

中国矿泉水市场竞争现状及占有率调查报告2024-2030年

产品名称	中国矿泉水市场竞争现状及占有率调查报告2024-2030年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国矿泉水市场竞争现状及占有率调查报告2024-2030年【报告编号】：423740【出版时间】：2024年3月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元免费售后服务一年，具体内容及订流程欢迎咨询客服人员。

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（1）昆仑山雪山矿泉水水源地（2）“蓝剑-冰川时代”矿泉水水源（3）云南“石林天外天”矿泉水水源（4）西藏“5100冰川”矿泉水水源（5）辽宁辽阳弓长岭区“八宝琉璃井”矿泉水水源（6）湖北武汉“智慧泉”矿泉水水源（7）福建龙岩梅花山矿泉水水源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 中国矿泉水行业进口形势分析3.3.1 矿泉水行业进出口总体情况3.3.2 矿泉水行业进出口情况分析（1）矿泉水行业进口分析（2）矿泉水行业出口分析3.3.3

矿泉水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) 企业经营情况分析(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3：2016-2023年国内生产总值走势及同比增速图(单位：万亿元，%)图表4：2017-2023年三次产业增加值占国内生产总值比重(单位：%)图表5：2017-2023年我国社会消费品零售总额走势图(单位：万亿元，%)图表6：2023年我国社会消费品零售总额结构(按经营地)(单位：万亿元，%)图表7：2023年我国社会消费品零售总额结构(按消费类型)(单位：万亿元，%)图表8：2013-2023年中国总人口和城镇人口数分布图(单位：亿人，%)图表9：2016-2023年居民人均可支配收入水平走势图(单位：元)图表10：2017-2023年居民人均消费支出水平走势图(单位：元)图表11：中国矿泉上游供应市场分析图表12：2017-2023年塑料包装行业企业个数(单位：家，%)图表13：2017-2023年塑料包装行业资产规模(单位：亿元，%)图表14：2017-2023年塑料包装行业销

售收入及利润总额情况（单位：亿元）图表15：2017-2023年塑料包装行业盈利能力指标情况（单位：%）图表16：2017-2023年玻璃包装行业企业个数（单位：家，%）图表17：2017-2023年玻璃包装行业资产规模（单位：亿元，%）图表18：2017-2023年玻璃包装行业销售收入及利润总额情况（单位：亿元，%）图表19：2017-2023年玻璃包装行业盈利能力指标情况（单位：%）图表20：全球矿泉水资源分布情况图表21：2013-2023年全球矿泉水市场销售量规模（单位：亿加仑）图表22：2018-2023年全球矿泉水市场销售额规模（单位：亿美元）图表23：2024-2030年全球矿泉水市场规模预测（单位：亿美元）图表24：2023年依云在华高端矿泉水市场占有率（单位：%）图表25：2023年法国巴黎水销售额占全国总额（单位：%）图表26：2018-2023年依云渠道结构（单位：%）图表27：2023年意大利圣蓓露销售额占全国总额（单位：%）图表28：中国主流矿泉水品牌水源地概览图表29：中国饮用矿泉水各种元素含量（单位：mg/l）图表30：中国饮用矿泉水水源分类储量情况（单位：%）图表31：中国饮用矿泉水碳酸型矿泉水主要分布情况图表32：中国饮用矿泉水水源矿化度分布（单位：%）图表33：中国饮用矿泉水水源PH值分布（单位：%）图表34：中国饮用矿泉水水源主要常量离子分布（单位：mg/l）图表35：中国饮用矿泉水水源按化学类型分布（单位：%）图表36：中国饮用矿泉水含水层及岩性特征情况图表37：中国饮用矿泉水含水层及岩性特征情况图表38：昆仑山雪山矿泉水水源地主要规模（单位：米，平方公里）图表39：石林天外天水质的三大特点图表40：西藏“5100冰川”矿泉水水源主要特点（单位：米，立方米）图表41：湖北武汉“智慧泉”矿泉水水源储量和日允许开采量（单位：立方米/天，立方米）图表42：中国矿泉水行业发展历程图表43：中国矿泉水行业影响因素图表44：2017-2023年中国瓶装水市场规模（单位：亿元，%）图表45：2018-2023年中国矿泉水市场规模（单位：亿元，%）图表46：2018-2023年中国矿泉水行业进出口状况表（单位：万美元，%）图表47：2018-2023年我国矿泉水进口数量及同比增速（单位：万升）图表48：2018-2023年我国矿泉水进口金额及同比增速（单位：万美元）图表49：2018-2023年我国矿泉水进口平均单价（单位：美元/升）图表50：2023年我国矿泉水进口数量TOP20地区分布（单位：万升）图表51：2023年我国矿泉水进口金额TOP20地区分布（单位：万美元）图表52：2018-2023年我国矿泉水出口数量及同比增速（单位：万升）图表53：2018-2023年我国矿泉水出口金额及同比增速（单位：万美元）图表54：2018-2023年我国矿泉水出口平均单价（单位：美元/升）图表55：2019我国矿泉水出口数量地区分布（单位：万升）图表56：2023年我国矿泉水出口金额地区分布（单位：万美元）图表57：2023年我国矿泉水行业竞争格局（单位：%）图表58：我国矿泉水行业现有企业的竞争分析图表59：我国矿泉水行业竞争层次分析图表60：我国矿泉水行业对上游供应商的议价能力分析图表61：我国矿泉水行业潜在进入者威胁分析图表62：我国矿泉水行业五力模型分析结论图表63：矿泉水行业细分产品类型图表64：矿泉水按价格分类（单位：元）图表65：高端矿泉水按水源地分类图表66：我国矿泉水行业主要公司及产品分类（单位：元，ml）图表67：中低端业和高端矿泉水行业市场特征图表68：我国矿泉水市场品牌份额情况（按销量统计）（单位：%）图表69：2018-2023年我国瓶装水市场规模构成情况（单位：%）图表70：矿泉水按二氧化碳含量分类图表71：部分含气天然矿泉水品牌介绍图表72：部分充气天然矿泉水产品介绍图表73：部分无气天然矿泉水品牌介绍图表74：矿泉水按特征组达标分类图表75：消费群体特征分析图表76：消费群体年龄分析图表77：依云、圣培露、昆仑山矿泉水和恒大冰泉的消费群体年龄分析（单位：%）图表78：消费群体场景提及情况（单位：%）图表79：消费群体相关指标关注度（单位：%）图表80：圣培露、巴黎水、昆仑山矿泉水、依云、5100的消费群体对相关指标关注度图表81：产品营销渠道分析图表82：景田百岁山及本来旺贵族定位图表83：2023年中国消费者对矿泉水消费意愿（单位：%）图表84：农夫山泉股份有限公司基本信息简况图表85：农夫山泉股份有限公司经营情况（单位：亿元）图表86：农夫山泉股份有限公司产品发展历程图表87：农夫山泉股份有限公司产品情况（单位：%）图表88：农夫山泉股份有限公司经营优劣势分析图表89：恒大农牧集团有限公司基本信息简况图表90：恒大农牧集团有限公司产业布局情况图表91：恒大冰泉水产品系列图表92：恒大冰泉经营优劣势分析图表93：深圳市景田食品饮料有限公司基本信息简况图表94：深圳市景田食品饮料有限公司水产品情况图表95：深圳市景田食品饮料有限公司经营优劣势分析图表96：吉林森林工业股份有限公司基本信息表图表97：截至2023年吉林森林工业股份有限公司与实际控制人之间产权及控制关系图（单位：%）图表98：2017-2023年吉林森林工业股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）