

2016-2022年中国矿泉水市场动向调研及十三五市场动向调研报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国矿泉水市场动向调研及十三五市场动向调研报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/243944243944.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

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。

随着大家对饮用水的健康越来越关注，瓶装水市场也越来越多样化，娃哈哈、农夫山泉、怡宝、景田、屈臣氏、百事可乐、可口可乐……品牌多达十来个。从超市和品牌反馈的消息来看，目前增长最快的仍集中在550ml左右的瓶装水，价格从1元至2元不等。

统计显示，目前卖得比较好的瓶装水有娃哈哈、农夫山泉、怡宝、景田，跟去年同期相比，整体市场销售有33.58%的增长，其中增长最快的是500ml-570ml规格的产品。目前500ml至600ml的瓶装水销量，已经主导整个瓶装水市场，市场份额在七成左右。

随着人们对水质健康的不断重视以及人均收入的不断提高，人们将不断提高在饮用水方面的购买支出，2013年，我国矿泉水行业需求达到了338.58亿元，同比增长了13.9%。我国矿泉水目前处于遍地开花阶段，国有、集体、个体等企业纷纷建厂，外商如雀巢集团、韩国的真露集团等也相继在我国安营扎寨。因此外国的企业集团凭借雄厚的实力，与我国这些小规模厂家抢夺市场。在此种情况下，一大批中、小矿泉水生产企业要倒闭、或被兼并，较大的企业也只有组成集团，增强实力，创建名牌，提高生存发展能力，方能与海外势力竞争市场。预计我国矿泉水在产量增加的情况下，厂家数量将逐年减少。

饮用天然矿泉水是宝贵的矿产资源，其开发对于提高人们的健康水平、促进地域经济发展具有重要的意义。随着人们对饮用水认识的提高和开发手续的简化，以及新产品不断开发，法制管理的不断完善，市场监控的增强，我国矿泉水市场将朝着健康的方向快速发展。

中国报告网发布的《2016-2022年中国矿泉水市场动向调研及十三五市场动向调研报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

第一章矿泉水行业基本特征分析 12

第一节行业界定及主要产品 12

一、行业定义 12

二、行业分类及主要产品 12

第二节我国矿泉水行业特征 12

一、中国矿泉水行业跨入中级发展阶段 12

二、我国矿泉水行业的现状 13

三、中国矿泉水行业开始产业升级 13

第三节世界矿泉水业发展特点与形势 14

一、世界矿泉水市场需求和供给状况 14

二、世界主要区域矿泉水市场发展状况 14

三、世界主要矿泉水产品发展状况 14

四、美国矿泉水发展概况 15

五、欧洲主要国家的矿泉水产品发展状况 16

六、澳大利亚矿泉水发展概况 18

第二章中国矿泉水行业市场环境分析 20

第一节行业政策环境分析 20

一、行业管理体制 20

二、行业相关标准 20

三、行业相关政策动向 22

四、行业发展规划 23

五、政策环境对行业影响评述 24

第二节行业经济环境分析 24

一、国际宏观经济环境分析 24

二、国内宏观经济环境分析 25

三、经济环境对行业影响评述 29

第三节行业社会环境分析 30

一、行业发展与社会经济的协调 30

二、行业发展面临环境保护压力 30

三、行业发展的地区不平衡问题 30

第四节行业贸易环境分析 30

一、行业贸易环境发展现状 30

二、行业贸易环境发展趋势 31

第三章2013-2015年中国矿泉水市场运行态势分析 32

第一节2014年中国矿泉水产品市场运行分析 32

一、中国矿泉水重点产品市场分析 32

二、矿泉水需求量增长速度较快的产品分析	32
三、矿泉水新兴市场产品市场探析	33
第二节2014年中国矿泉水产品应用情况分析	33
第四章中国矿泉水行业供需平衡与主要经济指标分析	34
第一节中国矿泉水行业发展状况分析	34
一、中国矿泉水行业发展总体概况	34
二、中国矿泉水行业发展主要特点	34
三、中国矿泉水行业规模分析	35
第二节中国矿泉水行业供给分析及预测	35
一、矿泉水行业供给总量	35
二、矿泉水行业供给结构变化	36
三、矿泉水行业供给预测	36
第三节中国矿泉水行业需求分析及预测	37
一、矿泉水行业需求总量	37
三、矿泉水行业需求预测	37
第四节中国矿泉水行业供需平衡分析及预测	38
一、矿泉水行业供求平衡情况	38
二、矿泉水行业供求平衡预测	38
三、中国矿泉水行业进口分析	38
四、中国矿泉水行业进口情况	39
五、中国矿泉水行业出口情况	40
第五节矿泉水行业进出口市场前景分析	40
第六节中国矿泉水行业财务状况分析	41
一、矿泉水行业经营效益分析	41
二、矿泉水行业盈利能力分析	42
三、矿泉水行业运营能力分析	43
四、矿泉水行业偿债能力分析	44
五、2014年行业产业规模分析	45
第五章矿泉水企业竞争策略分析	47
第一节矿泉水市场竞争策略分析	47
一、2014年矿泉水市场增长潜力分析	47
二、2014年矿泉水主要潜力品种分析	47
三、现有矿泉水产品竞争策略分析	47
四、潜力矿泉水品种竞争策略选择	49
五、典型企业产品竞争策略分析	50

第二节矿泉水企业竞争策略分析	51
一、我国矿泉水行业竞争格局的变化	51
三、2013-2015年我国矿泉水市场竞争趋势	51
四、2013-2015年矿泉水行业竞争格局展望	51
五、2013-2015年矿泉水行业竞争策略分析	52
六、2013-2015年矿泉水企业竞争策略分析	52
第六章2013-2015年中国矿泉水行业数据调查分析	54
第一节2013-2015年中国矿泉水行业规模分析	54
一、企业数量增长分析	54
二、从业人数增长分析	54
三、资产规模增长分析	55
第二节2014年中国矿泉水制造行业结构分析	56
一、企业数量结构分析	56
二、销售收入结构分析	57
第三节2013-2015年中国矿泉水行业产值分析	57
一、产成品增长分析	57
二、工业销售产值分析	58
三、出口交货值分析	59
第四节2013-2015年中国矿泉水行业成本费用分析	60
一、销售成本分析	60
二、费用统计	61
第五节2013-2015年中国矿泉水制造行业盈利能力分析	62
一、主要盈利指标分析	62
二、主要盈利能力指标分析	63
第七章中国矿泉水行业营销分析	65
第一节中国矿泉水营销概述	65
一、矿泉水业营销环境分析	65
二、矿泉水营销的产生与发展	65
三、中国矿泉水市场营销的主要影响因素	65
四、中国矿泉水市场营销的基础和优势分析	66
第二节矿泉水品牌营销分析	66
一、矿泉水品牌的重要作用分析	66
二、矿泉水的品牌战略思路	67
三、矿泉水品牌营销要素分析	67
四、矿泉水品牌营销中存在的问题分析	68

五、矿泉水品牌营销对策分析 69

第三节矿泉水营销渠道分析 69

一、矿泉水的营销渠道定位 69

二、矿泉水的渠道销售策略分析 70

三、矿泉水营销渠道分析 70

第四节中国矿泉水国际营销分析 71

一、发展中国矿泉水对外贸易的作用分析 71

二、中国矿泉水的国际市场竞争力研析 72

三、中国矿泉水标志在国外注册 73

四、中国矿泉水的全球化发展及对策 73

五、矿泉水对外贸易中应强化政府作用 73

第五节矿泉水营销对策分析 77

一、矿泉水市场培育及营销对策分析 77

二、矿泉水营销战略分析 77

三、推进矿泉水企业发展的全面营销战略 78

（一）将服务战略和企业的营销战略结合起来 78

（二）在客户细分的基础上制定服务战略 78

（三）建立服务文化，倡导全员服务理念 79

（四）服务战略需要制定完善的服务体系来保障实施 79

四、中国矿泉水产业的发展与营销策略 79

五、矿泉水市场产品营销策略 79

第八章矿泉水行业发展战略研究 81

第一节矿泉水行业发展战略研究 81

一、技术开发战略 81

二、产业战略规划 84

三、业务组合战略 85

四、营销战略规划 86

七、竞争战略规划 87

五、区域战略规划 91

六、企业信息化战略规划 92

第二节矿泉水企业竞争策略分析 94

一、提高中国矿泉水企业核心竞争力的对策 94

（一）进攻式开发策略 94

（二）防御式开发策略 94

（三）系列化开发策略 95

二、影响矿泉水企业核心竞争力的因素	95
三、提高矿泉水企业竞争力的策略	95
（一）成本优势战略	95
（二）产品差异战略	95
第三节对我国矿泉水品牌的战略思考	96
一、矿泉水实施品牌战略的意义	96
二、我国矿泉水企业的品牌战略	97
（一）要树立强烈的品牌战略意识	97
（二）选准市场定位，确定战略品牌	97
（三）运用资本经营，加快开发速度	97
（四）利用信息网，实施组合经营	98
（五）实施规模化、集约化经营	98
三、矿泉水品牌战略管理的策略	99
第九章中国矿泉水行业重点企业竞争力分析	101
第一节深圳市景田食品饮料有限公司	101
一、公司基本情况	101
二、公司运营情况	101
（一）企业的偿债能力分析	101
（二）企业运营能力分析	104
（三）企业盈利能力分析	107
三、市场占有率及渠道、价格分析	108
四、公司未来战略分析	109
第二节杭州娃哈哈集团有限公司	109
一、公司基本情况	109
二、公司运营情况	110
（一）企业的偿债能力分析	110
（二）企业运营能力分析	113
（三）企业盈利能力分析	116
三、市场占有率及渠道、价格分析	117
四、公司未来战略分析	118
第三节农夫山泉股份有限公司	118
一、公司基本情况	118
二、公司运营情况	120
（一）企业的偿债能力分析	120
（二）企业运营能力分析	122

(三) 企业盈利能力分析	125
三、市场占有率及渠道、价格分析	126
四、公司未来战略分析	128
第四节西藏冰川矿泉水有限公司	128
一、公司基本情况	128
二、公司运营情况	129
(一) 企业的偿债能力分析	129
(二) 企业运营能力分析	131
(三) 企业盈利能力分析	134
三、市场占有率及渠道、价格分析	135
四、公司未来战略分析	136
第五节华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司	136
一、公司基本情况	136
二、公司运营情况	137
(一) 企业的偿债能力分析	137
(二) 企业运营能力分析	140
(三) 企业盈利能力分析	143
三、市场占有率及渠道、价格分析	144
四、公司未来战略分析	145
第六节青岛崂山矿泉水有限公司	146
一、公司基本情况	146
二、公司运营情况	147
(一) 企业的偿债能力分析	147
(二) 企业运营能力分析	149
(三) 企业盈利能力分析	152
三、市场占有率及渠道、价格分析	153
四、公司未来战略分析	153
第七节乐百氏(广东)饮用水有限公司	154
一、公司基本情况	154
二、公司运营情况	155
(一) 企业的偿债能力分析	155
(二) 企业运营能力分析	157
(三) 企业盈利能力分析	160
三、市场占有率及渠道、价格分析	161
四、公司未来战略分析	161

第八节深圳达能益力泉饮品有限公司 162

一、公司基本情况 162

二、公司运营情况 162

（一）企业的偿债能力分析 162

（二）企业运营能力分析 165

（三）企业盈利能力分析 168

三、市场占有率及渠道、价格分析 169

四、公司未来战略分析 169

第十章2016-2022年中国矿泉水产业前景与趋势分析 170

第一节矿泉水产业前景趋势分析 170

一、世界矿泉水产业发展趋势 170

二、2016-2022年中国矿泉水产业预测分析 170

第二节矿泉水产业细分领域趋势分析 170

一、未来中国矿泉水产业发展趋势预测 170

二、中国矿泉水产业的两个发展趋势分析 172

（一）高端化趋势 172

（二）本土化趋势 172

三、中国矿泉水业的发展预期 172

四、中国矿泉水产业发展趋势分析 172

第十一章2016-2022年中国矿泉水产业投资价值研究 174

第一节2016-2022年中国矿泉水行业投资环境分析 174

第二节2016-2022年中国矿泉水投资机会分析 174

一、区域投资热点分析 174

二、投资潜力分析 175

第三节2016-2022年中国矿泉水行业投资风险预警 176

一、政策监管日益加强 176

二、技术风险预警 176

三、行业竞争风险预警 177

第四节专家投资观点 177

图表目录

图表1中国饮用天然矿泉水中微量元素限量标准（mg/L） 22

图表2中国3个饮用水标准中微生物限量比较 23

图表32013-2015年我国矿泉水行业需求及增长对比 37

图表42013-2015年我国矿泉水行业需求及增长情况 39

图表52013-2015年我国矿泉水进口情况分析 41

图表6	2013-2015年我国矿泉水进口情况分析	41
图表7	2014年我国矿泉水进口来源分布	41
图表8	2013-2015年中国矿泉水行业出口情况	42
图表9	2016-2022年我国矿泉水行业进口额预测图	42
图表10	2013-2015年我国矿泉水行业投资收益率及增长情况	44
图表11	2013-2015年我国矿泉水行业投资收益率及增长对比图	44
图表12	2013-2015年我国矿泉水行业销售毛利率及增长情况	44
图表13	2013-2015年我国矿泉水行业销售毛利率及增长对比图	45
图表14	2013-2015年我国矿泉水行业资产周转率及增长情况	45
图表15	2013-2015年我国矿泉水行业资产周转率及增长对比图	45
图表16	2013-2015年我国矿泉水行业资产负债率及增长情况	46
图表17	2013-2015年我国矿泉水行业资产负债率及增长对比图	46
图表18	2013-2015年我国矿泉水销售收入及增长情况	47
图表19	2013-2015年我国矿泉水行业销售收入及增长对比	47
图表20	2013-2015年我国矿泉水从业人员及增长情况	56
图表21	2013-2015年我国矿泉水行业从业人员及增长对比	56
图表22	2013-2015年我国矿泉水资产合计及增长情况	57
图表23	2013-2015年我国矿泉水行业资产合计及增长对比	57
图表24	不同规模企业市场份额调查	58
图表25	销售收入结构分析	59
图表26	2013-2015年我国矿泉水行业产成品及增长情况	59
图表27	2013-2015年我国矿泉水行业产成品及增长对比	59
图表28	2013-2015年我国矿泉水行业产值及增长情况	60
图表29	2013-2015年我国矿泉水行业产值及增长对比	60
图表30	2013-2015年我国矿泉水行业出口交货值及增长情况	61
图表31	2013-2015年我国矿泉水行业出口交货值及增长对比	61
图表32	2013-2015年我国矿泉水行业销售成本及增长情况	62
图表33	2013-2015年我国矿泉水行业销售成本及增长对比	62
图表34	2013-2015年我国矿泉水行业管理费用及增长情况	63
图表35	2013-2015年我国矿泉水行业管理费用及增长对比	63
图表36	2013-2015年我国矿泉水行业利润总额及增长情况	64
图表37	2013-2015年我国矿泉水行业利润总额及增长对比	64
图表38	2013-2015年我国矿泉水行业负债合计及增长情况	65
图表39	2013-2015年我国矿泉水行业负债合计及增长对比	65
图表40	四种基本的品牌战略	101

图表41近3年深圳市景田食品饮料有限公司资产负债率变化情况	104
图表42近3年深圳市景田食品饮料有限公司产权比率变化情况	104
图表43近3年深圳市景田食品饮料有限公司已获利息倍数变化情况	105
图表44近3年深圳市景田食品饮料有限公司固定资产周转次数情况	106
图表45近3年深圳市景田食品饮料有限公司流动资产周转次数变化情况	107
图表46近3年深圳市景田食品饮料有限公司总资产周转次数变化情况	108
图表47近3年深圳市景田食品饮料有限公司销售毛利率变化情况	109
图表48近3年杭州娃哈哈集团有限公司资产负债率变化情况	113
图表49近3年杭州娃哈哈集团有限公司产权比率变化情况	113
图表50近3年杭州娃哈哈集团有限公司已获利息倍数变化情况	114

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/243944243944.html>