

2015-2022年中国矿泉水市 场监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2022年中国矿泉水市场监测及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/yinliao1509/R91894V54W.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-09-22

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2022年中国矿泉水市场监测及投资前景研究报告》共十五章。报告介绍了矿泉水行业相关概述、中国矿泉水产业运行环境、分析了中国矿泉水行业的现状、中国矿泉水行业竞争格局、对中国矿泉水行业做了重点企业经营状况分析及中国矿泉水产业发展前景与投资预测。您若想对矿泉水产业有个系统的了解或者想投资矿泉水行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

我国矿泉水产业的发展形势受地域限制明显，即由沿海地区向内地、由南方向北方发展的趋势。自上世纪80年代中期矿泉水产业开始兴起至上世纪末，形成粤闽地区、上海经济区以及京津地区等三大片矿泉水产业热点地区。新世纪开始以后，吉林长白山（娃哈哈、农夫山泉、康师傅、吴太集团、北京大地远通集团、吉林泉阳泉及韩国星岛、纳皮亚NAPIA等）、四川（蓝剑公司等）、云南（天外天公司、大山公司等）等地的矿泉水产业迅速崛起，目前基本形成了珠三角、长三角、京津、川滇、吉林等五大矿泉水产业基地格局。这些地区的产销规模、设备工艺、物流水平和生产管理等方面处于国内业界前列，展示出我国矿泉水产业的整体水平已有明显提高。

报告目录：

第一章矿泉水产业概述23

第一节矿泉水概述23

一、定义23

二、分类23

三、选购方法24

四、饮用好处25

第二节矿泉水行业产业链分析29

一、行业经济特性29

二、产业链结构分析30

第二章2014-2015年世界矿泉水产业发展状况分析33

第一节2014-2015年世界矿泉水产业运行概况33

一、世界矿泉水产销概况33

二、世界矿泉水生产规模	33
三、主要国家瓶装水消费量的变化	34
第二节2014-2015年世界主要国家矿泉水产业发展情况分析	35
一、美国	35
二、韩国	36
三、加拿大	36
第三节2015-2022年世界矿泉水产业发展趋势分析	38
第三章2014-2015年中国矿泉水产业运行环境分析	39
第一节 2014-2015年中国经济环境分析	39
一、2015年国内生产总值	39
二、2015年全国居民消费价格	42
三、2015年全国居民收入情况分析	49
四、2015年我国居民收入基尼系数	52
五、2015年全国固定资产投资	53
六、2015年社会消费品零售总额	57
七、2015年我国外贸进出口总值	61
第二节2014-2015年中国矿泉水产业发展政策环境分析	64
一、国外饮用水水质标准状况分析	64
二、饮用水行业催生新标准出台	67
三、新标准出台对饮用水市场的影响	69
第三节2014-2015年中国矿泉水产业社会环境分析	70
一、人口环境分析	70
二、教育环境分析	71
三、文化环境分析	73
四、生态环境分析	73
五、中国城镇化率	74
六、居民的各种消费观念和习惯	75
第四章2014-2015年中国矿泉水产业运行形势分析	76
第一节2014-2015年中国矿泉水产业发展综述	76
一、矿泉水市场产品发展特点	76

二、低端产品价格竞争分析77

三、一线品牌资本运营分析78

第二节2014-2015年中国部分地区矿泉水行业分析78

一、上海矿泉水市场消费需求分析78

二、水企巨头争抢深圳高端矿泉水市场79

三、黑龙江矿泉水市场透析79

四、吉林矿泉水产业快速增长86

五、桂林矿泉水市场现状及发展前景88

六、拉萨市饮用天然矿泉水行业研究88

第三节2014-2015年中国矿泉水产业所面临的困难分析92

第五章2009-2015年中国瓶(罐)装饮用水产量数据统计分析93

第一节 2009-2015年中国瓶(罐)装饮用水产量数据分析93

一、2009-2015年瓶(罐)装饮用水产量数据分析93

二、2009-2015年瓶(罐)装饮用水重点省市数据分析93

第二节 2015年中国瓶(罐)装饮用水产量数据分析97

一、2015年全国瓶(罐)装饮用水产量数据分析97

二、2015年瓶(罐)装饮用水重点省市数据分析98

第三节 2015年中国瓶(罐)装饮用水产量增长性分析99

一、产量增长99

二、集中度变化100

第六章2009-2015年中国瓶(罐)装饮用水行业数据监测分析101

第一节 2009-2015年中国瓶(罐)装饮用水行业规模分析101

一、企业数量增长分析101

二、从业人数增长分析101

三、资产规模增长分析102

第二节2015年中国瓶(罐)装饮用水行业结构分析103

一、企业数量结构分析103

二、销售收入结构分析104

第三节2009-2015年中国瓶(罐)装饮用水行业产值分析105

一、产成品增长分析105

二、工业销售产值分析	106
三、出货值分析	107
第四节2009-2015年中国瓶（罐）装饮用水行业成本费用分析	107
一、销售成本统计	107
二、费用统计	108
第五节2009-2015年中国瓶（罐）装饮用水行业盈利能力分析	109
一、主要盈利指标分析	109
二、主要盈利能力指标分析	109
第七章2010-2015年中国矿泉水进出口数据监测分析	111
第一节2010-2015年中国矿泉水进口数据分析	111
一、进口数量分析	111
二、进口金额分析	111
第二节2010-2015年中国矿泉水出口数据分析	112
一、出口数量分析	112
二、出口金额分析	112
第三节2010-2015年中国矿泉水进出口平均单价分析	112
第四节2010-2015年中国矿泉水进出口国家及地区分析	113
一、进口国家及地区分析	113
二、出口国家及地区分析	113
第八章2014-2015年中国矿泉水同行业主要细分市场分析	115
第一节2014-2015年中国瓶装饮用水市场概述	115
一、我国瓶装水的发展历程	115
二、中国瓶装水现状分析	116
三、中国瓶装水市场发展趋势分析	118
第二节2014-2015年中国桶装饮用水市场概述	120
一、桶装水发展现状	120
二、桶装水存在的问题	121
三、管网供水对桶装水替代性分析	124
四、高端纯水机对桶装水替代性分析	125
五、桶装水市场未来的发展趋势	125

第三节2014-2015年中国纯净水市场概述127

一、纯净水市场品牌与杂牌之战127

二、纯净水行业发展分析128

第九章2014-2015年中国矿泉水产业市场营销及销售分析130

第一节2014-2015年中国瓶装水的营销策略分析130

一、瓶装水的市场营销特性130

二、瓶装水销售策略之娃哈哈vs农夫山泉132

三、瓶装饮用水的“五条线路”135

第二节2014-2015年中国桶装水市场营销策略136

一、桶装水企业存在的问题136

二、桶装水营销成功案例137

三、后桶装水时代在“细分”上重新起跑145

第三节中国矿泉水行业消费及销售分析146

一、城市矿泉水消费分析146

二、矿泉水市场销售价格趋势分析148

三、矿泉水市场销售百家争鸣149

第十章2014-2015年中国矿泉水产业消费者特征及需求调查分析151

第一节2014-2015年中国矿泉水消费者购买特征分析151

一、瓶装水正受冷落151

二、功能水：瓶装水市场的新希望152

三、广告：瓶装水消费的最佳“导购”153

四、渠道：最爱喝超市的水153

第二节2014-2015年中国矿泉水产业消费者调查分析154

一、消费者饮用频率调查154

二、消费者购买频率调查155

三、消费者最常饮用品牌分析156

四、消费者理想品牌排名159

五、消费者购买商品的考虑因素162

第十一章2014-2015年中国矿泉水行业竞争状况分析164

第一节2014-2015年中国矿泉水行业竞争力分析	164
一、中国矿泉水行业要素成本分析	164
二、品牌竞争分析	164
三、技术竞争分析	165
第二节2014-2015年中国矿泉水行业市场区域格局分析	165
一、重点生产区域竞争力分析	165
二、市场销售集中分布	166
三、国内企业与国外企业相对竞争力	166
第三节2014-2015年中国矿泉水行业市场集中度分析	167
一、行业集中度分析	167
二、企业集中度分析	168
第四节中国矿泉水行业五力竞争分析	168
一、“波特五力模型”介绍	168
二、行业“波特五力模型”分析	169
（1）行业内竞争	169
（2）潜在进入者威胁	170
（3）替代品威胁	170
（4）供应商议价能力分析	170
（5）买方侃价能力分析	170
第五节2014-2015年中国矿泉水产业提升竞争力策略分析	170
第十二章2014-2015年中国矿泉水五大品牌企业竞争力透析	173
第一节娃哈哈	173
一、企业概况	173
二、品牌竞争力分析	174
三、占有率，品牌忠诚度，品牌渗透率	174
四、企业运营财务指标分析	176
第二节乐百氏	178
一、企业概况	178
二、品牌竞争力分析	178
三、占有率，品牌忠诚度，品牌渗透率	179
四、企业运营财务指标分析	181

第三节农夫山泉183

一、企业概况183

二、品牌竞争力分析183

三、占有率，品牌忠诚度，品牌渗透率184

四、企业运营财务指标分析186

第四节雀巢188

一、企业概况188

二、品牌竞争力分析188

三、占有率，品牌忠诚度，品牌渗透率189

四、企业运营财务指标分析191

第五节屈臣氏193

一、企业概况193

二、品牌竞争力分析193

三、占有率，品牌忠诚度，品牌渗透率194

四、企业运营财务指标分析196

第十三章2014-2015年中国矿泉水重点企业运行财务指标分析199

第一节天津顶津食品有限公司199

一、企业简介及经营特色199

二、企业财务指标分析比较199

第二节福建紫山集团股份有限公司205

一、企业简介及经营特色205

二、企业财务指标分析比较207

第三节山东文登黑豹矿泉水有限公司213

一、企业基本概况213

二、公司主要财务指标分析213

第四节莱阳鲁花矿泉水有限公司219

一、企业基本概况219

二、公司主要财务指标分析220

第五节燕京啤酒(包头雪鹿)股份公司225

一、企业简介及经营特色225

二、企业财务指标分析比较226

第六节鹤山市华山泉食品饮料有限公司232

一、企业简介及经营特色232

二、企业财务指标分析比较234

第七节平阳县洪范池永源天然矿泉水厂239

一、企业简介及经营特色239

二、企业财务指标分析比较239

第八节深圳达能益力泉饮品有限公司245

一、企业基本概况245

二、公司主要财务指标分析246

第九节济南白云集团有限责任公司252

一、企业简介及经营特色252

二、企业财务指标分析比较252

第十节西藏冰川矿泉水有限公司258

一、企业概况258

二、企业主要经济指标分析260

第十四章2015-2022年中国矿泉水产业发展趋势预测分析266

第一节2015-2022年中国矿泉水产业发展前景分析266

一、产品开发方向266

二、矿泉水竞争格局预测分析266

三、瓶（罐）装饮用水制造业预测分析267

第二节2015-2022年中国矿泉水产业市场预测分析268

一、矿泉水供给预测分析268

二、矿泉水产品需求预测分析268

三、矿泉水进出口预测分析270

第三节2015-2022年中国矿泉水产业市场盈利预测分析270

第十五章2015-2022年中国矿泉水产业投资机会与风险分析271

第一节2014-2015年中国矿泉水产业投资环境分析271

第二节2015-2022年中国矿泉水产业投资机会分析271

一、区域投资机会分析271

二、投资热点分析272

第三节2015-2022年中国矿泉水产业投资风险分析273

一、市场竞争风险273

二、政策风险274

三、进入退出风险274

四、其他风险275

第四节 博思数据专家建议275

图表目录：

图表1矿泉水的酸碱性分类24

图表2产业链形成模式示意图31

图表32015年国内生产总值初步核算数据39

图表4gdp环比增长速度40

图表52013-2015年我国国内生产总值及其增长速度40

图表62015年gdp初步核算数据41

图表72013-2015年gdp环比增长速度41

图表82013-2015年全国居民消费价格涨跌幅分析43

图表92013-2015年我国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况44

图表102013-2015年我国鲜菜、鲜果价格变动情况45

图表112015年8月份居民消费价格分类别同比涨跌幅分析46

图表122015年8月份居民消费价格分类别环比涨跌幅分析47

图表132015年8月居民消费价格主要数据47

图表142013-2015年我国农村居民人均纯收入及其增长速度50

图表152013-2015年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度50

图表162013-2015年固定资产投资（不含农户）同比增速54

图表172013-2015年固定资产投资到位资金同比增速56

图表182015年固定资产投资（不含农户）主要数据56

图表192013-2015年我国社会消费品零售总额及其增长速度58

图表202013-2015年社会消费品零售总额分月同比增长速度59

图表212015年1-8月份社会消费品零售总额主要数据60

图表222013-2015年我国货物进出口总额增长分析62

图表232010-2015年瓶(罐)装饮用水产量数据分析93

图表242013年1-12月中国包装饮用水类产量分省市统计93

图表252014年1-12月中国包装饮用水类产量分省市统计94

图表262015年1-8月中国包装饮用水类产量分省市统计96

图表272015年我国包装饮用水产量月度增长统计分析98

图表282015年1-8月中国包装饮用水类产量分省市统计98

图表292015年中国包装饮用水行业产量区域集中度分析100

图表302009-2015年中国瓶（罐）装饮用水行业企业数量增长分析101

图表312009-2015年中国瓶（罐）装饮用水行业从业人数增长分析101

图表322009-2015年中国瓶（罐）装饮用水行业资产规模增长分析102

图表332015年中国瓶（罐）装饮用水行业不同类型企业数量结构分析%103

图表342015年中国瓶（罐）装饮用水行业不同所有制企业数量结构分析%103

图表352015年中国瓶（罐）装饮用水行业不同类型销售收入结构分析%104

图表362015年中国瓶（罐）装饮用水行业不同所有制销售收入结构分析%105

图表372009-2015年中国瓶（罐）装饮用水行业产成品增长分析105

图表382009-2015年中国瓶（罐）装饮用水行业工业销售产值分析106

图表392009-2015年中国瓶（罐）装饮用水行业出货值分析107

图表402009-2015年中国瓶（罐）装饮用水行业销售成本分析107

图表412009-2015年中国瓶（罐）装饮用水行业费用统计分析108

图表422009-2015年中国瓶（罐）装饮用水行业主要盈利指标分析109

图表432009-2015年中国瓶（罐）装饮用水行业主要盈利指标增长分析109

图表442010-2015年中国矿泉水进口数量分析111

图表452010-2015年中国矿泉水进口金额分析111

图表462010-2015年中国矿泉水出口数量分析112

图表472010-2015年中国矿泉水出口金额分析112

图表482010-2015年中国矿泉水进出口平均单价分析112

图表492015年我国矿泉水行业进口来源113

图表502015年我国矿泉水行业出口去向113

图表51桶的差异比较122

图表52桶生产工艺比较122

图表53瓶装饮用水的“五条线路”135

图表54购买矿泉水消费者的考虑因素148

图表55消费者购买习惯148

图表56消费者饮用频率表1154

图表57消费者饮用频率表2155

图表58消费者购买频率155

图表59消费者最常饮用品牌表1156

图表60消费者最常饮用品牌表2157

图表61消费者最常饮用品牌表3158

图表62消费者理想品牌表1159

图表63消费者理想品牌表2160

图表64消费者理想品牌表3161

图表65消费者购买商品的考虑因素表1162

图表66消费者购买商品的考虑因素表2163

图表67矿泉水产品行业环境“波特五力”分析模型169

图表682013-2015年娃哈哈市场占有率分析174

图表69娃哈哈品牌忠诚度175

图表702013-2015年娃哈哈品牌渗透率分析175

图表71近4年娃哈哈集团流动资产周转次数变化情况176

图表72近4年娃哈哈集团总资产周转次数变化情况176

图表73近4年娃哈哈集团销售毛利率变化情况176

图表74近4年娃哈哈集团资产负债率变化情况177

图表75近4年娃哈哈集团产权比率变化情况177

图表76近4年娃哈哈集团固定资产周转次数情况177

图表772013-2015年乐百氏市场占有率分析179

图表78乐百氏品牌忠诚度180

图表792013-2015年乐百氏品牌渗透率分析180

图表80近4年乐百氏集团流动资产周转次数变化情况181

图表81近4年乐百氏集团总资产周转次数变化情况181

图表82近4年乐百氏集团销售毛利率变化情况181

图表83近4年乐百氏集团资产负债率变化情况182

图表84近4年乐百氏集团产权比率变化情况182

图表85近4年乐百氏集团固定资产周转次数情况182

图表862013-2015年农夫山泉市场占有率分析184

图表87农夫山泉品牌忠诚度185

图表882013-2015年农夫山泉品牌渗透率分析185

图表89近4年农夫山泉股份有限公司流动资产周转次数变化情况186

图表90近4年农夫山泉股份有限公司总资产周转次数变化情况186

图表91近4年农夫山泉股份有限公司销售毛利率变化情况186

图表92近4年农夫山泉股份有限公司资产负债率变化情况187

图表93近4年农夫山泉股份有限公司产权比率变化情况187

图表94近4年农夫山泉股份有限公司固定资产周转次数情况187

图表952013-2015年雀巢市场占有率分析189

图表96雀巢品牌忠诚度190

图表972013-2015年雀巢品牌渗透率分析190

图表98近4年雀巢（中国）公司流动资产周转次数变化情况191

图表99近4年雀巢（中国）公司总资产周转次数变化情况191

图表100近4年雀巢（中国）公司销售毛利率变化情况191

图表101近4年雀巢（中国）公司资产负债率变化情况192

图表102近4年雀巢（中国）公司产权比率变化情况192

图表103近4年雀巢（中国）公司固定资产周转次数情况192

图表1042013-2015年屈臣氏市场占有率分析194

图表105屈臣氏品牌忠诚度195

图表1062013-2015年屈臣氏品牌渗透率分析195

图表107近4年屈臣氏（中国）公司流动资产周转次数变化情况196

图表108近4年屈臣氏（中国）公司总资产周转次数变化情况196

图表109近4年屈臣氏（中国）公司销售毛利率变化情况196

图表110近4年屈臣氏（中国）公司资产负债率变化情况197

图表111近4年屈臣氏（中国）公司产权比率变化情况197

图表112近4年屈臣氏（中国）公司固定资产周转次数情况198

图表113近4年天津顶津食品有限公司固定资产周转次数情况199

图表114近4年天津顶津食品有限公司固定资产周转次数情况200

图表115近4年天津顶津食品有限公司流动资产周转次数变化情况200

图表116近4年天津顶津食品有限公司流动资产周转次数变化情况200

图表117近4年天津顶津食品有限公司销售毛利率变化情况201

图表118近4年天津顶津食品有限公司销售毛利率变化情况201

图表119近4年天津顶津食品有限公司资产负债率变化情况202

图表120近4年天津顶津食品有限公司资产负债率变化情况202

图表121近4年天津顶津食品有限公司产权比率变化情况203

图表122近4年天津顶津食品有限公司产权比率变化情况203

图表123近4年天津顶津食品有限公司总资产周转次数变化情况204

图表124近4年天津顶津食品有限公司总资产周转次数变化情况204

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yinliao1509/R91894V54W.html>