

2016-2022年中国苏打水市场供需预测及战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国苏打水市场供需预测及战略咨询报告》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.abaogao.com/b/yinliao/R43802P0L0.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

苏打水也叫弱碱性水，是带有弱碱性的饮料，常添加甜味剂和香料的饮料，市面上亦存在无添加甜味剂苏打水，以下所述危害大多为人工甜味剂及香料摄入过多的危害。它是碳酸氢钠的水溶液，具有弱碱性，医学上外用可消毒杀菌。碳酸氢钠就是我们说的小苏打，也叫面起子，分子式为 NaHCO_3 。但是这里面不是直接加入面起子，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。小苏打： NaHCO_3 苏打： Na_2CO_3 ，弱碱性。苏打水其实就是碳酸水，可口可乐就是碳酸饮料的代表。纯苏打水也有，一般是瓶装，超市有得卖。可以用来兑鸡尾酒。可去药店买小苏打片用温开水兑制，不过浓度不好掌握。一般用于消毒的苏打水宜用0.4%。

天然苏打水除含有碳酸氢钠外，还含有多种微量元素成分，因此是上好的饮品。世界上只有法、俄、德等少数国家出产天然苏打水，我国部分地区亦有出产天然苏打水。

苏打水全球市场占比

随着人们生活水平的提高，各类打着“高品质”食品和用品的厂家一时间蜂拥而起。当然，新兴产业的发展让市场充满了生机和活力，但另一方面又让市场处于相对混乱的状态。目前，我国苏打水生产企业有100多家。

饮用苏打水在国外已经较为普遍，近年来，随着国内民众生活水平的提高和消费方式的改变，苏打水也拥有了越来越多的用户群体，苏打水有利于养胃，有助于缓解消化不良，甚至可以用来护肤等等，都使很多消费者对它情有独钟，苏打水正在慢慢打开国内的市场大门，拥有广阔的市场发展空间。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国苏打水市场供需预测及战略咨询报告》共十一章。首先介绍了苏打水行业市场发展环境、苏打水整体运行态势等，接着分析了苏打水行业市场运行的现状，然后介绍了苏打水市场竞争格局。随后，报告对苏打水做了重点企业经营状况分析，最后分析了苏打水行业发展趋势与投资预测。您若想对苏打水产业有个系统的了解或者想投资苏打水行业，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：

第一章 苏打水行业发展背景分析 10

第一节 苏打水行业发展概述 10

一、行业概念定义 10

二、行业产品分类 10

三、产品主要用途 10

第二节 苏打水行业经济环境分析 11

一、中国GDP增长情况分析 11

二、工业经济发展形势分析 12

三、社会固定资产投资分析 13

四、全社会消费品零售总额 14

五、城乡居民收入增长分析 14

六、居民消费价格变化分析 15

第二章 苏打水行业发展环境分析 16

第一节 中国苏打水行业政策环境分析 16

一、行业监管部门及管理体制 16

二、产业相关政策分析 16

三、上下游产业政策影响 17

四、进出口政策影响分析 18

第二节 中国苏打水行业技术环境分析 18

一、行业技术发展概况 18

二、行业技术水平分析 19

第三章 中国苏打水行业发展分析 20

第一节 苏打水行业发展状况分析 20

一、苏打水行业发展现状概况 20

二、苏打水行业生产企业现状 21

三、苏打水行业产量情况分析 22

第二节 苏打水行业运营状况分析 22

一、苏打水行业市场需求现状 22

二、苏打水行业市场规模分析 23

三、苏打水行业盈利水平分析	23
第三节 苏打水市场价格及影响因素分析	24
一、苏打水市场价格走势分析	24
二、苏打水市场价格影响因素	24
第四章 中国苏打水行业市场区域结构分析	26
第一节 苏打水行业市场需求结构分析	26
第二节 苏打水行业市场地区需求结构分析	26
一、华北地区苏打水市场需求分析	26
二、东北地区苏打水市场需求分析	27
三、华东地区苏打水市场需求分析	27
四、华中地区苏打水市场需求分析	28
五、华南地区苏打水市场需求分析	28
六、西部地区苏打水市场需求分析	29
第五章 中国苏打水行业细分领域分析	30
第一节 天然苏打水	30
一、市场发展现状概述	30
二、克东苏打水开采机制	31
三、行业主要企业分析	31
四、行业市场规模分析	32
五、天然苏打水产地分析	32
（一）齐齐哈尔市	32
（二）新疆乌恰县	35
六、行业市场前景分析	35
第二节 人工合成苏打水	36
一、市场发展现状概述	36
二、行业主要企业分析	37
三、行业市场规模分析	37
四、行业市场前景分析	38
第六章 中国苏打水行业产业链分析	40

第一节 苏打水行业产业链概述	40
第二节 苏打水上游产业发展状况分析	40
一、天然苏打水源分析	40
二、饮用水市场发展分析	42
三、小苏打发展状况分析	42
四、二氧化碳发展状况分析	43
第三节 苏打水下游产业发展情况分析	46
一、人口环境分析	46
二、零供双方现状分析	47
三、便利店行业发展情况	48
四、行业销售渠道分析	49
第七章 中国苏打水行业竞争状况分析	50
第一节 苏打水行业竞争结构波特模型分析	50
一、现有竞争者分析	51
二、潜在进入者分析	51
三、替代品威胁分析	52
四、供应商议价能力分析	52
五、客户的议价能力分析	52
第二节 中国苏打水行业市场竞争状况分析	53
一、成本竞争分析	53
二、价格竞争分析	53
三、技术竞争分析	54
第三节 中国苏打水企业竞争策略分析	54
一、坚守核心主业	54
二、构建优质渠道	55
三、整合优质资源	55
四、提升经营能力	56
五、树立品牌形象	57
六、调整市场策略	59
第八章 2011-2016年苏打水进出口数据分析	60

第一节 2011-2016年中国苏打水进口数据统计情况 60

一、苏打水进口数量情况 60

二、苏打水进口金额情况 60

三、苏打水进口来源分析 61

四、苏打水进口均价分析 62

第二节 2011-2016年中国苏打水出口数据统计情况 62

一、苏打水出口数量情况 62

二、苏打水出口金额情况 63

三、苏打水出口流向分析 63

四、苏打水出口均价分析 64

第九章 苏打水主要生产厂商竞争力分析 65

第一节 北京屈臣氏蒸馏水有限公司 65

一、企业发展基本情况 65

二、企业主要产品分析 66

三、企业竞争优势分析 66

第二节 黑龙江天宝泉饮品有限公司 67

一、企业发展基本情况 67

二、企业主要产品分析 67

三、企业经营情况分析 68

第三节 河南栗子园食品饮料有限公司 69

一、企业发展基本情况 69

二、企业主要产品分析 69

三、企业主要经济指标 70

四、企业竞争优势分析 70

第四节 青岛崂山矿泉水有限公司 71

一、企业发展基本情况 71

二、企业主要产品分析 72

三、企业主要经济指标 73

四、企业竞争优势分析 73

五、企业发展战略分析 74

第五节 焦作市明仁天然药物有限责任公司 74

- 一、企业发展基本情况 74
- 二、企业主要产品分析 75
- 三、企业主要经济指标 76
- 四、企业竞争优势分析 76
- 第六节 黑龙江海赫饮品有限公司 76
 - 一、企业发展基本情况 76
 - 二、企业主要产品分析 77
 - 三、企业主要经济指标 78
 - 四、企业销售网络分析 78
- 第七节 黑龙江天泉庄园苏打水饮品有限公司 78
 - 一、企业发展基本情况 78
 - 二、企业主要产品分析 79
 - 三、企业主要经济指标 79
- 第八节 黑龙江省华山泉饮品有限公司 79
 - 一、企业发展基本情况 79
 - 二、企业主要产品分析 80
 - 三、企业发展战略分析 81
- 第九节 黑龙江世一泉饮品有限公司 81
 - 一、企业发展基本情况 81
 - 二、企业主要产品分析 82
 - 三、企业竞争优势分析 82
- 第十节 黑龙江舒达饮品有限公司 83
 - 一、企业发展基本情况 83
 - 二、企业主要产品分析 83
 - 三、企业主要经济指标 84
 - 四、企业销售网络分析 84
- 第十一节 黑龙江省世罕泉饮品有限责任公司 85
 - 一、企业发展基本情况 85
 - 二、企业主要产品分析 86
 - 三、企业竞争优势分析 87
 - 四、企业销售网络分析 87
- 第十二节 黑龙江海昌生物技术有限公司 88

一、企业发展基本情况	88
二、企业主要产品分析	88
三、企业主要经济指标	90
四、企业竞争优势分析	90
第十三节 五大连池市德都天然苏打水饮品有限公司	90
一、企业发展基本情况	90
二、企业主要产品分析	91
三、企业竞争优势分析	91
四、企业营销网络分析	92
第十四节 黑龙江省华远世明泉天然苏打水饮品有限公司	92
一、企业发展基本情况	92
二、企业主要产品分析	93
三、企业竞争优势分析	93
第十章 2016-2022年中国苏打水市场前景预测分析	94
第一节 2016-2022年中国苏打水行业投资前景分析	94
一、苏打水行业市场前景预测	94
二、苏打水行业市场规模预测	94
三、苏打水市场投资机会分析	95
第二节 2016-2022年中国苏打水行业投资风险分析	96
一、产业政策风险	96
二、原材料的风险	96
三、市场竞争风险	97
四、技术风险分析	97
第三节 2016-2022年苏打水行业投资策略及建议	97
一、企业并购融资方法渠道分析	97
二、利用股权融资谋划发展机遇	99
三、利用政府杠杆拓展融资渠道	103
四、适度债权融资配置资本结构	104
五、关注民资和外资的投资动向	106
第十一章 苏打水企业投融资战略规划分析	107

第一节 苏打水企业发展战略规划背景意义 107

一、企业转型升级的需要 107

二、企业做大做强的需要 107

三、企业可持续发展需要 107

第二节 苏打水企业发展战略规划的制定原则 107

一、科学性 108

二、实践性 108

四、创新性 108

五、全面性 108

六、动态性 109

第三节 苏打水企业战略规划制定依据 109

一、国家产业政策 109

二、行业发展规律 109

三、企业资源与能力 109

四、可预期的战略定位 110

第四节 苏打水企业战略规划策略分析 110

一、战略综合规划 110

二、技术开发战略 110

三、区域战略规划 111

四、产业战略规划 111

五、营销品牌战略 112

六、竞争战略规划 113

图表目录：

图表 1 2011-2015年中国国内生产总值及增长速度 12

图表 2 2014-2015年中国国内生产总值及构成 12

图表 3 2011-2015年中国工业增加值及增长速度 13

图表 4 2011-2015年中国固定资产投资及增长速度 13

图表 5 2011-2015年中国社会消费品零售总额 14

图表 6 2011-2015年中国居民人均可支配收入及增长速度 15

图表 7 苏打水行业相关法律法规 16

图表 8 苏打水进出口税率分析 18

图表 9 天然苏打水与人工合成苏打水对比 19

图表 10 2016年中国苏打水十大品牌企业 21

图表 11 2011-2015年中国苏打水产量变化趋势图 22

图表 12 2011-2015年中国苏打水需求量变化趋势图 23

图表 13 2011-2015年中国苏打水市场规模变化趋势图 23

图表 14 中国主要苏打水产品价格统计 24

图表 15 2015年中国苏打水行业市场需求结构分析 26

图表 16 2011-2015年华北地区苏打水需求量变化趋势图 27

图表 17 2011-2015年东北地区苏打水需求量变化趋势图 27

图表 18 2011-2015年华东地区苏打水需求量变化趋势图 28

图表 19 2011-2015年华中地区苏打水需求量变化趋势图 28

图表 20 2011-2015年华南地区苏打水需求量变化趋势图 29

图表 21 2011-2015年西部地区苏打水需求量变化趋势图 29

图表 22 中国天然苏打水生产企业统计 31

图表 23 2011-2015年中国天然苏打水市场规模变化趋势图 32

图表 24 中国人工合成苏打水主要生产企业统计 37

图表 25 2011-2015年中国人工合成苏打水市场规模变化趋势图 38

图表 26 苏打水产业链结构图 40

图表 27 克东天然苏打水质量技术要求 42

图表 28 2011-2015年中国饮用水产量统计 42

图表 29 中国二氧化碳生产企业列表 43

图表 30 二氧化碳需求结构图 45

图表 31 2011-2015年中国人口总量趋势图 46

图表 32 2015年中国人口数及构成情况 46

图表 33 波特五力竞争模型与一般战略的关系 50

图表 34 2011-2016年中国苏打水及未加味、加糖或其他甜物质的汽水进口数量 60

图表 35 2011-2016年中国苏打水及未加味、加糖或其他甜物质的汽水进口金额 60

图表 36 2016年中国苏打水及未加味、加糖或其他甜物质的汽水进口来源地 61

图表 37 2016年中国苏打水及未加味、加糖或其他甜物质的汽水进口来源地分布 61

图表 38 2011-2016年中国苏打水及未加味、加糖或其他甜物质的汽水进口均价 62

图表 39 2011-2016年中国苏打水及未加味、加糖或其他甜物质的汽水出口数量 62

图表 40 2011-2016年中国苏打水及未加味、加糖或其他甜物质的汽水出口金额 63

图表 41 2016年中国苏打水及未加味、加糖或其他甜物质的汽水出口流向情况 63

图表 42 2016年中国苏打水及未加味、加糖或其他甜物质的汽水出口流向分布 64

图表 43 2011-2016年中国苏打水及未加味、加糖或其他甜物质的汽水出口均价 64

图表 44 北京屈臣氏蒸馏水有限公司基本情况 65

图表 45 北京屈臣氏蒸馏水有限公司苏打水产品图 66

图表 46 黑龙江天宝泉饮品有限公司基本情况 67

图表 47 黑龙江天宝泉饮品有限公司苏打水产品图 68

图表 48 黑龙江天宝泉饮品有限公司收入及利润情况 68

图表 49 河南栗子园食品饮料有限公司基本情况 69

图表 50 河南栗子园食品饮料有限公司苏打水产品图 70

图表 51 河南栗子园食品饮料有限公司收入及利润统计 70

图表 52 青岛崂山矿泉水有限公司基本情况 72

图表 53 青岛崂山矿泉水有限公司苏打水产品图 73

图表 54 青岛崂山矿泉水有限公司收入及利润统计 73

图表 55 焦作市明仁天然药物有限责任公司基本情况 74

图表 56 焦作市明仁天然药物有限责任公司名仁苏打水产品图 75

图表 57 焦作市明仁天然药物有限责任公司名仁苏打水产品价格 76

图表 58 焦作市明仁天然药物有限责任公司收入及利润情况 76

图表 59 黑龙江海赫饮品有限公司基本情况 77

图表 60 黑龙江海赫饮品有限公司苏打水产品图 77

图表 61 黑龙江海赫饮品有限公司收入及利润情况 78

图表 62 黑龙江天泉庄园苏打水饮品有限公司基本情况 78

图表 63 黑龙江天泉庄园苏打水饮品有限公司收入及利润情况 79

图表 64 黑龙江省华山泉饮品有限公司基本情况 80

图表 65 黑龙江省华山泉饮品有限公司“世宝泉”牌苏打水产品图 80

图表 66 黑龙江世一泉饮品有限公司基本情况 81

图表 67 黑龙江世一泉饮品有限公司世一泉天然苏打水产品图 82

图表 68 黑龙江舒达饮品有限公司基本情况 83

图表 69 黑龙江舒达饮品有限公司苏打水产品图 84

图表 70 黑龙江舒达饮品有限公司收入及利润情况 84

图表 71 黑龙江舒达饮品有限公司营销网络分布 85

图表 72 黑龙江省世罕泉饮品有限责任公司基本情况 86

- 图表 73 黑龙江省世罕泉饮品有限责任公司苏打水主要成分表 86
- 图表 74 黑龙江省世罕泉饮品有限责任公司苏打水产品价格 87
- 图表 75 黑龙江海昌生物技术有限公司发展基本情况 88
- 图表 76 黑龙江海昌生物技术有限公司5°C天然无汽苏打水主要产品成分表 89
- 图表 77 黑龙江海昌生物技术有限公司2°C火成冰泉天然矿泉水产品图 89
- 图表 78 黑龙江海昌生物技术有限公司收入及利润情况 90
- 图表 79 五大连池市德都天然苏打水饮品有限企业发展基本情况 90
- 图表 80 五大连池市德都天然苏打水饮品有限公司居家引用桶装系列产品图 91
- 图表 81 黑龙江省华远世明泉天然苏打水饮品有限公司发展基本情况 92
- 图表 82 黑龙江省华远世明泉天然苏打水饮品有限公司苏打水产品图 93
- 图表 83 2016-2022年中国苏打水市场规模预测趋势图 95
- 图表 84 企业融资方式与渠道分类 98
- 图表 85 风险投资和私募股权的主要区别 101
- 图表 86 创投及私募股权投资基金运作程序 102

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/R43802P0L0.html>