

2022-2028年中国瓶装水行业 发展态势与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国瓶装水行业发展态势与投资前景预测报告》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/202112/255476.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

我国瓶装水行业集中度较高，华润怡宝、农夫山泉、康师傅、百岁山、娃哈哈、冰露六大品牌占据了八成的份额。其中，农夫山泉、华润怡宝市场占有率超过20%，分别达26.5%、21.3%。2018年中国瓶装水行业竞争格局

中企顾问网发布的《2022-2028年中国瓶装水行业发展态势与投资前景预测报告》共十四章。首先介绍了瓶装水行业市场发展环境、瓶装水整体运行态势等，接着分析了瓶装水行业市场运行的现状，然后介绍了瓶装水市场竞争格局。随后，报告对瓶装水做了重点企业经营状况分析，最后分析了瓶装水行业发展趋势与投资预测。您若想对瓶装水产业有个系统的了解或者想投资瓶装水行业，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

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2019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GDP

2、消费价格指数CPI、PPI

3、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瓶装水生产技术流程分析

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

我国瓶装水目前仍以中低端产品为主，中低端占比约70%。然而随着消费升级的演进，瓶装水产业高端化趋势明显，主要体现在高端瓶装水的占比提升且增速显著高于低端瓶装水，以高端瓶装水代表矿泉水为例，2017和2018年矿泉水增速分别为17%和10%，而低端纯净水增速仅为11%和5%。2017-2018年中国不同品类瓶装水销售增速对比

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

4.12019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

4.22019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
- 4.32019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
 - 4.4.1OGOOxygenWater
 - 4.4.21Litre
 - 4.4.35100矿泉水
 - 4.4.4Fillico
 - 4.4.5BlingH2O
 - 4.4.6Waiwera
 - 4.52022-2028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2019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
 - 5.22015-2019年瓶装水行业发展现状
 - 5.2.12015-2019年中国瓶装水行业发展热点
 - 5.2.22015-2019年中国瓶装水行业发展现状
 - 5.2.32015-2019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

第六章中国瓶装水所属行业运行指标分析及预测

6.1中国瓶装水所属行业企业数量分析

6.1.12015-2019年中国瓶装水所属行业企业数量情况

- 6.1.22015-2019年中国瓶装水所属行业企业竞争结构
- 6.22015-2019年中国瓶装水所属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中国瓶装水所属行业市场规模分析及预测
 - 6.3.12015-2019年中国瓶装水所属行业市场规模分析
 - 6.3.22022-2028年中国瓶装水所属行业市场规模预测
- 6.42015-2019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中国瓶装水所属行业市场供需分析及预测
 - 6.5.1中国瓶装水所属行业市场供给分析
 - 1、2015-2019年中国瓶装水所属行业供给规模分析
 - 2、2022-2028年中国瓶装水所属行业供给规模预测
 - 6.5.2中国瓶装水所属行业市场需求分析
 - 1、2015-2019年中国瓶装水所属行业需求规模分析
 - 2、2022-2028年中国瓶装水所属行业需求规模预测
- 6.62015-2019年中国瓶装水所属行业产品价格分析
 - 6.6.12015-2019年中国瓶装水所属行业产品价格回顾
 - 6.6.22015-2019年中国瓶装水产品当前市场价格统计分析
 - 6.6.32015-2019年中国瓶装水产品价格影响因素分析
 - 6.6.42022-2028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率
 - 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2022-2028年中国瓶装水行业发展趋势与投资机会研究

11.12022-2028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

11.22022-2028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

11.32022-2028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2022-2028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2022-2028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：2015-2019年中国瓶装水行业进口规模分析

图表：2015-2019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：2015-2019年瓶装水行业市场规模分析

图表：2022-2028年瓶装水行业市场规模预测

图表：2015-2019年中国瓶装水行业供给规模分析

图表：2022-2028年中国瓶装水行业供给规模预测

图表：2015-2019年中国瓶装水行业需求规模分析

图表：2022-2028年中国瓶装水行业需求规模预测

图表：2015-2019年中国瓶装水行业企业数量情况

图表：2015-2019年中国瓶装水行业企业竞争结构

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/255476.html>