

2026-2031年中国矿泉水行业供需预测及投资潜力研究报告

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。

预计我国矿泉水行业产品产量将在2021年约4498.55万吨，2022年将达到约5323.14万吨。

随着中国城市人口及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。

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、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以及专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国矿泉水行业作了详尽深入的分析，是企业进行市场研究工作时不可或缺的重要参考资料，同时也可作为金融机构进行信贷分析、证券分析、投资分析等研究工作时的参考依据。

报告目录

第一部分 行业运行现状

第一章 中国矿泉水行业发展概述 1

第一节 矿泉水行业发展情况 1

第二节 最近3-5年中国矿泉水行业经济指标分析 1

- 一、赢利性 1
- 二、成长速度 2
- 三、附加值的提升空间 3
- 四、进入壁垒/退出机制 3
- 五、风险性 4
- 六、行业周期 5
- 七、竞争激烈程度指标 6
- 八、当前行业发展所属周期阶段的判断 6

第三节 关联产业发展分析 7

第二章 中国矿泉水行业的国际比较分析 8

第一节 中国矿泉水行业竞争力指标分析 8

- 一、产品竞争力分析 8
- 二、技术竞争力分析 8

第二节 中国矿泉水行业经济指标国际比较分析 8

第三节 全球矿泉水行业市场需求分析 9

- 一、市场规模现状 9
- 二、需求结构分析 10
- 三、市场前景展望 11

第四节 全球矿泉水行业市场供给分析 12

- 一、市场价格走势 12
- 二、重点企业分布 12

第二部分 产业发展关键趋势

第三章 2021-2026年中国矿泉水行业整体运行指标分析 13

第一节 中国矿泉水行业总体规模分析 13

一、企业数量结构分析 13

二、行业规模分析 14

第二节 中国矿泉水行业产销分析 14

一、行业情况总体分析 14

二、行业销售收入总体分析 15

第三节 中国矿泉水行业财务指标总体分析 16

一、行业盈利能力分析 16

二、行业偿债能力分析 17

三、行业营运能力分析 17

四、行业发展能力分析 18

第四章 矿泉水产业链的分析 19

第一节 行业集中度 19

第二节 主要环节的增值空间 21

第三节 行业进入壁垒和驱动因素 22

第四节 上下游行业影响及趋势分析 23

第五章 区域市场情况深度研究 26

第一节 长三角区域市场情况分析 26

第二节 珠三角区域市场情况分析 26

第三节 环渤海区域市场情况分析 26

第四节 矿泉水行业主要市场大区发展状况及竞争力研究 27

一、华北大区市场分析 27

二、华中大区市场分析 28

三、华南大区市场分析 28

四、华东大区市场分析 29

五、东北大区市场分析 29

六、西南大区市场分析 30

七、西北大区市场分析 30

第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析 31

第六章 2026-2031年需求预测分析 32

第一节 矿泉水行业领域2026-2031年需求量预测 32

第二节 2026-2031年矿泉水行业领域需求功能预测 32

第三节 2026-2031年矿泉水行业领域需求市场格局预测 34

第三部分 行业竞争格局

第七章 矿泉水市场竞争格局分析 36

第一节 行业竞争结构分析 36

一、现有企业间竞争 36

二、潜在进入者分析 36

三、替代品威胁分析 36

四、供应商议价能力 37

五、客户议价能力 37

第二节 行业集中度分析 37

一、市场集中度分析 37

二、企业集中度分析 40

三、区域集中度分析 40

第三节 行业国际竞争力比较 41

一、需求条件 41

二、支援与相关产业 42

三、企业战略、结构与竞争状态 43

四、政府的作用 43

第四节 矿泉水行业主要企业竞争力分析 44

一、重点企业资产总计对比分析 44

二、重点企业从业人员对比分析 44

三、重点企业全年营业收入对比分析 45

四、重点企业利润总额对比分析 45

五、重点企业综合竞争力对比分析 46

第五节 矿泉水行业竞争格局分析 46

一、2021-2026年矿泉水行业竞争分析 46

二、2021-2026年国内外矿泉水竞争分析 46

三、2021-2026年中国矿泉水市场竞争分析 47

四、2021-2026年中国矿泉水市场集中度分析 47

第八章 主要企业的排名与产业结构分析 48

第一节 行业企业排名分析 48

第二节 产业结构分析 48

一、市场细分充分程度的分析 48

二、各细分市场领先企业排名 49

三、各细分市场占总市场的结构比例 50

四、领先企业的结构分析(所有制结构) 51

第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 51

一、产业价值链的构成 51

二、产业链条的竞争优势与劣势分析 52

第四节 产业结构发展预测 52

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析(投资政策、外资政策、限制性政策) 52

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 53

三、中国矿泉水行业参与国际竞争的战略市场定位 54

第九章 前十大领先企业分析 55

第一节 农夫山泉 55

一、主营业务及经营状况 55

二、历年销售规模、利润指标 57

三、主要市场定位 57

四、主要优势与主要劣势 58

五、市场拓展战略与手段分析 60

第二节 西藏5100水资源 61

一、主营业务及经营状况 61

二、历年销售规模、利润指标 62

三、主要市场定位 63

四、主要优势与主要劣势 64

五、市场拓展战略与手段分析 64

第三节 康师傅 66

一、主营业务及经营状况 66

二、历年销售规模、利润指标 67

三、主要市场定位 67

四、主要优势与主要劣势 67

五、市场拓展战略与手段分析 70

第四节 娃哈哈 70

一、主营业务及经营状况 70

二、历年销售规模、利润指标 71

三、主要市场定位 71

四、主要优势与主要劣势 72

五、市场拓展战略与手段分析 72

第五节 统一 74

一、主营业务及经营状况 74

二、历年销售规模、利润指标 75

三、主要市场定位 75

四、主要优势与主要劣势 76

五、市场拓展战略与手段分析 78

第六节 华润怡宝 79

一、主营业务及经营状况 79

二、历年销售规模、利润指标 80

三、主要市场定位 80

四、主要优势与主要劣势 80

五、市场拓展战略与手段分析 81

第七节 景田百岁山 82

一、主营业务及经营状况 82

二、历年销售规模、利润指标 82

三、主要市场定位 82

四、主要优势与主要劣势 83

五、市场拓展战略与手段分析 84

第八节 达能益力 85

一、主营业务及经营状况 85

二、历年销售规模、利润指标 85

三、主要市场定位 86

四、主要优势与主要劣势 86

五、市场拓展战略与手段分析 87

第九节 崂山 88

一、主营业务及经营状况 88

二、历年销售规模、利润指标 88

三、主要市场定位 89

四、主要优势与主要劣势 89

五、市场拓展战略与手段分析 90

第十节 恒大冰泉 90

一、主营业务及经营状况 90

二、历年销售规模、利润指标 91

三、主要市场定位 91

四、主要优势与主要劣势 91

五、市场拓展战略与手段分析 92

第四部分 市场需求分析与投资方向推荐

第十章 应用领域及行业供需分析 93

第一节 需求分析 93

一、矿泉水行业需求市场 93

二、矿泉水行业客户结构 93

三、矿泉水行业需求的地区差异 94

第二节 供给分析 94

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势 95

一、矿泉水行业的需求预测 95

二、矿泉水行业的供应预测 96

三、供求平衡分析 96

第四节 市场价格走势分析 96

第十一章 影响企业经营的关键趋势 98

第一节 市场整合成长趋势 98

第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测 99

第三节 企业区域市场开发风险趋势 101

第四节 企业完善渠道建设方向 101

第五节 中国矿泉水行业SWOT分析 102

第十二章 2026-2031年矿泉水行业投资价值评估分析 107

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析 107

一、有利因素 107

二、不利因素 107

第二节 产业发展的空白点分析 108

第三节 投资回报率比较高的投资方向 109

第四节 新进入者应注意的障碍因素 110

第五节 营销分析与营销模式推荐 110

一、渠道构成 110

二、销售贡献比率 111

三、覆盖率 111

四、销售渠道效果 112

五、价值流程结构 113

第十三章 2026-2031年中国矿泉水行业投资战略研究 115

第一节 品牌战略思考 115

一、矿泉水品牌的重要性 115

二、矿泉水实施品牌战略的意义 116

三、矿泉水企业品牌的现状分析 117

四、我国矿泉水企业的品牌战略 118

五、矿泉水品牌战略管理的策略 120

第二节 企业经营管理策略 122

一、成本控制策略 122

二、定价策略 124

三、竞争策略 124

四、并购重组策略 130

五、营销策略 140

六、人力资源 162

七、财务管理 181

八、国际化策略 184

第三节 行业发展战略研究 184

一、战略综合规划 184

二、技术开发战略 186

三、业务组合战略 187

四、区域战略规划 189

五、产业战略规划 189

六、营销品牌战略 190

七、竞争战略规划 190

第四节 企业经营策略分析 191

一、矿泉水市场细分策略 191

二、矿泉水市场创新策略 193

1、服务营销 193

2、服务营销要素 193

三、品牌定位与品类规划 195

- 1、市场定位 195
- 2、品牌定位 195
- 3、产品定位的基本原则 196
- 四、矿泉水新产品差异化战略 196
 - 1、差异化战略 196
 - 2、成本领先战略 197

图表目录

- 图表：2021-2026年中国矿泉水行业利润总额统计 2
- 图表：行业生命周期的判断 6
- 图表：2021-2026年全球主要国家及区域人均瓶装水消费金额 9
- 图表：2021-2026年全球瓶装水行业市场规模统计 10
- 图表：全球知名矿泉水企业及品牌 12
- 图表：2021-2026年中国矿泉水行业企业数量统计 13
- 图表：2021-2026年中国矿泉水行业市场规模情况 14
- 图表：2021-2026年中国矿泉水行业产销率统计 15
- 图表：2021-2026年矿泉水行业销售收入情况 15
- 图表：2021-2026年中国矿泉水行业利润总额增速分析 16
- 图表：2021-2026年中国矿泉水行业偿债能力分析 17
- 图表：2021-2026年中国矿泉水行业总资产周转率分析 17
- 图表：2021-2026年中国矿泉水行业销售收入增速分析 18
- 图表：2021-2026年华北大区矿泉水市场规模情况 27
- 图表：2021-2026年华中大区矿泉水市场规模情况 28

图表：2021-2026年华中大区矿泉水市场规模情况	28
图表：2021-2026年华东大区矿泉水市场规模情况	29
图表：2021-2026年东北大区矿泉水市场规模情况	29
图表：2021-2026年西南大区矿泉水市场规模情况	30
图表：2021-2026年西北大区矿泉水市场规模情况	30
图表：2021-2026年广东省饮用水、矿泉水行业知名企业相关产品	31
图表：2026-2031年矿泉水需求量预测	32
图表：中国饮用水、矿泉水行业知名企业相关产品	40
图表：2021-2026年重点企业资产总计对比分析	44
图表：2021-2026年重点企业从业人员对比分析	44
图表：2021-2026年重点企业营业收入对比分析	45
图表：2021-2026年重点企业利润总额对比分析	45
图表：2021-2026年重点企业综合竞争力对比分析	46
图表：2021-2026年中国矿泉水行业TOP12企业排名	48
图表：2021-2026年高端矿泉水品牌排名	49
图表：八大优质水源地	56
图表：2021-2026年农夫山泉饮料销售收入统计	57
图表：农夫山泉品牌创建历程	58
图表：农夫山泉玻璃瓶矿泉水	60
图表：2021-2026年西藏5100销售量及毛利率统计	62
图表：2021-2026年康师傅集团收益及毛利率统计	67
图表：2021-2026年统一企业中国控股有限公司营业收入	75

图表：怡宝饮料组织结构图 79

图表：2021-2026年华润怡宝饮料(中国)有限公司营业收入 80

图表：景田四大水源基地 84

图表：百岁山重点城市分布一览表 84

图表：崂山矿泉水产品布局分析 88

图表：2021-2026年恒大冰泉亏损情况统计 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：2026-2031年中国矿泉水行业产量预测 96

图表：企业营销价值过程图 113

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：84217

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170616/84217.shtml>

在线订购：[点击这里](#)