

2020-2025年中国饮用水行业市场调研分析及投资战略规划报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国饮用水行业市场调研分析及投资战略规划报告》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/channel/beverage/638312.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

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 意大利矿泉水市场分析

第三节 欧洲矿泉水产业分析

第四节 其他国家饮用水市场分析

第二章 中国饮用水发展现状分析

第一节 中国饮用水发展历程

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

第二节 2015-2019年中国饮用水市场规模变化分析

第三节 中国饮用水市场状况分析

第四节 2019年全国各省市饮用水产量分析

第五节 2019年全国及各省市饮用水产量分析

第六节 中国饮用水种类结构变化分析

第三章 中国饮用水关联行业发展分析

第一节 中国饮水机市场分析

一、国内饮水机市场发展空间依然很大

二、2019年饮水机品牌市场占有率分析

1、2019年全国饮水机品牌市场占有率

2、2019年东北地区饮水机品牌市场占有率

3、2019年华北地区饮水机品牌市场占有率

4、2019年华东地区饮水机品牌市场占有率

三、饮水机行业现状与竞争状况

四、美的饮水机的技术优势及市场攻略

五、饮水机市场前景和存在的问题

第二节 中国软饮料市场分析

一、我国软饮料行业发展概况

二、我国软饮料行业供给量分析

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 中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

三、碳酸饮料行业集中度分析

第四节 中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 中国茶饮料市场分析

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 中国饮用水细分市场分析

第一节 中国瓶装饮用水市场分析

一、我国瓶装水发展历程

二、中国瓶装水现状分析

三、中国瓶装水需求分析

四、中国瓶装水市场竞争格局分析

五、中国瓶装水市场发展趋势分析

第三节 中国桶装水市场分析

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、中国桶装饮用水设备市场分析

第四节 中国矿泉水市场分析

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

第五节 中国纯净水市场分析

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

第六节 中国蒸馏水市场分析

第五章 中国饮用水区域市场分析

第一节 广东饮用水市场分析

第二节 浙江饮用水市场分析

第三节 北京饮用水市场分析

第四节 上海饮用水市场分析

第五节 部分重点城市饮用水市场分析

第六章 中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

第七章 中国饮用水市场营销策略分析

第一节 饮用水营销特性分析

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

第八章 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

第九章 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

第十章 中国饮用水竞争分析

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 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

第三节 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

第四节 我国饮水市场设备竞争格局形成的由来与行业展望

第五节 饮用水市场竞争策略分析

第六节 饮用水市场竞争趋势分析

第十一章 中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

图表目录：

图表 2015-2019年我国饮用水产量变化图

图表 2015-2019年我国饮用水增长速度变化图

图表 2015-2019年各月瓶(罐)装饮用水情况

图表 2015-2019年我国分质供水产量及增长趋势

图表 2015-2019年15亿人口的用水情况

图表 2015-2019年我国分质供水产量及增长趋势图

图表 2019年13亿人口的用水情况

图表 2015-2019年广东省瓶装饮用水产量变化图

图表 2015-2019年浙江省瓶装饮用水产量变化图

图表 2015-2019年北京市瓶装饮用水产量变化图

图表 2019年果汁及果汁饮料全国合计

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/beverage/638312.html>