

2025-2031年中国苏打水行业 发展趋势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

《2025-2031年中国苏打水行业发展趋势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/202411/473138.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

苏打水是碳酸氢钠的水溶液，目前市面上主要产品类别有天然苏打水、合成苏打水、合成含气苏打水、苏打水饮料、苏打气泡水饮料，区别于天然气泡水和合成气泡水。名仁、屈臣氏、娃哈哈、舒达源等品牌入场时间较早，经过多年发展建立良好的市场口碑。随着元气森林苏打气泡水的走红，大量企业快速入场，推出了苏打水相关产品。在我国消费者对健康的重视程度加深以及消费能力不断提升的大背景下，2024年我国苏打水市场规模增长至约208亿元。随着苏打水产品升级优化、销售深度与广度持续提升，到2024年，我国苏打水行业市场规模有望超过400亿元。

中企顾问网发布的《2025-2031年中国苏打水行业发展趋势与市场供需预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：苏打水行业综述及数据来源说明

1.1 苏打水行业界定

1.1.1 苏打水的界定

（1）国内外苏打水概念辨析

（2）本文苏打水概念界定

1.1.2 苏打水的特点

1.1.3 苏打水的分类

1.1.4 《国民经济行业分类与代码》中苏打水行业归属

1.2 苏打水专业术语说明

1.3 本报告研究范围界定说明

1.4 本报告数据来源及统计标准说明

1.4.1 本报告权威数据来源

1.4.2 本报告研究方法及统计标准说明

第2章：中国苏打水行业发展环境分析

2.1 中国苏打水行业政策（Policy）环境分析

2.1.1 中国苏打水行业监管体系及机构介绍

（1）中国苏打水行业主管部门

(2) 中国苏打水行业自律组织	
2.1.2 中国苏打水行业标准体系建设现状	
(1) 中国苏打水标准体系建设	
(2) 中国苏打水现行标准汇总	
(3) 中国苏打水重点标准解读	
2.1.3 中国苏打水行业政策规划汇总及解读	
(1) 中国苏打水行业政策汇总及解读	
(2) 国家层面苏打水行业规划汇总及解读	
2.1.4 国家“十四五”规划对苏打水行业发展的影响	
2.1.5 政策环境对苏打水行业发展的影响总结	
2.2 中国苏打水行业经济（Economy）环境分析	
2.2.1 中国宏观经济发展现状	
(1) 中国GDP及增长情况	
(2) 中国三次产业结构	
(3) 中国工业经济增长情况	
2.2.2 中国宏观经济发展展望	
(1) 国际机构对中国GDP增速预测	
(2) 国内机构对中国宏观经济指标增速预测	
2.2.3 中国苏打水行业发展与宏观经济相关性分析	
2.3 中国苏打水行业社会（Society）环境分析	
2.3.1 中国苏打水行业社会环境分析	
2.3.2 中国居民人均可支配收入	
2.3.3 健康意识不断上升	
2.3.4 社会环境对苏打水行业发展的影响总结	
第3章：全球苏打水行业发展现状调研及市场趋势洞察	
3.1 全球苏打水行业发展历程介绍	
3.2 全球苏打水行业发展现状分析	
3.2.1 全球天然苏打水资源分布情况	
3.2.2 全球苏打水行业发展概况分析	
3.3 全球苏打水行业市场规模体量	
3.4 全球苏打水行业区域发展格局及重点区域市场研究	
3.4.1 重点区域一：美国苏打水市场分析	

3.4.2 重点区域二：欧洲苏打水市场分析

3.5 全球苏打水行业市场竞争格局及重点企业案例研究

3.5.1 全球苏打水行业市场竞争格局

3.5.2 全球苏打水企业兼并重组状况

3.5.3 全球苏打水行业重点企业案例

(1) 可口可乐-怡泉Schweppes

1) 发展历程

2) 主要产品

3) 公司经营业绩

(2) 三得利

1) 发展历程

2) 主要产品

3) 公司经营业绩

4) 公司业务在华布局

3.6 全球苏打水行业发展趋势预判及市场前景预测

3.6.1 全球苏打水行业发展趋势预判

3.6.2 全球苏打水行业市场前景预测

第4章：中国苏打水行业市场供需状况及发展痛点分析

4.1 中国苏打水行业发展历程

4.2 中国苏打水行业市场主体类型及入场方式

4.3 中国苏打水行业市场主体分析

4.3.1 中国苏打水行业企业数量

4.3.2 中国苏打水行业注册企业经营状态

4.3.3 中国苏打水行业企业注册资本分布

4.3.4 中国苏打水行业注册企业省市分布

4.3.5 中国苏打水行业在业/存续企业类型分布

4.4 中国苏打水行业市场供给状况

4.5 中国苏打水行业市场需求现状分析

4.5.1 中国苏打水行业市场需求趋势分析

4.5.2 中国苏打水行业需求地位分析

4.6 中国苏打水行业市场行情走势

4.7 中国苏打水行业市场规模体量测算

4.8 中国苏打水行业市场发展痛点分析

第5章：中国苏打水行业市场竞争状况及融资并购分析

5.1 中国苏打水行业市场竞争布局状况

5.1.1 中国苏打水行业竞争者入场进程

5.1.2 中国苏打水行业竞争者省市分布热力图

5.1.3 中国苏打水行业竞争者战略布局状况

5.2 中国苏打水行业市场竞争格局分析

5.2.1 中国苏打水行业品牌排行

(1) 品牌力指数排名

(2) 满意度指数排名

(3) 推荐度指数排名

5.2.2 中国苏打水产品竞争派系

5.3 中国苏打水行业波特五力模型分析

5.3.1 中国苏打水行业供应商的议价能力

5.3.2 中国苏打水行业消费者的议价能力

5.3.3 中国苏打水行业新进入者威胁

5.3.4 中国苏打水行业替代品威胁

5.3.5 中国苏打水行业现有企业竞争

5.3.6 中国苏打水行业竞争状态总结

5.4 中国苏打水行业投融资、兼并与重组状况

5.4.1 中国苏打水行业投融资发展状况

5.4.2 中国苏打水行业兼并与重组状况

第6章：中国苏打水行业细分产品市场发展状况

6.1 中国苏打水行业细分市场结构

6.2 中国苏打水市场分析：天然苏打水

6.2.1 天然苏打水资源分析

6.2.2 天然苏打水市场规模

6.2.3 天然苏打水行业竞争情况

(1) 区域竞争

(2) 品牌竞争

6.2.4 天然苏打水发展趋势

6.3 中国苏打水市场分析：合成苏打水

6.3.1 合成苏打水市场概述

(1) 合成苏打水工艺发展概况

6.3.2 合成苏打水市场发展现状

(1) 发展现状

(2) 企业竞争格局

6.3.3 合成苏打水发展趋势前景

第7章：中国苏打水行业细分消费市场发展状况

7.1 中国苏打水行业消费场景及销售模式分析

7.1.1 中国苏打水行业消费场景分析

7.1.2 中国苏打水行业销售模式分析

7.2 中国苏打水行业营销策略分析

7.2.1 中国苏打水行业营销策略分析

(1) 苏打水行业产品策略分析

(2) 苏打水行业品牌形象策略分析

(3) 苏打水行业定价策略分析

(4) 苏打水行业营销推广策略分析

1) 广告营销策划

2) 销售促进策划

3) 公共关系策划

7.2.2 中国苏打水行业营销案例分析

(1) 元气森林苏打水营销策略分析

(2) 名仁苏打水营销策略分析

(3) 舒达源天然苏打水营销策略分析

7.3 中国苏打水行业销售渠道发展分析

7.3.1 中国苏打水行业销售渠道概述

7.3.2 中国苏打水行业销售渠道分布状况

7.3.3 中国苏打水行业线上电商发展分析

(1) 线上电商渠道发展概况

(2) B2C电商渠道发展现状

7.3.4 中国苏打水行业线下渠道发展分析

(1) 线下渠道发展概况

(2) 商超渠道发展现状

(3) 零售渠道发展现状

7.4 中国苏打水行业消费行为特征总结

7.5 中国苏打水行业渠道战略地位分析

第8章：中国苏打水行业代表性企业布局案例研究

8.1 中国苏打水代表性企业布局梳理及对比

8.2 中国苏打水代表性企业布局案例分析

8.2.1 广州屈臣氏食品饮料有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

1) 企业发展历程

2) 企业基本信息

3) 企业股权结构

(2) 企业业务架构及经营情况

(3) 企业苏打水业务布局及发展状况

1) 企业苏打水产品

2) 企业苏打水业务销售及应用领域

(4) 企业苏打水业务最新发展动向追踪

(5) 企业苏打水业务发展优劣势分析

8.2.2 杭州娃哈哈集团有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

1) 企业发展历程

2) 企业基本信息

(2) 企业业务架构及经营情况

(3) 企业苏打水业务布局及发展状况

1) 企业苏打水产品

2) 企业苏打水业务生产端布局状况

3) 企业苏打水营销模式

(4) 企业苏打水业务最新发展动向追踪

(5) 企业苏打水业务发展优劣势分析

8.2.3 农夫山泉股份有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

1) 企业发展历程

2) 企业基本信息

- (2) 企业业务架构及经营情况
- (3) 企业苏打水业务布局及发展状况
- 1) 企业苏打水产品
- 2) 企业苏打水业务生产端布局状况
- 3) 公司营销网络
- (4) 企业苏打水业务最新发展动向追踪
- (5) 企业苏打水业务发展优劣势分析

8.2.4 青岛崂山矿泉水有限公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- 1) 企业发展历程
- 2) 企业基本信息
- (2) 企业业务架构及经营情况
- (3) 企业苏打水业务布局及发展状况
- 1) 企业苏打水产品类型/型号/品牌
- 2) 企业苏打水业务销售及应用领域
- (4) 企业苏打水业务最新发展动向追踪
- (5) 企业苏打水业务发展优劣势分析

8.2.5 河南小趣领航食品有限公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业业务架构及经营情况
- (3) 企业苏打水业务生产状况
- (4) 企业苏打水业务最新发展动向追踪
- (5) 企业苏打水业务发展优劣势分析

8.2.6 焦作市明仁天然药物有限责任公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- 1) 企业发展历程
- 2) 企业基本信息
- (2) 企业业务架构及经营情况
- (3) 企业苏打水业务布局及发展状况
- 1) 企业苏打水业务生产端布局状况
- 2) 企业苏打水业务销售及应用领域
- (4) 企业苏打水业务最新发展动向追踪

(5) 企业苏打水业务发展优劣势分析

8.2.7 河南中沃实业有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

1) 企业发展历程

2) 企业基本信息

(2) 企业业务架构及经营情况

(3) 企业苏打水业务布局及发展状况

1) 企业苏打水产品类型/型号/品牌

2) 企业苏打水业务生产端布局状况

3) 企业苏打水业务营销方式

(4) 企业苏打水业务最新发展动向追踪

(5) 企业苏打水业务发展优劣势分析

8.2.8 黑龙江舒达饮品有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

1) 企业发展历程

2) 企业基本信息

(2) 企业业务架构及经营情况

(3) 企业苏打水业务布局及发展状况

1) 企业苏打水产品

2) 企业苏打水业务生产端布局状况

3) 企业苏打水业务销售及应用领域

(4) 企业苏打水业务最新发展动向追踪

(5) 企业苏打水业务发展优劣势分析

8.2.9 黑龙江海昌生物技术有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

1) 企业发展历程

2) 企业基本信息

(2) 企业业务架构及经营情况

(3) 企业苏打水业务布局及发展状况

1) 企业苏打水产品

2) 企业苏打水业务生产端布局状况

(4) 企业苏打水业务最新发展动向追踪

(5) 企业苏打水业务发展优劣势分析

8.2.10 北京元气森林饮料有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

1) 企业发展历程

2) 企业基本信息

(2) 企业业务架构及经营情况

(3) 企业苏打水业务布局及发展状况

1) 企业苏打水产品类型/型号/品牌

2) 企业苏打水业务生产端布局状况

3) 企业苏打水业务销售及应用领域

(4) 企业苏打水业务最新发展动向追踪

(5) 企业苏打水业务发展优劣势分析

第9章：中国苏打水行业市场前景预测及发展趋势预判

9.1 中国苏打水行业SWOT分析

9.2 中国苏打水行业发展潜力评估

9.3 中国苏打水行业发展前景预测

9.4 中国苏打水行业发展趋势预判

第10章：中国苏打水行业投资战略规划策略及建议

10.1 中国苏打水行业进入与退出壁垒

10.1.1 苏打水行业进入壁垒分析

(1) 品牌壁垒

(2) 营销网络壁垒

(3) 规模化经营壁垒

(4) 食品安全及质量控制壁垒

10.1.2 苏打水行业退出壁垒分析

10.2 中国苏打水行业投资风险预警

10.3 中国苏打水行业投资价值评估

10.4 中国苏打水行业投资机会分析

10.5 中国苏打水行业投资策略与建议

10.6 中国苏打水行业可持续发展建议

图表目录

图表1：国内外苏打水概念辨析

图表2：苏打水的界定

图表3：苏打水及相似概念辨析

图表4：苏打水的特点

图表5：苏打水的分类

图表6：《国民经济行业分类与代码》中苏打水行业归属

图表7：苏打水专业术语说明

图表8：本报告研究范围界定

图表9：本报告权威数据资料来源汇总

图表10：本报告的主要研究方法及统计标准说明

图表11：中国苏打水行业主管部门

图表12：中国苏打水行业自律组织

图表13：中国苏打水标准体系建设

图表14：截至2024年中国苏打水现行标准汇总

图表15：中国苏打水重点标准解读

图表16：截至2024年中国苏打水行业发展政策汇总

图表17：2020-2024年中国苏打水行业发展规划汇总

图表18：国家“十四五”规划对苏打水行业的影响分析

图表19：政策环境对苏打水行业发展的影响总结

图表20：2020-2024年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表21：2020-2024年中国三次产业结构（单位：%）

图表22：2020-2024年中国全部工业增加值及增速（单位：万亿元，%）

图表23：部分国际机构对2024年中国GDP增速的预测（单位：%）

图表24：2024年中国宏观经济核心指标预测（单位：%）

图表25：2020-2024年中国人口规模及自然增长率（单位：万人，‰）

图表26：2020-2024年中国居民人均可支配收入（单位：元）

图表27：2020-2024年百度指数“无糖”搜索结果

图表28：社会环境对苏打水行业发展的影响分析

图表29：全球苏打水行业发展历程

图表30：全球天然苏打水水质与国外碱性重碳酸矿泉水标准对比表

图表31：全球苏打水行业发展概况分析

图表32：2020-2024年全球苏打水行业市场规模体量分析（单位：亿美元）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202411/473138.html>