

2026-2031年中国矿泉水行业供需预测及投资潜力研究咨询报告

报告简介

我国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矿泉水品牌的“三国鼎立”的格局。

中国的瓶装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矿泉水对健康有好处。矿泉水作为瓶装水主要的品类之一，是瓶装水最重要的消费分类。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。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，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。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，对国际、国内矿泉水行业市场发展状况、关联行业发展状况、行业竞争状况、优势企业发展状况、消费现状以及行业营销进行了深入的分析，在总结中国矿泉水行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国矿泉水行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。本报告是矿泉水行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 2021-2026年世界矿泉水行业发展态势分析 1

第一节 2021-2026年世界矿泉水市场发展状况分析 1

一、世界矿泉水行业特点分析 1

二、世界矿泉水市场需求分析 2

第二节 2021-2026年全球矿泉水市场分析 3

一、2021-2026年全球矿泉水市场结构 3

二、2021-2026年全球矿泉水行业发展分析 4

三、2021-2026年全球矿泉水行业竞争格局 4

四、2021-2026年全球矿泉水市场区域分布 5

第二章 我国矿泉水行业发展现状 6

第一节 我国矿泉水行业发展现状 6

一、矿泉水行业品牌发展现状 6

二、矿泉水行业消费市场现状 7

三、矿泉水市场消费层次分析 7

四、我国矿泉水市场走向分析 8

第二节 2021-2026年矿泉水行业发展情况分析 8

一、2021-2026年矿泉水行业发展特点分析 8

二、2021-2026年矿泉水行业发展情况 9

第三节 2021-2026年矿泉水行业运行分析 10

一、2021-2026年矿泉水行业产销运行分析 10

二、2021-2026年矿泉水行业利润情况分析 10

三、2021-2026年矿泉水行业发展周期分析 11

四、2026-2031年矿泉水行业发展机遇分析 12

五、2026-2031年矿泉水行业利润增速预测 13

第四节 对中国矿泉水市场的分析及思考 13

一、矿泉水市场特点 13

二、矿泉水市场分析 14

三、矿泉水市场变化的方向 15

四、中国矿泉水产业发展的新思路 15

五、对中国矿泉水产业发展的思考 17

第三章 “十四五” 期间经济环境分析 19

第一节 “十四五” 期间世界经济发展趋势 19

一、“十四五” 期间世界经济将逐步恢复增长 19

二、“十四五” 期间经济全球化曲折发展 20

三、“十四五” 期间新能源与节能环保将引领全球产业 21

四、“十四五” 期间跨国投资再趋活跃 22

五、“十四五” 期间气候变化与能源资源将制约世界经济 23

六、“十四五” 期间美元地位继续削弱 24

七、“十四五” 期间世界主要新兴经济体大幅提升 25

第二节 “十四五” 期间我国经济面临的形势 26

一、“十四五” 期间我国经济将长期趋好 26

二、“十四五” 期间我国经济将围绕三个转变 27

三、“十四五” 期间我国工业产业将全面升级 31

四、“十四五”期间我国以绿色发展战略为基调 35

第三节 “十四五”期间我国对外经济贸易预测 39

一、“十四五”期间我国劳动力结构预测 39

二、“十四五”期间我国贸易形式和利用外资方式预测 41

三、“十四五”期间我国自主创新结构预测 46

四、“十四五”期间我国产业体系预测 50

五、“十四五”期间我国产业竞争力预测 51

六、“十四五”期间我国经济国家化预测 52

七、“十四五”期间我国经济将面临的贸易障碍预测 54

八、“十四五”期间人民币区域化和国际化预测 56

九、“十四五”期间我国对外贸易与城市发展关系预测 58

十、“十四五”期间我国中小企业面临的外需环境预测 59

第二部分 行业深度分析

第四章 2021-2026年中国矿泉水市场运行态势剖析 60

第一节 2021-2026年中国矿泉水市场动态分析 60

一、矿泉水行业新动态 60

二、矿泉水主要品牌动态 60

三、矿泉水行业消费者需求新动态 61

第二节 2021-2026年中国矿泉水市场运营格局分析 62

一、市场供给情况分析 62

二、市场需求情况分析 62

三、影响市场供需的因素分析 64

第三节 中国矿泉水市场价格分析 65

一、热销品牌产品价格走势分析 65

二、影响价格的主要因素分析 66

第五章 矿泉水行业经济运行分析 71

第一节 2021-2026年矿泉水行业主要经济指标分析 71

一、2021-2026年矿泉水行业主要经济指标一分析 71

二、2021-2026年矿泉水行业主要经济指标二分析 72

第二节 2021-2026年我国矿泉水行业绩效分析 72

一、2021-2026年行业产销能力 72

二、2021-2026年行业规模情况 73

三、2021-2026年行业盈利能力 74

四、2021-2026年行业经营发展能力 75

五、2021-2026年行业偿债能力分析 76

第六章 矿泉水一线品牌调研 77

第一节 农夫山泉 77

一、品牌及水源介绍 77

二、产品井口价及评述 80

三、井口价的组成部分 80

四、井口价的计算过程 80

五、井口价趋势分析 80

第二节 哇哈哈 81

一、品牌及水源介绍 81

二、产品井口价及评述 82

三、井口价的组成部分 82

四、井口价的计算过程 83

五、井口价趋势分析 83

第三节 昆仑山 83

一、品牌及水源介绍 83

二、产品井口价及评述 84

三、井口价的组成部分 85

四、井口价的计算过程 85

五、井口价趋势分析 85

第四节 益力 85

一、品牌及水源介绍 85

二、产品井口价及评述 86

三、井口价的组成部分 87

四、井口价的计算过程 87

五、井口价趋势分析 87

第五节 西藏5100 87

一、品牌及水源介绍 87

二、产品井口价及评述 89

三、井口价的组成部分 89

四、井口价的计算过程 89

五、井口价趋势分析 89

第六节 景田 90

一、品牌及水源介绍 90

二、产品井口价及评述 91

三、井口价的组成部分 92

四、井口价的计算过程 92

五、井口价趋势分析 92

第七节 主要品牌井口价比较 92

第七章 中国矿泉水行业消费市场分析 94

第一节 矿泉水市场消费需求分析 94

一、矿泉水行业需求市场 94

二、矿泉水行业客户结构 94

三、矿泉水行业需求的地区差异 95

第二节 矿泉水消费市场状况分析 95

一、矿泉水行业消费特点 95

二、矿泉水行业消费分析 96

三、矿泉水行业消费结构分析 96

四、矿泉水行业消费的市场变化 97

五、矿泉水市场的消费方向 97

第三节 矿泉水行业产品的品牌市场调查 98

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查 98

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查 98

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道 99

四、消费者经常购买的品牌调查 99

五、消费者的消费理念调研 99

第八章 我国矿泉水行业市场调查分析 100

第一节 2021-2026年我国矿泉水行业市场宏观分析 100

一、主要观点 100

二、市场结构分析 100

三、整体市场关注度 100

第二节 2021-2026年中国矿泉水行业市场微观分析 101

一、市场细分充分程度分析 101

二、各细分市场领先企业排名 102

三、各细分市场占总市场的结构比例 103

第九章 矿泉水行业上下游产业分析 104

第一节 上游产业分析 104

一、发展现状 104

二、发展趋势预测 104

三、上游发展对矿泉水行业的意义 104

第二节 下游产业分析 105

一、发展现状 105

二、发展趋势预测 105

三、行业最新动态及其对矿泉水行业的影响 105

四、下游发展对矿泉水行业的意义 106

第三部分 竞争格局分析

第十章 矿泉水行业竞争格局分析 107

第一节 行业竞争结构分析 107

一、现有企业间竞争 107

二、潜在进入者分析 108

三、替代品威胁分析 109

四、供应商议价能力分析 110

五、客户议价能力分析 110

第二节 行业集中度分析 111

一、市场集中度分析 111

二、企业集中度分析 113

三、区域集中度分析 113

第三节 中国矿泉水行业竞争格局综述 114

一、2021-2026年矿泉水行业集中度 114

二、2021-2026年矿泉水行业竞争程度 114

三、2021-2026年矿泉水企业与品牌数量 115

四、2021-2026年矿泉水行业竞争格局分析 115

第四节 2021-2026年矿泉水行业竞争格局分析 115

一、2021-2026年国内外矿泉水行业竞争分析 115

二、2021-2026年我国矿泉水市场竞争分析 115

第十一章 矿泉水企业竞争策略分析 116

第一节 矿泉水市场竞争策略分析 116

一、2021-2026年矿泉水市场增长潜力分析 116

二、坚持产品创新的领先战略 116

三、坚持品牌建设的引导战略 116

四、坚持技术创新的支持战略 117

五、坚持市场营销创新的决胜战略 117

六、坚持企业管理创新的保证战略 117

第二节 矿泉水企业竞争策略分析 118

一、2026-2031年我国矿泉水市场竞争趋势 118

二、2026-2031年矿泉水行业竞争格局展望 118

第三节 矿泉水行业发展机会分析 121

第四节 矿泉水行业发展风险分析 121

第十二章 重点矿泉水企业竞争分析 124

第一节 农夫山泉股份有限公司 124

一、企业概况 124

二、竞争优势分析 125

三、2021-2026年经营状况 126

四、2026-2031年发展战略 126

第二节 杭州娃哈哈集团有限公司 127

一、企业概况 127

二、竞争优势分析 127

三、2021-2026年经营状况 128

四、2026-2031年发展战略 129

第三节 统一企业中国控股有限公司 131

一、企业概况 131

二、竞争优势分析 132

三、2021-2026年经营状况 135

四、2026-2031年发展战略 135

第四节 达能集团 136

一、企业概况 136

二、竞争优势分析 136

三、2021-2026年经营状况 137

四、2026-2031年发展战略 137

第五节 乐百氏(广东)食品饮料有限公司 138

一、企业概况 138

二、竞争优势分析 138

三、2021-2026年经营状况 139

四、2026-2031年发展战略 139

第六节 华润怡宝饮料(中国)有限公司 139

一、企业概况 139

二、竞争优势分析 140

三、2021-2026年经营状况 142

四、2026-2031年发展战略 142

第七节 深圳市景田食品饮料有限公司 142

一、企业概况 142

二、竞争优势分析 143

三、2021-2026年经营状况 144

四、2026-2031年发展战略 144

第八节 青岛崂山矿泉水有限公司 145

一、企业概况 145

二、竞争优势分析 145

三、2021-2026年经营状况 146

四、2026-2031年发展战略 146

第四部分 发展投资分析

第十三章 矿泉水行业“十四五”热点问题探讨 147

第一节 推进城镇化和加快新农村建设，调整优化城乡结构 147

第二节 发展绿色经济和矿泉水经济，增强可持续发展能力 147

第三节 发挥地区比较优势，促进区域协调发展 148

第四节 建立扩大消费需求的长效机制研究 149

第五节 培育新型战略型产业，优化经济结构 150

第六节 “十四五”时期矿泉水行业自身热点问题研究 151

一、行业技术发展热点问题 151

二、产业增长方式转型问题 151

三、行业产业链延伸问题 151

四、行业节能减排问题 152

五、行业产业转移及承接问题 152

第十四章 矿泉水行业投资发展机会分析 153

第一节 矿泉水行业投资机会分析 153

一、矿泉水投资项目分析 153

二、可以投资的矿泉水模式 154

三、2026-2031年矿泉水投资机会 154

第二节 2026-2031年矿泉水行业发展预测分析 155

一、2026-2031年矿泉水发展分析 155

二、2026-2031年矿泉水行业技术开发方向 155

三、总体行业整体规划及预测 156

第三节 未来市场发展趋势 156

一、产业集中度趋势分析 156

二、2026-2031年行业发展趋势 156

第十五章 矿泉水行业发展趋势与投资战略研究 158

第一节 矿泉水市场发展潜力分析 158

一、市场空间广阔 158

二、竞争格局变化 158

三、高科技应用带来新生机 158

第二节 矿泉水行业发展趋势分析 159

一、品牌格局趋势 159

二、渠道分布趋势 160

三、消费趋势分析 160

第三节 矿泉水行业发展战略研究 161

一、战略综合规划 161

二、技术开发战略 162

三、业务组合战略 164

四、区域战略规划 165

五、产业战略规划 166

六、营销品牌战略 167

七、竞争战略规划 167

第四节 对我国矿泉水品牌的战略思考 168

一、矿泉水品牌的重要性 168

二、矿泉水实施品牌战略的意义 169

三、矿泉水企业品牌的现状分析 170

四、我国矿泉水企业的品牌战略 171

五、矿泉水品牌战略管理的策略 173

第十六章 2026-2031年矿泉水行业发展预测 176

第一节 未来矿泉水需求与消费预测 176

一、2026-2031年矿泉水产品消费预测 176

二、2026-2031年矿泉水市场规模预测 177

三、2026-2031年矿泉水行业产成品预测 177

四、2026-2031年矿泉水行业销售收入预测 178

第二节 2026-2031年中国矿泉水行业供需预测 179

一、2026-2031年中国矿泉水供给预测 179

二、2026-2031年中国矿泉水产量预测 179

三、2026-2031年中国矿泉水需求预测 179

四、2026-2031年中国矿泉水供需平衡预测 180

五、2026-2031年中国矿泉水产品价格预测 180

六、2026-2031年主要矿泉水产品进出口预测 180

第三节 影响矿泉水行业发展的主要因素 181

一、2026-2031年影响矿泉水行业运行的有利因素分析 181

二、2026-2031年影响矿泉水行业运行的稳定因素分析 181

三、2026-2031年影响矿泉水行业运行的不利因素分析 182

四、2026-2031年我国矿泉水行业发展面临的挑战分析 182

五、2026-2031年我国矿泉水行业发展面临的机遇分析 182

第四节 矿泉水行业投资风险及控制策略分析 183

一、2026-2031年矿泉水行业市场风险及控制策略 183

二、2026-2031年矿泉水行业政策风险及控制策略 183

三、2026-2031年矿泉水行业经济风险及控制策略 185

四、2026-2031年矿泉水行业技术风险及控制策略 189

五、2026-2031年矿泉水行业同业竞争风险及控制策略 191

六、2026-2031年矿泉水行业其他风险及控制策略 191

第十七章 中道泰和投资建议 196

第一节 行业研究结论 196

第二节 行业发展建议 196

一、重点矿泉水企业发展建议 196

二、中小矿泉水企业发展建议 197

图表目录

图表：2021-2026年全球最具价值矿泉水品牌排行 5

图表：中国矿泉水不同品牌阶层市场份额占比 6

图表：我国不同矿泉水消费群体占比 7

图表：我国不同地区矿泉水销售占比 8

图表：2021-2026年中国矿泉水产销情况统计 10

图表：2021-2026年中国矿泉水行业利润总额统计 10

图表：行业生命周期的判断 11

图表：2026-2031年中国矿泉水行业利润总额增速预测 13

图表：2021-2026年进口矿泉水消费者消费情况表 17

图表：矿泉水行业主要生产企业 62

图表：2021-2026年我国部分矿泉水价格一览表 64

图表：矿泉水价格变动示意图 66

图表：价格、价值关系 67

图表：社会劳动生产率提高影响价格 68

图表：2021-2026年中国矿泉水行业产品销量统计 70

图表：2021-2026年中国矿泉水行业产品产量统计 71

图表：2021-2026年中国矿泉水行业产销率统计 72

图表：2021-2026年中国矿泉水行业市场规模统计 73

图表：2021-2026年中国矿泉水行业利润总额增速统计 73

图表：2021-2026年中国矿泉水行业销售收入增速统计 74

图表：2021-2026年中国矿泉水行业资产负债率统计 75

图表：农夫山泉品牌历程 76

图表：农夫山泉全国八大水源区域分布 77

图表：农夫山泉八大水源地详情 77

图表：农夫山泉井口价及评述 79

图表：农夫山泉井口价的组成部分分析 79

图表：哇哈哈水源地详情 81

图表：哇哈哈产品井口价及评述 81

图表：哇哈哈井口价的组成部分分析 81

图表：昆仑山雪山矿泉水水质优势分析 83

图表：昆仑山矿泉水水源详情 83

图表：昆仑山产品井口价及评述 83

图表：昆仑山井口价的组成部分分析 84

图表：达能益力水源地详情 85

图表：达能益力产品井口价及评述 85

图表：达能益力井口价的组成部分分析 86

图表：西藏5100冰川水水源地详情 87

图表：西藏5100产品井口价及评述 88

图表：西藏5100井口价的组成部分分析 88

图表：景天百岁山水源地详情 90

图表：景田公司产品井口价及评述 90

图表：产品井口价及评述井口价的组成部分分析 91

图表：主要品牌井口价比较分析 91

图表：我国不同矿泉水消费群体占比 93

图表：我国不同地区矿泉水销售占比 94

- 图表：2021-2026年消费者对矿泉水品牌认知度排名 97
- 图表：2021-2026年消费者对矿泉水品牌偏好排名 97
- 图表：消费者对矿泉水品牌的首要认知渠道 98
- 图表：2021-2026年消费者经常购买的矿泉水品牌排名 98
- 图表：2021-2026年高端矿泉水品牌排名 101
- 图表：2021-2026年我国高端矿泉水市场区域分布结构分析 102
- 图表：2021-2026年中国饮用水、矿泉水行业著名企业相关产品 112
- 图表：农夫山泉股份八大水源地分布 124
- 图表：2021-2026年杭州娃哈哈集团有限公司营业收入 127
- 图表：2021-2026年统一企业中国控股有限公司营业收入 134
- 图表：达能全球分布 136
- 图表：怡宝饮料组织结构图 139
- 图表：2021-2026年华润怡宝饮料(中国)有限公司营业收入 141
- 图表：景田四大水源基地 143
- 图表：崂山矿泉水产品布局分析 145
- 图表：2026-2031年中国矿泉水行业产品销量预测 175
- 图表：2026-2031年中国矿泉水行业市场规模预测 176
- 图表：2026-2031年中国矿泉水行业产品产量预测 177
- 图表：2026-2031年中国矿泉水行业销售收入预测 177
- 图表：2021-2026年中国矿泉水进出口趋势图 180
- 图表：2021-2026年全球主要国家及区域人均瓶装水消费金额 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：79624

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170531/79624.shtml>

在线订购：[点击这里](#)