



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国饮用蒸馏水行业深度调研与未来发展趋势报告

# 一、调研说明

《2015-2020年中国饮用蒸馏水行业深度调研与未来发展趋势报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/249316.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

蒸馏水是指用蒸馏方法制备的纯水，可分一次和多次蒸馏水。水经过一次蒸馏，不挥发的组分残留在容器中被除去，挥发的组分进入蒸馏水的初始馏分中，通常只收集馏分的中间部分，约占60%。种类可分一次和多次蒸馏水。

随着生活水平的提高，人们越来越关注与身体健康息息相关的饮用水安全问题。众多饮料行业的质量安全问题和水污染问题的出现，已使得消费者对"有色、有味饮料"及自来水的健康安全越来越怀疑。而蒸馏水却被广大消费者普遍信任，瓶装蒸馏水存在质量问题的可能性较小，特别是大中型企业的产品质量更值加信赖，使得消费者更愿意选择蒸馏水饮用。

在当今信息传播十分发达的社会，会有更多消费者认识到蒸馏水的优势，而安全健康的消费需求也会促进蒸馏水成为消费者消费瓶装水的首选品类。频发的食品安全事件，亦会推动消费者趋向选择更加天然、健康的蒸馏水。

艾凯咨询网发布的《2015-2020年中国饮用蒸馏水行业深度调研与未来发展趋势报告》共十章。介绍了饮用蒸馏水行业相关概述、中国饮用蒸馏水产业运行环境、分析了中国饮用蒸馏水行业的现状、中国饮用蒸馏水行业竞争格局、对中国饮用蒸馏水行业做了重点企业经营状况分析及中国饮用蒸馏水产业发展前景与投资预测。

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家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。

### 第一章 饮用蒸馏水发展概况 7

#### 第一节 产品概述 7

##### 一、概念 7

##### 二、标准 7

#### 第二节 产品用途 8

##### 一、生活饮用水 8

##### 二、机械领域用水 8

##### 三、医药行业用水 9

##### 四、化学实验用水 9

#### 第三节 行业发展周期 9

### 第二章 2013-2014年饮用蒸馏水行业发展环境分析 11

#### 第一节 中国经济发展环境分析 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                  | 16 |
| 六、居民消费价格变化分析                  | 17 |
| 七、对外贸易发展形势分析                  | 18 |
| 第二节 中国饮用蒸馏水行业政策环境分析           | 19 |
| 一、行业管理体制分析                    | 19 |
| 二、行业法律法规政策                    | 20 |
| 三、行业国家标准体系                    | 22 |
| 第三节 中国饮用蒸馏水行业技术环境分析           | 25 |
| 一、饮用蒸馏水技术发展概况                 | 25 |
| 二、饮用蒸馏水技术工艺流程                 | 26 |
| 第三章 2013-2014年中国饮用蒸馏水市场销售情况分析 | 28 |
| 第一节 中国饮用蒸馏水市场供给状况             | 28 |
| 一、2013-2014年中国饮用蒸馏水销售额        | 28 |
| 二、2015-2020年中国饮用蒸馏水销售额        | 28 |
| 第二节 中国饮用蒸馏水市场需求状况             | 29 |
| 一、2013-2014年中国饮用蒸馏水销售量        | 29 |
| 二、2015-2020年中国饮用蒸馏水销售量        | 29 |
| 第三节 2014年中国饮用蒸馏水市场价格分析        | 29 |
| 第四章 2013-2014年饮用蒸馏水区域市场需求分析   | 31 |
| 第一节 华东                        | 31 |
| 第二节 华北                        | 31 |
| 第三节 东北                        | 31 |
| 第四节 华南                        | 32 |
| 第五节 华中                        | 32 |
| 第六节 西部                        | 33 |
| 第五章 中国饮用蒸馏水行业产业链分析            | 34 |
| 第一节 饮用蒸馏水行业产业链概述              | 34 |
| 第二节 饮用蒸馏水上游产业发展状况分析           | 34 |

一、饮用蒸馏水包装行业分析 34

二、饮用蒸馏水设备情况分析 34

第三节 饮用蒸馏水下游产业发展情况分析 35

一、人口环境分析 35

二、销售渠道分析 36

（一）超市 36

（二）KA卖场 36

（三）专卖店 38

（四）便利店 38

（五）网销 40

第六章 2013-2014年饮用蒸馏水进出口数据分析 41

第一节 2013-2014年饮用蒸馏水进口分析 41

一、饮用蒸馏水进口数量情况 41

二、饮用蒸馏水进口金额分析 41

三、饮用蒸馏水进口来源分析 41

四、饮用蒸馏水进口均价分析 43

第二节、2013-2014年饮用蒸馏水出口分析 43

一、饮用蒸馏水出口数量情况 43

二、饮用蒸馏水出口金额情况 44

三、饮用蒸馏水出口流向分析 44

四、饮用蒸馏水出口均价分析 45

第七章 饮用蒸馏水主要生产厂商竞争力分析 46

第一节 北京屈臣氏蒸馏水有限公司 46

一、企业基本情况 46

二、企业主要产品分析 46

三、企业经营情况分析 47

四、企业竞争优势分析 47

第二节 广州屈臣氏食品饮料有限公司 48

一、企业基本情况 48

二、企业主要产品分析 48

三、企业经营情况分析 49

四、企业营销网络分析 49

### 第三节 东莞爱维蒸馏水有限公司 49

- 一、企业基本情况 49
- 二、企业主要产品分析 49
- 三、企业经营情况分析 50
- 四、企业竞争优势分析 50

### 第四节 东莞日之泉蒸馏水有限公司 51

- 一、企业基本情况 51
- 二、企业主要产品分析 51
- 三、企业经营情况分析 51
- 四、企业竞争优势分析 52

### 五、企业营销网络分析 52

### 第五节 广州市海珠区新珠江蒸馏水有限公司 53

- 一、企业基本情况 53
- 二、企业主要产品分析 53
- 三、企业经营情况分析 54
- 四、企业营销网络分析 54

### 第六节 广州大峡谷蒸馏水有限公司 55

- 一、企业基本情况 55
- 二、企业主要产品分析 55
- 三、企业经营情况分析 56
- 四、企业竞争优势分析 56

## 第八章 中国饮用蒸馏水行业发展趋势与前景分析 58

### 第一节 2015-2020年中国饮用蒸馏水行业投资环境分析 58

- 一、经济环境分析 58
- 二、政策环境分析 58

### 第二节 2015-2020年中国饮用蒸馏水行业投资前景分析 60

- 一、饮用蒸馏水行业发展前景 60
- 二、饮用蒸馏水发展趋势分析 60
- 三、饮用蒸馏水市场前景分析 61

### 第三节 2015-2020年中国饮用蒸馏水行业投资风险分析 61

- 一、产业政策分析 61
- 二、原材料风险分析 62

三、市场竞争风险 62

四、技术风险分析 62

第四节 2015-2020年饮用蒸馏水行业投资策略及建议 62

第九章 饮用蒸馏水企业投融资战略规划分析 65

第一节 饮用蒸馏水企业发展战略规划背景意义 65

一、企业转型升级的需要 65

二、企业强做大做的需要 65

三、企业可持续发展需要 65

第二节 饮用蒸馏水企业发展战略规划的制定原则 66

一、科学性 66

二、实践性 66

三、前瞻性 66

四、创新性 66

五、全面性 67

六、动态性 67

第三节 饮用蒸馏水企业战略规划制定依据 67

一、国家产业政策 67

二、行业发展规律 67

三、企业资源与能力 68

四、可预期的战略定位 68

第四节 饮用蒸馏水企业战略规划策略分析 68

一、战略综合规划 68

二、技术开发战略 69

三、区域战略规划 69

四、产业战略规划 69

五、营销品牌战略 70

六、竞争战略规划 71

第十章 中国饮用蒸馏水企业投融资及IPO上市策略指导 73

第一节 饮用蒸馏水企业境内IPO上市目的及条件 73

一、饮用蒸馏水企业境内上市主要目的 73

二、饮用蒸馏水企业上市需满足的条件 74

（一）企业境内主板 IPO 主要条件 74

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| (二) 企业境内中小板IPO主要条件    | 75  |
| (三) 企业境内创业板IPO主要条件    | 76  |
| 三、企业改制上市中的关键问题        | 77  |
| 第二节 饮用蒸馏水企业IPO上市的相关准备 | 78  |
| 一、企业该不该上市             | 78  |
| 二、企业应何时上市             | 78  |
| 三、企业应何地上市             | 79  |
| 四、企业上市前准备             | 79  |
| (一) 企业上市前综合评估         | 79  |
| (二) 企业的内部规范重组         | 79  |
| (三) 选择并配合中介机构         | 80  |
| (四) 应如何选择中介机构         | 80  |
| 第三节 饮用蒸馏水企业IPO上市的规划实施 | 80  |
| 一、上市费用规划和团队组建         | 80  |
| 二、尽职调查及问题解决方案         | 84  |
| 三、改制重组需关注重点问题         | 87  |
| 四、企业上市辅导及注意事项         | 90  |
| 五、上市申报材料制作及要求         | 92  |
| 六、网上路演推介及询价发行         | 94  |
| 第四节 饮用蒸馏水企业挂牌"新三板"分析  | 95  |
| 一、"新三板"基本情况介绍         | 95  |
| 二、"新三板"市场发展历程         | 96  |
| 三、企业挂牌新三板的好处          | 96  |
| 四、企业挂牌新三板的条件          | 98  |
| 五、企业挂牌新三板的流程          | 98  |
| 六、挂牌新三板的时间安排          | 99  |
| 第五节 企业IPO上市审核工作流程     | 100 |
| 一、企业IPO上市基本审核流程       | 100 |
| 二、企业IPO上市具体审核环节       | 100 |
| 三、与发行审核流程相关的事项        | 103 |
| 图表目录：                 |     |
| 图表1 蒸馏水成分标准           | 7   |



|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| 图表 2 2013-2014年中国国内生产总值及增长变化趋势图    | 12 |
| 图表 3 2014年国内生产总值构成及增长速度统计          | 12 |
| 图表 4 2014年规模以上工业增加值及增长速度趋势图        | 13 |
| 图表 5 2013-2014年中国全社会固定资产投资增长趋势图    | 14 |
| 图表 6 2013-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 | 15 |
| 图表 7 2014年中国主要消费品零售额及增长速度统计        | 16 |
| 图表 8 2013-2014年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图   | 17 |
| 图表 9 2013-2014年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图   | 17 |
| 图表 10 2014年中国居民消费价格月度变化趋势图         | 18 |
| 图表 11 2013-2014年中国进出口总额增长趋势图       | 19 |
| 图表 12 中国饮用蒸馏水行业相关政策汇总              | 20 |
| 图表 13 饮用蒸馏水行业相关国家标准汇总              | 22 |
| 图表 14 蒸馏水生产工艺示意图                   | 26 |
| 图表 15 2013-2014年中国饮用蒸馏水销售额增长情况     | 28 |
| 图表 16 2015-2020年中国饮用蒸馏水销售额增长趋势图    | 28 |
| 图表 17 2013-2014年中国饮用蒸馏水销售额增长情况     | 29 |
| 图表 18 2015-2020年中国饮用蒸馏水销售额增长趋势图    | 29 |
| 图表 19 2013-2014年饮用蒸馏水价格变动情况        | 30 |
| 图表 20 2013-2014年华东地区饮用蒸馏水销售额情况     | 31 |
| 图表 21 2013-2014年华北地区饮用蒸馏水销售额情况     | 31 |
| 图表 22 2013-2014年东北地区饮用蒸馏水销售额情况     | 32 |
| 图表 23 2013-2014年华南地区饮用蒸馏水销售额情况     | 32 |
| 图表 24 2013-2014年华中地区饮用蒸馏水销售额情况     | 32 |
| 图表 25 2013-2014年西部地区饮用蒸馏水销售额情况     | 33 |
| 图表 26 2013-2014年中国人口总量增长趋势图        | 35 |
| 图表 27 2014年中国人口数量及其构成情况统计          | 35 |
| 图表 28 我国超市渠道细分业态占比                 | 36 |
| 图表 29 沃尔玛超市分店分布图                   | 37 |
| 图表 30 家乐福超市分店分布图                   | 37 |
| 图表 31 主要外资大卖场在华全国扩张布局              | 38 |
| 图表 32 2013-2014年中国饮用蒸馏水进口数量统计      | 41 |
| 图表 33 2013-2014年中国饮用蒸馏水进口金额统计      | 41 |

图表 34 2014年中国饮用蒸馏水进口来源地情况 42

图表 35 2014年中国饮用蒸馏水进口来源地结构分布图 42

图表 36 2014年中国饮用蒸馏水进口来源地情况 43

图表 37 2013-2014年中国饮用蒸馏水进口均价情况 43

图表 38 2013-2014年中国饮用蒸馏水出口数量统计 44

图表 39 2013-2014年中国饮用蒸馏水出口金额统计 44

图表 40 2014年中国饮用蒸馏水出口流向情况 44

图表 41 2014年饮用蒸馏水出口流向结构分布图 45

图表 42 2014年中国饮用蒸馏水出口流向情况 45

图表 43 2013-2014年中国饮用蒸馏水出口均价情况 45

图表 44 北京屈臣氏蒸馏水有限公司蒸馏水产品情况 46

图表 45 北京屈臣氏蒸馏水有限公司资产及收入统计 47

图表 46 广州屈臣氏食品饮料有限公司蒸馏水部分产品图示 48

图表 47 广州屈臣氏食品饮料有限公司资产及收入统计 49

图表 48 东莞爱维蒸馏水有限公司产品图示 50

图表 49 东莞爱维蒸馏水有限公司资产及收入统计 50

图表 50 东莞日之泉蒸馏水有限公司产品图示 51

图表 51 东莞日之泉蒸馏水有限公司资产及收入统计 52

图表 52 东莞日之泉蒸馏水有限公司全国营销网络分布图 53

图表 53 广州市海珠区新珠江蒸馏水有限公司资产及收入统计 54

图表 54 广州市海珠区新珠江蒸馏水有限公司全国营销网络分布图 54

图表 55 广州大峡谷蒸馏水有限公司产品图示 56

图表 56 广州大峡谷蒸馏水有限公司资产及收入统计 56

图表 57 企业IPO上市网上路演的主要事项 94

图表 58 新三板市场发展历程 96

图表 59 新三板挂牌公司市场收购兼并案例 97

图表 60 《非上市公众公司监督管理办法》对中小企业的影响 98

图表 61 国内企业新三板挂牌流程示意图 99

图表 62 国内企业新三板挂牌的时间安排 99

图表 63 企业IPO上市基本审核流程图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/249316.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。