

2021-2027年中国饮用水市场深度评估与投资战略报告

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

《2021-2027年中国饮用水市场深度评估与投资战略报告》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/202104/216491.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

从2017年全国饮料行业销售收入来看，包装饮用水、果蔬汁饮料、蛋白饮料收入合计约占饮料市场的59%，其中，包装饮用水占21%，较为领先。碳酸饮料和固体饮料占据23%，以茶饮料领衔的其他6类饮料产品占据剩余18%的市场份额。2017年中国饮料行业销售收入占比情况
数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2021-2027年中国饮用水市场深度评估与投资战略报告》共十二章。首先介绍了饮用水行业市场发展环境、饮用水整体运行态势等，接着分析了饮用水行业市场运行的现状，然后介绍了饮用水市场竞争格局。随后，报告对饮用水做了重点企业经营状况分析，最后分析了饮用水行业发展趋势与投资预测。您若想对饮用水产业有个系统的了解或者想投资饮用水行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本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。

报告目录：

第一章世界饮用水行业发展状况分析

第一节 美国瓶装水市场分析

第二节 美国安全饮用水法简介

第三节 意大利矿泉水市场分析

第四节 欧洲矿泉水产业分析

第五节 其他国家饮用水市场分析

第二章我国饮用水发展概述

第一节 我国饮用水发展政策环境分析

一、我国首次修订生活饮用水标准

二、我国制定农村饮水安全评价指标体系

三、上海专项整治桶装饮用水

四、上海开展桶装饮用水市场调查

五、广州七项措施整治饮用水企业

六、广东省将出台首个饮用水桶标准

七、天津2019年饮用水源水质达标率达98%

八、深圳市饮用水实行分级管理

九、深圳饮用水业欲建自我约束机制

第二节 我国饮用水发展历程

一、从自来水到健康饮用水

二、桶装水带动饮水机的发展

三、健康饮用水深入人心

第三节 我国饮用水的种类与特点分析

一、地下水

二、地表水

三、纯净水

第三章我国饮用水关联行业发展分析

第一节 我国饮水机市场分析

一、饮水机国家标准起草启动

二、“无热胆”饮水机难进国家标准

三、国内饮水机市场发展空间依然很大

四、2019年度主流品牌饮水机卖点分析

五、饮水机行业现状与竞争状况

六、饮水机角力“绿色市场”

七、美的饮水机的技术优势及市场攻略

八、饮水机市场前景和存在的问题

九、饮水机产业走出特色路,寻求差异化

第二节 我国软饮料市场分析

一、2019年我国软饮料行业发展概况

二、2019年我国软饮料产量及变化趋势

三、软饮料消费特征分析

四、软饮料市场竞争特征分析

第三节 我国碳酸饮料市场分析

一、碳酸饮料消费市场分析

二、全国碳酸饮料供给分析2013-2017年中国碳酸饮料产量情况数据来源：公开资料整理

三、碳酸饮料行业集中度分析

第四节 我国果汁饮料市场分析

- 一、果汁饮料消费需求分析
- 二、果汁饮料行业集中度分析
- 三、果汁饮料供给分析
- 四、果汁市场竞争特点分析
- 五、果汁市场竞争趋势分析

第五节 我国茶饮料市场分析

- 一、茶饮料消费需求分析
- 二、茶饮料行业集中度分析
- 三、茶饮料供给情况分析

第四章我国饮用水发展现状分析

第一节 我国的饮用水发展现状分析

- 一、农村饮用水的现状
- 二、城市饮用水的现状

第二节 我国饮用水种类结构变化分析

第三节 2014-2019年我国饮用水市场规模变化分析

第五章我国饮用水细分市场分析

第一节 我国瓶装饮用水市场分析

- 一、我国瓶装水发展历程
- 二、我国瓶装水现状分析
- 三、我国瓶装水需求分析
- 四、我国瓶装水市场竞争格局分析
- 五、我国瓶装水市场发展趋势分析

第二节 我国桶装水市场分析

- 一、桶装水发展现状
- 二、桶装水存在的问题
- 三、管状水对桶装水替代性分析
- 四、高端饮水机对桶装水替代性分析
- 五、桶装水市场未来的发展趋势
- 六、我国桶装饮用水设备市场分析

第三节 我国矿泉水市场分析

一、矿泉水的特点

二、矿泉水市场发展状况

三、矿泉水规模和产量

四、矿泉水品牌

五、影响矿泉水生产企业发展的主要因素分析

六、矿泉水资源状况

七、矿泉水资源开发利用潜力分析

八、入世后我国矿泉水产业的发展

第四节 我国纯净水市场分析

一、国内纯净水市场逐渐壮大

二、纯净水超越矿泉水

三、纯净水市场发展分析

第五节 我国蒸馏水市场分析

第六章 2014-2019年我国饮用水产量情况

第一节 2014-2019年全国饮用水产量情况

第二节 2014-2019年华北各省市瓶(罐)装饮用水产量

一、北京

二、天津

三、河北

四、山西

五、内蒙古

第三节 2014-2019年东北各省市瓶(罐)装饮用水产量

一、辽宁

二、吉林

三、黑龙江

第四节 2014-2019年华东各省市瓶(罐)装饮用水产量

一、上海

二、江苏

三、浙江

四、安徽

五、福建

六、江西

七、山东

第五节 2014-2019年华中各省瓶(罐)装饮用水产量

一、河南

二、湖北

三、湖南

第六节 2014-2019年华南各省瓶(罐)装饮用水产量

一、广东

二、广西

三、海南

第七节 2014-2019年西南各省市瓶(罐)装饮用水产量

一、重庆

二、四川

三、贵州

四、云南

第八节 2014-2019年西北各省瓶(罐)装饮用水产量

一、陕西

二、甘肃

三、新疆

四、青海

第七章我国饮用水消费者分析

第一节 饮用水消费者基本特征分析

第二节 桶装饮用水消费者调查分析

第三节 瓶装饮用水消费趋势分析

一、瓶装水正受冷落

二、功能水：瓶装水市场的新希望

三、广告：瓶装水消费的最佳“导购”

四、渠道：最爱喝超市的水

第八章我国饮用水市场营销策略分析

第一节 饮用水营销特性分析

- 一、需求性
- 二、流动性
- 三、气候性与地域性
- 四、活动性
- 五、区域性
- 六、导向性

第二节 饮用水一般销售模式分析

- 一、厂家直销
- 二、网络销售
- 三、平台式销售
- 四、农贸批发市场向周边自然辐射的模式

第三节 饮用水销售模式的优化

- 一、网络+平台
- 二、直销+网络
- 三、农贸批发市场+平台式
- 四、网络销售+直销
- 五、销售终端领先策略
- 六、饮用水的“五条终端线路”
- 七、饮用水的广告创新策略

第九章我国饮用水的危机与商机分析

第一节 我国饮用水目前存在的主要问题分析

- 一、水体污染今非昔比
- 二、水质性缺水问题日益突出
- 三、农村水污染和水设施落后的问题
- 四、自然水资源存在的问题
- 五、我国人民饮用水现况

第二节 我国分质供水存在问题分析

- 一、瓶(桶)装水行业整体质量水平不高
 - 1、微生物超标是合格率不高的主要原因
 - 2、桶装水品牌多。价差大，什么是好水令人困惑

二、家用净水器(机)存在的问题

- 1、器材不标准不规范
- 2、“三无器材”滥竽充数
- 3、弄虚作假、坑蒙百姓
- 4、“三化”水平低，“技术”无创新

三、管道直饮水市场混乱

四、售后服务问题

- 1、桶装水和饮水机
- 2、净水器(机)品牌众多，用户分散，售后服务难度大

第三节 水危机必然发生

第四节 水市场未来商机分析

- 一、我国饮用净水产量及普及率
- 二、目前水市场情况及发展前景分析
 - 1、瓶(桶)装水市场分析
 - 2、饮水机市场分析
 - 3、净水器(机)市场分析
 - 4、管道直饮水市场分析
- 三、未来水市场发展趋势预测

第十章 饮用水行业投资分析

第一节 饮用水投资特性分析

- 一、行业壁垒低
- 二、风险小，建设周期短
- 三、区域性明显
- 四、单位产品成本低、价值低，利润率高
- 五、投资空间巨大

第二节 饮用水投资建议

- 一、新产品投资方向建议
- 二、中小企业营销策略创新建议
- 三、渠道创新建议

第十一章 我国饮用水竞争分析

第一节 饮用水市场竞争分析

一、水种之争

二、饮用水竞争状况分析

第二节 矿物质水正成为饮料市场新的竞争热点

第三节 饮用水市场竞争格局分析

一、我国饮水市场竞争格局的形成

二、市场竞争格局及其变动

三、区域竞争格局分析

第四节 瓶装水市场竞争格局分析

一、我国瓶装水市场竞争的地区格局

二、不同性质企业的市场份额情况

三、我国瓶装水市场竞争状况

第五节 我国饮水市场设备竞争格局形成的由来与行业展望

第六节 饮用水市场竞争策略分析

第七节 饮用水市场竞争趋势分析

第十二章我国饮用水部分重点企业分析

第一节 农夫山泉股份有限公司

一、公司介绍及其发展历程

二、农夫山泉水源介绍

三、农夫山泉优势

四、农夫山泉营销策略分析

五、农夫山泉操作策略解析

第二节 娃哈哈集团

一、企业的发展分析

二、主要经营产品分析

三、娃哈哈营销策略分析

第三节 广东乐百氏集团有限公司

一、乐百氏集团发展历程

二、乐百氏集团投资状况分析

三、综合竞争力分析

四、事件行销成就乐百氏桶装水

部分图表目录：

图表：2014-2019年我国饮用水产量变化图

图表：2000-2019年我国饮用水增长速度变化图

图表：2002-2019年全国瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年北京瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年天津瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年河北瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年山西瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年内蒙古瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年辽宁瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年吉林瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年黑龙江瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年上海瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年江苏瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年浙江瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年安徽瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年福建瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年江西瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年山东瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年河南瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年湖北瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年湖南瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年广东瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年广西瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年海南瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年重庆瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年四川瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年贵州瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年云南瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年陕西瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年甘肃瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年新疆瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2002-2019年青海瓶(罐)装饮用水产量图

图表：2019年全国软饮料产量及增长情况

图表：1999-2019年我国软饮料产量变化图

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202104/216491.html>