

2023-2028 年中国天然苏打水行业市场全景 评估及投资战略研究报告

第一章行业概述

1.1 行业定义与分类

天然苏打水行业，顾名思义，是指以天然苏打岩为水源，经过适当的物理、化学处理，制成的含有碳酸氢钠的饮用水。这种饮用水以其独特的口感和健康属性，受到了市场的广泛关注。在行业定义方面，天然苏打水主要依据水源的天然性、水质标准以及生产加工工艺来区分。首先，水源的天然性是判断天然苏打水的重要标准，通常要求水源地具备无污染、水质纯净等特点。其次，天然苏打水必须符合国家规定的饮用水质量标准，包括微生物指标、理化指标等。最后，在生产加工过程中，天然苏打水应避免使用任何化学添加剂，保持其天然、纯净的特性。

根据不同的分类方法，天然苏打水行业可以划分为多个子类别。从水源地来看，可以分为地下水型、矿泉水型以及泉水源型等。地下水型天然苏打水通常来源于深层地下水，富含多种对人体有益的矿物质；矿泉水型则直接取自地下矿泉，具有独特的矿物质组成；泉水源型则是直接从泉眼中采集，保持水源的自然状态。从产品类型来看，可以分为未加工的天然苏打水、过滤处理的天然苏打水以及含有其他成分的天然苏打水等。未加工的天然苏打水保留了水源的原始状态，过滤处理的天然苏打水则去除了部分杂质，而含有其他成分的天然苏打水则可能添加了维生素、矿物质等，以满足不同消费者的需求。此外，根据包装形式，天然苏打水还可以分为瓶装、桶装、罐装等多种形式，以适应不同市场渠道和消费习惯。

随着消费者对健康生活方式的追求，天然苏打水行业得到了迅速发展。然而，行业内部也存在一定的混乱现象，如一些产品打着“天然”的旗号，实际上却添加了大量的化学成分。因此，行业分类和标准制定显得尤为重要。一方面，明确行业分类有助于规范市场秩序，保护消费者权益；另一方面，合理的分类体系也有利于企业进行市场定位和产品研发，推动行业健康发展。在未来，随着消费者对健康饮品需求的不断增长，天然苏打水行业有望迎来更加广阔的发展空间。

1.2 行业发展历程

(1) 中国天然苏打水行业的发展可以追溯到上世纪 80 年代，当时主要是一些地方性企业开始探索利用当地富含碳酸氢钠的地下水资源。这一时期，天然苏打水主要以瓶装水的形式出现，市场需求相对有限，行业整体规模较小。随着人们生活水平的提高和对健康饮品的关注增加，天然苏打水逐渐受到消费者的青睐。

(2)

进入 21 世纪，随着我国经济快速发展和居民消费水平的提升，天然苏打水行业迎来了快速发展期。各大品牌纷纷加入市场竞争，产品种类和品牌数量迅速增加。同时，行业标准和法规体系逐步完善，生产技术和设备水平也得到显著提升。这一阶段，天然苏打水市场开始呈现出多元化、高端化的趋势，产品不仅限于瓶装水，还包括饮料、矿泉水等多种形式。

(3) 近年来，随着健康意识的普及和消费升级，天然苏打水行业迎来了新的发展机遇。消费者对健康、环保、天然产品的需求不断增长，推动了行业向更高质量、更高附加值的方向发展。同时，互联网、大数据等新兴技术的应用，也为行业带来了新的营销模式和商业模式。在这一背景下，天然苏打水行业正逐渐形成以消费者需求为导向的发展格局，行业整体规模不断扩大，市场前景广阔。

1.3 行业政策环境分析

(1) 中国天然苏打水行业的发展受到国家政策环境的深刻影响。近年来，政府出台了一系列政策，旨在促进健康饮品行业的发展，其中天然苏打水作为健康饮品的重要组成部分，受到了特别的关注。例如，国家卫生健康委员会发布的《食品安全国家标准 饮用水卫生标准》对天然苏打水的生产、包装、运输等环节提出了严格的要求，确保了产品质量和消费者健康。

(2)

在产业政策方面，政府通过税收优惠、资金支持等手段，鼓励企业进行技术创新和产业升级。例如，对于符合国家产业政策导向的天然苏打水企业，可以享受相应的税收减免政策，这有助于降低企业成本，提高行业整体竞争力。此外，政府还鼓励企业开展国际合作，引进先进的生产技术和设备，提升行业技术水平。

(3) 环保政策也是影响天然苏打水行业发展的重要因素。随着国家对环境保护的重视，企业被要求更加注重生产过程中的环保措施，减少对环境的污染。例如，政府推行了更加严格的排放标准，要求企业安装污染处理设施，并对超标排放行为进行处罚。这些政策不仅促进了企业的绿色发展，也为消费者提供了更加环保、健康的天然苏打水产品。

第二章市场规模与增长趋势

2.1 市场规模分析

(1) 中国天然苏打水市场规模在过去几年呈现出稳步增长的趋势。根据市场调查数据显示，2018年至2022年间，市场规模以年均复合增长率（CAGR）约10%的速度增长。随着消费者对健康生活方式的追求，以及天然苏打水品牌营销活动的增加，市场规模逐年扩大。

(2) 在市场规模的具体构成上，瓶装天然苏打水占据了市场的主导地位。这一部分主要得益于消费者对便捷包装的偏好，以及品牌企业的大力推广。此外，桶装和瓶装天然苏打水的销售额在整体市场中也占有相当比重。随着消费者对

健康饮品的认识不断提高，矿泉水和天然苏打水等其他类型的健康饮品市场也在逐渐扩大。

(3) 地域分布方面，中国天然苏打水市场呈现出明显的区域差异。东部沿海地区和经济发达地区由于消费水平和健康意识的较高，天然苏打水市场发展较为成熟。而中西部地区由于消费能力和品牌认知度的差异，市场规模相对较小，但增长潜力巨大。随着国家政策的扶持和消费观念的普及，中西部地区天然苏打水市场有望实现快速增长。

2.2 增长趋势预测

(1) 预计在未来五年内，中国天然苏打水行业将继续保持稳健的增长态势。随着健康意识的普及和消费升级，消费者对天然、健康饮品的追求将持续推动市场需求的增长。根据市场分析预测，2023年至2028年间，市场规模预计将以年均复合增长率（CAGR）约12%的速度增长。

(2) 在此期间，市场增长的主要动力包括：首先，年轻消费者的崛起，他们对健康、天然饮品的需求不断增长，推动了天然苏打水市场的扩张；其次，随着生活节奏的加快，便捷的瓶装水产品更加受到欢迎，进一步促进了市场增长；最后，品牌企业的创新和营销策略，以及新兴电商平台的推广，也将对市场增长产生积极影响。

(3)

尽管市场增长前景乐观，但也存在一些潜在的风险因素。例如，市场竞争的加剧可能导致价格战，影响企业利润；此外，原材料成本上升和环保压力也可能对行业增长造成一定影响。然而，考虑到行业整体发展趋势和政策支持，预计这些挑战将被有效应对，中国天然苏打水市场将继续保持良好的增长势头。

2.3 影响市场规模的关键因素

(1) 消费者健康意识的提升是影响中国天然苏打水市场规模的关键因素之一。随着人们对健康生活方式的关注日益增加，天然苏打水因其低糖、无添加、富含矿物质等特点，成为了健康饮品的首选。这种消费趋势的持续增长，直接推动了天然苏打水市场的扩大。

(2) 市场竞争格局也是影响市场规模的重要因素。随着越来越多的企业进入天然苏打水市场，竞争日益激烈。品牌之间的竞争不仅体现在产品质量上，还包括营销策略、渠道建设等方面。竞争的加剧促使企业不断创新，推出更多符合消费者需求的产品，从而带动了整体市场规模的扩大。

(3) 政策环境和行业标准的制定对市场规模有着直接影响。政府对健康饮品行业的扶持政策，如税收优惠、资金支持等，有助于降低企业成本，提升行业整体竞争力。同时，严格的行业标准和法规有助于规范市场秩序，保护消费者权益，为市场健康稳定发展提供了保障。此外，环境保护政策的实施，也对天然苏打水行业的发展提出了新的要求，促进

了企业绿色生产和技术创新。

第三章市场竞争格局

3.1 主要竞争者分析

(1)

在中国天然苏打水市场，主要竞争者包括多家知名饮料品牌和地方特色品牌。其中，可口可乐、百事可乐等国际巨头凭借其强大的品牌影响力和市场渠道，占据了较大的市场份额。这些品牌通常拥有较高的产品研发能力和市场营销策略，能够快速响应市场变化。

(2) 国内知名品牌如康师傅、农夫山泉等，也在天然苏打水市场占据重要地位。这些品牌凭借其在国内市场的广泛布局和深厚的消费者基础，以及不断创新的产品线，具有较强的市场竞争力。此外，这些品牌在渠道建设、品牌营销等方面也具有明显优势。

(3) 地方特色品牌则是中国天然苏打水市场的一大亮点，它们通常以当地独特的天然水源为卖点，具有较强的地域性。这些品牌在市场竞争中，通过强调产品天然、健康、无污染等特点，吸引了大量消费者。同时，地方特色品牌在地方市场的深耕细作，也为整个行业的发展提供了多元化的竞争格局。随着市场竞争的加剧，这些品牌也在不断加强自身的品牌建设和市场拓展。

3.2 竞争策略分析

(1) 在竞争策略方面，主要竞争者普遍采用差异化战略，以突出产品的独特性和健康属性。例如，一些品牌通过强调水源的天然性、矿物质含量等卖点，打造差异化产品形象。此外，部分企业还推出高端定位的产品线，以满足消费者对高品质健康饮品的追求。

(2)

市场营销策略是竞争者争夺市场份额的重要手段。主要竞争者通过线上线下的多渠道营销，提升品牌知名度和市场影响力。线上营销方面，企业利用社交媒体、电商平台等渠道进行品牌推广和产品销售；线下则通过超市、便利店、餐饮等渠道布局，实现产品的广泛覆盖。同时，赞助体育赛事、公益活动等方式也是提升品牌形象的有效手段。

(3) 渠道建设是竞争者争夺市场份额的关键环节。主要竞争者注重渠道的多元化，以适应不同消费者的购买需求。例如，与大型超市、便利店、餐饮企业等建立合作关系，实现产品的快速铺货。同时，企业还积极拓展电商平台，利用互联网优势扩大市场份额。此外，部分企业还尝试开发直销渠道，如直营店、专卖店等，以提升品牌形象和服务质量。通过这些竞争策略，企业旨在提升自身在市场上的竞争力。

3.3 行业集中度分析

(1) 中国天然苏打水行业的集中度相对较高，市场主要由少数几家大型企业主导。这些企业凭借其强大的品牌影响力、完善的销售网络和雄厚的资金实力，在市场上占据了较大的份额。根据行业分析，前五大品牌的市占率通常超过50%，显示出行业集中度的明显特征。

(2) 行业集中度较高也反映在产品线和市场渠道的集中上。主要竞争者通常拥有多样化的产品线，以满足不同消费者的需求。同时，这些企业通过建立广泛的销售网络，包括超市、便利店、电商平台等，实现了产品的广泛覆盖。这

种集中化的市场布局有助于企业实现规模效应，降低成本，提高市场竞争力。

(3) 尽管行业集中度较高，但新进入者和地方品牌也在不断涌现，为市场带来新的活力。这些新进入者往往通过创新的产品、独特的营销策略或地域特色，逐步在市场上占据一席之地。这种竞争格局的变化表明，虽然行业集中度较高，但市场仍有较大的发展空间和潜力，为新的竞争者提供了进入和成长的机会。

第四章产业链分析

4.1 产业链上下游分析

(1) 中国天然苏打水产业链上游主要包括水源地开发、水资源处理和瓶装生产线等环节。水源地开发是产业链的基础，优质的水源是生产高品质天然苏打水的关键。水资源处理环节涉及对水源的净化、过滤和矿物质含量的调整，以确保水质符合国家标准。瓶装生产线则负责将处理后的水装入瓶中，进行包装和消毒。

(2) 中游环节包括品牌运营、市场营销和物流配送等。品牌运营方面，企业通过品牌定位、广告宣传和公关活动等手段，提升品牌知名度和美誉度。市场营销则涉及产品定价、促销策略和渠道管理，旨在扩大市场份额。物流配送环节确保产品从生产地到销售终端的顺畅流通，减少损耗。

(3)

产业链下游为终端销售市场，包括超市、便利店、餐饮等渠道。终端销售市场是产业链的最终环节，直接面对消费者。企业通过多元化的销售渠道，满足不同消费者的购买需求。此外，随着电商平台的兴起，线上销售也成为重要的销售渠道之一。产业链下游的健康发展，对于整个产业链的稳定运行和产品价值的实现至关重要。

4.2 关键环节分析

(1) 在中国天然苏打水产业链中，关键环节之一是水源地选择与保护。水源地质量直接关系到产品的品质和消费者的健康。因此，企业必须选择符合国家标准的优质水源地，并采取有效措施保护水源不受污染，确保水质稳定。

(2) 生产加工环节是产业链的另一个关键环节。在这一环节中，企业需要运用先进的技术和设备，对水资源进行净化、过滤和矿物质含量调整，确保产品符合国家标准。同时，生产过程中的卫生管理和质量控制也是保证产品安全的重要环节。

(3) 市场营销和渠道建设是产业链的又一关键环节。企业需要制定有效的市场策略，提升品牌知名度和美誉度。同时，建立广泛的销售网络，包括线上线下多种渠道，确保产品能够迅速、高效地到达消费者手中。此外，消费者反馈和市场趋势的及时分析，对于调整市场策略和优化产品结构也至关重要。这些关键环节的有效运作，是保证产业链整体效率和竞争力的关键。

4.3 产业链瓶颈分析

(1)

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/268104122066007020>