

# 2020-2026年中国互联网+ 瓶装水行业市场运营态势与投资潜力研究预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2020-2026年中国互联网+瓶装水行业市场运营态势与投资潜力研究预测报告》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/201909/142293.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

中企顾问网发布的《2020-2026年中国互联网+瓶装水行业市场运营态势与投资潜力研究预测报告》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 中国互联网+瓶装水行业发展综述

1.1 “互联网+瓶装水”行业概念界定

1.1.1 “互联网+”的提出及内涵

(1) “互联网+”的提出

(2) “互联网+”的内涵

1.1.2 “互联网+瓶装水”行业的内涵

1.1.3 本报告的研究范围

1.2 中国互联网+瓶装水行业发展背景

1.2.1 中国互联网+瓶装水行业政策背景分析

(1) 行业管理体制分析

(2) 行业发展规划分析

(3) 行业政策动向分析

(4) 政策环境对行业的影响

1.2.2 中国互联网+瓶装水行业经济背景分析

(1) 宏观经济环境分析

1) 国际宏观经济运行分析

2) 国内宏观经济运行分析

3) 宏观经济发展对行业的影响

(2) 关联产业发展背景

1) 中国电子商务发展状况分析

2) 中国大数据产业发展状况分析

3) 中国互联网产业发展状况分析

截至2017年6月，我国网民规模达到7.51亿，半年共计新增网民1992万人。互联网普及率为54.3%，较2016年底提升1.1个百分点。2016年6月-2017年6月我国网民规模及互联网普及率统计

| 年份       | 网民数（万人） | 互联网普及率（%） |
|----------|---------|-----------|
| 2012年6月  | 53760   | 39.9      |
| 2012年12月 | 56400   | 42.1      |
| 2013年6月  | 59056   | 44.1      |
| 2013年12月 | 61758   | 45.8      |
| 2014年6月  | 63200   | 46.9      |
| 2014年12月 | 64875   | 47.9      |
| 2015年6月  | 66769   | 48.8      |
| 2015年12月 | 68826   | 50.3      |
| 2016年6月  | 70958   | 51.7      |
| 2016年12月 | 73125   | 53.2      |
| 2017年6月  | 75116   | 54.3      |

数据来源：公开资料整理我国网民规模及互联网普及率走势图

数据来源：公开资料整理

2017年上半年，我国网民规模增长趋于稳定，互联网行业持续稳健发展，互联网已成为推动我国经济社会发展的重要力量。以互联网为代表的数字技术正在加速与经济社会各领域深度融合，成为促进我国消费升级、经济社会转型、构建国家竞争新优势的重要推动力。同时，在线政务、共享出行、移动支付等领域的快速发展，成为改善民生、增进社会福祉的强力助推器。

伴随着我国互联网的高速发展，相关行业监管体系也逐步完善。2017年上半年，国家互联网信息办公室出台《互联网新闻信息服务许可管理实施细则》，对互联网站、应用程序、即时通信工具、微博、直播等服务提出规范化管理要求，进一步提高互联网服务管理规范化、科学化水平，促进互联网服务行业健康有序发展。

截至2017年6月，我国手机网民规模达7.24亿，较2016年底增加2830万人。网民使用手机上网的比例由2016年底的95.1%提升至96.3%。2012-2017年中国手机网民规模及其占网民比例

数据来源：公开资料整理

随着我国移动互联网进入稳健发展期，行业整体向内容品质化、平台一体化和模式创新化方向发展。首先，各移动应用平台进一步深化内容品质提升，专注细分寻求差异化竞争优势；其次，各类综合应用不断融合社交、信息服务、交通出行及民生服务等功能，打造一体化服务平台，扩大服务范围和影响力；最后，移动互联网行业从业务改造转向模式创新，引领智能社会发展，从智能制造到共享经济，移动互联网的海量数据及大数据技术的应用，为社会生产优化提供更多可能。

#### 4) 关联产业发展对行业的影响

##### 1.2.3 中国互联网+瓶装水行业技术背景分析

- (1) 云计算技术发展现状及未来趋势分析
- (2) 物联网技术发展现状及未来趋势分析
- (3) 通信技术的发展现状及未来趋势分析
- (4) 互联网相关技术对行业的影响总结

## 第二章 中国互联网+瓶装水行业发展现状及前景

### 2.1 中国互联网+瓶装水行业市场发展阶段分析

#### 2.1.1 互联网+瓶装水行业发展阶段研究

#### 2.1.2 中国互联网+瓶装水行业细分阶段发展特点

### 2.2 互联网给瓶装水行业带来的冲击和变革分析

#### 2.2.1 互联网时代瓶装水行业大环境变化分析

#### 2.2.2 互联网给瓶装水行业带来的突破机遇分析

#### 2.2.3 互联网给瓶装水行业带来的挑战分析

#### 2.2.4 互联网+瓶装水行业融合创新机会分析

### 2.3 中国互联网+瓶装水行业市场发展现状分析

#### 2.3.1 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
- 2.3.2 瓶装水行业目标客户互联网渗透率分析
- 2.3.3 中国互联网+瓶装水行业市场规模分析
- 2.3.4 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率
- 2.4 中国互联网+瓶装水行业市场前景分析
  - 2.4.1 中国互联网+瓶装水行业市场增长动力分析
  - 2.4.2 中国互联网+瓶装水行业市场发展瓶颈剖析
  - 2.4.3 中国互联网+瓶装水行业市场发展趋势分析
- 2.5 中国瓶装水行业电商发展现状及前景预测
  - 2.5.1 中国瓶装水行业电商总体开展情况
  - 2.5.2 中国瓶装水行业电商交易规模分析
  - 2.5.3 中国瓶装水行业电商产品/服务品类
  - 2.5.4 中国瓶装水行业电商盈利情况分析
  - 2.5.5 中国瓶装水行业电商市场现存问题
  - 2.5.6 中国瓶装水行业电商市场趋势分析
  - 2.5.7 中国瓶装水行业电商市场规模预测

### 第三章 中国互联网+瓶装水行业商业模式创新策略

- 3.1 商业模式研究基本思想介绍
  - 3.1.1 商业模式的定义及与其他模式的比较
  - 3.1.2 商业模式的核心构成要素及构建流程
- 3.2 中国互联网+瓶装水行业市场定位创新分析
  - 3.2.1 中国瓶装水行业消费者特征分析
  - 3.2.2 中国瓶装水行业企业主流的市场定位分析
  - 3.2.3 互联网对瓶装水行业市场定位的变革分析
  - 3.2.4 互联网下瓶装水行业市场定位优秀案例分析
- 3.3 中国互联网+瓶装水行业价值主张创新分析
  - 3.3.1 中国瓶装水行业主要的客户价值主张要素分析

### 3.3.2 互联网+瓶装水行业价值主张创新策略分析

- (1) 瓶装水行业企业如何利用互联网升级产品使用体验
- (2) 瓶装水行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验
- (3) 瓶装水行业企业如何利用互联网节约客户成本

### 3.3.3 互联网+瓶装水行业价值主张创新优秀案例

## 3.4 中国互联网+瓶装水行业渠道通路创新分析

### 3.4.1 中国瓶装水行业渠道通路的主要类别及特点分析

- (1) 价值传递通路的定义及特点
- (2) 产品销售渠道的定义及特点
- (3) 现有渠道通路特点的优势及不足
- (4) 互联网对渠道通路的改造分析

### 3.4.2 互联网对瓶装水行业渠道通路的颠覆性变革分析

### 3.4.3 互联网+瓶装水行业网络媒体瓶装水宣传策略分析

### 3.4.4 互联网+瓶装水行业电商渠道构建策略分析

### 3.4.5 互联网+瓶装水行业渠道通路创新优秀案例

## 3.5 中国互联网+瓶装水行业客户关系创新分析

### 3.5.1 中国瓶装水行业客户关系的类别及关系成本分析

- (1) 瓶装水行业客户关系的类别分析
- (2) 瓶装水行业客户关系成本分析

### 3.5.2 中国互联网+瓶装水行业客户关系创新路径分析

### 3.5.3 中国互联网+瓶装水行业客户关系创新优秀案例

## 3.6 中国互联网+瓶装水行业收入来源创新分析

### 3.6.1 中国瓶装水行业收入的主要来源渠道及特点

### 3.6.2 中国互联网+瓶装水行业收入来源的创新分析

### 3.6.3 中国互联网+瓶装水行业收入来源创新优秀案例

## 3.7 中国互联网+瓶装水行业合作伙伴创新分析

### 3.7.1 中国瓶装水行业主要的合作伙伴及其特点分析

### 3.7.2 互联网如何改变瓶装水行业合作伙伴结构

### 3.7.3 互联网下瓶装水行业新增合作伙伴的特点

### 3.7.4 互联网下瓶装水行业新增合作伙伴优秀案例

## 3.8 中国互联网+瓶装水行业成本机构优化分析

### 3.8.1 中国瓶装水行业主要成本结构及特点分析

- 3.8.2 互联网如何改变瓶装水行业成本结构
- 3.8.3 互联网下瓶装水行业成本结构的优化路径
- 3.8.4 互联网下瓶装水行业成本结构优化优秀案例
- 3.9 国外互联网+瓶装水行业商业模式创新经验
  - 3.9.1 国外互联网+瓶装水行业商业模式优秀案例剖析
    - (1) 案例一
      - 1) 案例一基本信息分析
      - 2) 案例一经营情况分析
      - 3) 案例一盈利模式分析
      - 4) 案例一商业模式评价
    - (2) 案例二
      - 1) 案例二基本信息分析
      - 2) 案例二经营情况分析
      - 3) 案例二盈利模式分析
      - 4) 案例二商业模式评价
  - 3.9.2 国外互联网+瓶装水行业商业模式创新经验借鉴

## 第四章 中国瓶装水行业企业电商战略规划及模式选择

- 4.1 中国瓶装水行业企业电商战略规划分析
  - 4.1.1 瓶装水企业电商如何正确定位
  - 4.1.2 瓶装水电商核心业务确定策略
  - 4.1.3 瓶装水企业电商化组织变革策略
- 4.2 中国瓶装水行业典型电商发展模式总体分析
  - 4.2.1 中国电子商务主流模式分析
  - 4.2.2 B2B电商模式及其优劣势分析
    - (1) B2B电商模式的特点
    - (2) B2B电商模式的适用范围
    - (3) B2B电商模式的优秀案例
    - (4) B2B电商模式的优劣势
  - 4.2.3 B2C电商模式及其优劣势分析
    - (1) B2C电商模式的特点
    - (2) B2C电商模式的适用范围



(3) B2C电商模式的优秀案例

(4) B2C电商模式的优劣势

#### 4.2.4 C2C电商模式及其优劣势分析

(1) C2C电商模式的特点

(2) C2C电商模式的适用范围

(3) C2C电商模式的优秀案例

(4) C2C电商模式的优劣势

#### 4.2.5 O2O电商模式及其优劣势分析

(1) O2O电商模式的特点

(2) O2O电商模式的适用范围

(3) O2O电商模式的优秀案例

(4) O2O电商模式的优劣势

#### 4.2.6 中国瓶装水行业最优电商模式的选择

### 4.3 中国瓶装水行业企业电商切入模式及发展路径

#### 4.3.1 模式一

(1) 模式一的特点及优劣势

(2) 模式一的业务布局分析

(3) 模式一的渠道通路分析

(4) 模式一的收入来源分析

(5) 模式一的关键资源能力分析

(6) 模式一的经营风险分析

(7) 模式一的优秀案例分析

#### 4.3.2 模式二

(1) 模式二的特点及优劣势

(2) 模式二的业务布局分析

(3) 模式二的渠道通路分析

(4) 模式二的收入来源分析

(5) 模式二的关键资源能力分析

(6) 模式二的经营风险分析

(7) 模式二的优秀案例分析

### 4.4 中国瓶装水行业移动电商切入路径及典型产品

#### 4.4.1 中国瓶装水行业移动电商的商业价值分析

(1) 移动电商的商业价值分析

(2) 中国移动互联网发展现状

(3) 中国移动互联网前景预测

4.4.2 中国瓶装水行业移动电商市场发展现状

4.4.3 中国瓶装水行业移动电商市场切入路径

4.4.4 中国瓶装水行业移动电商典型产品形式

4.4.5 中国瓶装水行业移动电商发展趋势及前景

## 第五章 中国互联网+瓶装水商业模式创新优秀案例剖析

### 5.1 案例一

5.1.1 案例一基本信息分析

5.1.2 案例一经营情况分析

5.1.3 案例一产品/服务分析

5.1.4 案例一盈利模式分析

5.1.5 案例一渠道通路分析

5.1.6 案例一合作伙伴分析

5.1.7 案例一融资情况分析

5.1.8 案例一商业模式评价

### 5.2 案例二

5.2.1 案例二基本信息分析

5.2.2 案例二经营情况分析

5.2.3 案例二产品/服务分析

5.2.4 案例二盈利模式分析

5.2.5 案例二渠道通路分析

5.2.6 案例二合作伙伴分析

5.2.7 案例二融资情况分析

5.2.8 案例二商业模式评价

## 第六章 中国互联网+瓶装水行业市场投资机会及建议

### 6.1 中国互联网+瓶装水行业投资特性及风险

#### 6.1.1 互联网+瓶装水行业投资壁垒分析

(1) 政策壁垒

(2) 技术壁垒

(3) 市场壁垒

6.1.2 互联网+瓶装水行业投资特性分析

6.1.3 互联网+瓶装水行业投资风险分析

6.2 中国互联网+瓶装水行业投融资现状及趋势

6.2.1 中国互联网+瓶装水行业投资现状及趋势

(1) 中国互联网+瓶装水行业投资主体结构

(2) 各投资主体核心资源分析

(3) 各投资主体投资方式分析

(4) 各投资主体投资规模分析

(5) 主要投资事件分析

(6) 各投资主体投资趋势分析

6.2.2 中国互联网+瓶装水行业融资现状及趋势

(1) 中国互联网+瓶装水行业融资主体构成

(2) 各融资主体核心资源分析

(3) 各融资主体融资方式分析

(4) 各融资主体融资规模分析

(5) 主要融资事件及用途

(6) 各融资主体融资趋势分析

6.3 中国互联网+瓶装水行业投资机会及建议

6.3.1 中国互联网+瓶装水行业投资机会分析

6.3.2 中国互联网+瓶装水行业投资建议分析

第七章 中国大型企业互联网+瓶装水投资布局分析

7.1 相关公司“互联网+瓶装水”投资布局

7.1.1 企业一

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+瓶装水投资布局

(4) 企业互联网+瓶装水产品/服务分析

(5) 企业最新发展动向

7.1.2 企业二

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+瓶装水投资布局
- (4) 企业互联网+瓶装水产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

#### 7.1.3 企业三

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+瓶装水投资布局
- (4) 企业互联网+瓶装水产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

### 7.2 大型互联网企业“互联网+瓶装水”投资布局

#### 7.2.1 阿里巴巴

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+瓶装水投资布局
- (4) 企业互联网+瓶装水产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

#### 7.2.2 百度公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+瓶装水投资布局
- (4) 企业互联网+瓶装水产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

#### 7.2.3 腾讯公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+瓶装水投资布局
- (4) 企业互联网+瓶装水产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

## 图表目录

图表1：互联网+瓶装水行业发展规划汇总表

图表2：互联网+瓶装水行业主要政策汇总表

图表3：政策环境对行业的影响分析表

图表4：全球主要经济体经济增速预测（单位：%）

图表5：2010-2017年中国GDP增长率变化趋势图（单位：%）

图表6：2010-2017年中国工业增加值及增长率走势图（单位：万亿元，%）

图表7：2010-2017年中国服务业增加值及增长率走势图（单位：万亿元，%）

图表8：2010-2017年中国电商交易规模发展趋势（单位：亿元，%）

图表9：2020-2026年中国电商交易规模预测

图表10：2010-2017年我国网民规模及互联网普及率

图表11：2013-2017年中国网民各类网络应用的使用率

图表12：2010-2017年我国移动网民规模及增长速度

图表13：关联产业发展对行业的影响总结表

图表14：互联网相关技术对行业的影响总结表

图表15：中国互联网+瓶装水行业发展阶段

图表16：主要企业互联网+瓶装水行业投资切入角度

图表17：2014-2017年中国互联网+瓶装水行业主要投资事件

图表18：中国互联网+瓶装水行业投资业务布局

图表19：2012-2017年中国互联网+瓶装水行业市场规模发展趋势

图表20：中国互联网+瓶装水行业主要的市场参与者

图表21：中国互联网+瓶装水行业市场增长动力

图表22：中国互联网+瓶装水行业市场发展瓶颈

图表23：中国瓶装水行业电商交易规模（单位：亿元）

图表24：中国瓶装水行业电商产品/服务品类

图表25：中国瓶装水行业电商市场现存问题

图表26：2020-2026年中国瓶装水行业电商市场规模预测

图表27：商业模式与其它模式的区别

图表28：商业模式与其它模式的联系

图表29：商业模式框架图

图表30：中国瓶装水行业消费者特征

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201909/142293.html>