

2024-2030年中国母婴水行业市场需求分析及投资 方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国母婴水行业市场需求分析及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202110/982167.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

智研咨询专家团队倾力打造的《2024-2030年中国母婴水行业市场需求分析及投资方向研究报告》（以下简称《报告》）正式揭晓，自2020年出版以来，已连续畅销5年，成功成为企业了解和开拓市场，制定战略方向的得力参考资料。报告从国家经济与产业发展的宏观战略视角出发，深入剖析了母婴水行业未来的市场动向，精准挖掘了行业的发展潜力，并对母婴水行业的未来前景进行研判。

本报告分为发展概述、运行环境、产业现状、区域运行、竞争格局、重点厂商、发展战略、产业趋势等主要篇章，共计15章。涉及母婴水产量、市场规模、需求量、价格等核心数据。报告中所有数据，均来自官方机构、行业协会等公开资料以及深入调研获取所得，并且数据经过详细核实和多方求证，以期为行业提供精准、可靠和有效价值信息！

母婴水一般是指孕妇、婴儿、产妇等特殊群体专用的瓶装饮用水，又称为母婴专用水。从市场上目前广泛接受的定义来看，母婴水一般是指优于国家标准的《饮用天然矿泉水》的天然矿泉水，在元素含量、微生物含量等方面都具有更高要求。从资源分配和需求细分的角度来看，是按照中国营养协会“孕产妇和婴幼儿每日饮水量和营养需求量”的标准，提供给最适合孕婴群体补充矿物质和营养元素的饮用水。

自21世纪以来，由于受到先进的育儿理念的影响，欧洲、美国以及日本等多个发达国家相继提倡为孕妇和婴儿使用专用水，使得母婴水产品在这些国家的普及率上升，与欧美等发达国家相比，我国母婴水起步较晚，市场受众规模有限，市场仍处于培育阶段，母婴水行业企业产品产销规模不大，近年来农夫山泉等企业的入局和助推成为推动产业体量增长的重要动力，2023年我国母婴水需求量及市场规模达22475万瓶（500ml），市场规模达104321万元，未来，随着“95后”、“00后”成为生育主力军，新一代父母的育儿目标不仅是养活，更是养好，科学育儿成为主流育儿观，在科学育儿观的指导下，新一代父母们注重孩子的饮食健康、生活用品的品质和安全，母婴水市场消费力也将越来越大。

母婴水产业链较为清晰，产业链上游主要为矿泉水资源、包装材料等，上游的矿泉水资源直接决定了母婴水产品的产量和品质，而包装材料则关乎产品的安全性和环保性；中游环节聚焦于高端矿泉水生产，以农夫山泉等品牌为代表，这些品牌凭借严格的品质控制和独特的市场定位，赢得了消费者的信赖；下游环节则是母婴水的销售渠道，主要包括电商和商超等，这些渠道的发展水平直接影响到母婴水产品的市场需求。整体来看，母婴水行业产业链上下游紧密相连，各环节相互依存，共同构成了母婴水行业的完整生态。

我国的瓶装矿泉水行业，形成以娃哈哈，农夫山泉，恒大冰泉、怡宝、百岁山、雀巢等为竞争对手的格局，同时也面临着跨国企业巨头如依云、巴黎水等高端矿泉水的巨大压力，很多国内的矿泉水厂商为了抢占更多的市场，也逐渐研发自己的高端市场产品，其中农夫山泉推

出适用婴幼儿的饮用天然水，受到市场的追捧，目前母婴水领域尚属快速成长期的前期阶段，行业格局暂未稳定，尚属蓝海阶段。

未来，受市场前景吸引，众多企业开始纷纷布局母婴水产品，市场竞争将逐渐加剧，母婴水企业需要通过不断提升产品质量、创新产品、建立品牌形象以在激烈的市场竞争中脱颖而出。

作为一个见证了中国母婴水十余年发展的专业机构，智研咨询希望能够与所有致力于与母婴水行业企业携手共进，提供更多有效信息、专业咨询与个性化定制的行业解决方案，为行业的发展尽绵薄之力。

报告目录：

第一章 母婴水行业发展综述

第一节 母婴水行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要分类

第二节 母婴水行业特征分析

一、产业链分析

二、母婴水行业在国民经济中的地位

三、母婴水行业生命周期分析

1、行业生命周期理论基础

2、母婴水行业生命周期

第二章 母婴水行业发展环境

第一节 经济环境

一、国内经济运行现状

二、国内经济趋势判断

三、经济环境对行业的影响分析

第二节 社会环境

一、人口环境分析

二、文化环境分析

三、生态环境分析

四、中国城镇化率

第三节 政策监管环境

一、管理体制

二、主要政策法规

三、政策法规影响

第四节 技术环境

一、我国母婴水技术进展分析

二、技术现状及特点

三、母婴水技术的未来发展趋势

第三章 母婴水行业上下游产业链发展及影响分析

第一节 产业链介绍

一、母婴水行业产业链简介

二、母婴水行业产业链特征分析

三、母婴水业的产生对产业链的影响分析

第二节 上游产业现状分析及其对母婴水行业的影响

一、上游产业发展现状

二、上游行业发展趋势

三、上游产业发展趋势及对行业的影响

第三节 下游产业分析及其对母婴水行业的影响

一、下游产业需求情况

二、下游需求变化趋势

三、下游产业发展对行业的影响

第四章 世界母婴水产业发展对比及经验借鉴

第一节 2019-2023年国际母婴水产业的发展

一、世界母婴水产业发展综述

二、全球母婴水产业竞争格局

三、全球母婴水产业发展特点

第二节 主要国家地区母婴水产业发展分析

一、欧洲

二、亚洲

三、美国

四、其它国家和地区

第三节 世界母婴水产业发展趋势及前景分析

一、母婴水技术发展及趋势分析

二、母婴水产业发展趋势分析

三、母婴水产业发展潜力分析

第五章 中国母婴水行业运行分析

第一节 中国母婴水行业发展状况分析

- 一、中国母婴水行业发展阶段
- 二、中国母婴水行业发展总体概况
- 三、中国母婴水行业发展特点分析
- 四、中国母婴水行业商业模式分析

第二节 2019-2023年母婴水行业发展现状

- 一、2019-2023年中国母婴水行业市场规模
- 二、2019-2023年中国母婴水行业发展分析
- 三、2019-2023年中国母婴水企业发展分析

第三节 区域市场分析

- 一、区域市场分布总体情况
- 二、2019-2023年重点省市市场分析
- 三、2019-2023年重点城市市场分析

第四节 母婴水细分市场分析

- 一、细分市场特色
- 二、2019-2023年细分市场规模及增速
- 三、重点细分市场前景预测

第五节 行业市场工业总产值分析

- 一、市场总产值分析
- 二、行业市场总产值地区分布

第六节 近三年行业市场产品价格现状分析

- 一、市场产品价格回顾
- 二、当前市场产品价格综述
- 三、2024-2030年市场产品价格发展预测

第六章 中国母婴水所属行业经济运行指标分析

第一节 中国母婴水所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业供给规模分析
- 三、2024-2030年母婴水供给预测

第二节 中国母婴水所属行业产销分析

- 一、行业产品情况总体分析
- 二、行业产品销售收入总体分析

第三节 中国母婴水所属行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第七章 2024-2030年中国母婴水市场需求分析及预测

第一节 母婴水市场需求分析

- 一、母婴水行业需求市场
- 二、母婴水行业客户结构
- 三、母婴水行业需求的地区差异

第二节 2024-2030年供求平衡分析及未来发展趋势

- 一、2024-2030年母婴水行业的需求预测
- 二、2024-2030年母婴水供求平衡预测

第八章 母婴水所属行业区域市场发展分析及预测

第一节 长三角区域市场情况分析

第二节 珠三角区域市场情况分析

第三节 环渤海区域市场情况分析

第四节 主要省市市场情况分析

第五节 母婴水行业主要区域市场发展状况及竞争力研究

一、华北大区市场分析

- 1、市场规模现状
- 2、市场需求现状及预测
- 3、未来发展前景预测

二、华中大区市场分析

- 1、市场规模现状
- 2、市场需求现状及预测
- 3、未来发展前景预测

三、华南大区市场分析

- 1、市场规模现状
- 2、市场需求现状及预测
- 3、未来发展前景预测

四、华东大区市场分析

- 1、市场规模现状

2、市场需求现状及预测

3、未来发展前景预测

五、东北大区市场分析

1、市场规模现状

2、市场需求现状及预测

3、未来发展前景预测

六、西南大区市场分析

1、市场规模现状

2、市场需求现状及预测

3、未来发展前景预测

七、西北大区市场分析

1、市场规模现状

2、市场需求现状及预测

3、未来发展前景预测

第九章 母婴水市场竞争格局分析

第一节 母婴水行业竞争结构分析

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 母婴水行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 母婴水行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 母婴水行业竞争格局分析

一、母婴水行业竞争分析

二、国内外母婴水竞争分析

三、中国母婴水市场竞争分析

第十章 母婴水行业重点领先企业经营状况及前景规划分析

第一节 农夫山泉股份有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场经营情况

四、公司发展战略分析

第二节 吉林森工集团泉阳泉饮品有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场经营情况

四、公司发展战略分析

第三节 上海农心食品有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场经营情况

四、公司发展战略分析

第四节 青岛崂山矿泉水有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场经营情况

四、公司发展战略分析

第五节 安徽天地精华股份有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场经营情况

四、公司发展战略分析

第六节 江苏洞庭山矿泉水集团有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场经营情况

四、公司发展战略分析

第七节 深圳市翠林饮品有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场经营情况

四、公司发展战略分析

第八节 广西巴马铂泉天然矿泉水有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场经营情况

四、公司发展战略分析

第九节 青岛可蓝矿泉水有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场经营情况

四、公司发展战略分析

第十节 宁波格莱雪冰川水有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场经营情况

四、公司发展战略分析

第十一章 2024-2030年母婴水行业发展趋势及影响因素

第一节 2024-2030年母婴水行业市场前景分析

一、母婴水市场容量分析

二、母婴水行业利好利空政策

三、母婴水行业发展前景分析

第二节 2024-2030年母婴水行业未来发展预测分析

一、中国母婴水发展方向分析

二、2024-2030年中国母婴水行业发展规模

三、2024-2030年中国母婴水行业发展趋势预测

第三节 2024-2030年母婴水行业供需预测

一、2024-2030年母婴水行业供给预测

二、2024-2030年母婴水行业需求预测

第四节 2024-2030年影响企业经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势
- 六、2024-2030年中国母婴水行业SWOT分析
 - 1、优势分析
 - 2、劣势分析
 - 3、机会分析
 - 4、风险分析

第十二章 2024-2030年母婴水行业投资方向与风险分析

第一节 2024-2030年母婴水行业发展的有利因素与不利因素分析

- 一、有利因素
- 二、不利因素

第二节 2024-2030年母婴水行业产业发展的空白点分析

第三节 2024-2030年母婴水行业投资回报率比较高的投资方向

第四节 2024-2030年母婴水行业投资潜力与机会

第五节 2024-2030年母婴水行业新进入者应注意的障碍因素

第六节 2024-2030年中国母婴水行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、上游压力风险分析
- 三、技术风险分析
- 四、政策和体制风险
- 五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第十三章 2024-2030年母婴水行业发展环境与渠道分析

第一节 全国经济发展背景分析

- 一、宏观经济数据分析
- 二、宏观政策环境分析
- 三、“十四五”发展规划分析

第二节 主要母婴水产业聚集区发展背景分析

- 一、主要母婴水产业聚集区市场特点分析
- 二、主要母婴水产业聚集区社会经济现状分析
- 三、未来主要母婴水产业聚集区经济发展预测

第三节 竞争对手渠道模式

- 一、母婴水市场渠道情况
- 二、母婴水竞争对手渠道模式

三、母婴水直营代理分布情况

第十四章 2024-2030年母婴水行业市场策略分析

第一节 母婴水行业营销策略分析及建议

一、母婴水行业营销模式

二、母婴水行业营销策略

第二节 母婴水行业企业经营发展分析及建议

一、母婴水行业经营模式

二、母婴水行业发展模式

第三节 多元化策略分析

一、行业多元化策略研究

二、现有竞争企业多元化业务模式

三、上下游行业策略分析

第四节 市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

第十五章 2024-2030年母婴水行业投资价值评估分析

第一节 母婴水行业投资特性分析

一、母婴水行业进入壁垒分析

二、母婴水行业盈利因素分析

三、母婴水行业盈利模式分析

第二节 2024-2030年母婴水行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 2024-2030年母婴水行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

1、行业投资收益率比较及分析

2、行业投资效益评估

二、产业发展的空白点分析

三、新进入者应注意的障碍因素

图表目录：部分

图表1：母婴水分类

图表2：母婴水产业链结构

图表3：行业发展周期

图表4：母婴水行业所处生命周期

图表5：2016-2023年中国GDP发展运行情况

图表6：2011-2023年中国居民人均可支配收入情况

图表7：2008-2023年中国城镇及农村居民收入及消费支出情况

图表8：2023年居民人均消费支出构成占比

图表9：2023年居民人均消费支出情况 单位：元

图表10：2016-2023年中国固定资产投资（不含农户）投资情况

图表11：2022-2023年中国规模以上工业同比增长速度

图表12：2016-2023年中国社会消费品零售总额情况

图表13：2016-2023年中国货物进出口总额情况

图表14：2014-2023年中国人口数量情况

图表15：2012-2023年中国人口性别数量情况

图表16：2016-2023年中国人口年龄结构情况

图表17：2018-2023年中国城乡人口数量情况

图表18：2023年全国规模以上文化及相关产业企业相关指标情况

图表19：2014-2023年中国城镇化率变化趋势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/982167.html>