



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](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

### 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 |
| <br>                      |    |
| 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 |
| <br>                      |    |
| 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 |
| <br>                      |    |
| 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。