|  |
| --- |
| [2024年中国苏打水发展现状调研及市场前景分析报告](https://www.20087.com/6/12/SuDaShuiDeFaZhanQianJing.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2024年中国苏打水发展现状调研及市场前景分析报告](https://www.20087.com/6/12/SuDaShuiDeFaZhanQianJing.html) |
| 报告编号： | 1A37126　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8800 元　　纸介＋电子版：9000 元 |
| 优惠价： | 电子版：7800 元　　纸介＋电子版：8100 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/6/12/SuDaShuiDeFaZhanQianJing.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　苏打水是一种无糖、低卡的饮料，近年来随着健康饮食潮流的兴起而受到追捧。消费者越来越倾向于选择不含人工甜味剂和色素的饮品，苏打水恰好满足了这一需求。同时，苏打水机的普及使得消费者能够在家中自制苏打水，增加了其便捷性和个性化选择。
　　未来，苏打水市场将朝着更加健康、个性化和环保的方向发展。健康方面，苏打水将结合更多天然调味料，如水果汁和草本植物，以提供额外的营养和风味。个性化则体现在消费者能够定制自己偏好的苏打水口味和气泡强度。环保包装和可重复使用的苏打水瓶将更加普遍，以减少一次性塑料的使用。

第一部分 苏打水行业整体概况
第一章 中国苏打水行业pest模型分析
　　第一节 苏打水行业定义统计标准
　　　　一、苏打水行业概念及分类
　　　　　　1、苏打水概念：
　　　　　　苏打水是碳酸氢钠的水溶液，可以天然形成或者用弱碱泡腾片、苏打泡腾片以及机器人工生成。苏打水含有弱碱性，医学上外用可消毒杀菌。市面上出售的苏打水大部分是在经过纯化的饮用水中压入二氧化碳，并添加甜味剂和香料的人工合成碳酸饮料。
　　　　　　2、苏打水分类
　　　　　　1）有气苏打水：
　　　　　　有气苏打水也就我们常说的含气苏打水，是碳酸氢钠的水溶液，含有弱碱性，饮用可中和人体内的酸碱平衡，改变酸性体质。市面上出售的有气苏打水大部分是在经过纯化的饮用水中压入二氧化碳，并添加甜味剂和香料的人工合成碳酸饮料。一般肠胃不适的人是不适合喝含气苏打水的。
　　　　　　2）无气苏打水
　　　　　　无气苏打水是相对于含气苏打水的苏打水一种，因为不含二氧化碳，该产品更加适合大众人群，无气苏打水使用碳酸氢钠的水溶液，也是人工合成，添加ak糖等非糖作为口感调节剂，并且适量添加了食用香精。一般无气苏打水ph值稳定的保持在7.5-8.5之间。因为不含二氧化碳，所以无气苏打水对产品品质和生产质量上来说相对更加严格，无苏打水不含防腐剂和各种稳定剂。
　　　　　　3）天然苏打水
　　　　　　天然苏打水除含有碳酸氢钠外，还含有多种微量元素，纯天然，人工无法复制。因此是天然苏打水上好的饮品。天然苏打水以五大连池原产地和发源地，与法国的维希矿泉、俄罗斯北高加索矿泉并称为“世界三大冷泉”，在中外享有“神泉”和“圣水”美誉，在民间已有上千年的医用、饮疗和洗疗历史，天然苏打水对康复疗养和人类的健康长寿具有神奇的功效。富含钾、纳、钙、镁、锶、碳酸氢根、硫酸根、氯离子、偏硅酸等，这些微量元素呈离子状态，更易被人体吸收； 天然苏打水ph值呈弱碱性，对传输氧气，调节新陈代谢，排除酸性废物和预防疾病是非常必要的。
　　　　二、苏打水行业产业链结构分析
　　　　上游原料：原水、碳酸氢钠、食用香精、ak糖、对羟基苯甲酸甲酯钠等等。苏打水下游行业：各级分销商、渠道商、大卖场、终端消费者。
　　　　三、苏打水行业发展周期分析
　　第二节 中国苏打水行业政策环境分析（p）
　　　　一、行业相关政策动向
　　　　二、行业生产安全标准
　　　　三、行业“十三五”发展规划
　　第三节 中国苏打水行业经济环境分析（e）
　　　　一、国际宏观经济及对苏打水行业影响
　　　　二、国内宏观经济及对苏打水行业影响
　　　　三、食品制造行业主要经济指标分析
　　　　四、苏打水行业在饮料制造行业地位分析
　　第四节 中国苏打水行业社会环境分析（s）
　　　　一、我国人口因素及对苏打水行业影响
　　　　二、人均收入消费对苏打水及其发展影响
　　　　三、国内生活方式及对苏打水行业影响
　　第五节 中国苏打水行业技术环境分析（t）
　　　　一、生产技术
　　　　二、安全检测技术

第二章 全球苏打水行业市场发展状况分析
　　第一节 2019-2024年世界苏打水行业发展状况
　　　　一、世界苏打水行业生产情况
　　　　全球苏打水生产主要集中在欧美地区，二者合计占全球总产量的67.3%。当中欧洲苏打水产量555.6万吨，占全球总量的54.1%；美国苏打水产量为135.2万吨，占全球总量的13.2%；中国市场产量为74.4万吨，占比为7.2%。
　　　　二、世界苏打水消费及趋势分析
　　　　三、世界苏打水行业发展趋势分析
　　第二节 美国苏打水行业现状分析
　　　　一、美国苏打水行业的市场现状
　　　　二、美国苏打水行业的市场特征
　　第三节 日本苏打水行业现状分析
　　　　一、日本苏打水行业的市场现状
　　　　二、日本苏打水行业的市场特征
　　第四节 欧洲苏打水行业市场状况
　　　　一、欧洲苏打水行业的市场现状
　　　　二、欧洲苏打水行业的市场特征
　　第五节 主要跨国苏打水公司在中国市场的投资布局

第二部分 苏打水市场深度分析
第三章 我国苏打水行业现状及市场发展分析
　　第一节 2019-2024年我国苏打水行业发展现状
　　　　一、苏打水行业市场规模
　　　　中国是继法国、日本、俄罗斯、德国之后第5个发现天然苏打水的国家。在黑龙江省克东县宝泉镇发现的弱碱性碳酸氢钠冷矿泉是由地壳运动形成的，水中除了含碳酸氢钠和硼之外，还含有多种常量元素和微量元素，可以直接饮用。克东县宝泉镇的天然苏打水矿泉属于淡冷矿泉，既爽口又无怪味，而且对胃肠等疾病具有一定的治疗作用。
　　　　人工合成的苏打水是碳酸氢钠的水溶液，为改善口感，易拉罐装苏打水产品一般还要压人二氧化碳（即碳酸气）。这种饮料进人市场，旨在从健康的角度引导人们多吃一些碱性食物或多饮用碱性水，从而帮助中和体内的酸性物质。饮料厂商在生产名为苏打水的饮料时，应注意此类饮料的成分。单纯的加人二氧化碳而没有小苏打（碳酸氢钠）成分的碳酸饮料，属于普通的碳酸饮料，无明显碱性，不能算是苏打水产品。
　　　　目前，虽然弱碱水、苏打水等水产品尚未形成良好的市场格局，但它们将是今后的消费趋势。我国苏打水消费市场规模从的20.7亿元增长至的31.4亿元，我国苏打水消费市场规模为35.3亿元，较上年同期增长12.4%。
　　　　二、苏打水行业产品发展现状
　　　　三、苏打水行业消费市场现状
　　第二节 2019-2024年苏打水行业发展特点分析
　　　　一、市场格局特点
　　　　目前，饮料已经成为人们日常生活不可缺少的一部分。在超市中，各种饮料占据了相当大的商品份额。饮料种类齐全，品种繁多，如瓶装饮用水、果汁饮料、蛋白饮料、碳酸饮料、运动饮料、蔬菜汁饮料、乳饮料、茶饮料、固体饮料等。如今，饮料已经走过了十几年的发展路程，而且形成了工业化、规模化的生产模式。
　　　　随着人们生活水平的不断提高，饮料行业也在不断创新。一种新型饮料—苏打水正逐步走入人们的生活，成为一种健康时尚饮品。
　　　　二、产品创新特点
　　　　三、营销服务特点
　　　　四、市场品牌特点
　　第三节 2019-2024年苏打水市场结构和价格走势分析
　　　　一、2019-2024年我国苏打水市场结构和价格走势概述
　　　　二、2019-2024年我国苏打水市场结构分析
　　　　三、2019-2024年我国苏打水市场价格走势分析
　　第四节 2019-2024年重点城市苏打水市场发展情况

第四章 中国苏打水行业财务指标与供需情况分析
　　第一节 中国苏打水行业经济运行主要特点
　　第二节 中国苏打水行业资产总额分析
　　第三节 中国苏打水行业经营费用分析
　　第四节 中国苏打水行业收入情况分析
　　第五节 中国苏打水行业利润情况分析

第五章 苏打水区域市场情况分析
　　第一节 东北地区
　　第二节 华北地区
　　第三节 华东地区
　　第四节 华南地区
　　第五节 华中地区
　　第六节 西南地区
　　第七节 西北地区

第六章 中国苏打水行业消费市场分析
　　第一节 中国苏打水消费者收入分析
　　　　一、中国人口、人民生活分析
　　　　二、2019-2024年消费者收入水平
　　　　三、2024年消费者信心指数分析
　　第二节 苏打水行业产品目标客户群体调查
　　　　一、不同收入水平消费者偏好调查
　　　　二、不同年龄的消费者偏好调查
　　　　三、不同地区的消费者偏好调查
　　第三节 苏打水市场消费需求分析
　　　　一、苏打水市场的消费需求变化
　　　　二、苏打水品牌市场消费需求趋势
　　第四节 苏打水消费市场状况分析
　　　　一、苏打水行业消费特点
　　　　二、苏打水消费者分析
　　　　三、苏打水消费结构分析
　　　　四、苏打水消费的市场变化
　　　　五、苏打水市场的消费方向
　　第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析
　　　　一、价格敏感程度
　　　　二、品牌的影响
　　　　三、购买方便的影响
　　　　四、广告的影响程度
　　　　五、包装的影响程度
　　第六节 苏打水行业产品的品牌市场调查
　　　　一、苏打水行业品牌忠诚度调查
　　　　二、苏打水行业品牌市场

第三部分 苏打水市场竞争格局
第七章 苏打水行业竞争格局与竞争策略分析
　　第一节 波特五力模型分析
　　　　一、现有企业间竞争
　　　　二、潜在进入者分析
　　　　三、替代品威胁分析
　　　　四、供应商议价能力
　　　　五、客户议价能力
　　第二节 行业集中度分析
　　　　一、市场集中度分析
　　　　二、区域集中度分析
　　第三节 2019-2024年苏打水行业竞争格局分析
　　　　一、2019-2024年国内外苏打水竞争分析
　　　　二、2019-2024年我国苏打水市场竞争分析
　　　　三、2019-2024年我国苏打水市场集中度分析
　　　　四、2019-2024年国内苏打水拟在建项目分析
　　第四节 苏打水市场竞争策略分析
　　　　一、2024年苏打水市场增长潜力分析
　　　　二、2024年苏打水主要潜力品种分析
　　　　三、现有苏打水产品竞争策略分析
　　　　四、典型企业品牌竞争策略分析
　　第五节 苏打水企业竞争策略分析
　　　　一、苏打水行业竞争格局的影响因素分析
　　　　二、2024-2030年我国苏打水市场竞争趋势
　　　　三、2024-2030年苏打水行业竞争策略分析
　　　　四、2024-2030年苏打水企业竞争策略分析

第八章 主要苏打水企业竞争分析
　　第一节 屈臣氏集团（中国香港）有限公司
　　　　一、企业概况
　　　　二、竞争优势分析
　　　　三、企业核心产品
　　　　四、企业发展理念
　　第二节 黑龙江世一泉饮品有限公司
　　　　一、企业概况
　　　　二、竞争优势分析
　　　　三、企业核心产品
　　　　四、企业发展理念
　　第三节 法国达能集团有限公司
　　　　一、企业概况
　　　　二、竞争优势分析
　　　　三、企业经营状况
　　　　四、企业发展战略
　　第四节 西藏5100水资源控股有限公司（01115）
　　　　一、企业概况
　　　　二、竞争优势分析
　　　　三、企业经营状况
　　　　四、企业发展战略
　　第五节 杭州娃哈哈集团有限公司
　　　　一、企业概况
　　　　二、竞争优势分析
　　　　三、企业经营状况
　　　　四、企业发展战略
　　第六节 河南鸿润饮品有限公司
　　　　一、企业概况
　　　　二、竞争优势分析
　　　　三、企业经营策略
　　　　四、企业发展理念
　　第七节 河北承德露露股份有限公司（000848）
　　　　一、企业概况
　　　　二、竞争优势分析
　　　　三、企业经营状况
　　　　四、2024-2030年发展战略
　　第八节 五大连池泉山矿泉水有限责任公司
　　　　一、企业概况
　　　　二、竞争优势分析
　　　　三、企业核心产品
　　　　四、企业发展理念
　　第九节 青岛崂山矿泉水有限公司
　　　　一、企业概况
　　　　二、竞争优势分析
　　　　三、企业市场定位
　　　　四、企业发展战略
　　第十节 河南栗子园食品饮料有限公司
　　　　一、企业概况
　　　　二、竞争优势分析
　　　　三、企业核心产品
　　　　四、企业发展理念

第四部分 苏打水行业发展前景
第九章 苏打水行业发展趋势与前景预测
　　第一节 我国苏打水行业前景与机遇分析
　　　　一、我国苏打水行业发展前景
　　　　二、我国苏打水发展机遇分析
　　第二节 2024-2030年中国苏打水市场趋势分析
　　　　一、2019-2024年苏打水市场趋势总结
　　　　二、2024-2030年苏打水市场发展空间
　　　　三、2024-2030年苏打水产业政策趋向
　　　　四、2024-2030年苏打水技术革新趋势
　　　　五、2024-2030年苏打水价格走势分析
　　　　六、2024-2030年国际环境对行业的影响
　　　　七、2024-2030年苏打水发展趋势分析
　　第三节 未来苏打水需求与消费预测
　　　　一、2024-2030年苏打水产品消费预测
　　　　二、2024-2030年苏打水市场规模预测
　　　　三、2024-2030年苏打水行业总产值预测
　　第四节 2024-2030年中国苏打水行业供需预测
　　　　一、2024-2030年中国苏打水供给预测
　　　　二、2024-2030年中国苏打水需求预测
　　　　三、2024-2030年中国苏打水供需平衡预测
　　　　四、2024-2030年中国苏打水产品价格趋势
　　　　五、2024-2030年主要苏打水产品进出口预测

第十章 苏打水行业投资现状与投资环境分析
　　第一节 2019-2024年苏打水行业投资情况分析
　　　　一、2024年总体投资及结构
　　　　二、2024年投资规模及增速
　　　　三、2024年分地区投资分析
　　　　四、2024年外商投资情况
　　第二节 经济发展环境分析
　　　　一、我国宏观经济形势分析
　　　　二、2024-2030年投资趋势及其影响预测
　　第三节 政策法规环境分析
　　第四节 技术发展环境分析
　　　　一、2024年苏打水技术发展分析
　　　　二、2024-2030年苏打水技术发展趋势分析
　　第五节 社会发展环境分析
　　　　一、人口环境分析
　　　　二、教育环境分析
　　　　三、文化环境分析
　　　　四、中国城镇化率

第十一章 苏打水行业投资机会与风险分析
　　第一节 行业活力系数比较及分析
　　　　一、2024年相关产业活力系数比较
　　　　二、2019-2024年行业活力系数分析
　　第二节 行业投资收益率比较及分析
　　　　一、2024年相关产业投资收益率比较
　　　　二、2019-2024年行业投资收益率分析
　　第三节 苏打水行业投资效益分析
　　　　一、2024-2030年苏打水行业投资效益分析
　　　　二、2024-2030年苏打水行业投资趋势预测
　　　　三、2024-2030年苏打水行业的投资方向
　　　　四、2024-2030年苏打水行业投资的建议
　　　　五、新进入者应注意的障碍因素分析
　　第四节 影响苏打水行业发展的主要因素（swot分析）
　　　　一、2024-2030年影响苏打水行业运行的有利因素分析
　　　　二、2024-2030年影响苏打水行业运行的不利因素分析
　　　　三、2024-2030年我国苏打水行业发展面临的挑战分析
　　　　四、2024-2030年我国苏打水行业发展面临的机遇分析
　　第五节 苏打水行业投资风险及控制策略分析
　　　　一、2024-2030年苏打水行业市场风险及控制策略
　　　　二、2024-2030年苏打水行业政策风险及控制策略
　　　　三、2024-2030年苏打水行业经营风险及控制策略
　　　　四、2024-2030年苏打水行业技术风险及控制策略
　　　　五、2024-2030年苏打水行业同业竞争风险及控制策略
　　　　六、2024-2030年苏打水行业其他风险及控制策略

第五部分 苏打水行业战略研究
第十二章 苏打水行业投资战略研究
　　第一节 苏打水行业发展战略研究
　　　　一、战略综合规划
　　　　二、技术开发战略
　　　　三、业务组合战略
　　　　四、区域战略规划
　　　　五、产业战略规划
　　　　六、营销品牌战略
　　　　七、竞争战略规划
　　第二节 对我国苏打水品牌的战略思考
　　　　一、企业品牌的重要性
　　　　二、苏打水实施品牌战略的意义
　　　　三、苏打水企业品牌的现状分析
　　　　四、我国苏打水企业的品牌战略
　　　　五、苏打水品牌战略管理的策略
　　第三节 苏打水经营策略分析
　　　　一、苏打水市场细分策略
　　　　二、苏打水市场创新策略
　　　　三、饮料品牌定位与品类规划
　　　　四、苏打水新产品差异化战略
　　第四节 [⋅中智⋅林]济研：投资战略研究
　　　　一、2024年苏打水行业投资战略
　　　　二、2024-2030年苏打水行业投资战略
略……

了解《[2024年中国苏打水发展现状调研及市场前景分析报告](https://www.20087.com/6/12/SuDaShuiDeFaZhanQianJing.html)》，报告编号：1A37126，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/6/12/SuDaShuiDeFaZhanQianJing.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！