



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2022年中国高端矿泉水市 场需求及投资前景分析报告

# 一、调研说明

《2017-2022年中国高端矿泉水市场需求及投资前景分析报告》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/282568.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](mailto: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

2014年我国包装饮用水行业产量7816万吨，2015年10月中国包装饮用水类产量为6,623,910.03吨，同比增长4.01%。2015年1-10月止累计中国包装饮用水类产量73,945,256.18吨，同比增长7.69%。近几年包装饮用水行业产量呈现增长态势，如下图所示：2007-2015年我国包装饮用水行业产量及增速情况

数据来源：国家统计局

我国瓶装饮用水行业进入稳步成长阶段，目前形成了纯净水、矿物质水、矿泉水和天然水各领风骚的局面。未来，以康师傅为代表的矿物质水，以娃哈哈、华润怡宝为代表的纯净水，以农夫山泉为代表的天然水，四强之间的竞争将更加激烈。

2015年上半年我国瓶（罐）装饮用水制造行业规模以上企业数量达到604家。当中50家企业出现亏损，亏损企业亏损金额为1.63亿元。

2015年上半年我国瓶（罐）装饮用水制造行业规模总资产达到891.83亿元，较上年同期增长24.04%。2015年上半年行业销售收入为605.76亿元，较上年同期增长9.58%。2015年上半年行业利润总额为51.6亿元，较上年同期增长17.2%。

2010-2015年上半年我国瓶（罐）装饮用水制造行业经营数据分析

年份	规模以上企业数：家	总产值：亿元	资产总计：亿元	销售收入：亿元	利润总额：亿元
2010年1-11月	672	573.13	366.57	563.91	38.48
2011年	445	741.58	382.23	731.01	52.29
2012年	487	834.21	513.65	822.96	69.10
2013年	527	1028.88	593.47	1014.22	93.02
2014年	570	1147.79	740.53	1131.55	100.08
2015年H1	604	625.03	891.83	605.76	51.60

资料来源：国家统计局

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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 矿泉水产业相关概述1

#### 第一节 矿泉水基础阐述1

##### 一、矿泉水简介1

国家标准GB8537-1995中定义“矿泉水”是指“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相对稳定。&quot;

新的强制性国家标准《饮用天然矿泉水》（GB 8537 - 2008）增加了溴酸盐的限量指标，规定这种可能致癌的物质在每升矿泉水中不得超过0.01毫克。这份新国标是2008年12月29日发布的，10月1日开始实施后将代替1996年实施的旧版国家标准。新国标增加了溴酸盐以及锶、锰、镍等3种金属物质的限量指标。

二、矿泉水的类型1

三、矿泉水的特点2

四、矿物质水和矿泉水的区别3

五、矿泉水适应人群及范围4

第二节 矿泉水资源开发5

一、中国矿泉水资源开发利用状况5

二、广东省矿泉水开采存在的主要问题5

三、拉萨市饮用天然矿泉水行业研究6

四、北京饮用天然矿泉水资源开发利用状况分析7

五、长白山天然矿泉水资源保护及开采战略剖析8

六、溴酸盐限量新规为四川矿泉水发展提供良机12

第二章 2013-2015年中国高端矿泉水行业发展环境分析13

第一节 2013-2015年中国宏观经济环境分析13

一、中国GDP增长情况分析13

二、社会固定资产投资分析14

三、全社会消费品零售总额15

四、居民消费价格变化分析15

第二节 中国高端矿泉水产业政策环境分析18

一、国外饮用水水质标准介绍18

（一）《美国饮用水水质标准》18

（二）《欧盟饮用水水质指令》22

二、中国矿泉水市场监管法规26

三、包装饮用水行业自律公约28

四、《食品安全国家标准包装饮用水 征求意见稿》29

五、城市饮用水水源地环境保护规划36

六、《饮用天然矿泉水国家标准》49

## 七、中国高端水行业规范51

### 第三节 2013-2015年中国高端矿泉水社会环境分析52

#### 一、中国人口及结构情况52

#### 二、城乡居民收入增长分析54

#### 三、中国水污染及情况55

#### 四、中国包装饮用水生产情况57

目前，中国的包装饮用水产量逐年递增。据统计，2014年12月中国包装饮用水类产量为526.47万吨，同比增长1.23%。2014年1-12月止累计中国包装饮用水类产量7816.14万吨，同比增长9.37%，相当于喝掉一半的千岛湖，2007-2014年中国包装饮用水年均复合增长率高达23%。2007-2014年我国包装饮用水产量分析

资料来源：公开资料整理

2014年，瓶装水行业销售收入达1131.55亿元，同比增长11.6%，增速创近年新低，相较2013年23.2%的增速更是大幅下滑一倍。2014年瓶装水行业资产规模达740.53亿元，同比增长24.8%，资产负债率54.35%，行业资产负债率继续呈现上升态势。2007-2014年我国瓶装水行业销售收入情况 资料来源：公开资料整理

#### 五、中国人均矿泉水消费情况59

首先，庞大的人口基数是我国矿泉水消费市场最大的潜力。我国的人均矿泉水消费量是很低的，从我国2014年情况来看，人均年消费量为2.5-3升，只有欧洲一些发达国家的几十分之一。如果人均消费量增加1升，则我国的矿泉水消费量将会增加三分之一。因此，市场的潜力是巨大的。据统计，中国矿泉水市场每年都以30%的速度递增。

其次，人们的生活观念正在转化，促进了矿泉水的消费。随着生活水平的提高和人们对自来水质量越来越不信任，矿泉水以其无糖、低热和有益元素含量丰富成为人们的首选饮品之一。符合人们追求纯净、有益健康的饮用水要求，矿泉水生产具有广阔的前景。

再次，有特色的矿泉水开发将具有一定的潜力。在西方国家，含气的矿泉水占80%以上，大部分人偏爱有汽矿泉水。目前，我国市场上的矿泉水绝大部分是硅、锶或硅、锶复合型的无气矿泉水，含二氧化碳的产品比较少。发展我国含气矿泉水将为矿泉水市场带来商机。此外，我国的高端矿泉水品牌比较少，难以满足消费者不同层次的需要。因此，开发具有特殊成分、特殊口味、具有特殊功能的矿泉水，开发高端矿泉水将会给我国矿泉水行业带来广阔的发展空间。

## 第三章 2010-2015年中国矿泉水产业运行形势分析60

### 第一节 2012-2015年中国矿泉水产业发展综述60

## 一、瓶装饮用水行业发展概况60

## 二、矿泉水市场产品发展特点61

## 三、中国矿泉水市场规模分析64

据统计：2014年我国矿泉水市场规模为419亿元，2015年行业规模为474亿元，较2014年同期增长13.1%。 2009-2015年我国矿泉水市场规模及增速走势图

## 四、中国矿泉水行业品牌份额68

2014年我国矿泉水市场规模达到419亿元，当中恒大冰泉年销售金额为10.9亿元，占市场总量的2.6%；西藏5100销售收入为4.43亿元，占比为1.1%；康师傅、农夫山泉三家企业年销售金额在50亿元以上，2014年二者市占率分别为12.2%、12.6%。 2014年我国矿泉水市场品牌格局

资料来源：公开资料整理

## 第二节 2010-2015年矿泉水所属行业规模情况分析69

### 一、企业规模情况分析69

### 二、资产规模状况分析70

### 三、销售规模状况分析70

### 四、利润规模增长分析70

### 五、行业偿债能力分析71

### 六、行业盈利能力分析71

### 七、行业运营能力分析72

## 第三节 2014-2015年中国高端矿泉水产业运行概况72

### 一、2015年朝鲜高端矿泉水进军青岛市场72

### 二、上海高端瓶装水展览会展出天价矿泉水73

### 三、绥阳引资3亿元开发高端矿泉水74

## 第四节 中国高端矿泉水企业运行策略分析74

### 一、矿泉水企业发展高端矿泉水优势分析74

### 二、西藏5100中铁供水策略及份额分析75

### 三、西藏5100主要营销策略（针对高尔夫运动）78

## 第五节 中国高端矿泉水市场核心竞争力分析78

### 一、品牌形象78

### 二、产品品质79

### 三、营销渠道80

## 第四章 2014-2015年中国高端水市场发展现状及消费者调查研究82

### 第一节 中国高端水市场现状分析82

#### 一、高端水的划分层次82

#### 二、主要高端水品牌分析83

#### 三、主要品牌价格对比86

#### 四、国内品牌进入状况87

### 第二节 中国高端水消费者调查结果87

#### 一、消费者属性分析87

#### 二、消费目的（心理）分析89

#### 三、消费者品牌选择影响因素分析90

#### 四、消费者品牌获取途径分析91

#### 五、消费者购买场所统计92

#### 六、消费者品牌认识情况调查92

##### （一）高端矿泉水品牌认识情况调查92

##### （二）高端矿泉水消费者认识程度分析93

##### （三）高端矿泉水消费者购买情况调查94

##### （四）高端矿泉水消费者价格认知分析94

### 第三节 高端水市场存在的问题分析95

#### 一、“依云”品牌多次卷入质量风波95

#### 二、高端水行业标准的缺失95

#### 三、依云带来“高端水”市场的启示与反思96

## 第五章 2012-2015年中国高端矿泉水市场运行走势分析98

### 第一节 2014-2015年中国高端矿泉水市场深度剖析98

#### 一、中国高端矿泉水零售数量分析98

#### 二、中国高端矿泉水零售金额分析98

#### 三、中国高端矿泉水市场现状分析99

#### 四、中国矿泉水市场迎来高端时代100

### 第二节 2012-2015年中国高端矿泉水品牌竞争动态分析101

#### 一、矿泉水高端市场品牌竞争格局101

目前，我国矿泉水高端市场品牌主要包括国外品牌和国内品牌，国内品牌市场占有率较高的是恒大冰泉、西藏5100。2015年我国矿泉水高端市场品牌竞争格局如下图所示：2015年中

国矿泉水高端市场品牌竞争格局 资料来源：公开资料整理

- 二、中国高端矿泉水市场竞争现状101
- 三、加多宝进军高端矿泉水领域102
- 四、洛斯巴赫进军中国高端水市场102
- 五、西藏5100瞄向全球高端矿泉水领先品牌103
- 六、2015年高端矿泉水市场新品牌吹响号角103
  - (一) "气质"矿泉水103
  - (二) 出口矿泉水-恒大冰泉104

## 第六章 国内外高端矿泉水品牌分析106

### 第一节 依云矿泉水106

- 一、依云天然矿泉水介绍106
- 二、依云品牌战略成功因素分析106
- 三、依云推出特别版纪念瓶107

### 第二节 西藏冰川5100108

- 一、西藏冰川5100矿泉水介绍108
- 二、西藏冰川5100矿泉水产品特点108
- 三、西藏冰川5100矿泉水销售情况109
- 四、西藏冰川5100创新全物流体系110
- 五、5100创新水卡策略分析111
- 六、西藏冰川5100矿泉水市场推广策略112

### 第三节 昆仑山矿泉水115

- 一、昆仑山天然雪山矿泉水介绍115
- 二、昆仑山天然矿泉水产品特点115
- 三、昆仑山荣誉获取情况分析116
- 四、昆仑山矿泉水竞争优势分析116

### 第四节 恒大冰泉矿泉水117

- 一、恒大冰泉矿泉水介绍117
- 二、恒大冰泉的生产工艺118
- 三、恒大冰泉矿泉水产品卖点119
- 四、恒大冰泉进入爆发期119



## 第七章 中国矿泉水重点企业经营状况分析121

### 第一节 西藏5100水资源控股有限公司121

- 一、企业概况121
- 二、企业产品情况分析121
- 三、企业矿泉水产能情况122
- 四、企业经营情况分析122
- 五、企业经济指标分析123
- 六、企业盈利能力分析123
- 七、企业偿债能力分析124
- 八、企业运营能力分析126
- 九、企业成本费用分析126

### 第二节 青岛崂山矿泉水有限公司127

- 一、企业发展基本情况127
- 二、企业主要产品分析127
- 三、企业生产能力分析129
- 四、企业主要经济指标130
- 五、企业经营效益分析130
- 六、企业成本费用分析131

### 第三节 昆仑山矿泉水有限公司132

- 一、企业发展基本情况132
- 二、昆仑山矿泉水产能情况132
- 三、企业主要经济指标132
- 四、企业经营效益分析133
- 五、企业成本费用分析134

### 第四节 华润怡宝食品饮料（深圳）有限公司134

- 一、企业发展基本情况134
- 二、企业主要产品分析135
- 三、企业主要经济指标136
- 四、企业经营效益分析136
- 五、企业成本费用分析137

### 第五节 深圳达能益力泉饮品有限公司138

- 一、企业发展基本情况138

二、企业主要产品分析139

三、企业主要经济指标139

四、企业经营效益分析140

五、企业成本费用分析141

第六节 山东百脉矿泉水有限责任公司141

一、企业发展基本情况141

二、企业主要经济指标142

三、企业经营效益分析142

四、企业成本费用分析143

第七节 海口椰树矿泉水有限公司144

一、企业发展基本情况144

二、企业主要经济指标144

三、企业经营效益分析144

四、企业成本费用分析145

第八章 2017-2022年中国高端矿泉水市场前景分析146

第一节 2017-2022年中国矿泉水市场前景分析146

一、中国天然矿泉水市场前景广阔146

二、天然矿泉水将主导未来饮用水市场147

三、中国矿泉水的消费市场潜力分析148

第二节 2017-2022年中国高端矿泉水发展方向149

第三节 2017-2022年中国高端矿泉水市场预测分析150

一、2017-2022年矿泉水零售规模预测150

二、2017-2022年高端矿泉水零售量预测151

三、2017-2022年高端矿泉水零售额预测151

第九章 2017-2022年中国高端矿泉水行业前景调研分析152

第一节 2017-2022年中国高端矿泉水投资潜力分析152

一、高端矿泉水行业吸引力分析152

二、高端矿泉水市场增长动力分析152

三、高端矿泉水区域投资潜力分析152

第二节 2017-2022年中国高端矿泉水投资前景分析153

- 一、市场竞争风险153
- 二、水质风险分析154
- 三、产品替代风险155
- 四、分销渠道风险155
- 第三节 中国高端矿泉水投资前景研究分析155
- 第四节 中国高端矿泉水进入壁垒分析156
  - 一、品牌建立156
  - 二、水源稀少156
  - 三、团购客户关系157
  - 四、建立经销网络157
  - 五、建立物流网络157
- 第五节 中国高端矿泉水市场开发策略分析157
  - 一、发展战略分析157
  - 二、营销策略分析157
  - 三、品牌开发策略158
  - 四、渠道选择策略160

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/282568.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](http://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。