

2024-2030年中国矿泉水市 场深度分析与市场供需预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国矿泉水市场深度分析与市场供需预测报告》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.cction.com/report/202405/458632.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。

二、说明、目录、图表目录

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。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国矿泉水市场深度分析与市场供需预测报告》共七章。首先介绍了矿泉水行业市场发展环境、矿泉水整体运行态势等，接着分析了矿泉水行业市场运行的现状，然后介绍了矿泉水市场竞争格局。随后，报告对矿泉水做了重点企业经营状况分析，最后分析了矿泉水行业发展趋势与投资预测。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。

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。

报告目录：

第1章：矿泉水行业发展背景

1.1 矿泉水行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业分类

1.2 矿泉水行业需求环境分析

1.2.1 GDP增长情况

1.2.2 全社会零售额增长情况

1.2.3 城镇化进程

1.2.4 居民收入支出水平

1.3 矿泉水行业产业链发展概述

1.3.1 矿泉水行业产业链简介

(1) 上游供应市场概述

(2) 行业下游应用分析

1.3.2 矿泉水上游包装行业分析

(1) 塑料包装行业发展概况

(2) 玻璃包装行业分析

第2章：全球矿泉水行业发展状况分析

2.1 全球矿泉水行业发展状况分析

2.1.1 全球矿泉水资源分布情况

2.1.2 全球矿泉水行业市场规模

2.1.3 全球矿泉水行业竞争情况

2.1.4 全球矿泉水行业市场趋势及前景

2.2 主要国家矿泉水行业发展分析

2.2.1 美国矿泉水行业发展分析

2.2.2 法国矿泉水行业发展分析

2.2.3 德国矿泉水行业发展分析

2.3 全球矿泉水重点企业及在华布局情况分析

2.3.1 法国依云

(1) 扩充产能

(2) 市场占有率

(3) 强化布局

2.3.2 法国巴黎水

(1) 扩充产能

(2) 市场占有率

(3) 强化布局

2.3.3 意大利圣蓓露

(1) 市场占有率

(2) 强化布局

2.3.4 挪威芙丝

- (1) 扩充产能

- (2) 强化布局

2.3.5 加拿大爱士威尔

- (1) 市场占有率

2.3.6 FIJI Water斐泉

- (1) 市场占有率

- (2) 强化布局

第3章：中国矿泉水行业发展状况分析

3.1 中国矿泉水水源情况

3.1.1 中国矿泉水水源分布

- (1) 中国矿泉水水源总况

- (2) 中国矿泉水水源特点

3.1.2 中国主要矿泉水水源品牌

3.2 中国矿泉水行业发展概况

3.2.1 中国矿泉水行业发展概况

3.2.2 中国矿泉水行业影响因素分析

3.2.3 中国矿泉水行业市场规模

3.3 中国矿泉水所属行业进口形势分析

3.3.1 矿泉水所属行业进出口总体情况

3.3.2 矿泉水所属行业进出口情况分析

- (1) 矿泉水所属行业进口分析

- (2) 矿泉水所属行业出口分析

3.3.3 矿泉水所属行业进出口趋势及前景

3.4 矿泉水行业市场竞争状况

3.4.1 行业总体竞争情况分析

3.4.2 行业五力竞争情况分析

- (1) 行业现有竞争者分析

- (2) 行业上游议价能力分析

- (3) 行业下游议价能力分析

- (4) 行业替代者威胁分析

- (5) 行业潜在进入者威胁分析

（6）行业竞争状况总结

第4章：中国矿泉水行业细分产品分析

4.1 矿泉水行业市场结构分析

4.2 矿泉水行业按价格分类产品分析

4.2.1 矿泉水按价格分类概述

4.2.2 矿泉水按价格分类市场特征分析

4.2.3 矿泉水按价格分类销售情况分析

4.2.4 矿泉水按价格分类市场结构分析

4.3 矿泉水行业按二氧化碳含量分类产品分析

4.3.1 矿泉水按二氧化碳含量分类概述

4.3.2 含气天然矿泉水产品分析

4.3.3 充气天然矿泉水产品分析

4.3.4 无气天然矿泉水产品分析

4.4 矿泉水行业按特征组达国标分类产品分析

4.4.1 矿泉水按特征组达标分类概述

4.4.2 偏硅酸矿泉水产品分析

4.4.3 锶型矿泉水产品分析

4.4.4 碳酸矿泉水产品分析

4.4.5 锌矿泉水产品分析

4.4.6 含碘矿泉水产品分析

4.4.7 含硒矿泉水产品分析

4.5 矿泉水行业产品发展趋势分析

4.5.1 淡味矿泉水

4.5.2 适合配置婴儿营养品专用天然矿泉水

4.5.3 含碘、锌、硒等特种成分矿泉水

4.5.4 加气和加味矿泉水

4.5.5 保健型矿泉水

4.5.6 瓶装医疗矿泉水

第5章：中国矿泉水消费行为及市场营销策略分析

5.1 矿泉水行业消费者购买行为分析

- 5.1.1 购买品牌分析
- 5.1.2 购买影响因素分析
- 5.1.3 购买包装分析
- 5.1.4 购买场所分析
- 5.2 矿泉水行业消费者群体分析
 - 5.2.1 消费群体特征分析
 - 5.2.2 消费群体区域分析
 - 5.2.3 消费群体年龄分析
 - 5.2.4 消费群体场景分析
 - 5.2.5 消费群体偏好分析
- 5.3 矿泉水行业市场营销策略分析
 - 5.3.1 市场营销特性分析
 - 5.3.2 产品营销渠道分析
 - 5.3.3 主要品牌营销策略
 - (1) 依云
 - (2) 恒大冰泉
 - (3) 西藏5100
 - (4) 景田百岁山

第6章：中国矿泉水重点企业经营分析

- 6.1 矿泉水企业总体发展状况分析
- 6.2 重点矿泉水企业个案分析
 - 6.2.1 农夫山泉股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业业务及产品分析
 - (4) 企业营销渠道及网络分析
 - (5) 企业矿泉水产品及布局情况
 - (6) 企业经营优劣势分析
 - (7) 企业最新发展动态分析
 - 6.2.2 恒大农牧集团有限公司
 - (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业业务及产品分析
- (4) 企业营销渠道及网络分析
- (5) 企业矿泉水产品及业务分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业最新发展动态分析

6.2.3 深圳市景田食品饮料有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业业务及产品分析
- (4) 企业营销渠道及网络分析
- (5) 企业矿泉水产品及业务分析
- (6) 企业经营优劣势分析

6.2.4 吉林森林工业股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业业务及产品分析
- (4) 企业营销渠道及网络分析
- (5) 企业矿泉水产品及业务分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业最新发展动态分析

6.2.5 华润怡宝饮料（中国）有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业业务及产品分析
- (4) 企业营销渠道及网络分析
- (5) 企业矿泉水产品及业务分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业最新发展动态分析

6.2.6 昆仑山矿泉水有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

- (3) 企业业务及产品分析
- (4) 企业经营优劣势分析
- (5) 企业最新发展动态分析

6.2.7 山东普利思饮用水股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业业务及产品分析
- (4) 企业营销渠道及网络分析
- (5) 企业矿泉水产品及业务分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业最新发展动态分析

6.2.8 鹤山市华山泉食品饮料有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业业务及产品分析
- (3) 企业营销渠道及网络分析
- (4) 企业经营优劣势分析
- (5) 企业最新发展动态分析

6.2.9 青岛崂山矿泉水有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业营收情况分析
- (3) 企业主要业务及产品分析
- (4) 企业销售渠道及网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动态分析

6.2.10 西藏冰川矿泉水有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业业务及产品分析
- (4) 企业营销渠道及网络分析
- (5) 企业经营优劣势分析
- (6) 企业最新发展动态分析

第7章：中国矿泉水行业发展趋势及投资分析

7.1 矿泉水行业发展趋势与前景预测

7.1.1 矿泉水行业发展趋势分析

（1）行业市场产品趋势分析（ ）

（2）行业市场竞争趋势分析

7.1.2 矿泉水行业发展前景预测

7.2 矿泉水行业投资特性分析

7.2.1 行业壁垒分析

7.2.2 行业季节特征分析

7.2.3 行业地域特征分析

7.2.4 行业盈利性分析

7.3 矿泉水行业投资现状及建议

7.3.1 行业投资项目分析

7.3.2 矿泉水行业投资机遇分析

7.3.3 矿泉水行业投资风险警示

7.3.4 矿泉水行业投资策略建议

图表目录：

图表1：矿泉水的主要分类

图表2：矿泉水按酸碱性分类

图表3：2017-2022年国内生产总值走势及同比增速图（单位：万亿元，%）

图表4：2017-2022年三次产业增加值占国内生产总值比重（单位：%）

图表5：2017-2022年我国社会消费品零售总额走势图（单位：万亿元，%）

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202405/458632.html>