

2026-2031年矿泉水行业竞争格局分析与投资风险预测报告

报告简介

矿泉水是从地下深处自然涌出的或者是经人工揭露的、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。

矿泉水是含有溶解的矿物质或较多气体的水,国家标准中规定的九项界限指标包括锂、锶、锌、硒、溴化物、碘化物、偏硅酸、游离二氧化碳和溶解性总固体,矿泉水中必须有一项或一项以上达到界限指标的要求,其要求含量分别为(单位:mg/L):锂、锶,锌、碘化物均 ≥ 0.2 ,硒 ≥ 0.01 ,溴化物 ≥ 1.0 ,偏硅酸 ≥ 25 ,游离二氧化碳 ≥ 250 和溶解性总固体 ≥ 1000 。市场上大部分矿泉水属于锶(Sr)型和偏硅酸型,同时也有其他矿物质成份的矿泉水。

根据数据分析,目前我国有超过200家的矿泉水企业。经过鉴定的矿泉水水源地有4100多处,分布数量较多的省份(超过200处)有山东、河北、吉林、黑龙江、辽宁、福建、广东、江苏等,其中山东省水源地数量最多,有400多处,吉林省允许开采的矿泉水量最大,每天可开采39万吨以上。

随着中国经济社会的发展,人们生活水平的提高,人们消费的品牌意识越来越强。重视品牌,反映了消费者生活理念的转变。在生产设备和工艺水平不断提高,矿泉水产品日趋同质化的今天,产品的物理属性相差不大,惟有具有深厚内涵的品牌能给消费者以精神寄托。同质同价的矿泉水,消费者更青睐品牌产品。当商品经济发展到一定阶段,企业竞争不再停留在降价促销上,而是品牌层面的竞争。树立了著名品牌,就掌握了占领市场的主动权。未来的矿泉水企业竞争,无品牌或弱势品牌的企业将成为强势品牌的贴牌加工厂,失掉自己的终端市场和竞争的根基。

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、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据,客观、多角度地对中国矿泉

水市场进行了分析研究。报告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。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为矿泉水企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 矿泉水行业发展概述 1

第一节 矿泉水行业及属性分析 1

一、行业定义 1

二、国民经济依赖性 1

三、行业主要分类 2

四、行业周期属性 3

第二节 2021-2026年中国宏观经济环境分析 4

一、2021-2026年我国宏观经济运行情况 4

二、2021-2026年投资趋势及其影响预测 8

第三节 中国矿泉水行业政策环境分析 11

一、矿泉水行业政策法规分析 11

1、《饮用天然矿泉水国家标准》 11

2、《关于“十四五”时期做好扩大消费工作的意见》 12

3、《中国饮料行业“十四五”发展规划建议》 13

4、《食品工业“十四五”发展规划》 14

5、《食品添加剂使用标准》(GB2760-) 28

二、矿泉水行业相关标准分析 29

三、上下游产业相关政策 30

第四节 中国矿泉水行业社会环境分析 49

一、国内社会环境发展现状 49

三、社会环境对行业的影响分析 52

第二章 2021-2026年世界矿泉水行业发展状况分析 53

第一节 全球矿泉水行业发展轨迹综述 53

一、全球矿泉水行业发展历程 53

二、全球矿泉水分布情况 54

三、全球矿泉水行业技术发展现状及趋势 54

第二节 全球矿泉水行业市场情况 55

一、欧洲 55

1、欧洲矿泉水行业发展概况 55

2、2021-2026年欧洲矿泉水市场结构 55

二、北美 57

1、北美矿泉水行业发展概况 57

2、2021-2026年北美矿泉水市场结构 57

三、日本 57

1、日本矿泉水行业发展概况 57

2、2021-2026年日本矿泉水市场结构 58

四、其他国家地区 58

1、俄罗斯 58

2、印度 58

第二部分 行业深度分析

第三章 2021-2026年国内矿泉水行业发展基本情况 60

第一节 矿泉水行业相关概述 60

一、行业产品分类 60

二、矿泉水行业管理体制 62

三、矿泉水行业生命周期 66

四、行业在国民经济中地位 68

第二节 矿泉水行业经营模式分析 68

一、生产模式分析 68

二、采购模式分析 69

三、销售模式分析 69

第三节 矿泉水的产业链情况 70

一、产业链模型介绍 70

二、矿泉水行业产业链分析 71

第四节 上下游行业对矿泉水行业的影响分析 71

第四章 2021-2026年中国矿泉水市场运行情况 72

第一节 行业最新动态分析 72

一、行业相关动态概述 72

二、行业发展热点聚焦 72

第二节 行业品牌现状分析 73

一、行业重点品牌分析 73

二、国内品牌形象概况 76

第三节 行业产品市场价格情况 76

一、矿泉水市场价格影响因素 76

二、2021-2026年矿泉水价格走势分析 81

第四节 外资企业进入概况 81

一、行业外资进入现状 81

二、外资进入对未来市场的威胁 82

第五章 2021-2026年中国矿泉水行业总体发展状况 83

第一节 中国矿泉水行业规模情况分析 83

一、行业单位规模情况分析 83

二、行业人员规模状况分析 83

三、行业资产规模状况分析 84

四、行业市场规模状况分析 85

第二节 中国矿泉水行业产销情况分析 85

一、行业生产情况分析 85

二、行业销售情况分析 86

三、行业产销情况分析 87

第三节 中国矿泉水行业财务能力分析 87

一、行业盈利能力分析与预测 87

二、行业偿债能力分析 88

三、行业营运能力分析 89

四、行业发展能力分析 89

第四节 产品发展趋势预测 90

一、高端矿泉水成主流 90

二、生产技术及流程 90

三、产品发展趋势预测 92

第五节 2026-2031年矿泉水行业规划 93

一、全面规划，合理布局 93

二、严格管理，节约和保护资源 94

三、增强质量意识，坚持国家标准，确保产品质量 94

四、充分发挥矿泉水专业委员会的桥梁与纽带作用 94

五、依靠科技进步和创新，推进矿泉水产业的发展 94

六、加大医疗矿泉水的开发利用力度 94

第六章 2021-2026年中国矿泉水行业进出口市场分析 96

第一节 矿泉水行业进出口状况综述 96

第二节 矿泉水行业出口市场分析 97

一、2021-2026年矿泉水行业出口整体情况 97

二、2021-2026年矿泉水行业出口结构 98

三、2021-2026年矿泉水内外销比例 98

第三节 矿泉水行业进口市场分析 99

一、2021-2026年矿泉水行业进口整体情况 99

二、2021-2026年矿泉水行业进口产品结构 99

三、2021-2026年矿泉水国内外供应比例 100

第三部分 竞争格局分析

第七章 2021-2026年中国矿泉水行业市场竞争策略分析 101

第一节 行业竞争结构分析 101

一、现有企业间竞争 101

二、潜在进入者分析 102

三、替代品威胁分析 103

四、供应商议价能力 104

五、客户议价能力 104

第二节 行业国际竞争力比较 105

一、生产要素 105

二、需求条件 106

三、相关和支持性产业 106

四、企业战略、结构与竞争状态 107

第三节 矿泉水企业竞争策略分析 111

一、提高矿泉水企业核心竞争力的对策 111

二、影响矿泉水企业核心竞争力的因素及提升途径 117

1、影响企业核心竞争力的因素 117

2、提升企业核心竞争力的有效途径 119

三、提高矿泉水企业竞争力的策略 121

第八章 2021-2026年中国矿泉水行业领先企业分析 124

第一节 娃哈哈 124

一、企业概况 124

二、企业经营状况 125

三、企业竞争优势 125

四、品牌发展战略 126

第二节 农夫山泉 128

一、企业概况 128

二、企业经营状况 129

三、企业竞争优势 129

四、品牌竞争策略 130

第三节 统一 131

一、企业概况 131

二、企业经营状况 132

三、企业竞争优势 132

四、品牌竞争策略 135

第四节 景田 135

一、企业概况 135

二、企业竞争优势 135

三、企业经营状况 136

四、品牌竞争策略 137

第五节 5100西藏冰川矿泉水公司 137

一、企业概况 137

二、企业经营状况 138

三、企业竞争优势 139

四、企业发展战略 140

第六节 益力 142

一、企业概况 142

二、企业经营状况 142

三、企业竞争优势 143

四、发展战略 144

第七节 康师傅公司 144

一、企业概况 144

二、企业经营状况 144

三、企业竞争优势 145

四、企业发展战略 145

第八节 上海梅林正广和股份有限公司 147

一、企业概况 147

二、企业经营状况 148

三、企业财务分析 149

四、企业竞争优势 151

五、企业发展战略 152

第九节 乐百氏(广东)食品饮料有限公司 152

一、企业概况 152

二、企业竞争优势 153

三、企业经营状况 153

四、企业发展战略 154

第十节 青岛崂山矿泉水有限公司 154

一、公司主营业务 154

二、公司经营状况 155

三、公司竞争优势 155

四、公司竞争策略 156

第四部分 发展前景展望

第九章 2026-2031年中国矿泉水市场投资潜力及前景预测 157

第一节 2026-2031年中国矿泉水市场未来发展趋势 157

一、中国矿泉水行业发展趋势 157

二、矿泉水产品的消费走向 157

三、矿泉水行业未来发展方向 159

第二节 2026-2031年中国矿泉水市场前景展望 159

一、中国矿泉水市场发展前景 159

二、未来国家政策规划 160

第十章 2026-2031年矿泉水行业发展预测分析 162

第一节 2026-2031年中国矿泉水行业未来发展预测分析 162

一、中国矿泉水行业发展方向及投资机会分析 162

二、2026-2031年中国矿泉水行业发展规模分析 164

三、2026-2031年中国矿泉水行业发展趋势分析 164

第二节 2026-2031年中国矿泉水行业供需预测 165

一、2026-2031年中国矿泉水行业供给预测 165

二、2026-2031年中国矿泉水行业需求预测 166

第三节 2026-2031年中国矿泉水行业价格走势分析 166

第十一章 矿泉水行业投资风险分析 167

第一节 矿泉水行业投资环境风险 167

一、国际经济环境风险 167

二、汇率风险 167

三、宏观经济风险 168

四、宏观经济政策风险 169

五、区域经济变化风险 170

第二节 矿泉水行业产业链上下游风险 170

一、上游行业风险 170

二、下游行业风险 170

三、其他关联行业风险 170

第三节 矿泉水行业政策风险 175

一、产业政策风险 175

二、贸易政策风险 176

三、环保政策风险 177

四、区域经济政策风险 178

第四节 矿泉水行业市场风险 179

一、市场供需风险 179

二、定价风险 179

三、竞争风险 180

第五节 矿泉水行业其他风险分析 181

第十二章 2026-2031年中国矿泉水行业投资战略研究 184

第一节 品牌战略思考 184

一、矿泉水品牌的重要性 184

二、矿泉水实施品牌战略的意义 185

三、矿泉水企业品牌的现状分析 186

四、我国矿泉水企业的品牌战略 187

五、矿泉水品牌战略管理的策略 189

第二节 企业经营管理策略 191

一、成本控制策略 191

二、定价策略 193

三、竞争策略 193

四、并购重组策略 199

五、营销策略 209

六、人力资源 231

七、财务管理 250

八、国际化策略 253

第三节 行业发展战略研究 253

一、战略综合规划 253

二、技术开发战略 255

三、业务组合战略 256

四、区域战略规划 258

五、产业战略规划 258

六、营销品牌战略 259

七、竞争战略规划 259

第四节 企业经营策略分析 260

一、矿泉水市场细分策略 260

二、矿泉水市场创新策略 262

1、服务营销 262

2、服务营销要素 262

三、品牌定位与品类规划 264

1、市场定位 264

2、品牌定位 264

3、产品定位的基本原则 265

四、矿泉水新产品差异化战略 265

1、差异化战略 265

2、成本领先战略 266

第十三章 中道泰和研究结论及投资建议 268

第一节 矿泉水行业研究结论 268

第二节 矿泉水行业投资价值评估 268

第三节 中道泰和矿泉水行业投资建议 268

一、行业发展策略建议 268

二、行业投资方向建议 269

三、行业投资方式建议 269

图表目录

图表：矿泉水的主要分类 2

图表：矿泉水按酸碱性分类 3

图表：行业生命周期的判断 3

图表：2021-2026年GDP增速缓中趋稳 4

图表：份固定资产投资完成额显著下降 5

图表：制造业固定投资与新增固定投资增速大幅下滑 6

图表：2021-2026年PPI同比增速大幅回升(2021-2026年)首次转正并超过CPI同比增速 7

图表：2021-2026年我国居民收入及消费支出情况 50

图表：2021-2026年我国城镇居民收入及消费支出情况 51

图表：2021-2026年我国农村居民收入及消费支出情况 51

图表：行业发展周期 67

图表：行业生命周期图 67

图表：矿泉水价格变动示意图 78

图表：价格、价值关系 79

图表：社会劳动生产率提高影响价格 80

图表：我国部分矿泉水价格一览表 81

图表：2021-2026年中国矿泉水行业企业数量统计 83

图表：2021-2026年国矿泉水行业从业人员规模 84

图表：2021-2026年我国矿泉水行业资产规模情况 84

图表：2021-2026年中国矿泉水行业市场规模情况 85

图表：2021-2026年中国矿泉水行业产量情况 86

图表：2021-2026年中国矿泉水行业销量情况 86

图表：2021-2026年中国矿泉水行业产销率统计 87

图表：2026-2031年中国矿泉水行业利润总额增速统计及预测 88

图表：2026-2031年中国矿泉水行业偿债能力统计及预测 88

图表：2021-2026年中国矿泉水行业总资产周转率统计 89

图表：2021-2026年中国矿泉水行业销售收入增速统计 90

图表：2021-2026年中国矿泉水进出口数量对比 96

图表：2021-2026年中国矿泉水进出口金额对比 97

图表：2021-2026年中国矿泉水行业出口数据统计 97

图表：2021-2026年我国矿泉水行业出口国家结构 98

图表：2021-2026年中国矿泉水行业进口数据统计 99

图表：2021-2026年我国矿泉水行业进口国家结构 99

图表：2021-2026年杭州娃哈哈集团有限公司营业收入 125

图表：农夫山泉股份八大水源地分布 129

图表：2021-2026年统一企业中国控股有限公司营业收入 132

图表：景田四大水源基地 136

图表：达能全球分布 143

图表：2021-2026年上海梅林正广和股份有限公司经营情况 148

图表：2021-2026年上海梅林正广和股份有限公司资产负债表 149

图表：2021-2026年上海梅林正广和股份有限公司利润表 150

图表：2021-2026年上海梅林正广和股份有限公司现金流量表 151

图表：崂山矿泉水产品布局分析 155

图表：被调查者对一瓶天然矿泉水的主观定价 158

图表：2026-2031年中国矿泉水行业发展规模预测 164

图表：2026-2031年中国矿泉水行业产量预测 165

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：79629

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170531/79629.shtml>

在线订购：[点击这里](#)