

2024-2030年中国瓶装水行业 发展趋势与市场年度调研报告

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

《2024-2030年中国瓶装水行业发展趋势与市场年度调研报告》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/202310/418339.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国瓶装水行业发展趋势与市场年度调研报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录： 第一章 瓶装水产业发展概况 1

第一节 瓶装水行业基本特征 1 一、瓶装水行业特点 1 二、瓶装水行业管理体制 2 三、瓶装水行业在国民经济中的地位 2 第二节 瓶装水行业生命周期判断 3 第三节 瓶装水加工与处理 4

一、过滤 4 二、蒸馏 4 三、逆向渗透 4 四、臭氧处理 5 五、紫外线处理 5 第二章 世界瓶装水产业运行态势分析 6 第一节 世界瓶装水市场发展综述 6 一、中国瓶装水市场规模 6 二、中国瓶装水人均消费量对比 7 三、美国瓶装水市场发展 8 四、日本瓶装水市场发展 11 第二节 世界瓶装水市场运行动态 14 一、达能旗下矿泉水开发智能瓶盖，可追踪消费者水摄入量 14 二、Highland Spring（高地泉）在英国推广使用100%回收瓶 14 三、Water Works推出纸盒包装矿泉水 14 四、雀巢扩展风味气泡水系列 15 五、Vita Coco进军饮用水市场，推出新款铝瓶包装水 15 六、可口可乐推出Dasani品牌的铝罐和铝瓶水 15 七、雀巢旗下矿泉水品牌Valvert推出100%rPET瓶 15 八、SIG引进了具有ASI认证铝箔的无菌纸瓶 16 第三节 世界瓶装水产业发展趋势预测 16 第三章 中国瓶装水行业市场发展环境分析 17 第一节 中国宏观经济环境分析 17 第二节 中国瓶装水行业政策环境分析 20 一、行业相关法律法规 20 二、行业相关主要政策 23 三、行业相关主要标准 24 四、行业进出口贸易法规 26 第三节 中国瓶装水行业社会环境分析 27 一、人口环境分析 27 二、教育环境分析 28 三、中国城镇化率 28 四、中国居民收入 30 五、居民的各种消费观念和习惯 30 第四章 中国饮用水行业概况 34 第一节 饮用水基础概述 34 一、中国淡水资源情况 34 二、饮用水水源的选择与保护原则 34 三、饮用水水质标准分析 35 第二节 中国饮用水市场的变革分析 35 一、国内居民饮水现状分析 35 二、市场各种饮用水的优势 36 第三节 我国饮用水行业运行态势透析 36 一、中国城市饮用水源水质达标率情况 36 二、饮用水行业所面临的危机 36 三、地表饮用水水源存在问题 37 第四节 中国饮用水安全保障对策 38 一、进一步完善饮用水水质标准 38 二、从城市规划角度加强饮用水源保护 38 三、严格控制高风险污染物排放 38 四、加强地下水源的保护 38 第五章 中国瓶装水产业发展透析 39 第一节 中国瓶装水发展历程 39 一、简述中国瓶装水行业商业史 39 二、行业孕育阶段（1930-1982） 39 三、行业起步阶段（1982-2007） 40 四、行业快速发展阶段（2007-2014） 41 五、行业品质提升阶段（2015-至今） 41 第二节 瓶装水行业发展规模分析 43 一、瓶装水行业市场规模 43 二、瓶装水行业销量增长 44 三、瓶装水行业价格走势 44 三、瓶装水行业市场结构 45 第三节 瓶装水行业关键成功因素分析 47 一、强大的营销宣传能力

47 二、独有的渠道优势 50 三、优质广泛的水源布局 52 第六章 中国瓶（罐）装饮用水制造行业数据监测分析 59 第一节 中国瓶（罐）装饮用水制造行业规模分析 59 一、企业数量增长分析 59 二、收入规模增长分析 60 三、资产规模增长分析 60 第二节 中国瓶（罐）装饮用水制造行业产值分析 61 一、产成品增长分析 61 二、工业销售产值分析 62 三、出口交货值分析 62 第三节 中国瓶（罐）装饮用水制造行业成本费用分析 63 第四节 中国瓶（罐）装饮用水制造行业财务指标分析 64 一、盈利能力分析 64 二、营运能力分析 64 三、偿债能力分析 65 第七章 中国瓶装饮用水市场供给分析 66 第一节 中国瓶装水产量统计及增长情况 66 第二节 中国华北地区瓶装水产量分析 66 第三节 中国东北地区瓶装水产量分析 67 第四节 中国华东地区瓶装水产量分析 67 第五节 中国华中地区瓶装水产量分析 68 第六节 中国华南地区瓶装水产量分析 68 第七节 中国西南地区瓶装水产量分析 68 第八节 中国西北地区瓶装水产量分析 69 第八章 中国瓶装矿泉水市场深度剖析 70 第一节 中国瓶装矿泉水市场现状分析 70 一、中国瓶装矿泉水对水源有较高要求 70 二、中国瓶装矿泉水市场消费情况 70 三、中国瓶装矿泉水市场销量走势 71 第二节 品牌瓶装矿泉水市场营销态势 72 一、农夫山泉 72 二、伊利股份 73 第九章 中国瓶装其他种类饮用水 75 第一节 瓶装天然饮用水 75 一、中国瓶装天然饮用水市场概述 75 二、中国瓶装天然饮用水市场规模增长 75 三、中国瓶装天然饮用水市场销量增长 76 第二节 瓶装纯净水 76 一、中国瓶装纯净水市场概述 76 二、中国瓶装纯净水市场规模增长 77 三、中国瓶装纯净水市场销量增长 77 第三节 瓶装苏打水 78 一、中国瓶装苏打水市场概述 78 二、中国瓶装苏打水市场规模增长 78 三、中国瓶装苏打水市场销量增长 81 第十章 中国未加糖及未加味的矿泉水行业进出口数据监测分析 82 第一节 中国未加糖及未加味的矿泉水行业进口数据分析 82 一、进口数量分析 82 二、进口金额分析 83 第二节 中国未加糖及未加味的矿泉水行业出口数据分析 84 一、出口数量分析 84 二、出口金额分析 85 第三节 中国未加糖及未加味的矿泉水行业进出口平均单价分析 85 第四节 中国未加糖及未加味的矿泉水行业进出口国家及地区分析 86 一、进口国家及地区分析 86 二、出口国家及地区分析 87 第十一章 中国瓶装水产业市场竞争格局分析 88 第一节 中国瓶装水市场竞争分析 88 一、瓶装水行业整体竞争格局 88 二、瓶装水行业整体竞争趋势 89 第二节 瓶装水细分品类竞争格局分析 91 一、瓶装天然矿泉水 91 二、瓶装天然饮用水 92 三、瓶装纯净水 92 四、瓶装苏打水 92 第三节 中国瓶装水企业提升竞争力策略分析 92 第十二章 中国高端瓶装水市场消费者调研分析 94 第一节 中国高端水市场现状分析 94 一、高端水的划分层次 94 二、高端水市场分析 94 三、主要品牌价格对比 95 四、国内品牌进入状况 95 第二节 中国高端水消费者调查结果 96 一、消费者属性分析 96 二、消费地域分析 96 三、消费者产品指标关注度分析 97 四、消费者消费场景分析 99 五、消费者年龄分析 99 六、消费者价格认识情况调查 100 第十三章 中国瓶装水品牌企业运营财务状况分析 102 第一节 康师傅控股有限公司 102 一、企业基本情况

102 二、企业瓶装水业务情况 102 三、企业运营财务指标分析 105 四、企业发展战略分析 105

第二节 华润怡宝饮料(中国)有限公司 105 一、企业基本情况 105 二、企业瓶装水业务情况 106

三、企业运营财务指标分析 106 四、企业发展战略分析 108 第三节 广州屈臣氏食品饮料有限公司 108

一、企业基本情况 108 二、企业瓶装水业务情况 109 三、企业运营财务指标分析 109

四、企业发展战略分析 109 第四节 杭州娃哈哈集团有限公司 109 一、企业基本情况 109 二、

企业瓶装水业务情况 110 三、企业运营财务指标分析 111 四、企业发展战略分析 111 第五节

农夫山泉股份有限公司 111 一、企业基本情况 111 二、企业瓶装水业务情况 111 三、企业运

营财务指标分析 112 四、企业发展战略分析 114 第六节 景田(深圳)食品饮料集团有限公司

114 一、企业基本情况 114 二、企业瓶装水业务情况 115 三、企业运营财务指标分析 116 四

、企业发展战略分析 116 第七节 西藏水资源有限公司 117 一、企业基本情况 117 一、西藏水

资源 117 二、企业瓶装水业务情况 117 三、企业运营财务指标分析 118 四、企业发展战略分

析 120 第八节 青岛崂山矿泉水有限公司 121 一、企业基本情况 121 二、企业瓶装水业务情况

121 三、企业运营财务指标分析 122 四、企业发展战略分析 122 第九节 昆仑山矿泉水有限公

司 122 一、企业基本情况 122 二、企业瓶装水业务情况 122 三、企业运营财务指标分析 123

四、企业发展战略分析 123 第十节 黑龙江五大连池仙池矿泉饮品有限公司 123 一、企业基本

情况 123 二、企业瓶装水业务情况 124 三、企业运营财务指标分析 124 四、企业发展战略分

析 124 第十四章 中国瓶装水行业发展趋势预测 125 第一节 中国瓶装水行业存在问题分析

125 一、瓶装水质量安全问题 125 二、瓶装水水源安全问题 125 三、瓶装水行业生产企业良

莠不齐 125 四、瓶装水业生产管理问题 126 第二节 中国瓶装水行业发展趋势预测 126 一、中

国包装饮用水行业进入新时代 126 二、健康安全是永远的主题 127 三、旅游业的快速发展将

带来市场增量 127 四、新型渠道的拓展将带来市场增量 128 五、中国高端矿泉水投资已形成

行业趋势 128 第三节 中国瓶装水行业发展预测分析 128 一、中国瓶装水行业产量预测分析

128 二、中国瓶装水行业市场规模预测分析 129 三、中国瓶装水市场盈利预测分析 129 四、

中国瓶装水进出口贸易预测分析 129 第十五章 中国瓶装水行业投资分析 130 第一节 中国瓶

装水投资概况 130 一、中国瓶装水投资环境分析 130 二、中国瓶装水投资特性分析 130 三、

中国瓶装水投资效益分析 131 第二节 中国瓶装水行业投资周期分析 132 一、经济周期 132 二

、增长性与波动性 132 三、成熟度分析 132 第三节 中国瓶装水产业投资机会分析 132 一、进

军瓶装水市场机会分析 132 二、透视瓶装水市场未来商机 133 三、高端瓶装水投资机会分析

133 第四节 中国瓶装水行业投资风险分析 134 一、市场风险 134 二、水质风险 134 三、竞争

风险 134 四、原材料风险 134 第五节 中国瓶装水行业投资分析 135 一、中国瓶装水新进入者

经营策略分析 135 二、中国瓶装水行业品牌开发策略 135 三、中国瓶装水行业渠道开发策略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/418339.html>