

2020-2026年中国瓶装水行业 市场运营态势与投资潜力咨询报告

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

《2020-2026年中国瓶装水行业市场运营态势与投资潜力咨询报告》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.cction.com/report/201909/142295.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

瓶装水是一包装于瓶子内的饮用水，用于个人使用和零售。其使用的水可以来自任一地方，包括泉水、井水、纯水、自来水，或甚至有未处理或受污染的水。许多国家，尤其是发达国家，有国家标准来规范瓶装水的品质，主要用来确保水质是否安全及标签是否符合内容物。但在其他许多在发展中国家则很少有这些标准，或没有真正地落实这些标准。

瓶装水是指包装于瓶子（桶）内用于贩售的饮用水，饮用水的来源丰富多样，包括地下水、泉水、井水、自来水、冰川融水等。目前，瓶装水行业是我国软饮料行业收入规模最大的子行业之一，约占我国软饮料行业收入的20%，年产量更是遥遥领先于其他子行业。我国瓶装水行业发展历程

数据来源：公开资料整理

自2015年5月24日，《食品安全国家标准瓶装饮用水》开始正式实施后，禁止瓶装水以水以外的一种或若干种成分来命名，因此我国瓶装水市场严格意义上只存在两种瓶装水：天然矿泉水和瓶装饮用水，瓶装饮用水又可细分为包装纯净水和其他瓶装饮用水，像农夫山泉、竹根水、刷水等天然水、矿物质水、活性水等均属于其他包装饮用水。目前我国瓶装水的主要销售渠道包括超市、便利店、电商、酒店、娱乐场所等。不同类别瓶装水水源的区别

数据来源：公开资料整理

预计2017年我国瓶（罐）装饮用水制造行业销售收入将达到1,465亿元，未来五年（2017-2021）年均复合增长率约为11.66%，2021年销售收入将达到2,278亿元。中国饮用水制造行业销售收入预测

数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国瓶装水行业市场运营态势与投资潜力咨询报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

中企顾问网中企顾问网是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：第一章 瓶装水行业相关基础概述及研究机构1.1 瓶装水的定义及分类1.1.1 瓶装水的界定1.1.2 瓶装水的分类瓶装水分类及对应主要公司分布

数据来源：公开资料整理

1.1.3 瓶装水的标准

1.2 瓶装水行业特点分析

1.2.1 市场特点分析

1.2.2 行业经济特性

1.2.3 行业发展周期分析

1.2.4 行业进入风险

1.2.5 行业成熟度分析

第二章 2017年中国瓶装水行业市场发展环境分析

2.1 中国瓶装水行业经济环境分析

2.1.1 中国经济运行情况1、国民经济运行情况GDP2、消费价格指数CPI、PPI3、全国居民收入情况4、恩格尔系数5、工业发展形势6、饮料工业发展现状分析

2.1.2 经济环境对行业的影响分析

2.2 中国瓶装水行业政策环境分析

2.2.1 行业监管环境1、行业主管部门2、行业监管体制

2.2.2 行业政策分析1、矿物质水企业标准（Q/KKK0003S-2009）2、《食品安全国家标准瓶装饮用水》

2.2.3 政策环境对行业的影响分析

2.3 中国瓶装水行业社会环境分析

2.3.1 行业社会环境1、人口规模分析2、教育环境分析3、文化环境分析4、生态环境分析5、中国城镇化率6、健康消费观念深入人心7、消费升级趋势发展

2.3.2 社会环境对行业的影响分析

2.4 中国瓶装水行业技术环境分析

2.4.1 瓶装水生产流程分析1、过滤2、蒸馏3、逆向渗透4、臭氧处理5、UV处理

2.4.3 行业主要技术发展趋势

2.4.4 技术环境对行业的影响

第三章 中国瓶装水行业上、下游产业链分析

3.1 瓶装水行业产业链概述

3.1.1 产业链定义

3.1.2 瓶装水行业产业链

3.2 瓶装水行业上游-地下矿水产业发展分析

3.2.1 地下矿水产业发展现状

3.2.2 地下矿水供给分析

3.2.3 地下矿水供给价格分析

3.2.4 地下矿水供给区域分布

3.3 瓶装水行业下游-经销商情况分析

3.3.1 瓶装水经销商发展现状

3.3.2 瓶装水经销商规模情况

3.3.3 瓶装水经销商区域分布

3.4 瓶装水行业终端消费者消费情况分析

3.4.1 中国人均瓶装水消费情况

3.4.2 瓶装水消费者地域分布情况

3.4.3 健康绿色消费观念下的瓶装水消费市场

3.4.4 瓶装水消费者品牌忠诚度分析

第四章 国际瓶装水行业市场发展分析

4.1 2017年国际瓶装水行业发展现状

4.1.1 国际瓶装水行业发展现状

4.1.2 国际瓶装水行业发展规模

4.1.3 国际瓶装水主要技术水平

4.2 2017年国际瓶装水市场需求研究

4.2.1 国际瓶装水市场需求特点

4.2.2 国际瓶装水市场需求结构

4.2.3 国际瓶装水市场需求规模

4.3 2017年国际区域瓶装水行业研究

4.3.1 欧洲

4.3.2 美国

4.3.3 日韩

4.4 国际瓶装水著名品牌企业分析

4.4.1 OGO Oxygen Water

4.4.2 1 Litre

4.4.3 5100矿泉水

4.4.4 Fillico

4.4.5 Bling H2O

4.4.6 Waiwera

4.5 2020-2026年国际瓶装水行业发展展望

4.5.1 国际瓶装水行业发展趋势

4.5.2 国际瓶装水行业规模预测

4.5.3 国际瓶装水行业发展机会

第五章 2017年中国瓶装水行业发展概述

5.1 中国瓶装水行业发展状况分析

5.1.1 中国瓶装水行业发展阶段

5.1.2 中国瓶装水行业发展总体概况

5.1.3 中国瓶装水行业发展特点分析1、新品不断试水寻求新的市场增长点2、瓶装水六大巨头占据近八成市场份额3、百岁山反超娃哈哈跻身前四4、超越农夫山泉怡宝晋升行业老大5、行业集中度高，超高端产品仍小众

5.2 2014-2017年瓶装水行业发展现状

5.2.1 2014-2017年中国瓶装水行业发展热点

5.2.2 2014-2017年中国瓶装水行业发展现状

5.2.3 2014-2017年中国瓶装水企业发展分析

5.3 瓶装水行业替代品及互补产品分析

5.3.1 瓶装水行业替代品分析1、替代品种类2、主要替代品对瓶装水行业的影响3、替代品发展趋势分析

5.3.2 瓶装水行业互补产品分析1、行业互补产品种类2、主要互补产品

对瓶装水行业的影响3、互补产品发展趋势分析5.4 中国瓶装水行业细分市场概况5.4.1 市场细分充分程度5.4.2 瓶装水细分市场分析1、中低端瓶装水市场2、高端瓶装水市场5.5 瓶装水行业渠道与行业品牌分析5.5.1 瓶装水行业渠道分析1、渠道形式2、渠道要素对比3、各区域主要代理商情况5.5.2 瓶装水行业品牌分析1、品牌数量分析2、品牌推广方式分析3、品牌美誉度分析4、品牌的选择情况5.6 中国瓶装水行业发展问题及对策建议5.6.1 中国瓶装水行业发展制约因素5.6.2 中国瓶装水行业存在问题分析5.6.3 中国瓶装水行业发展对策建议 第六章 中国瓶装水行业运行指标分析及预测6.1 中国瓶装水行业企业数量分析6.1.1 2014-2017年中国瓶装水行业企业数量情况6.1.2 2014-2017年中国瓶装水行业企业竞争结构6.2 2014-2017年中国瓶装水行业财务指标总体分析6.2.1 行业盈利能力分析6.2.2 行业偿债能力分析6.2.3 行业营运能力分析6.2.4 行业发展能力分析6.3 中国瓶装水行业市场规模分析及预测6.3.1 2014-2017年中国瓶装水行业市场规模分析6.3.2 2020-2026年中国瓶装水行业市场规模预测6.4 2014-2017年中国瓶装水区域市场规模分析6.4.1 东北地区市场规模分析6.4.2 华北地区市场规模分析6.4.3 华东地区市场规模分析6.4.4 华中地区市场规模分析6.4.5 华南地区市场规模分析6.4.6 西部地区市场规模分析6.5 中国瓶装水行业市场供需分析及预测6.5.1 中国瓶装水行业市场供给分析1、2014-2017年中国瓶装水行业供给规模分析2、2020-2026年中国瓶装水行业供给规模预测6.5.2 中国瓶装水行业市场需求分析1、2014-2017年中国瓶装水行业需求规模分析2、2020-2026年中国瓶装水行业需求规模预测6.6 2014-2017年中国瓶装水行业产品价格分析6.6.1 2014-2017年中国瓶装水行业产品价格回顾6.6.2 2014-2017年中国瓶装水产品当前市场价格统计分析6.6.3 2014-2017年中国瓶装水产品价格影响因素分析6.6.4 2020-2026年中国瓶装水产品价格预测 第七章 中国互联网+瓶装水行业发展现状及前景7.1 互联网给瓶装水行业带来的冲击和变革分析7.1.1 互联网时代瓶装水行业大环境变化分析7.1.2 互联网给瓶装水行业带来的突破机遇分析7.1.3 互联网给瓶装水行业带来的挑战分析7.1.4 互联网+瓶装水行业渠道形势变革分析7.1.5 互联网+瓶装水行业营销模式变革分析7.2 中国互联网+瓶装水行业市场发展现状分析7.2.1 中国互联网+瓶装水行业投资布局分析1、中国互联网+瓶装水行业投资切入方式2、中国互联网+瓶装水行业投资规模分析3、中国互联网+瓶装水行业投资业务布局7.2.2 瓶装水行业目标客户互联网渗透率分析7.2.3 中国互联网+瓶装水行业市场规模分析7.2.4 中国互联网+瓶装水行业竞争格局分析1、中国互联网+瓶装水行业参与者结构2、中国互联网+瓶装水行业竞争者类型3、中国互联网+瓶装水行业市场占有者7.2.5 中国瓶装水垂直电商平台分析1、天猫商城2、淘宝商城3、京东商城4、苏宁易购7.2.6 中国瓶装水企业互联网战略案例分析7.3 中国互联网+瓶装水行业市场发展前景分析7.3.1 中国互联网+瓶装水行业市场增长动力分析7.3.2 中国互联网+瓶装水行业市场发展瓶颈剖析7.3.3 中国互联网+瓶装水行业市场发展趋势分析 第八章 中国瓶装水行业消费市场调查8.1 瓶装水市场消费需求分析8.1.1 瓶装水市场的消费需求变化8.1.2 瓶装水行业的需求情况分

析8.1.3 瓶装水品牌市场消费需求分析8.2 瓶装水消费市场状况分析8.2.1 瓶装水行业消费特点8.2.2 瓶装水行业消费结构分析8.2.3 瓶装水行业消费的市场变化8.2.4 瓶装水市场的消费方向8.3 瓶装水行业产品的品牌市场调查8.3.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查8.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查8.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道8.3.4 瓶装水行业品牌忠诚度调查8.3.5 消费者的消费理念调研 第九章 中国瓶装水行业市场竞争格局分析9.1 中国瓶装水行业竞争格局分析9.1.1 瓶装水行业区域分布格局9.1.2 瓶装水行业企业规模格局9.1.3 瓶装水行业企业性质格局9.1.4 瓶装水国际竞争格局分析1、国际瓶装水品牌格局2、国际瓶装水区域格局3、国际瓶装水市场集中度分析4、中国瓶装水市场国产品牌占比分析9.2 中国瓶装水行业竞争五力分析9.2.1 瓶装水行业上游议价能力9.2.2 瓶装水行业下游议价能力9.2.3 瓶装水行业新进入者威胁9.2.4 瓶装水行业替代产品威胁9.2.5 瓶装水行业现有企业竞争9.3 中国瓶装水行业竞争SWOT分析9.3.1 瓶装水行业优势分析(S) 9.3.2 瓶装水行业劣势分析(W) 9.3.3 瓶装水行业机会分析(O) 9.3.4 瓶装水行业威胁分析(T) 9.4 中国瓶装水行业竞争策略建议 第十章 中国瓶装水行业领先企业竞争力分析10.1 西藏冰川矿泉水有限公司10.1.1 企业发展基本情况10.1.2 企业经营情况分析10.1.3 企业发展战略分析10.2 昆仑山矿泉水有限公司10.2.1 企业发展基本情况10.2.2 企业经营情况分析10.2.3 企业发展战略分析10.3 恒大农牧集团有限公司10.3.1 企业发展基本情况10.3.2 企业经营情况分析10.3.3 企业发展战略分析10.4 达能(中国)食品饮料有限公司10.4.1 企业发展基本情况10.4.2 企业经营情况分析10.4.3 企业发展战略分析10.5 深圳市景田食品饮料有限公司10.5.1 企业发展基本情况10.5.2 企业经营情况分析10.5.3 企业发展战略分析10.6 华润怡宝饮料(中国)有限公司10.6.1 企业发展基本情况10.6.2 企业经营情况分析10.6.3 企业发展战略分析10.7 康师傅控股有限公司10.7.1 企业发展基本情况10.7.2 企业经营情况分析10.7.3 企业发展战略分析10.8 农夫山泉股份有限公司10.8.1 企业发展基本情况10.8.2 企业经营情况分析10.8.3 企业发展战略分析10.9 杭州娃哈哈集团有限公司10.9.1 企业发展基本情况10.9.2 企业经营情况分析10.9.3 企业发展战略分析10.10 统一企业中国控股有限公司10.10.1 企业发展基本情况10.10.2 企业经营情况分析10.10.3 企业发展战略分析 第十一章 2020-2026年中国瓶装水行业发展趋势与投资机会研究11.1 2020-2026年中国瓶装水行业市场发展潜力分析11.1.1 中国瓶装水行业市场空间分析11.1.2 中国瓶装水行业竞争格局变化11.1.3 中国瓶装水行业互联网+前景11.2 2020-2026年中国瓶装水行业发展趋势分析11.2.1 中国瓶装水行业品牌格局趋势11.2.2 中国瓶装水行业渠道分布趋势11.2.3 中国瓶装水行业市场趋势分析11.3 2020-2026年中国瓶装水行业投资机会与建议11.3.1 中国瓶装水行业投资前景展望11.3.2 中国瓶装水行业投资机会分析11.3.3 中国瓶装水行业投资建议分析 第十二章 2020-2026年中国瓶装水行业投资分析与风险规避12.1 中国瓶装水行业关键成功要素分析12.2 中国瓶装水行业投资壁垒分析12.3 中国瓶装水行业投资风险与规避12.3.1 宏观经济风险与规避12.3.2 行业政策风险与规避12.3.3 上

游市场风险与规避12.3.4 市场竞争风险与规避12.3.5 技术风险分析与规避12.3.6 下游需求风险与规避12.4 中国瓶装水行业融资渠道与策略12.4.1 瓶装水行业融资渠道分析12.4.2 瓶装水行业融资策略分析 第十三章 2020-2026年中国瓶装水行业盈利模式与投资战略规划分析13.1 国外瓶装水行业投资现状及经营模式分析13.1.1 境外瓶装水行业成长情况调查13.1.2 经营模式借鉴13.1.3 国外投资新趋势动向13.2 中国瓶装水行业商业模式探讨13.2.1 行业主要商业模式分析13.2.2 瓶装水行业商业模式创新分析13.3 中国瓶装水行业投资发展战略规划13.3.1 战略优势分析13.3.2 战略机遇分析13.3.3 战略规划目标13.3.4 战略措施分析13.4 最优投资路径设计13.4.1 投资对象13.4.2 投资模式13.4.3 预期财务状况分析13.4.4 风险资本退出方式 第十四章 研究结论及建议14.1 研究结论14.2 建议14.2.1 行业发展策略建议14.2.2 行业投资方向建议14.2.3 行业投资方式建议 图表目录 图表：瓶装水行业特点 图表：瓶装水行业生命周期 图表：瓶装水行业产业链分析 图表：中国GDP增长情况 图表：中国CPI增长情况 图表：中国人口数量及其构成 图表：中国工业增加值及其增长速度 图表：中国城镇居民可支配收入情况 图表：中国奶制品工业产值分析 图表：中国瓶装水品牌排行榜 图表：中国瓶装水行业外资品牌市场占有率分析 图表：中国瓶装水产品市场渗透率分析 图表：中国瓶装水国产品牌市场占有率分析 图表：高端瓶装水品牌排行榜 图表：国际瓶装水区域市场分布情况 图表：2014-2017年中国瓶装水行业进口规模分析 图表：2014-2017年中国瓶装水行业出口规模分析 图表：中国瓶装水各个渠道销售占比分析 图表：中国瓶装水行业互联网渠道占比分析 图表：2014-2017年瓶装水行业市场规模分析 图表：2020-2026年瓶装水行业市场规模预测 图表：2014-2017年中国瓶装水行业供给规模分析 图表：2020-2026年中国瓶装水行业供给规模预测 图表：2014-2017年中国瓶装水行业需求规模分析 图表：2020-2026年中国瓶装水行业需求规模预测 图表：2014-2017年中国瓶装水行业企业数量情况 图表：2014-2017年中国瓶装水行业企业竞争结构 图表：中国瓶装水行业盈利能力分析 图表：中国瓶装水行业运营能力分析 图表：中国瓶装水行业偿债能力分析 图表：中国瓶装水行业发展能力分析 图表：中国瓶装水行业经营效益分析 图表：2014-2017年瓶装水行业重要数据指标比较 图表：2014-2017年中国瓶装水行业竞争力分析 图表：2020-2026年中国瓶装水行业产能预测 图表：2020-2026年中国瓶装水行业消费量预测 图表：2020-2026年中国瓶装水市场价格走势预测 图表：2020-2026年中国瓶装水行业发展趋势预测

略……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201909/142295.html>