

2026-2031年中国饮用矿泉水行业运营模式分析与发展趋势预测报告

报告简介

我国饮用矿泉水行业步入稳步成长阶段，形成以农夫山泉、娃哈哈、乐百氏、雀巢为主导的一线品牌，以康师傅、可口可乐、怡宝等有名气的二线品牌及一些实力较差的地方中小企业饮用矿泉水品牌的“三国鼎立”的格局。

中国的瓶装饮用矿泉水市场目前处于成熟早期发展阶段，是全球增长最快的市场之一

随着中国城市人口就城市可支配收入的不断增长以及民众健康意识不断提高及消费习惯的改变。愈来愈多人意识到饮用含有矿物质及微量元素的天然饮用矿泉水对健康有好处。未来，随着我国经济发展，人民生活水平的提高，加之消费观念及习惯的改变。饮用矿泉水市场仍然有着巨大的发展空间。随着我国经济增长速度换挡期、结构调整阵痛期和刺激政策消化期的叠加而至，中国饮用矿泉水行业面临复杂多变的发展形势。同时，随着国家大力发展环保节能经济、相关产业政策加码等一系列外部条件不断变化，饮用矿泉水行业产业链条上的各环节也面临着重要的机遇与挑战。饮用矿泉水行业的2017年将是令人期待、兴奋、激动又紧张的一年。

报告对中国饮用矿泉水行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国饮用矿泉水行业将面临的机遇与挑战。报告将帮助饮用矿泉水企业、学术科研单位、投资企业准确了解饮用矿泉水行业最新发展动向，及早发现饮用矿泉水行业市场的空白点，机会点，增长点和盈利点。准确把握饮用矿泉水行业未被满足的市场需求和趋势，有效规避饮用矿泉水行业投资风险，更有效率地巩固或者拓展相应的战略性目标市场，牢牢把握行业竞争的主动权。形成企业良好的可持续发展优势。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 中国饮用矿泉水行业宏观环境分析 1

第一节 饮用矿泉水行业定义分析 1

一、行业定义 1

二、行业分类 2

第二节 饮用矿泉水行业宏观环境分析 4

一、政策环境 4

二、经济环境 5

三、技术环境 13

四、社会环境 13

第二章 全球饮用矿泉水行业现状及发展预测分析 21

第一节 全球饮用矿泉水行业概述 21

第二节 全球饮用矿泉水行业市场格局分析 22

第三节 全球饮用矿泉水产业主要国家运行形势分析 23

一、美国 23

二、欧洲 23

三、日本 25

第四节 2026-2031年全球饮用矿泉水产业市场走势预测分析 25

第二部分 行业深度分析

第三章 2021-2026年中国饮用矿泉水行业经济指标分析 26

第一节 2021-2026年饮用矿泉水行业发展概述 26

一、饮用矿泉水行业产销运行分析 26

二、饮用矿泉水行业利润情况分析 26

三、饮用矿泉水行业发展周期分析 27

第二节 2021-2026年饮用矿泉水行业经济运行状况 28

一、饮用矿泉水行业企业数量分析 28

二、饮用矿泉水行业市场规模分析 28

三、饮用矿泉水行业销售收入分析 29

四、饮用矿泉水行业利润总额分析 30

第三节 2021-2026年饮用矿泉水行业成本费用分析 31

一、饮用矿泉水行业销售成本分析 31

二、饮用矿泉水行业销售费用分析 31

三、饮用矿泉水行业管理费用分析 32

四、饮用矿泉水行业财务费用分析 32

第四节 2021-2026年饮用矿泉水行业运营效益分析 33

一、饮用矿泉水行业盈利能力分析 33

二、饮用矿泉水行业运营能力分析 34

三、饮用矿泉水行业偿债能力分析 35

四、饮用矿泉水行业成长能力分析 36

第三部分 竞争格局分析

第四章 中国饮用矿泉水行业市场竞争分析 37

第一节 饮用矿泉水行业上下游市场分析 37

一、饮用矿泉水行业产业链简介 37

二、上游市场供给分析 38

三、下游市场需求分析 39

第二节 饮用矿泉水行业市场供需分析 39

一、市场需求总量 39

二、各市场容量及变化 40

三、饮用矿泉水行业总体价格分析 41

第三节 饮用矿泉水行业竞争力分析 46

一、上游议价能力分析 46

二、下游议价能力分析 46

三、替代品威胁分析 46

四、新进入者威胁分析 47

五、行业竞争现状分析 47

第四节 饮用矿泉水行业市场集中度分析 47

一、行业市场集中度分析 47

二、行业主要竞争者分析 48

第五章 中国饮用矿泉水行业传统商业模式分析 50

第一节 饮用矿泉水行业经营模式 50

第二节 饮用矿泉水行业盈利模式 51

第六章 中国饮用矿泉水行业商业模式构建与实施策略 52

第一节 饮用矿泉水行业商业模式要素与特征 52

一、商业模式的构成要素 52

二、商业模式的模式要素 53

1、产品价值模式 53

2、战略模式 53

3、市场模式 53

4、营销模式 53

5、管理模式 53

6、资源整合模式 53

7、资本运作模式 53

8、成本模式 54

9、营收模式 54

三、成功商业模式的特征 54

1、商业模式的结构 54

2、成功的商业模式的三个特征 54

第二节 饮用矿泉水行业企业商业模式构建步骤 55

一、挖掘客户价值需求 55

1、转变商业思维 55

2、客户隐性需求 56

3、客户价值主张 56

二、产业价值链再定位 57

1、客户价值公式 57

2、产业价值定位 57

3、商业形态定位 58

三、寻找利益相关者 58

四、构建盈利模式 58

第三节 饮用矿泉水行业商业模式的实施策略 58

一、企业价值链管理的目标 58

1、高效率 58

2、高品质 59

3、持续创新 59

4、快速客户响应 60

二、企业价值链管理系统建设 61

1、组织结构系统 61

2、企业控制系统 61

三、企业文化建设 61

1、塑造企业价值观是建设企业文化的重要内容 62

2、提高认识是建设企业文化的重要前提 62

3、培养企业精神增强企业凝聚力 62

4、建立有效的激励机制 62

5、注重学习氛围的培养 62

第七章 中国饮用矿泉水行业商业模式创新转型分析 64

第一节 互联网思维对行业的影响 64

一、互联网思维三大特征 64

1、用户至上 64

2、体验为王 64

3、免费的商业模式 65

二、基于互联网思维的行业发展 66

第二节 互联网时代七大商业模式 67

一、平台模式 67

- 1、构成平台模式的6个条件 67
- 2、平台模式的战略定位 68
- 3、平台模式成功的四大要素 69
- 4、平台模式案例 71

二、免费模式 72

- 1、免费商业模式解析 72
- 2、免费战略的实施条件 73
- 3、免费战略的类型 73

三、软硬一体化模式 78

- 1、软硬一体化商业模式案例 78
- 2、软硬一体化模式受到市场追捧 79
- 3、软硬一体化模式是一项系统工程 81
- 4、成功打造软硬一体化商业模式的关键举措 82

四、O2O模式 83

- 1、O2O模式爆发巨大力量 83
- 2、O2O模式分类 86
- 3、O2O模式的盈利点分析 88
- 4、O2O模式的思考 88

五、品牌模式 92

- 1、品牌模式的内涵及本质 92
- 2、成功的移动互联网品牌 92

3、如何推进品牌经营 93

六、移动互联网双模模式 95

1、移动互联网双模模式概述 95

2、移动互联网的两个空间和两种生态 96

3、双模模式案例 98

七、速度模式 99

1、什么是速度模式 99

2、速度模式的主要表现 99

第三节 互联网背景下饮用矿泉水行业商业模式选择 101

一、饮用矿泉水行业与互联网思维的结合 101

二、互联网背景下饮用矿泉水行业商业模式选择 102

第八章 2021-2026年饮用矿泉水行业企业经营情况与商业模式分析 107

第一节 农夫山泉 107

一、企业发展基本情况 107

二、企业经营情况分析 109

三、企业销售渠道网络 109

四、企业经营模式分析 112

五、企业发展战略规划 114

第二节 西藏5100水资源 114

一、企业发展基本情况 114

二、企业经营情况分析 115

三、企业销售渠道网络 117

四、企业经营模式分析 118

五、企业发展战略规划 119

第三节 康师傅 120

一、企业发展基本情况 120

二、企业经营情况分析 122

三、企业销售渠道网络 123

四、企业经营模式分析 124

五、企业发展战略规划 125

第四节 华润怡宝食品饮料 127

一、企业发展基本情况 127

二、企业经营情况分析 128

三、企业销售渠道网络 128

四、企业经营模式分析 128

五、企业发展战略规划 130

第五节 深圳市景田食品饮料 130

一、企业发展基本情况 130

二、企业经营情况分析 131

三、企业销售渠道网络 132

四、企业经营模式分析 132

五、企业发展战略规划 133

第六节 统一企业 133

一、企业发展基本情况 133

二、企业经营情况分析 135

三、企业销售渠道网络 136

四、企业经营模式分析 137

五、企业发展战略规划 137

第七节 娃哈哈 138

一、企业发展基本情况 138

二、企业经营情况分析 138

三、企业销售渠道网络 139

四、企业经营模式分析 145

五、企业发展战略规划 147

第八节 达能益力 149

一、企业发展基本情况 149

二、企业经营情况分析 149

三、企业销售渠道网络 150

四、企业经营模式分析 150

五、企业发展战略规划 151

第九章 饮用矿泉水一线品牌调研 152

第一节 农夫山泉 152

一、品牌及水源介绍 152

二、产品井口价及评述 155

三、井口价的组成部分 155

四、井口价的计算过程 155

五、井口价趋势分析 155

第二节 哇哈哈 156

一、品牌及水源介绍 156

二、产品井口价及评述 157

三、井口价的组成部分 157

四、井口价的计算过程 158

五、井口价趋势分析 158

第三节 昆仑山 158

一、品牌及水源介绍 158

二、产品井口价及评述 159

三、井口价的组成部分 160

四、井口价的计算过程 160

五、井口价趋势分析 160

第四节 益力 160

一、品牌及水源介绍 160

二、产品井口价及评述 161

三、井口价的组成部分 162

四、井口价的计算过程 162

五、井口价趋势分析 162

第五节 西藏5100 162

一、品牌及水源介绍 162

二、产品井口价及评述 164

三、井口价的组成部分 164

四、井口价的计算过程 164

五、井口价趋势分析 164

第六节 景田 165

一、品牌及水源介绍 165

二、产品井口价及评述 166

三、井口价的组成部分 167

四、井口价的计算过程 167

五、井口价趋势分析 167

第七节 主要品牌井口价比较 167

第四部分 发展投资分析

第十章 2026-2031年中国饮用矿泉水行业发展前景预测分析 169

第一节 2026-2031年饮用矿泉水行业发展前景及趋势预测分析 169

第二节 2026-2031年饮用矿泉水行业发展前景预测 169

一、2026-2031年饮用矿泉水行业市场规模预测 169

二、2026-2031年饮用矿泉水行业盈利前景预测 170

第十一章 饮用矿泉水行业“十四五”热点问题探讨 171

第一节 推进城镇化和加快新农村建设，调整优化城乡结构 171

第二节 发展绿色经济和矿泉水经济，增强可持续发展能力 171

第三节 发挥地区比较优势，促进区域协调发展 172

第四节 建立扩大消费需求的长效机制研究 173

第五节 培育新型战略型产业，优化经济结构 174

第六节 “十四五”时期矿泉水行业自身热点问题研究 175

一、行业技术发展热点问题 175

二、产业增长方式转型问题 175

三、行业产业链延伸问题 175

四、行业节能减排问题 176

五、行业产业转移及承接问题 176

第十二章 饮用矿泉水行业投资分析与预测 177

第一节 行业投资特性分析 177

一、行业进入壁垒分析 177

二、盈利因素分析 177

第二节 行业投资风险分析 180

一、投资政策风险分析 180

二、投资技术风险分析 180

三、投资供求风险分析 180

四、宏观经济波动风险 181

第三节 中道泰和专家行业投资机会与建议 181

一、行业投资机会分析 181

二、行业主要投资建议 182

第四节 行业发展趋势与预测分析 183

一、发展趋势分析 183

二、发展前景预测 184

第十三章 2026-2031年中国饮用矿泉水行业投融资战略规划分析 186

第一节 饮用矿泉水行业关键成功要素分析 186

第二节 饮用矿泉水行业投资壁垒分析 188

一、饮用矿泉水行业进入壁垒 188

二、饮用矿泉水行业退出壁垒 188

第三节 饮用矿泉水行业投资风险与规避 188

一、宏观经济风险与规避 188

二、行业政策风险与规避 193

三、原料市场风险与规避 194

四、市场竞争风险与规避 194

五、技术风险分析与规避 195

六、下游需求风险与规避 197

第四节 饮用矿泉水行业融资渠道与策略 197

一、饮用矿泉水行业融资渠道分析 197

二、饮用矿泉水行业融资策略分析 198

图表目录

图表：矿泉水酸碱性分类 14

图表：2021-2026年国内生产总值增长速度(季度同比) 17

图表：2021-2026年规模以上工业增加值增速(月度同比) 18

图表：2021-2026年固定资产投资(不含农户)增速(累计同比) 19

图表：2021-2026年房地产开发投资增速(累计同比) 20

图表：2021-2026年社会消费品零售总额名义增速(月度同比) 20

图表：2021-2026年居民消费价格上涨情况(月度同比) 22

- 图表：2021-2026年工业生产者出厂价格涨跌情况(月度同比) 22
- 图表：2021-2026年居民人均可支配收入平均数与中位数统计图 25
- 图表：2021-2026年人均消费支出及构成 26
- 图表：2021-2026年全国居民收支主要数据 27
- 图表：2021-2026年城乡居民收支主要数据 28
- 图表：2021-2026年新增人口数量及增长率统计图 29
- 图表：2021-2026年中国人口性别结构分析图 29
- 图表：2021-2026年中国城镇常住人口数量及城镇化率统计表 30
- 图表：2021-2026年美国瓶装水年度人均消费金额统计 34
- 图表：2021-2026年中国矿泉水产销情况统计 37
- 图表：2021-2026年中国矿泉水行业利润总额统计 38
- 图表：2021-2026年中国矿泉水行业市场规模统计 40
- 图表：2021-2026年中国矿泉水行业销售收入统计 41
- 图表：2021-2026年中国矿泉水行业销售成本占收入比例 42
- 图表：2021-2026年中国矿泉水行业管理费用占收入比例 43
- 图表：2021-2026年中国矿泉水行业财务费用占收入比例 44
- 图表：2021-2026年中国矿泉水行业利润总额增速统计 45
- 图表：2021-2026年中国矿泉水行业产销率统计 46
- 图表：2021-2026年中国矿泉水行业资产负债率统计 46
- 图表：2021-2026年中国矿泉水行业销售收入增速统计 47
- 图表：矿泉水行业产业链 48
- 图表：2021-2026年中国矿泉水行业产品销量统计 51

图表：矿泉水价格变动示意图 53

图表：价格、价值关系 54

图表：社会劳动生产率提高影响价格 56

图表：我国部分矿泉水价格一览表 56

图表：我国矿泉水不同品牌阶层市场份额占比 59

图表：2021-2026年中国饮用水、矿泉水行业著名企业相关产品 59

图表：有限期限客户价值公式 68

图表：无限期限客户价值公式 68

图表：组织结构系统 72

图表：企业内部控制系统 72

图表：构成平台模式的6个条件 78

图表：O2O模式的盈利点分析 99

图表：移动互联网双模模式 107

图表：速度模式的主要表现 110

图表：天地精华六大合作模式 115

图表：八大优质水源地 119

图表：农夫山泉品牌创建历程 119

图表：农夫山泉玻璃瓶矿泉水 124

图表：2021-2026年西藏水资源主要财务指标 126

图表：2021-2026年西藏水资源利润表 127

图表：2021-2026年西藏水资源资产负债表 127

图表：2021-2026年西藏水资源现金流量表 128

图表：康师傅公司2021-2026年主要财务指标 133

图表：康师傅公司2021-2026年利润表 133

图表：康师傅公司2021-2026年资产负债表 134

图表：康师傅公司2021-2026年现金流量表 134

图表：百岁山生产基地 142

图表：百岁山重点城市分布一览表 143

图表：统一企业LOGO 145

图表：统一企业2021-2026年主要财务指标 146

图表：统一企业2021-2026年利润表 146

图表：统一企业2021-2026年资产负债表 147

图表：统一企业2021-2026年现金流量表 147

图表：益力水店重点城市布局一览表 161

图表：农夫山泉品牌历程 163

图表：农夫山泉全国八大水源区域分布 164

图表：农夫山泉八大水源地详情 164

图表：农夫山泉井口价及评述 166

图表：农夫山泉井口价的组成部分分析 166

图表：哇哈哈水源地详情 168

图表：哇哈哈产品井口价及评述 168

图表：哇哈哈井口价的组成部分分析 168

图表：昆仑山雪山矿泉水水质优势分析 170

图表：昆仑山矿泉水水源详情 170

图表：昆仑山产品井口价及评述	170
图表：昆仑山井口价的组成部分分析	171
图表：达能益力水源地详情	172
图表：达能益力产品井口价及评述	172
图表：达能益力井口价的组成部分分析	173
图表：西藏5100冰川水水源地详情	174
图表：西藏5100产品井口价及评述	175
图表：西藏5100井口价的组成部分分析	175
图表：景天百岁山水源地详情	177
图表：景田公司产品井口价及评述	177
图表：产品井口价及评述井口价的组成部分分析	178
图表：主要品牌井口价比较分析	178
图表：2026-2031年中国矿泉水行业市场规模预测	181
图表：2026-2031年中国矿泉水行业销售收入预测	181

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：79611

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170531/79611.shtml>

在线订购：[点击这里](#)