**2024-2029年中国矿泉水行业发展全景调研与投资趋势预测研究报告**

**报告简介**

全世界的水资源中只有3%为淡水，可供人们直接饮用的淡水不到全部水资源的1%。中国是世界13 个贫水国之一，除水资源短缺外，中国的水环境污染问题也相当突出，七大水系及主要湖泊污染严重，流经城市的河流水质90%不符合饮用水水源标准。

近年来，有机物污染的加重以及饮用水污染突发事件的增加，时刻提醒着人们关注饮用水的水质安全问题。常规水处理工艺对TOC的去除率不到30%，氨氮的去除率依原水水质而定，大多在25%以下，而且面对一些突发性的水源水质污染，常规处理工艺很难应对，如两虫、藻类、内分泌干扰物等。这就要求我们寻求新的技术来完善传统的常规处理工艺。活性炭能够有效地去除污染物及消毒副产物的前体物，提高和保障饮用水质，是至今饮用水深度处理中最为有效的方法。

随着环境污染的加剧，消费者对健康的重视程度与日俱增，健康、高品质成为主要的追求，高端矿泉水正是以其纯净、无糖、低热和有益元素含量丰富成为人们首选饮品之一，符合人们追求纯净、有益健康的饮水要求，高端矿泉水是水中珍品，是适合长期饮用的天然健康水，更是天然的保健饮品。随着人们生活水平的日益提高，对饮用水的要求也越来越高。有68%有人对饮用水的要求不仅是解渴，而是更加关注品质和健康。矿泉水已经成为日常生活中常见的一种饮品，超市、商场、小卖部、便利店，它的身影无处不在。大多数企业与品牌都把主战场放在低端，并且经历连年价格战之后，这一市场的利润已日渐微薄，许多企业与品牌都在开始尝试拓展新领域，饮用水市场竞争格局的改变和消费需要的拉动，国内饮用水市场赢来高端时代。消费者对健康好水的需求更加明显，瓶装水市场高端好水的销量也逐渐上升，整体呈现高端化趋势。

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、国家能源局、国家发改委、中国商业部、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国饮用水行业及各相关行业的发展状况、市场供需形势、发展趋势等进行了分析，并重点分析了我国饮用水行业发展状况和特点，以及中国饮用水行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对饮用水行业进行了趋向研判，是饮用水行业等单位了解饮用水，把握企业发展不可多得的精品。

**报告目录**

**第一部分 产业环境透视**

**第一章 矿泉水行业发展背景 1**

第一节 矿泉水行业定义及分类 1

一、矿泉水的定义 1

二、矿泉水主要分类 1

三、矿泉水行业特点 3

第二节 矿泉水行业水源地情况 4

一、世界三大黄金水源带 4

1、中国长白山 4

2、法国阿尔卑斯山 6

3、俄罗斯高加索山 6

二、中国矿泉水水源地情况 7

1、水源处数量分布 7

2、矿泉水资源储量 8

3、矿泉水品质情况 10

4、矿泉水主要类型 11

5、矿泉水生态环境 14

第三节 矿泉水行业产业链简介 16

一、上游供应市场概述 16

二、行业下游应用分析 23

**第二部分 市场环境影响**

**第二章 矿泉水行业市场环境及影响分析（pest） 26**

第一节 矿泉水行业政治法律环境(p) 26

一、行业管理体制分析 26

二、行业主要法律法规 26

1、矿泉水产业准入政策分析 27

2、落后产能淘汰政策分析 28

3、矿泉水行业法制政策取向分析 33

4、矿泉水行业人才政策取向分析 35

5、矿泉水行业布局政策取向分析 36

三、矿泉水行业标准 38

1、《饮用天然矿泉水国家标准》 38

2、中国国际高端瓶装水联盟 42

3、《美国饮用水水质标准》 44

4、《欧盟饮用水水质指令》 53

四、行业相关发展规划 53

五、政策环境对行业的影响 56

第二节 行业经济环境分析(e) 60

一、宏观经济形势分析 60

1、中国gdp分析 60

2、消费价格指数分析 61

3、城乡居民收入分析 64

4、社会消费品零售总额 66

二、宏观经济环境对行业的影响分析 67

第三节 行业社会环境分析(s) 71

一、矿泉水产业社会环境 71

1、人口环境分析 71

2、教育环境分析 72

3、文化环境分析 72

4、中国城镇化率 73

二、社会环境对行业的影响 74

三、矿泉水产业发展对社会发展的影响 75

第四节 行业技术环境分析(t) 75

一、矿泉水技术分析 75

二、矿泉水技术发展水平 76

三、行业主要技术发展趋势 80

四、技术环境对行业的影响 81

**第三章 中国矿泉水行业运营状况分析 83**

第一节 矿泉水行业发展分析 83

一、矿泉水行业发展现状 83

二、矿泉水行业产业规模 83

三、矿泉水行业品牌现状 85

四、矿泉水行业市场竞争 85

五、矿泉水行业发展动态 86

1、安图县与伊利签订7.4亿元矿泉水项目 86

2、黑龙江高锶天然矿泉水项目正式投产运营 87

第二节 矿泉水行业市场供需分析 88

一、矿泉水制造行业供给情况分析 88

1、行业总产值分析 88

2、行业产成品分析 88

3、矿泉水产量 91

二、矿泉水制造行业需求情况分析 91

1、行业销售产值分析 91

2、行业销售收入分析 92

三、矿泉水制造行业产销情况分析 92

四、高端矿泉水行业市场需求情况 92

**第四章 中国矿泉水行业整体运行指标分析 93**

第一节 2019-2023年中国矿泉水行业总体规模分析 93

一、企业数量结构分析 93

二、人员规模状况分析 93

三、行业资产规模分析 93

四、行业市场规模分析 96

第二节 2019-2023年中国矿泉水行业财务指标总体分析 96

第二节 中国矿泉水行业财务能力分析 96

一、行业盈利能力分析 96

二、行业偿债能力分析 101

三、行业营运能力分析 101

四、行业发展能力分析 103

**第五章 中国矿泉水行业需求领域市场前景分析 104**

第一节 中国旅游景点用矿泉水市场发展前景分析 104

一、中国旅游地区用矿泉水市场需求特征分析 104

二、中国旅游景点用矿泉水市场需求现状分析 104

1、中国旅游行业基本情况分析 104

2、中国旅游景点用矿泉水市场需求分析 104

三、中国旅游景点用矿泉水市场需求前景预测 105

第二节 中国学校用矿泉水市场发展前景分析 106

一、中国学校用矿泉水市场需求特征分析 106

二、中国学校用矿泉水市场需求现状分析 106

1、中国各等级学校教职工及在校学生人数分析 106

2、中国学校用矿泉水市场需求规模分析 106

三、中国学校用矿泉水市场需求前景预测 107

第三节 中国城镇居民家庭用矿泉水市场需求发展前景分析 107

一、中国城镇居民家庭用矿泉水市场需求特征分析 107

二、中国城镇居民家庭用矿泉水市场需求现状分析 108

1、中国城镇居民家庭基本情况分析 108

2、中国城镇居民家庭用矿泉水市场规模分析 108

三、中国城镇居民家庭用矿泉水市场需求前景预测 109

第四节 中国交通运输场所用矿泉水市场需求前景分析 109

一、中国通运输场所用矿泉水市场需求特征分析 109

二、中国交通运输场所用矿泉水市场需求现状分析 110

1、中国交通客运量发展趋势分析 110

2、中国交通运输场所用矿泉水市场需求规模分析 110

三、中国交通运输场所用矿泉水市场需求前景预测 110

**第六章 矿泉水行业产业结构分析 112**

第一节 矿泉水产业结构分析 112

一、市场细分充分程度分析 112

二、各细分市场领先企业排名 112

三、各细分市场占总市场的结构比例 112

四、领先企业的结构分析(所有制结构) 113

第二节 产业价值链条的结构及整体竞争优势分析 114

一、产业价值链条的构成 114

二、产业链条的竞争优势与劣势分析 114

第三节 产业结构发展预测 115

一、产业结构调整指导政策分析 115

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 115

三、中国矿泉水行业参与国际竞争的战略市场定位 117

四、产业结构调整方向分析 117

**第三部分 细分产品分析**

**第七章 中国矿泉水行业细分产品分析 118**

第一节 矿泉水行业市场结构分析 118

第二节 矿泉水行业按价格分类产品分析 119

一、矿泉水按价格分类概述 119

二、矿泉水按价格分类市场特征分析 120

三、矿泉水按价格分类销量分析 120

四、矿泉水按价格分类市场结构分析 121

五、矿泉水按价格分类消费偏好分析 121

六、矿泉水按价格分类综合分析 122

第三节 矿泉水行业按二氧化碳含量分类产品分析 122

一、矿泉水按二氧化碳含量分类概述 122

二、含气天然矿泉水产品分析 123

三、充气天然矿泉水产品分析 123

四、无气天然矿泉水产品分析 123

第四节 矿泉水行业按特征组达国标分类产品分析 123

一、矿泉水按特征组达标分类概述 123

二、偏硅酸矿泉水产品分析 123

三、锶型矿泉水产品分析 124

四、碳酸矿泉水产品分析 125

五、锌矿泉水产品分析 125

六、含碘矿泉水产品分析 125

七、含硒矿泉水产品分析 126

第五节 矿泉水行业产品发展趋势分析 127

一、淡味矿泉水 127

二、适合配置婴儿营养品专用天然矿泉水 127

三、含碘、锌、硒等特种成分矿泉水 128

四、加气和加味矿泉水 128

五、保健型矿泉水 128

六、瓶装医疗矿泉水 129

**第八章 矿泉水行业重点区域市场需求分析 130**

第一节 矿泉水行业区域结构分析 130

一、矿泉水产量区域结构分析 130

二、矿泉水市场规模区域结构 133

第二节 广东省矿泉水市场发展情况 135

一、广东省矿泉水产量分析 135

二、广东省矿泉水需求分析 135

三、广东省矿泉水市场地位 136

四、广东省矿泉水企业分析 136

1、广东省矿泉水生产企业 136

2、广东省矿泉水资源分析 136

五、广东省矿泉水市场前景 137

1、矿泉水产量预测 137

2、矿泉水需求预测 137

第三节 山东省矿泉水市场发展情况 137

一、山东省矿泉水产量分析 137

二、山东省矿泉水需求分析 138

三、山东省矿泉水市场地位 138

四、山东省矿泉水市场前景 138

1、矿泉水产量预测 138

2、矿泉水需求预测 139

第四节 浙江省矿泉水市场发展情况 139

一、浙江省矿泉水产量分析 139

二、浙江省矿泉水需求分析 139

三、浙江省矿泉水市场地位 139

四、浙江省矿泉水市场前景 140

1、矿泉水产量预测 140

2、矿泉水需求预测 140

第五节 江苏省矿泉水市场发展情况 140

一、江苏省矿泉水产量分析 140

二、江苏省矿泉水需求分析 141

三、江苏省矿泉水市场地位 141

四、江苏省矿泉水市场前景 141

1、矿泉水产量预测 141

2、矿泉水需求预测 141

第六节 福建省矿泉水市场发展情况 142

一、福建省矿泉水产量分析 142

二、福建省矿泉水需求分析 142

三、福建省矿泉水市场地位 142

四、福建省矿泉水市场前景 143

1、矿泉水产量预测 143

2、矿泉水需求预测 143

第七节 四川省矿泉水市场发展情况 143

一、四川省矿泉水产量分析 143

二、四川省矿泉水需求分析 143

三、四川省矿泉水市场地位 144

四、四川省矿泉水市场前景 144

1、矿泉水产量预测 144

2、矿泉水需求预测 144

第八节 黑龙江省矿泉水市场发展情况 144

一、黑龙江省矿泉水产量分析 144

二、黑龙江省矿泉水需求分析 145

三、黑龙江省矿泉水市场地位 145

四、黑龙江省矿泉水市场前景 145

1、矿泉水产量预测 145

2、矿泉水需求预测 145

第九节 辽宁省矿泉水市场发展情况 146

一、辽宁省矿泉水产量分析 146

二、辽宁省矿泉水需求分析 146

三、辽宁省矿泉水市场地位 146

四、辽宁省矿泉水市场前景 147

1、矿泉水产量预测 147

2、矿泉水需求预测 147

第十节 安徽省矿泉水市场发展情况 147

一、安徽省矿泉水产量分析 147

二、安徽省矿泉水需求分析 147

三、安徽省矿泉水市场地位 148

四、安徽省矿泉水市场前景 148

1、矿泉水产量预测 148

2、矿泉水需求预测 148

第十一节 河北省矿泉水市场发展情况 148

一、河北省矿泉水产量分析 148

二、河北省矿泉水需求分析 148

三、河北省矿泉水市场地位 149

四、河北省矿泉水市场前景 149

1、矿泉水产量预测 149

2、矿泉水需求预测 149

第十二节 河南省矿泉水市场发展情况 149

一、河南省矿泉水产量分析 149

二、河南省矿泉水需求分析 150

三、河南省矿泉水市场地位 150

四、河南省矿泉水市场前景 150

1、矿泉水产量预测 150

2、矿泉水需求预测 150

第十三节 湖北省矿泉水市场发展情况 151

一、湖北省矿泉水产量分析 151

二、湖北省矿泉水需求分析 151

三、湖北省矿泉水市场地位 151

四、湖北省矿泉水市场前景 151

1、矿泉水产量预测 151

2、矿泉水需求预测 151

**第四部分 领先企业形势**

**第九章 2024-2029年矿泉水行业领先企业经营形势分析 153**

第一节 依云 153

一、企业发展简况分析 153

二、企业营收情况分析 153

三、企业产品结构及新产品动向 154

四、企业销售渠道及网络 154

五、企业最新发展动向分析 155

六、定价和目标群体 155

七、目标市场分析 155

第二节 青岛崂山矿泉水有限公司 155

一、企业发展简况分析 155

二、企业营收情况分析 156

三、企业产品结构及新产品动向 156

四、企业销售渠道及网络 156

五、企业最新发展动向分析 156

六、定价和目标群体 157

七、目标市场分析 157

第三节 深圳景田实业有限公司(景田百岁山) 157

一、企业发展简况分析 157

二、企业营收情况分析 158

三、企业产品结构及新产品动向 158

四、企业销售渠道及网络 159

五、企业最新发展动向分析 159

六、定价和目标群体 160

七、目标市场分析 160

第四节 昆仑山矿泉水 161

一、企业发展简况分析 161

二、企业营收情况分析 161

三、企业产品结构及新产品动向 162

四、企业销售渠道及网络 163

五、企业最新发展动向分析 163

六、定价和目标群体 163

七、目标市场分析 164

第五节 fiji 164

一、企业发展简况分析 164

二、企业营收情况分析 164

三、企业产品结构及新产品动向 164

四、企业销售渠道及网络 165

五、企业最新发展动向分析 165

六、定价和目标群体 165

七、目标市场分析 165

第六节 蓝剑冰川时代 165

一、企业发展简况分析 165

二、企业营收情况分析 166

三、企业产品结构及新产品动向 166

四、企业销售渠道及网络 167

五、企业最新发展动向分析 167

六、定价和目标群体 167

七、目标市场分析 168

第七节 天地精华矿泉水 168

一、企业发展简况分析 168

二、企业营收情况分析 168

三、企业产品结构及新产品动向 169

四、企业销售渠道及网络 169

五、企业最新发展动向分析 170

六、定价和目标群体 170

七、目标市场分析 170

第八节 农夫山泉股份有限公司 171

一、企业发展简况分析 171

二、企业营收情况分析 171

三、企业产品结构及新产品动向 171

四、企业销售渠道及网络 172

五、企业最新发展动向分析 172

六、定价和目标群体 173

七、目标市场分析 173

第九节 恒大冰泉 173

一、企业发展简况分析 173

二、企业营收情况分析 174

三、企业产品结构及新产品动向 174

四、企业销售渠道及网络 174

五、企业最新发展动向分析 175

六、定价和目标群体 175

七、目标市场分析 175

第十节 西藏5100水资源控股有限公司 176

一、企业发展简况分析 176

二、企业营收情况分析 176

三、企业产品结构及新产品动向 176

四、企业销售渠道及网络 177

五、企业最新发展动向分析 177

六、定价和目标群体 177

七、目标市场分析 177

**第十章 2024-2029年互联网+矿泉水行业发展趋势与前景预测 178**

第一节 互联网+矿泉水市场规模与渗透率 178

一、互联网+矿泉水总体开展情况 178

二、互联网+矿泉水交易规模分析 178

三、互联网+矿泉水渠道渗透率分析 179

第二节 互联网+矿泉水行业盈利能力分析 179

一、互联网+矿泉水发展有利因素 179

二、互联网+矿泉水发展制约因素 180

三、互联网+矿泉水行业经营成本分析 180

四、互联网+矿泉水行业盈利模式分析 180

五、互联网+矿泉水行业政策趋势预测 181

第三节 2024-2029年互联网+矿泉水行业未来前景及趋势预测 182

一、2024-2029年互联网+矿泉水行业市场空间测算 182

二、2024-2029年互联网+矿泉水市场规模预测分析 183

1、互联网+矿泉水市场规模预测 183

2、在线矿泉水市场规模预测 183

3、移动矿泉水市场规模预测 184

三、2024-2029年互联网+矿泉水发展趋势预测分析 184

**第十一章 2024-2029年矿泉水行业投资机会与风险防范 185**

第一节 矿泉水行业投融资情况 185

一、行业资金渠道分析 185

二、固定资产投资分析 185

三、兼并重组情况分析 185

四、矿泉水行业投资现状分析 186

第二节 2024-2029年矿泉水行业投资机会 186

一、产业链投资机会 186

二、细分市场投资机会 187

三、重点区域投资机会 187

四、矿泉水行业投资机遇 187

第三节 2024-2029年矿泉水行业投资风险及防范 188

一、政策风险及防范 188

二、技术风险及防范 188

三、供求风险及防范 189

四、宏观经济波动风险及防范 189

五、关联产业风险及防范 189

六、产品结构风险及防范 190

七、其他风险及防范 190

第四节 中国矿泉水行业投资建议 193

一、矿泉水行业未来发展方向 193

二、矿泉水行业主要投资建议 193

三、中国矿泉水企业融资分析 194

**第五部分 行业困境对策**

**第十二章 2024-2029年矿泉水行业面临的困境及对策 196**

第一节 2019-2023年矿泉水行业面临的困境 196

第二节 矿泉水企业面临的困境及对策 196

一、重点矿泉水企业面临的困境及对策 196

1、重点矿泉水企业面临的困境 196

2、重点矿泉水企业对策探讨 197

二、中小矿泉水企业发展困境及策略分析 197

1、中小矿泉水企业面临的困境 197

2、中小矿泉水企业对策探讨 197

三、国内矿泉水企业的出路分析 198

第三节 中国矿泉水行业存在的问题及对策 199

一、中国矿泉水行业存在的问题 199

二、矿泉水行业发展的建议对策 199

1、把握国家投资的契机 199

2、竞争性战略联盟的实施 203

3、企业自身应对策略 204

三、市场的重点客户战略实施 207

1、实施重点客户战略的必要性 207

2、合理确立重点客户 208

3、重点客户战略管理 209

4、重点客户管理功能 210

第四节 中国矿泉水市场发展面临的挑战与对策 211

**第十三章 矿泉水行业发展战略研究 213**

第一节 矿泉水行业发展战略研究 213

一、战略综合规划 213

二、技术开发战略 214

三、业务组合战略 215

四、区域战略规划 217

五、产业战略规划 218

六、营销品牌战略 218

七、竞争战略规划 218

第二节 对中国矿泉水品牌的战略思考 220

一、矿泉水品牌的重要性 220

二、矿泉水实施品牌战略的意义 221

三、矿泉水企业品牌的现状分析 221

四、中国矿泉水企业的品牌战略 222

五、矿泉水品牌战略管理的策略 224

第三节 矿泉水经营策略分析 226

一、矿泉水市场细分策略 226

二、矿泉水市场创新策略 228

三、品牌定位与品类规划 231

四、矿泉水新产品差异化战略 243

第四节 矿泉水行业投资战略研究 245

一、2024-2029年矿泉水行业投资战略 245

二、2024-2029年细分行业投资战略 248

**第十四章 研究结论及投资建议 249**

第一节 矿泉水行业研究结论及建议 249

第二节 矿泉水子行业研究结论及建议 250

**图表目录**

图表：矿泉水的主要分类 1

图表：矿泉水按酸碱性分类 2

图表：常见矿泉水品质对比表 11

图表：国内知名企业水源地分布 18

图表：矿泉水标准一览表 27

图表：感官要求 40

图表：界限指标 40

图表：限量指标i 41

图表：限量指标ii 41

图表：微生物限量 42

图表：美国饮用水水质标准污染物限制指标 44

图表：美国国家二级饮用水 50

图表：2019-2023年4季度和全年gdp初步核算数据 60

图表：gdp同比增长速度 60

图表：gdp环比增长速度 61

图表：2019-2023年全国居民人均可支配收入平均数与中位数 65

图表：2019-2023年全国居民人均消费支出及构成 66

图表：社会消费品零售总额分月同比增长速度 66

图表：2019-2023年年末人口数及其构成 72

图表：2019-2023年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度 74

图表：2019-2023年矿泉水行业总产值 88

图表：2019-2023年矿泉水产量 91

图表：2019-2023年矿泉水行业销售产值 91

图表：2019-2023年矿泉水行业销售收入 92

图表：2019-2023年中国矿泉水盈利能力 96

图表：矿泉水利润示意图 98

图表：2019-2023年中国矿泉水偿债能力 101

图表：2019-2023年中国矿泉水运营能力 102

图表：2019-2023年中国矿泉水成长能力 103

图表：依云产品 154

图表：fiji企业的矿泉水产品 164

图表：母公司蓝剑饮品集团国际贸易销售渠道 167

图表：天地精华矿泉水产品 169

图表：农夫山泉企业产品 171

图表：农夫山泉企业新产品 172

图表：恒大冰泉矿泉水产品 174

图表：西藏5100水资源控股有限公司产品 176

图表：2024-2029年互联网+矿泉水行业市场空间测算表 182

图表：2024-2029年互联网+矿泉水行业市场规模测算表 183

图表：2024-2029年在线行业市场规模测算表 183

图表：2024-2029年移动互联网行业市场规模测算表 184

图表：矿泉水企业品牌现状分析表 221

**把握投资 决策经营！**
**咨询订购 请拨打 400-886-7071 邮件 kf@51baogao.cn**
本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20190418/116477.shtml

[在线订购>>](https://www.51baogao.cn/bg/20190418/116477.shtml)