

2018-2024年中国瓶装水市场运行态势及投资战略 咨询研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国瓶装水市场运行态势及投资战略咨询研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/340742.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

报告目录：第一章瓶装水相关概述20第一节瓶装水分类20一、天然矿泉水20二、纯净水20三、天然水21四、矿物质水21第二节瓶装水的饮用和包装21一、瓶装水包装材料PET21二、瓶装水包装的轻质化22三、瓶装水质与包装材料22第二章全球瓶装水市场发展现状分析24第一节国际瓶装水市场营运概况24一、全球瓶装水消费总量分析24二、全球瓶装水人均消费量分析24三、全球首个禁瓶装水法令颁布25四、瓶装水消费对环境的影响分析25五、饮用水包装安全与环境问题解决对策27第二节美国瓶装水市场发展现状分析31一、美国瓶装水市场消费总量分析31二、美国瓶装水市场人均消费量分析32三、美国瓶装水市场规模分析32四、美国饮料行业消费结构分析33五、美国瓶装水逐步替代自来水33第三节日本瓶装水市场发展现状分析34一、日本瓶装水市场消费总量分析34二、日本瓶装水市场人均消费量分析35三、日本瓶装水市场规模分析35四、日本高龄消费者偏好瓶装水35第四节法国瓶装水市场发展现状分析36一、法国瓶装水市场消费总量分析36二、法国瓶装水市场规模分析36第五节全球主要瓶装水市场监管法规分析37一、主要国际瓶装水协会简介37二、美国瓶装水市场监管体制分析38三、加拿大瓶装水市场监管法规分析41四、欧盟瓶装水市场监管法规分析41第三章中国瓶装水行业发展环境分析43第一节中国瓶装水行业政策环境分析43一、历年中国瓶装水市场监管法规43二、包装饮用水行业自律公约44三、城市饮用水源地环境保护规划出台45四、中国苏打水和功能水标准缺失45第二节中国饮用水行业经济和社会环境分析46一、中国GDP增长情况分析46二、工业经济发展形势分析48三、社会固定资产投资分析49四、全社会消费品零售总额50五、全国居民收入增长分析51六、中国人口环境情况分析52七、中国居民饮料消费价格53第三节中国饮料行业发展现状分析54一、中国饮料行业发展概况54二、中国软饮料产量情况分析55三、中国饮料行业企业数量分析55四、中国饮料销售收入分析56五、中国饮料利润总额分析57第四章中国瓶装水产业运行态势分析58第一节中国瓶装水行业发展态势分析58一、中国瓶装水商业史58二、中国瓶装水市场销量分析60三、中国瓶装水市场品牌份额分析61第二节中国瓶装水市场竞争现状分析63一、中国瓶装水市场竞争格局分析63二、中国瓶装水行业梯队分析64三、中国瓶装水争夺市场65四、中国瓶装水的优质水源地竞争分析67第三节中国瓶装水天然矿泉水市场分析68一、中国天然矿泉水市场概述68二、国外天然矿泉水占比高69三、我国天然矿泉水具备良好消费基础70四、其他瓶装水向纯净水的升级已完成71第四节中国主要品牌瓶装水企业发展动态分析71一、雀巢高端气泡水和大众水双轮驱动71二、达能构建国际与地方品牌双层体系73三、华润怡宝地域扩张造就行业龙头74四、泉阳泉布局全国扩张战略75第五节中国瓶装饮用水市场营销现状分析76一、瓶装饮用水市场营销特性76二、瓶装饮用水销售的主要线路78三、瓶装水龙头企业营销策略比较79第六节中国瓶装水市场存在的问题及对策分析81一、瓶装水标签有待规范81二、瓶装水产业亟需加强监管82第五章中国矿泉水市场发展现状分析84第一节矿泉水相关简释84一、矿泉水简介84二、矿泉水的类型84三、矿泉水

的特点85四、矿物质水和矿泉水的区别86五、矿泉水适应人群及范围86第二节中国矿泉水资源开发情况分析87一、中国矿泉水资源开发利用状况分析87二、透视北京饮用天然矿泉水资源情况88三、长白山天然矿泉水资源保护及开采战略剖析90四、广州矿泉水开采存在的主要问题94第三节中国矿泉水行业运行概况95一、发达国家矿泉水产品发展特点95二、中国矿泉水行业发展概况96三、矿泉水新标准影响分析97四、中国矿泉水市场规模分析97五、中国矿泉水知名品牌分析97六、中国矿泉水生产区域集中度分析98七、中国矿泉水品牌竞争格局分析99第四节中国高端矿泉水市场竞争态势分析100一、矿泉水高端市场品牌竞争分析100二、中国高端矿泉水市场竞争加剧100三、中国高端矿泉水行业特征及存在问题102四、中国高端矿泉水面临的挑战及对策103第五节中国高端矿泉水品牌竞争动态分析104一、杭州高端矿泉水市场竞争激烈104二、昆仑山雪山矿泉水连接斯诺克104三、农夫山泉跟进高端天然矿泉水市场105四、西藏5100瞄向全球高端矿泉水领先品牌106第六节中国主要地区矿泉水行业分析106一、吉林长白山天然矿泉水产业发展现状分析106二、黑龙江五大连池矿泉水发展现状分析108三、贵州矿泉水产业发展概况108四、拉萨市饮用天然矿泉水行业研究109五、溴酸盐限量新规为四川矿泉水发展提供良机110六、青海省矿泉水行业亟需加大开发力度110七、兰州矿泉水开发利用情况111第七节中国矿泉水产业发展面临的挑战及对策分析111一、中国矿泉水产业发展存在的问题111二、中国矿泉水产业发展的制约因素解析112三、中国与欧盟在矿泉水质量保证方面的差距113四、中国矿泉水产业有待政策扶持114五、中国矿泉水产业发展的建议115 第六章中国其它瓶装水市场发展现状分析117第一节2017年中国功能水市场发展现状117一、功能水产品简介117二、中国功能水行业发展概况119三、中国功能水市场销售规模119四、功能离子水市场发展分析120五、中国功能水行业发展趋势121第二节2017年中国瓶装水细分市场分析122一、中国纯净水市场发展现状分析122二、中国苏打水市场发展现状分析123三、瓶装水细分市场市场发展策略124四、中国瓶装水细分市场发展趋势127 第七章中国瓶装水行业供给分析131第一节中国瓶装水产量统计分析131一、中国瓶装水产量分析131二、中国各区域瓶装水产量131三、瓶装水产量集中度分析133第二节中国华北地区瓶装水产量分析133一、华北地区瓶装水产量情况133二、北京市瓶装水产量情况134三、天津市瓶装水产量情况134四、河北省瓶装水产量情况134五、山西省瓶装水产量情况135六、内蒙古瓶装水产量情况135第三节中国东北地区瓶装水产量分析136一、东北地区瓶装水产量情况136二、辽宁省瓶装水产量情况136三、吉林省瓶装水产量情况136四、黑龙江瓶装水产量情况137第四节中国华东地区瓶装水产量分析137一、华东地区瓶装水产量情况137二、上海市瓶装水产量情况137三、江苏省瓶装水产量情况138四、浙江省瓶装水产量情况138五、安徽省瓶装水产量情况139六、福建省瓶装水产量情况139七、江西省瓶装水产量情况139八、山东省瓶装水产量情况140第五节中国华中地区瓶装水产量分析140一、华中地区瓶装水产量情况140二、河南省瓶装水产量情况140三、湖北省瓶装水产量情况141四、湖南省瓶装水产量情况141第六节中国华南地区瓶装水产量分析142一、华南地区瓶装水产量情况142二、广东省瓶装水产量情况142三、广西区瓶装水

产量情况142四、海南省瓶装水产量情况143第七节中国西南地区瓶装水产量分析143一、西南地区瓶装水产量情况143二、重庆市瓶装水产量情况143三、四川省瓶装水产量情况144四、贵州省瓶装水产量情况144五、云南省瓶装水产量情况145六、西藏区瓶装水产量情况145第八节中国西北地区瓶装水产量分析145一、西北地区瓶装水产量情况145二、陕西省瓶装水产量情况146三、甘肃省瓶装水产量情况146四、青海省瓶装水产量情况146五、新疆区瓶装水产量情况147第八章2013-2017年中国瓶装水制造行业数据监测分析148第一节2013-2017年中国瓶装水制造行业规模分析148一、企业数量增长分析148二、资产规模增长分析148三、销售规模增长分析149四、利润规模增长分析150第二节2013-2017年中国瓶装水制造行业成本费用分析151一、销售成本统计151二、主要费用统计152第三节2013-2017年中国瓶装水制造行业运营效益分析152一、偿债能力分析152二、盈利能力分析153三、运营能力分析155第九章2013-2017年中国瓶装水行业区域运营分析157第一节2013-2017年中国瓶装水行业区域发展状况分析157一、东北地区瓶装水制造行业发展分析157二、华北地区瓶装水制造行业发展分析157三、华东地区瓶装水制造行业发展分析158四、华中地区瓶装水制造行业发展分析158五、华南地区瓶装水制造行业发展分析159六、西南地区瓶装水制造行业发展分析159七、西北地区瓶装水制造行业发展分析160第二节2013-2017年瓶装水主要省市发展状况分析160一、浙江省瓶装水行业发展分析160二、广东省瓶装水行业发展分析161三、山东省瓶装水行业发展分析161四、天津市瓶装水行业发展分析162五、辽宁省瓶装水行业发展分析162第十章中国瓶装水市场消费者调研分析164第一节中国瓶装饮用水主要消费市场分析164一、北京市瓶装水消费调查分析164二、天津市瓶装水消费调查分析165三、太原市瓶装水消费调查分析165四、哈尔滨市瓶装水消费调查分析166五、长春市瓶装水消费调查分析166六、沈阳市瓶装水消费调查分析167七、大连市瓶装水消费调查分析167八、济南市瓶装水消费调查分析168九、青岛市瓶装水消费调查分析169十、南京市瓶装水消费调查分析169十一、苏州市瓶装水消费调查分析170十二、上海市瓶装水消费调查分析170十三、杭州市瓶装水消费调查分析171十四、宁波市瓶装水消费调查分析171十五、福州市瓶装水消费调查分析172十六、厦门市瓶装水消费调查分析172十七、合肥市瓶装水消费调查分析173十八、南昌市瓶装水消费调查分析173十九、郑州市瓶装水消费调查分析174二十、长沙市瓶装水消费调查分析174二十一、武汉市瓶装水消费调查分析175二十二、广州市瓶装水消费调查分析176二十三、深圳市瓶装水消费调查分析176二十四、佛山市瓶装水消费调查分析177二十五、南宁市瓶装水消费调查分析177二十六、海口市瓶装水消费调查分析178二十七、成都市瓶装水消费调查分析178二十八、重庆市瓶装水消费调查分析179二十九、昆明市瓶装水消费调查分析179三十、西安市瓶装水消费调查分析180第二节中国消费者饮水调查情况分析180一、中国消费者饮料消费偏好调查180二、中国消费者用水习惯调查181三、中国瓶装水消费者消费结构调查182四、中国瓶装水消费者购买影响因素调查182第十一章2012-2017年中国未加糖或其他甜物质及未加味的水进出口数据监测分析184第一节2012-2017年中国未加糖或其他甜物质及未加味的水进口数据分析184一、进口数量情况184

二、进口金额情况184三、进口来源分析185四、进口均价分析186第二节2012-2017年中国未加糖或其他甜物质及未加味的水出口数据分析186一、出口数量情况186二、出口金额情况187三、出口流向分析187四、出口均价分析188第十二章2012-2017年中国加味加糖或其他甜物质的水进出口数据监测分析189第一节2012-2017年中国加味加糖或其他甜物质的水进口数据分析189一、进口数量情况189二、进口金额情况189三、进口来源分析190四、进口均价分析191第二节2012-2017年中国中国加味加糖或其他甜物质的水出口数据分析191一、出口数量情况191二、出口金额情况192三、出口流向分析192四、出口均价分析193第十三章中国重点瓶装水企业经营分析194第一节杭州娃哈哈集团有限公司194一、企业发展基本情况194二、企业主要产品分析195三、企业经营情况分析195四、企业营销网络分析196五、企业竞争优势分析196六、企业发展战略分析196第二节达利食品集团有限公司197一、企业发展基本情况197二、企业主要产品分析197三、企业经营情况分析198四、企业营销网络分析198五、企业竞争优势分析199第三节农夫山泉股份有限公司199一、企业发展基本情况199二、企业主要产品分析200三、企业经营情况分析201四、企业营销网络分析201五、企业竞争优势分析202第四节华润怡宝饮料(中国)有限公司202一、企业发展基本情况202二、企业主要产品分析203三、企业经营情况分析203四、企业竞争优势分析204五、企业发展战略分析204第五节统一企业中国控股有限公司204一、企业发展基本情况204二、企业主要产品分析205三、企业经营情况分析205四、企业竞争优势分析207五、企业发展战略分析207第六节康师傅控股有限公司207一、企业发展基本情况207二、企业主要产品分析208三、企业经营情况分析208四、企业营销网络分析209五、企业竞争优势分析210第七节四川蓝剑饮品集团有限公司211一、企业发展基本情况211二、企业主要产品分析211三、企业经营情况分析212四、企业营销网络分析212五、企业竞争优势分析212第八节深圳市景田食品饮料有限公司213一、企业发展基本情况213二、企业主要产品分析213三、企业经营情况分析214四、企业营销网络分析214五、企业竞争优势分析215第九节广东加多宝饮料食品有限公司215一、企业发展基本情况215二、企业主要产品分析215三、企业经营情况分析216四、企业竞争优势分析216五、企业竞争优势分析217第十节西藏水资源有限公司217一、企业发展基本情况217二、企业主要产品分析217三、企业经营情况分析218四、企业营销网络分析218五、企业竞争优势分析219第十一节上海雀巢饮用水有限公司219一、企业发展基本情况219二、企业主要产品分析220三、企业经营情况分析220四、企业竞争优势分析221第十二节可口可乐(中国)投资有限公司221一、企业发展基本情况221二、企业主要产品分析221三、企业竞争优势分析222第十三节云南大山饮品有限公司223一、企业发展基本情况223二、企业主要产品分析223三、企业经营情况分析224四、企业营销网络分析224五、企业竞争优势分析225第十四节广西巴马丽琅饮料有限公司225一、企业发展基本情况225二、企业主要产品分析226三、企业经营情况分析226四、企业营销网络分析227五、企业发展战略分析227第十五节广州屈臣氏食品饮料有限公司227一、企业发展基本情况227二、企业主要产品分析228三、企业经营情况分析228四、企业竞争优势分析229第十四章2018-2024年中国瓶装

水行业发展前景预测分析242第一节2018-2024年中国瓶装水行业发展前景分析242一、中国瓶装水品牌集中化趋势分析242二、2018-2024年中国瓶装水产量预测242三、2018-2024年中国瓶装水行业销售规模预测243四、2018-2024年中国瓶装水行业盈利能力预测244第二节2018-2024年中国矿泉水行业发展趋势分析244一、未来中国矿泉水消费趋势分析244二、中国矿泉水水质和产品品质动向分析245三、2018-2024年中国矿泉水市场规模预测245第三节2018-2024年中国瓶装水行业投资风险分析246一、替代风险246二、水质风险247三、竞争风险247四、渠道风险247第四节2018-2024年中国瓶装水行业投资策略分析248一、中国瓶装水新进入者经营策略分析248二、中国瓶装水行业品牌开发策略249三、中国瓶装水行业渠道开发策略251第十五章瓶装水企业制定“十三五”发展战略研究分析253第一节“十三五”发展战略规划的背景意义253一、企业转型升级的需要253二、企业强做大做的需要253三、企业可持续发展需要254第二节“十三五”发展战略规划的制定原则254一、科学性254二、实践性254三、前瞻性254四、创新性255五、全面性255六、动态性255第三节“十三五”发展战略规划的制定依据255一、国家产业政策255二、行业发展规律256三、企业资源与能力256四、可预期的战略定位256第四节“十三五”战略规划主要的分析工具256一、PEST分析256二、SCP模型257三、SWOT分析258四、波特五力模型258五、价值链分析259六、7S分析259七、波士顿矩阵分析260八、战略群体分析法260九、核心竞争力分析261十、三层面论分析261十一、行业生命周期分析261十二、委托代理理论262部分图表目录：图表12013-2017年全球瓶装水零售量趋势图24图表22013-2017年全球瓶装水人均支出变化趋势图24图表32013-2017年美国瓶装水消费总量统计32图表42013-2017年美国瓶装水人均消费量统计32图表52013-2017年美国瓶装水市场规模统计32图表62017年美国饮料行业消费结构图33图表7美国瓶装水与自来水对比34图表82013-2017年日本瓶装水消费总量统计34图表92013-2017年日本瓶装水人均消费量统计35图表102013-2017年日本瓶装水市场规模统计35图表11日本各年龄阶段人群瓶装水人均消费量情况36图表122013-2017年法国瓶装水消费总量统计36图表132013-2017年法国瓶装水市场规模统计37图表142011-2017年中国国内生产总值及增长速度47图表152014-2017年国内生产总值构成统计48图表162011-2017年中国固定资产投资及增长速度50图表172011-2017年中国社会消费品零售总额及增长速度51图表182011-2017年中国居民人均可支配收入及增长速度52图表192011-2017年中国人口总量趋势图53图表202017年中国人口数及构成情况53图表212013-2017年饮料类居民消费价格指数（上年=100）54图表222012-2017年中国软饮料产量统计55图表232013-2017年中国规模以上饮料行业企业数量56图表242013-2017年中国饮料制造行业销售收入及增长变化趋势图56图表252013-2017年中国饮料制造行业利润总额及增长变化趋势图57图表262011-2017年中国瓶装水零售量变化趋势图60图表272011-2017年中国瓶装水零售额变化趋势图61图表282013-2017年中国瓶装水市场品牌份额（按零售量）61图表292013-2017年中国瓶装水市场品牌份额（按零售额）62图表302013-2017年中国瓶装水企业市场份额情况（按零售量）63图表312013-2017年中国瓶装水企业市场份额情况（按零售额）64图表32中国瓶装水行业的主要

品牌的定位65图表33国产高端水企业瓶装水上市情况66图表342007-2017年依云和昆仑山
高端水销量情况67图表35各种类型瓶装水特点69图表36欧洲消费者瓶装水选择意向结构图7
0图表37中国消费者对天然矿泉水定价意愿71图表38雀巢三个核心国际品牌72图表39厂家直
销结构79图表40网络销售结构80图表41平台式销售80图表42按矿泉水的酸碱性分85图表43
北京市矿泉水资源类型及占有资源量89图表44中国矿泉水主要生产企业96图表452011-201
7年中国矿泉水行业零售规模统计97图表46中国矿泉水主要品牌企业情况表98图表47中国矿
泉水行业区域市场分布99图表482011-2017年中国功能水市场零售量及增长情况119图表49
2011-2017年中国功能水市场零售额及增长情况120图表50欧洲主要瓶装水生产国中气泡水
占比122图表512011-2017年中国桶装纯净水产量统计122图表52天然苏打水主要生产企业1
23图表53人工苏打水主要生产企业124图表542013-2017年中国瓶装水产量统计131图表552
017年中国瓶装水各区域产量统计131图表562017年中国主要省区瓶装水产量及比例132图
表572017年中国瓶装水产量集中度133图表582013-2017年中国华北地区瓶装水产量统计13
3图表592013-2017年北京市瓶装水产量统计134图表602013-2017年天津市瓶装水产量统计
134图表612013-2017年河北省瓶装水产量统计135图表622013-2017年山西省瓶装水产量统
计135图表632013-2017年内蒙古瓶装水产量统计135图表642013-2017年中国东北地区瓶装
水产量统计136图表652013-2017年辽宁省瓶装水产量统计136图表662013-2017年吉林省瓶
装水产量统计136图表672013-2017年黑龙江省瓶装水产量统计137图表682013-2017年中国
华东地区瓶装水产量统计137图表692013-2017年上海市瓶装水产量统计138更多图表见正
文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/340742.html>