五条线路	97
第二节 2015年中国桶装水市场营销策略	98
一、桶装水业务特性	98
二、桶装水营销网络构建	98
三、桶装水会员制营销	99
四、桶装水差异化营销战略	99
第三节 中国矿泉水行业消费及销售分析	99
一、城市矿泉水消费分析	99
二、矿泉水市场销售价格趋势分析	101
三、电子商务营销渠道分析	101
第三部分 矿泉水行业竞争格局	103
第九章 矿泉水行业竞争格局分析	103
第一节 行业竞争结构分析	103
一、现有企业间竞争	103
二、潜在进入者分析	103
三、替代品威胁分析	103
四、供应商议价能力	104
五、客户议价能力	104
第二节 行业集中度分析	104
一、市场集中度分析	104
二、企业集中度分析	105
三、区域集中度分析	106
第三节 中国矿泉水行业SWOT分析	106
一、S.优势分析	106
二、W.劣势分析	107
三、O.机会分析	107
四、T.威胁分析	108

第十章 矿泉水地区发展状况分析统计 109

第一节 华北地区 109

一、北京 109

二、山西 116

三、天津 120

四、内蒙古 122

第二节 华南地区 125

一、海南 125

二、广西 127

三、广东 129

第三节 华中地区 135

一、湖南 135

二、湖北 140

三、河南 141

第四节 华东地区 143

一、上海 143

二、江苏 145

三、浙江 148

四、安徽 151

五、福建 154

六、山东 157

第五节 西北地区 159

一、陕西 159

二、甘肃 162

三、新疆 164

四、青海 167

第六节 东北地区 169

一、黑龙江 169

二、吉林 171

三、辽宁 174

第七节 西南地区 176

一、贵州 176

二、四川	179
三、云南	181
四、重庆	185
五、西藏	189

第十一章 主要矿泉水品牌竞争分析 192

第一节 娃哈哈 192

一、企业概况 192

二、竞争优势分析 192

三、2011-2015年经营状况 192

四、2016-2022年发展战略 194

第二节 农夫山泉 194

一、企业概况 194

二、竞争优势分析 195

三、2016-2022年发展战略 197

第三节 统一（00220） 197

一、企业概况 197

二、竞争优势分析 198

三、2011-2015年经营状况 198

四、2016-2022年发展战略 201

第四节 益力（000028） 202

一、企业概况 202

二、竞争优势分析 203

三、2011-2015年经营状况 203

四、2016-2022年发展战略 207

第五节 乐百氏 208

一、企业概况 208

二、竞争优势分析 208

三、2016-2022年发展战略 209

第六节 怡宝 209

一、企业概况 209

二、竞争优势分析 211

三、2016-2022年发展战略	212
第七节 深圳市景田食品饮料有限公司	212
一、企业概况	212
二、竞争优势分析	213
三、2016-2022年发展战略	214
第八节 崂山	214
一、企业概况	214
二、竞争优势分析	216
三、2016-2022年发展战略	216
第九节 5100西藏冰川（01115）	216
一、企业概况	216
二、竞争优势分析	217
三、2011-2015年经营状况	217
四、2016-2022年发展战略	221
第十节 泉阳泉	221
一、企业概况	221
二、竞争优势分析	222
三、2016-2022年发展战略	223
第四部分 矿泉水行业趋势预测	224
第十二章 中国矿泉水行业发展前景分析	224
第一节 2016-2022年矿泉水市场发展前景分析	224
一、2016-2022年矿泉水市场发展潜力分析	224
二、2016-2022年矿泉水市场发展前景分析	225
第二节 2016-2022年矿泉水产品市场发展前景分析	226
一、2015年矿泉水市场走势分析	226
二、2016-2022年矿泉水市场发展趋势分析	226
第十三章 中国矿泉水行业发展趋势分析	227
第一节 对矿泉水市场发展预测	227
一、2016-2022年矿泉水市场供给预测	227
二、2016-2022年矿泉水市场需求预测	227

三、2016-2022年矿泉水市场规模预测	228
第二节 2016-2022年矿泉水市场发展趋势	229
一、2016-2022年矿泉水行业发展趋势	229
二、2016-2022年矿泉水市场发展趋势	230
第五部分 矿泉水投资战略研究	232
第十四章 矿泉水整体行业发展规划分析	232
第一节 2016-2022年矿泉水行业发展规划分析	232
一、矿泉水行业发展机会分析	232
二、矿泉水行业发展机遇分析	233
三、食品工业十二五发展规划	233
第二节 2016-2022年矿泉水行业投资风险分析	279
一、2016-2022年矿泉水行业市场风险预测	279
二、2016-2022年矿泉水行业政策风险预测	279
三、2016-2022年矿泉水行业经营风险预测	279
四、2016-2022年矿泉水行业竞争风险预测	280
五、2016-2022年矿泉水行业其他风险预测	281
第十五章 矿泉水行业投资现状与建议	282
第一节 矿泉水行业投资现状分析	282
一、矿泉水市场投资现状	282
二、矿泉水市场投资机会分析	283
三、对矿泉水市场投资分析	284
第二节 2016-2022年矿泉水行业投资战略分析	284
一、矿泉水市场投资策略分析	284
二、矿泉水细分市场投资策略分析	285
三、对矿泉水行业的投资建议	285
第十六章 中国矿泉水行业投资战略研究	287
第一节 市场策略分析	287
一、矿泉水价格策略分析	287
二、矿泉水渠道策略分析	288

第二节 对我国矿泉水品牌的战略思考 288

一、企业品牌的重要性分析 288

二、矿泉水实施品牌战略的意义 291

三、矿泉水企业品牌的现状分析 291

四、我国矿泉水企业的品牌战略 292

五、矿泉水品牌战略管理的策略 293

第三节 矿泉水企业经营管理策略 294

一、定价策略 294

二、竞争策略 297

三、并购重组策略 297

四、营销策略 297

五、人力资源 298

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：矿泉水行业产业链

图表：2011-2015年年我国矿泉水行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国矿泉水行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国矿泉水行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年年我国矿泉水行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年年我国矿泉水行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年年我国矿泉水行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年年我国矿泉水行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年年我国矿泉水行业费用使用统计图

图表：2011-2015年年我国矿泉水行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年年我国矿泉水行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业……

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年矿泉水行业市场供给

图表：2011-2015年矿泉水行业市场需求

图表：2011-2015年矿泉水行业市场规模

图表：矿泉水所属行业生命周期判断

图表：矿泉水所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国矿泉水行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国矿泉水行业供给预测

图表：2016-2022年中国矿泉水行业需求预测

图表：2016-2022年中国矿泉水行业价格指数预测

图表：……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/276108.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。