



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007-2008年中国瓶装饮用水市场研究年度报告（可依据客户需要定制）

# 一、调研说明

《2007-2008年中国瓶装饮用水市场研究年度报告（可依据客户需要定制）》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/40545.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

### 一、行业简介 1

#### (一) 市场定义及范围界定 1

##### 1、矿泉水 1

##### 2、纯净水 1

##### 3、碳酸型矿泉水 1

#### (二) 发展历史回顾 1

##### 1、建国初 - 80年代末期：天然矿泉水 2

##### 2、80年代末期 - 90年代中期：离子水、纯净水、蒸馏水 2

##### 3、90年代中期 - 90年代末期：纯净水、天然矿泉水 2

##### 4、2000年以后：天然矿泉水、近水饮料 2

### 二、宏观环境分析 3

#### (一) 政策分析：QS认证管理促使行业向规范化发展 3

#### (二) 经济分析 3

##### 1、经济增长 3

##### 2、城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 4

##### 3、城镇人员从业状况 4

##### 4、存贷款利率变化 6

##### 5、财政收支状况 7

#### (三) 技术分析：以高分子分离膜为代表的膜分离技术是瓶装饮用水生产关键技术 9

#### (四) 社会分析 10

##### 1、人口规模分析 10

##### 2、年龄结构分析 10

##### 3、学历结构分析 11

### 三、市场分析 14

#### (一) 市场规模 14

#### (二) 产品结构 17

#### (三) 区域市场结构 18

#### (四) 品牌市场结构 23

#### (五) 市场特征 24

- 1、2升及2升以下瓶装饮用水是市场主流 24
- 2、区域性发展不平衡仍很严重 24
- 3、市场仍处于垄断竞争的状态 24
- 4、竞争方式以价格战为主 25

### 四、市场竞争分析 26

#### (一) 集中度分析 26

- 1、饮用水市场处于低集中度的寡头垄断市场 26
- 2、行业并购此起彼伏、市场面临进一步整合 26

#### (二) 价值链分析 26

#### (三) 行业生命周期分析 27

### 五、主要厂商分析 29

#### (一) 杭州娃哈哈集团有限公司 29

- 1、市场份额 29
- 2、产品结构 29
- 3、主营业务收入与利润状况 29

#### (二) 怡宝食品饮料（深圳）有限公司 30

- 1、市场份额 30
- 2、各产品市场份额 30
- 3、主营业务收入与利润状况 30

#### (三) 农夫山泉股份有限公司 31

- 1、市场份额 31
- 2、各产品市场份额 31
- 3、主营业务收入与利润状况 31

#### (四) 乐百氏（广东）食品饮料公司 32

- 1、市场份额 32
- 2、各产品市场份额 32
- 3、主营业务收入与利润状况 32

#### (五) 深圳达能益力泉饮品有限公司 33

1、市场份额	33
2、各产品市场份额	33
3、主营业务收入与利润状况	33
(六) 光明食品（集团）有限公司	34
1、市场份额	34
2、各产品市场份额	34
3、主营业务收入与利润状况	35
六、市场发展趋势分析	36
(一) 市场发展趋势	36
1、产品变化趋势	36
2、价格变化趋势	37
3、渠道发展趋势	37
4、用户需求趋势	37
5、服务发展趋势	38
(二) 市场规模预测	38
(三) 产品结构预测	41
七、市场发展策略与建议	42
(一) 产品策略	42
1、努力提升产品质量、提升消费者信心	42
2、注重产品包装的节约环保、开展灌装容器的重复利用	42
(二) 价格策略	42
(三) 渠道策略	42
(四) 销售策略	43
(五) 服务策略	43
(六) 品牌策略	43
(七) 市场投资机会建议	43
八、5名行业专家介绍	45

图 1 2002 - 2007年中国国内生产总值及增长率情况	3
图 2 2002-2007年中国城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数	4
图 3 2000-2007年中国城镇从业人员数量及增长率	5
图 4 1997-2007年中国存款利率变动情况	7
图 5 1997-2007年中国贷款利率变动情况	7
图 6 2001-2007年中国财政收支状况	8
图 7 2001-2007年中国财政收支增长状况及财政收入占GDP比重	8
图 8 2001-2007年中国财政收支结构	9
图 9 1986-2006年中国人口数量与增长率情况	10
图 10 2006年末中国人口年龄结构	11
图 11 2005年末中国学历结构	12
图 12 2002 - 2007年中国瓶装饮用水产量与增长率	14
图 13 1998 - 2006年全国饮料总产量与增长率	15
图 14 2002 - 2006年全国饮料产品结构	15
图 15 2003 - 2007年中国瓶装饮用水产值规模与增长率	16
图 16 2003 - 2007年中国瓶装饮用水产销率	17
图 17 2005年饮料工业115个企业、集团瓶装饮用水的产品结构	18
图 18 2002 - 2007年上半年中国瓶装饮用水产量区域市场结构	19
图 19 2002 - 2007年上半年东北区域瓶装饮用水产量区域市场结构	19
图 20 2002 - 2007年上半年华北区域瓶装饮用水产量区域市场结构	20
图 21 2002 - 2007年上半年华东区域瓶装饮用水产量区域市场结构	20
图 22 2002 - 2007年上半年华南区域瓶装饮用水产量区域市场结构	21
图 23 2002 - 2007年上半年华中区域瓶装饮用水产量区域市场结构	21
图 24 2002 - 2007年上半年西北区域瓶装饮用水产量区域市场结构	22
图 25 2002 - 2007年上半年西南区域瓶装饮用水产量区域市场结构	22
图 26 2005年瓶装饮用水市场品牌市场结构	23
图 27 饮料行业价值链	26
图 28 2008-2012年中国饮料行业产量与同比增长率	40
图 29 2008-2012年中国饮料行业产品市场结构预测	40
图 30 2008-2012年中国瓶装饮用水产量预测	41
图 31 2008-2012年中国瓶装饮用水市场产品市场结构预测	41

## 表目录

表 1 各种饮用水的优缺点比较	1
表 2 按行业细分的城镇从业人员数量	6
表 3 2005年中国内地各省、市、自治区面积与人口状况	13
表 4 产业生命周期主要特征列表	27
表 5 2006年娃哈哈市场份额情况	29
表 6 2006年娃哈哈产品结构情况	29
表 7 怡宝食品饮料公司市场份额情况	30
表 8 怡宝食品饮料公司产品结构情况	30
表 9 农夫山泉公司市场份额情况	31
表 10 农夫山泉产品结构情况	31
表 11 乐百氏公司市场份额情况	32
表 12 乐百氏产品结构情况	32
表 13 深圳达能益力泉公司市场份额情况	33
表 14 深圳达能公司产品结构	33
表 15 光明食品（集团）公司市场份额情况	34
表 16 光明食品（集团）公司产品结构	34
表 17 1998-2007年饮料产量与自变量数值	38
表 18 多元线性回归的数据预测 Coefficients(a)	39
表 19 2008-2012年中国饮料产量预测	39

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/40545.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提供专业投资咨询报告、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。