

2024-2030年中国高端瓶装水行业市场调查研究及 发展前景展望报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国高端瓶装水行业市场调查研究及发展前景展望报告》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.chyxx.com/research/202110/980513.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

为方便行业人士或投资者更进一步了解高端瓶装水行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国高端瓶装水行业市场调查研究及发展前景展望报告》（以下简称《报告》）。报告对中国高端瓶装水市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保高端瓶装水行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年高端瓶装水行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能高端瓶装水从业者抢跑转型赛道。

高端水全称为高端瓶装饮用水，中国民族卫生协会健康饮水专委会将高端水水源地限定为四类，即以冰川融水为补给水源的冰川矿泉水、冰川泉水；原生态水源的优质饮用天然矿泉水；世界长寿地区生产的饮用天然矿泉水、饮用优质泉水；具有传统文化背景的著名泉水。具备这四类水源条件之一是成为高端水的基本条件。这四种水源地的共同特征是均为纯天然的水源地。

中国高端瓶装水行业经历了四个发展阶段，第一阶段为1990-2000年代，此时为发展初期，中国开始涌现出高端瓶装水品牌；第二阶段为2000-2010年代，此时消费者对饮用水的质量和关注程度不断增加，刺激着高端瓶装水的发展；第三阶段为2010-2020年代，瓶装水品牌之间争夺市场份额，推出不同口味和包装；第四阶段为2020年代至今，高端水行业持续增长，尤其是在一线城市和中产阶级市场，市场需求持续增加。

中国中产阶级的崛起和生活水平提高，促使他们更愿意购买高端饮用水，而不仅仅是普通自来水。消费者对饮用水质量和安全的关切加大，驱动了高端水市场的增长，因为他们更愿意为质量较高的水源付出额外费用。根据数据显示，中国高端瓶装水行业销售规模呈现逐年上涨态势，从2014年的77.25亿元上涨至2022年的近260.64亿元，年复合增长率为16.42%，市场增速强劲，未来随着国民的健康意识及对水质量的要求提升，中国高端瓶装水行业零售规模将继续呈现上涨态势。

中国消费者对健康和生活方式的意识不断提高，越来越多的人愿意支付更高的价格以获取高品质、天然和纯净的饮用水。高端瓶装水通常被认为是更健康的饮水选择，因此受到追求健康生活方式的消费者青睐。中国中产阶级的崛起意味着更多人有了更多的可支配收入，他们更愿意追求高品质的生活方式，包括饮食和饮用水。这一消费者群体是高端瓶装水市场的主要推动力之一。根据数据显示，中国高端瓶装水行业零售量逐年上涨，2022年零售量约为231.27万吨。主要集中的华东地区，占比为36.40%。

我国饮用水消费呈现出高端化趋势,国内高端水的线上销售增长,高于中低端水增长水平,成为推动瓶装水整体销售增长的新动力。企业纷纷顺应消费升级趋势,布局中高端市场,以期寻求高毛利,不断夯实企业的盈利能力,随着行业企业高端瓶装水参与企业的增多,行业竞争逐渐加剧。目前行业中主要本土企业为昆仑山矿泉水有限公司、西藏水资源有限公司、恒大长白山矿泉水股份有限公司、北大荒五大连池矿泉水股份有限公司等。

我国饮用水消费呈现出高端化趋势,国内高端水的线上销售增长,高于中低端水增长水平,成为推动瓶装水整体销售增长的新动力。企业纷纷顺应消费升级趋势,布局中高端市场,以期寻求高毛利,不断夯实企业的盈利能力,随着行业企业高端瓶装水参与企业的增多,行业竞争逐渐加剧。目前行业中主要本土企业为昆仑山矿泉水有限公司、西藏水资源有限公司、恒大长白山矿泉水股份有限公司、北大荒五大连池矿泉水股份有限公司等。

《2024-2030年中国高端瓶装水行业市场调查研究及发展前景展望报告》是智研咨询重要成果,是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现,更是高端瓶装水领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系,多年来服务政府、企业、金融机构等,提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一篇 发展环境篇

第一章 中国高端瓶装水行业发展综述

第一节 高端瓶装水相关概述

一、瓶装水定义及分类

(一) 天然矿泉水

(二) 纯净水

(三) 天然水

(四) 矿物质水

二、高端瓶装水概述

(一) 高端水界定

(二) 高端水概况

第二节 高端瓶装水行业政策环境分析

一、高端瓶装水行业政策及监管

二、高端瓶装水开采相关法规

(一) 《中华人民共和国矿产资源法》

(二) 《中华人民共和国矿产资源法实施细则》

(三) 《矿产资源补偿费征收管理规定》

三、饮用水相关标准

(一) 《生活饮用水卫生标准》

(二) 《美国饮用水水质标准》

(三) 《欧盟饮用水水质指令》

第三节 高端瓶装水行业社会环境分析

一、人口规模及结构情况

二、水资源总量情况分析

三、中国淡水资源紧缺

四、中国饮用水质情况

五、居民饮料消费情况

第二章 中国瓶装饮用水市场消费者调研分析

第一节 瓶装饮用水主要消费市场分析

一、北京市瓶装水消费调查分析

二、天津市瓶装水消费调查分析

三、太原市瓶装水消费调查分析

四、哈尔滨市瓶装水消费调查分析

五、长春市瓶装水消费调查分析

六、沈阳市瓶装水消费调查分析

七、大连市瓶装水消费调查分析

八、济南市瓶装水消费调查分析

九、青岛市瓶装水消费调查分析

十、南京市瓶装水消费调查分析

第二节 各类瓶装水重度消费者分析

一、各类瓶装水重度消费者总体情况

二、矿泉水重度消费者情况

三、纯净水重度消费者情况

四、蒸馏水重度消费者情况

第三节 瓶装水消费者的生活态度分析

第四节 瓶装消费者的体育及休闲活动分析

第三章 中国瓶装饮用水行业供需情况分析

第一节 瓶装饮用水生产情况

一、瓶装饮用水总产量分析

二、瓶装饮用水生产区域分布

三、主要区域瓶装饮用水生产情况

（一）广东省

（二）四川省

（三）吉林省

（四）河南省

（五）广西区

（六）山东省

（七）浙江省

（八）湖南省

（九）湖北省

（十）福建省

第二节 瓶装饮用水销售情况

一、瓶装饮用水总销量分析

二、瓶装饮用水销售渠道分布

三、不同渠道瓶装饮用水销量

（一）团购

（二）餐饮服务

（三）零售

第四章 中国瓶装饮用水所属行业经济运行分析

第一节 瓶装饮用水所属行业发展概况

第二节 瓶装饮用水所属行业经济运行分析

一、瓶装饮用水所属行业企业数量分析

二、瓶装饮用水所属行业资产规模分析

三、瓶装饮用水所属行业销售收入分析

四、瓶装饮用水所属行业利润总额分析

第三节 瓶装饮用水所属行业成本费用分析

一、瓶装饮用水所属行业销售成本分析

二、瓶装饮用水所属行业销售费用分析

三、瓶装饮用水所属行业管理费用分析

四、瓶装饮用水所属行业财务费用分析

第四节 瓶装饮用水所属行业运营效益分析

一、瓶装饮用水所属行业偿债能力分析

- 二、瓶装饮用水所属行业盈利能力分析
- 三、瓶装饮用水所属行业运营能力分析

第二篇发展现状篇

第五章 中国高端瓶装水市场消费者深度调研分析

第一节 高端水市场调研背景

- 一、高端水的层次划分
- 二、高端水的品牌划分
- 三、主要品牌价格对比
- 四、国内品牌进入状况

第二节 中国高端水消费者调查结果

- 一、消费者属性分析
 - 二、消费目的（心理）分析
 - 三、消费者品牌选择影响因素分析
 - 四、消费者品牌获取途径分析
 - 五、消费者购买场所统计
 - 六、消费者品牌认识情况调查
 - （一）高端矿泉水品牌认识情况调查
 - （二）高端矿泉水消费者认识程度分析
 - （三）高端矿泉水消费者购买情况调查
 - （四）高端矿泉水消费者价格认知分析
- #### 第三节 高端水市场存在的问题分析
- 一、“依云”品牌多次卷入质量风波
 - 二、高端水行业标准的缺失
 - 三、依云带来“高端水”市场的启示与反思

第六章 中国高端瓶装水行业运行情况分析

第一节 高端瓶装水盈利模式分析

- 一、高端瓶装水盈利模式分类
- 二、高端瓶装水生产企业盈利模式
- 三、高端瓶装水经销代理商盈利模式
- 四、第三方经销网络优化管理研究
- 五、网络营销盈利模式创新研究

第二节 高端瓶装水发展驱动因素

- 一、高端瓶装水潜在需求量大

二、人们健康意识的不断提高

三、居民可支配收入逐步增加

四、高收入人群消费行为的改变

(一) 大型企业数量及规模增长

(二) 政府特供需求的增多带动

第三节 高端瓶装水市场需求分析

一、高端瓶装水零售量分析

二、高端瓶装水零售规模分析

三、高端瓶装水与大众饮用水占比

四、高端瓶装水需求前景分析

第四节 高端瓶装水区域市场需求分析

一、北京高端瓶装水市场需求分析

(一) 北京高端瓶装水消费基础

(二) 北京高端瓶装水消费潜力

二、上海高端瓶装水市场需求分析

(一) 上海高端瓶装水消费基础

(二) 上海高端瓶装水消费潜力

三、山东高端瓶装水市场需求分析

(一) 山东高端瓶装水消费基础

(二) 山东高端瓶装水消费潜力

四、广东高端瓶装水市场需求分析

(一) 广东高端瓶装水消费基础

(二) 广东高端瓶装水消费潜力

第七章 中国高端瓶装水行业竞争格局分析

第一节 瓶装水行业竞争格局分析

一、瓶装水行业竞争格局现状

二、瓶装水品牌竞争格局分析

三、瓶装水行业水源地竞争分析

四、瓶装水行业并购案例汇总

第二节 高端瓶装水行业竞争格局分析

一、高端瓶装水行业竞争分析

二、主要高端瓶装水品牌份额

三、主要高端瓶装水品牌零售额

四、高端瓶装水区域市场集中度分析

第三节 高端瓶装水竞争态势分析

第三篇发展重点篇

第八章 中国高端瓶装水水源地及品牌建设分析

第一节 高端水源地资源概况

一、国内高端水水源地分布

(一) 昆仑山

(二) 珠穆朗玛峰

(三) 巴马长寿村

(四) 吉林长白山

二、水企高端水水源地之争

三、高端水水源地资源打造

第二节 高端瓶装水品牌建设

一、国内外主要高端水品牌

(一) 国外主要高端水品牌

(二) 国内主要高端水品牌

二、高端瓶装水品牌构建

三、高端瓶装水品牌营销

四、高端瓶装水品牌策略

第三节 高端瓶装水品牌竞争力

一、包装水企业发展高端瓶装水优势

二、高端瓶装水品牌形象竞争力

三、高端瓶装水产品品质竞争力

四、高端瓶装水营销渠道竞争力

第四节 高端水发展方向分析

一、天然矿泉水

二、冰川矿泉水

三、天然苏打水

四、弱碱性离子水

五、海洋深层水

六、雪融水

七、天然负氢水

第九章 中国高端瓶装水渠道建设与营销推广

第一节 高端瓶装水营销渠道建设与管理

一、高端瓶装水营销渠道结构

- (一) 主力型渠道
- (二) 紧凑型渠道
- (三) 伙伴型渠道
- (四) 松散型渠道

二、高端瓶装水分销渠道类型

- (一) 直接分销渠道
- (二) 间接分销渠道

三、高端瓶装水营销渠道管理

- (一) 市场伙伴型渠道管理
- (二) 大客户直供销售渠道
- (三) 网络渠道发展策略
- (四) 渠道经销管理问题

第二节 高端瓶装水市场推广策略分析

- 一、高端瓶装水新产品推广
- 二、高端瓶装水广告宣传策略分析
- 三、高端瓶装水网络推广策略分析
- 四、高端瓶装水中间商、代理商参与机制
- 五、直销模式在高端瓶装水推广中的应用
- 六、高端瓶装水价格策略

第三节 高端瓶装水营销渠道拓展分析

- 一、西藏5100铁路营销渠道案例
- 二、休闲娱乐市场渠道拓展
- 三、高端场所市场渠道拓展
- 四、特供渠道经销商
 - (一) 政府部门、企事业单位团购
 - (二) 节假礼品

第四节 高端瓶装水营销策略分析

- 一、品牌文化塑造
- 二、营销策略方案
- 三、不同渠道产品结构差异化

第四篇企业经营篇

第十章 国外高端瓶装水品牌运营及经验借鉴

第一节 依云矿泉水(Evian)

- 一、品牌基本介绍
- 二、依云品牌战略成功因素分析
- 三、依云推出特别版纪念瓶

第二节 巴黎水(Perrier)

- 一、品牌基本介绍
- 二、品牌运营情况
 - (一) 水源地
 - (二) 销售情况
- 三、品牌优势分析

第三节 富维克(Volvic)

- 一、品牌基本介绍
- 二、品牌水源地分析
- 三、品牌优势分析

第四节 诗葩矿泉水 (SPA)

- 一、品牌基本介绍
- 二、品牌水源地介绍
- 三、品牌优势分析

第五节 捷克萨奇

- 一、萨奇苦味矿泉水介绍
- 二、萨奇苦味矿泉水产品特点
- 三、萨奇苦味矿泉水饮用方法

第六节 新加坡爱可比乐

- 一、品牌基本介绍
- 二、品牌水源地介绍
- 三、品牌在华投资

第七节 富士山天然水

- 一、品牌基本介绍
- 二、品牌水源地介绍
- 三、品牌价格介绍

第八节 芙丝VOSS纯净水

- 一、品牌基本介绍
- 二、品牌水源地介绍
- 三、品牌价格介绍

第十一章 中国高端瓶装水企业运营及品牌分析

第一节 昆仑山矿泉水有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业经营效益分析
- 四、企业产能情况分析

第二节 西藏5100水资源控股有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产能情况分析
- 四、企业发展优势分析

第三节 恒大矿泉水集团有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业发展优势分析
- 三、企业高端水品牌介绍
- 四、企业发展动态分析

第四节 北大荒五大连池矿泉水股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业经营效益分析
- 四、企业发展优势分析

第五节 内蒙古蓝海矿泉水有限责任公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业经营效益分析
- 四、企业发展优势分析

第六节 山东汇源饮用水有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业经营效益分析
- 四、企业发展优势分析

第七节 巴马活泉食品饮料有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业发展优势分析
- 三、企业高端水品牌介绍
- 四、企业发展规划分析

第八节 西藏珠峰冰川水资源开发有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业发展优势分析
- 三、企业高端水品牌介绍
- 四、企业发展动态分析

第九节 吉林龙泽矿泉饮品有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业发展优势分析
- 三、企业高端水品牌介绍
- 四、企业发展动态分析

第十节 河北天龙金泉水业有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业营销网络分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业高端水品牌介绍

第五篇 投资前景篇

第十二章 中国高端瓶装水行业发展前景趋势分析

第一节 中国高端瓶装水行业前景趋势

- 一、瓶装饮用水行业发展趋势分析
- 二、天然矿泉水将主导未来饮用水市场
- 三、高端瓶装水处理技术发展趋势
- 四、高端瓶装水行业发展前景光明

第二节 中国高端瓶装水行业市场预测分析

- 一、瓶装饮用水行业规模预测
- 二、高端瓶装水产量预测分析
- 三、高端瓶装水需求规模预测

第三节 中国高端瓶装水行业盈利预测分析

第十三章 中国高端瓶装水行业投资机会与风险分析

第一节 中国高端瓶装水行业投资特性分析

- 一、高端瓶装水行业投资特性
- 二、高端瓶装水具有良好的投资价值

第二节 中国高端瓶装水行业投资机会分析

- 一、进军高端瓶装水市场机会分析

- 二、高端瓶装水区域投资潜力分析
- 三、与产业链相关的投资机会分析
- 第三节 中国高端瓶装水行业投资风险分析
 - 一、市场运营风险
 - 二、市场竞争风险
 - 三、国家政策风险
 - 四、金融风险
 - 五、水质风险
 - 六、渠道风险
- 第四节 中国高端瓶装水行业投资策略分析
 - 一、高端水水源地开发策略
 - 二、高端水行业品牌建设策略
 - 三、高端水行业渠道开发策略

图表目录：部分

图表1：2019-2023年山东省高端瓶装水行业零售市场规模

图表2：2023年消费者高端瓶装水购买场所调查

图表3：2023年消费者高端瓶装水品牌获取途径调查

图表4：2019-2023年我国实有各类市场主体数量走势图

图表5：2019-2023年中国高端瓶装水零售量

图表6：2019-2023年中国高端瓶装水零售规模情况

图表7：2019-2023年中国高端瓶装水与饮用水占比

图表8：2024-2030年中国高端瓶装水需求前景

图表9：2023年高端瓶装水需求市场区域结构

图表10：2019-2023年我国水资源总量走势

图表11：2019-2023年中国供水总量及增速

图表12：2019-2023年中国人均用水量情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/980513.html>